

« Cela reste un choix compliqué »

Les chefs étoilés français mettent à l'honneur la cuisine végétale, mais ne soutiennent pas (encore) les principes du véganisme



Photo : L214, éthique et animaux. URL : <https://twitter.com/L214/status/523946481653673984>

Citation dans le titre : Marina Réale-Laden, dans l'interview « Pourquoi la gastronomie végane ne décroche pas (encore) d'étoiles », LE GALL, P. (2019), Slate, le 13.02.2019. URL : <http://www.slate.fr/story/173394/gastronomie-vegan-restaurants-etoiles>

Mémoire de Bachelor
Université d'Utrecht, juin 2019
Irene Dijkstra 6536719
Sous la direction de dr. Y. Vermijn

Table des matières

Chapitre	Page
Introduction	3
Chapitre 1 Le champ culturel de la gastronomie française	4
1.1 Identité gastronomique collective et individuelle	4
1.2 La gastronomie comme champ de forces et de luttes	6
1.3 Le champ gastronomique, un champ culturel des goûts	7
1.4 Visualisation du champ gastronomique	8
1.5 Stratégies de succès pour les chefs étoilés : obtenir du capital social et culturel	10
1.6 Préserver ou violer les codes du champ	12
Chapitre 2 La construction du champ gastronomique	13
2.1 Libération des cuisiniers de l’Ancien Régime par la Révolution française	13
2.2 Codification et nationalisation de la gastronomie grâce au discours culinaire du XIXe siècle	14
2.3 La nationalisation des cuisines régionales et la création d’une identité collective	15
2.4 Chefs d’élite extraordinaires : Marie-Antoine Carême et George Auguste Escoffier	16
2.5 Le <i>Guide Michelin</i> : autorité symbolique et matérielle	19
Chapitre 3 Transformations identitaires des chefs étoilés : libération, américanisation, médiatisation et prise de conscience	22
3.1 La nouvelle cuisine : plus de liberté pour les chefs étoilés	22
3.2 L’influence des chaînes Américaines en France depuis les années 1970	24
3.3 Médiatisation des chefs : le besoin de se singulariser et de coopérer au même temps	25
3.4 La prise de conscience des consommateurs à la suite des scandales alimentaires, la crise de 2008 et le réchauffement climatique	28
3.5 Le chef étoilé engagé, emblème d’une société plus responsable	30
Chapitre 4 La volonté des chefs étoilés de s’engager pour le véganisme	32
4.1 La naissance du mouvement animale: une philosophie utilitaire	32
4.2 Les principes du véganisme abolitionniste	33
4.3 La baisse de la consommation de viande en France, malgré son image positive	36
4.4 Le message marketing sur le marché des produits végétarien et végan s’adresse principalement aux flexitariens	37
4.5 Une timide communication sur le véganisme par les chefs étoilés	39
4.6 Les opportunités pour les chefs étoilés de s’engager pour le véganisme	42
4.7 Les risques pour les chefs étoilés de s’engager pour le véganisme	44
4.8 Comblent les différences de valeurs à travers un discours qui résonne	46
Chapitre 5 Le véganisme dans la haute gastronomie : un nouveau mouvement d’identité ?	49
5.1 La tribune « La gastronomie végan aussi a ses chefs étoilés » : une stratégie de coopération à des fins individuelles	49
5.2 Analyse du texte de la tribune	50
5.3 Analyse de la présentation des restaurants des treize chefs engagés dans le <i>Guide Michelin</i> 2019 en ligne	51
5.4 Analyse des sites Internet des treize chefs engagés	54
5.5 Motivations personnelles : analyse d’interviews et des articles d’opinion	57
Conclusion	61
Bibliographie	63
Annexe 1	69
Annexe 2	70
Annexe 3	77

Introduction

Un chef étoilé est comme un danseur de cordes. Pour avancer dans sa carrière, il¹ doit prendre des risques. Cependant, s'il dévie trop, il tombera. Ses intérêts sont multiples : protéger le patrimoine culinaire collectif des Français, s'adapter aux tendances sociales et répondre à la nécessité de se distinguer individuellement pour rester compétitif. Dans ce mémoire, nous verrons que les frontières du domaine gastronomique, telles qu'elles se sont formées au début du XIXe siècle, ont commencé à s'effriter depuis la fin des années soixante². L'érosion des règles classiques dans le champ de la haute gastronomie française, fortement codé au cours d'un siècle et demi d'histoire, a permis aux chefs étoilés de s'exprimer plus librement sans mettre en péril leur position compétitive sur le terrain. Dans le même temps, leur rôle est devenu de plus en plus exigeant et compliqué. Les chefs étoilés ont évolué d'artistes de cuisine aux compétences culinaires extraordinaires en stars des médias. Dans cette position d'ambassadeurs de la cuisine française, le public s'attend à ce qu'ils montrent leur engagement face à l'inquiétude grandissante suscitée par les scandales alimentaires depuis les années 1980³. Parce que les consommateurs français ont pris conscience de l'origine de leurs aliments, l'utilisation de produits d'origine animale est devenue un sujet de discussion. En réponse, le nombre de Français qui décident d'abandonner ces produits pour des raisons éthiques a augmenté. Cela pose un défi aux chefs étoilés parce qu'historiquement, la gastronomie française repose fortement sur des ingrédients d'origine animale. Avec l'introduction de plats entièrement à base de produits végétaux, les chefs étoilés se distinguent considérablement des codes sociaux en vigueur dans le domaine culturel de la haute gastronomie en France. Cette tension entre les normes applicables et l'introduction d'une pratique divergente fait du véganisme dans la gastronomie un sujet d'analyse fascinant, qui permet de mieux comprendre les forces sociales, économiques, politiques et culturelles dans la société française. Le but de ce mémoire est de répondre à la question comment les chefs étoilés se positionnent par rapport à la cuisine végan⁴, dans un champ culturel qui se caractérise par des pratiques gastronomiques profondément enracinées. Nous y parviendrons à l'aide du modèle de la distinction⁵ du sociologue français Pierre Bourdieu (1930-2002). Dans le chapitre 1, nous introduisons les idées de Bourdieu et montrons leur utilité pour analyser la prise de position des chefs étoilés. Dans le chapitre 2, nous décrivons les origines du champ gastronomique en France et nous expliquons comment les coutumes gastronomiques traditionnelles se sont ancrées dans la société française. Les principales causes de l'érosion du champ gastronomique française, et les conséquences de ce processus sur le rôle des chefs étoilés, sont discutés dans le chapitre 3. Nous nous concentrons ensuite sur le véganisme en France au chapitre 4 et nous discutons des opportunités et des risques que les chefs étoilés prennent lorsqu'ils s'engagent dans la cuisine végan. Enfin, le chapitre 5 est consacré à l'analyse de la manière dont treize chefs étoilés français s'expriment sur le véganisme, après avoir publié une tribune en faveur de la gastronomie végan dans un journal national français en 2018. En évaluant leur présentation dans le *Guide Michelin* 2019, leurs sites Internet et lors de leurs entretiens en ligne, nous déterminons les marges de la manœuvre qu'ils détiennent.

1 Dans ce mémoire, j'utiliserai la forme masculine « chef étoilé » pour faciliter la lisibilité. Cependant, si j'utilise « chef(s) étoilé(s) », je me réfère également à la forme féminine, « cheffe(s) étoilée(s) ».

2 Pour une explication : paragraphe 3.1, « La nouvelle cuisine : plus de liberté pour les chefs étoilés », p. 22-24 de ce mémoire

3 Pour une explication : paragraphe 3.4, « La prise de conscience des consommateurs à la suite des scandales alimentaires, la crise de 2008 et le réchauffement climatique », p. 28-30 de ce mémoire.

4 La conjugaison de l'adjectif « végan » est appliquée de différentes manières. Ce que nous avons constaté le plus souvent dans la littérature, c'est que « végan » reste invariable. Le mot est parfois écrit sans accent, mais généralement avec un accent aigu. Nous choisissons ce qui est le plus commun : invariable, avec accent.

5 BOURDIEU, P. (1979), « La distinction : critique sociale du jugement », Paris : Éditions de Minuit, 670 p.

Chapitre 1 Le champ culturel de la haute gastronomie française

Diverses recherches scientifiques ont relevé que le modèle de la distinction de Bourdieu est un outil d'analyse valable pour examiner les rapports de force dans le champ de la haute gastronomie. Dans le premier chapitre de ce mémoire, nous présentons les idées principales de Bourdieu. Sur cette base théorique, nous expliquons comment le champ gastronomique en France est structuré à la suite de l'interaction entre des intérêts individuels et collectifs. Les valeurs, les comportements et les croyances que les agents d'un champ culturel partagent ne sont pas statiques, mais peuvent changer quand les circonstances modifient leur rapport au monde. Nous utilisons ces informations pour comprendre les stratégies dont disposent les chefs étoilés français dans leur lutte pour exercer une influence maximale.

1.1 Identité gastronomique collective et individuelle

« Industrie au sens noble du terme, notre gastronomie est au centre d'un écosystème mêlant agriculture, tourisme, protection de l'environnement et tous les métiers de bouche. Parfois jalouée, elle demeure cette « force tranquille » qui, adossée à son riche patrimoine et à son indiscutable savoir-faire, sait être, exceller et se renouveler pour durer. Mais elle ne doit jamais perdre son identité ni oublier qu'elle est, avant tout, une promesse. À nous de la tenir et de ne jamais décevoir ! »⁶

Avec ces mots, le chef triplement étoilé Thierry Marx a exprimé qu'il considère la gastronomie comme un enjeu vital de la culture française que « nous », c'est-à-dire la collectivité des Français, devons défendre et soutenir. Avec sa proposition, il a soutenu un mouvement national de défense de la gastronomie française, lancé avec le hashtag #vivelagastronomie. Ce mouvement a été créé en réponse à la montée des critiques autour de la gastronomie française : le « french food bashing » par la presse étrangère⁷, qui estime que la gastronomie française n'est plus ce qu'elle était. Sur la scène gastronomique mondiale, il y a en effet une perte d'influence des Français⁸. La domination mondiale de la gastronomie française ne peut plus être considérée comme acquise avec une concurrence accrue au niveau mondial. La bataille entre des chefs étoilés pour se démarquer et pour obtenir de la reconnaissance se déroule maintenant sur Internet et par le biais d'agences de marketing. Les chefs étoilés français cuisinent non seulement pour leurs clients français, mais la mondialisation fait de chacun leur public. Alors qu'ils essaient d'être ouverts au changement tout en préservant la gastronomie française traditionnelle, considérée depuis si longtemps comme la meilleure du monde, leurs efforts ne mènent plus automatiquement au succès. Le classement des 50 meilleurs restaurants du monde en 2019 en est la preuve. Seuls cinq restaurants français ont réussi à obtenir une place dans ce classement⁹. Ce n'est pas pour rien que Thierry Marx appelle à la solidarité des Français pour continuer à soutenir et à promouvoir les atouts de la gastronomie française, partie intégrante de

6 MARX, T. (2015), « Vive la gastronomie française et son rayonnement universel ! », édito auprès des résultats du sondage réalisé par ODOXA pour BADOIT, producteur des eaux pétillantes. URL : https://www.danoneaunaturel.fr/download/20150311_052822.pdf

7 LAGRAND, C. (2015), « La gastronomie française est-elle en danger? », dans le Journal de Dimanche, le 15.03.2015. URL <https://www.lejdd.fr/Style-de-vie/Gastronomie/La-gastronomie-francaise-est-elle-en-danger-722858>

8 CHATENIER, N. (2014), « La cuisine française perd de son influence », dans Le Monde, le 23.06.2014. URL : https://www.lemonde.fr/idees/article/2014/06/23/la-cuisine-francaise-perd-de-son-influence_4443512_3232.html

9 PONCHIN, S. (2019), « World Restaurant Awards : quel est le meilleur restaurant du monde ? », Internaute, le 19.02.2019. URL : <https://www.linternaute.com/sortir/sorties/resto/1039985-meilleur-restaurant-du-monde-2019-le-classement-un-palmes-etonnant/>

l'identité collective des Français, afin de ne pas perdre encore plus de terrain sur la scène gastronomique mondiale.

La notion d'identité collective est un concept qui a fait l'objet de nombreuses études en sciences humaines et sociales. Wittorski (2008) a décrit l'identité collective comme « une intention sociale, venant des groupes qui cherchent à revendiquer une place et à se faire reconnaître dans l'espace social »¹⁰. L'affection pour la gastronomie constitue une telle intention sociale qui fait partie de l'ensemble des éléments de culture par lequel les Français se définissent. Le repas gastronomique français, inscrit par l'UNESCO au patrimoine immatériel de l'humanité en 2010¹¹, suscite un fort sentiment de fierté auprès des Français, quelles que soient leurs positions sociales. En témoigne un sondage sur la vision française de la gastronomie réalisé en 2015¹² dans le cadre du mouvement soutenu par Thierry Marx. Les résultats ont relevé que 69% des Français placent la gastronomie en tête de liste des caractéristiques dont ils sont les plus fiers par rapport à d'autres caractéristiques souvent attribuées à la France, telles que les arts et les lettres (53%) et la haute couture (22%). 72% des Français ont indiqué qu'ils considèrent la gastronomie française comme l'une des meilleures au monde et 86% ont déclaré que la France devrait mieux défendre et mieux célébrer sa gastronomie.

Les Français sont donc fortement liés aux coutumes gastronomiques de leur pays. De manière générale, les personnes appartenant au même groupe social partagent au moins partiellement la même compréhension de leur entourage personnel. La mise en acte de leur identité détermine comment ils se comportent les uns envers les autres quand ils interagissent à l'intérieur d'un espace sociale spécifique (Dorais, 2004)¹³. Cela correspond au célèbre aphorisme « Dis-moi ce que tu manges, je te dirai qui tu es » (Brillat-Savarin, 1823)¹⁴, selon lequel le comportement alimentaire d'un individu définit l'essence de son identité personnelle¹⁵. Dans son appel, Thierry Marx a tenté de toucher le public français en évoquant une image collective de la gastronomie française. Cependant, l'image de ce qu'est exactement la « gastronomie française » n'est pas statique. Les aspects collectifs de l'identité personnelle, comme le patrimoine culturel d'un pays, sont constamment adaptés par les nouvelles générations qui lui donnent du sens en se basant sur leurs propres expériences. Quand les circonstances modifient leur rapport au monde, leur identité est sujette au changement. Cela signifie que l'identité n'est pas donnée une fois pour toute ; elle se construit plutôt à partir d'un caractère relationnel et résulte d'un processus qui dure toute une vie. Le concept d'identité thématise ainsi l'interrelation qu'un individu entretient avec son environnement social et la contribution de cet environnement à la perception du soi. Les individus étant de plus en plus influencés par l'émergence de cuisines et de gastronomies internationales dans le monde entier, les chefs français sont confrontés au défi de conserver une image collective claire des traditions gastronomiques françaises et de la diffuser de manière convaincante. Ambassadeurs de la gastronomie française, ils naviguent entre

10 WITTORSKI, R. (2008), « La notion d'identité collective », dans KADDOURI, M., LESPESSAILLES, C., MAILLEBOUIS, M. et VASCONCELLOS, M. (éd.), « La question identitaire dans le travail et la formation : contributions de la recherche, état des pratiques et étude bibliographique », p. 195-213. URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00798754/document>

11 UNESCO (2010), « Le repas gastronomique des Français ». URL : <https://ich.unesco.org/fr/RL/le-repas-gastronomique-des-francais-00437>

12 Sondage réalisé par ODOXA pour BADOIT (2015), « Le regard des Français sur leur gastronomie ». URL : <http://www.odoxa.fr/sondage/les-francais-et-leur-gastronomie>

13 DORAIS, L.-J. (2004), « La construction de l'identité », dans « Discours et constructions identitaires » (2004) sous la direction de DESHAIES D. et VINCENT, D., Les presses de l'université Laval, p. 1-4

14 BRILLAT-SAVARIN, J. A., (1823), « Psychologie du goût », Paris : A. Lemerre, 256 p.

15 ARBOIX-CALAS, F. (2014), « Dis-moi ce que tu manges... », Éducation et Socialisation, les Cahiers du CERFEE, No 36/2014. URL : <https://journals.openedition.org/edso/1002#tocto2n5>

tradition et modernité. S'ils veulent continuer à être compétitifs au niveau mondial, ils doivent innover. De même, ils considèrent qu'il est de leur devoir de préserver la gastronomie en tant que partie du patrimoine culturel français.

1.2 La gastronomie comme champ de forces et de luttes

Pour mieux comprendre l'interaction entre les dimensions individuelles et collectives, le micro et la macro, dans le domaine de la gastronomie, l'œuvre du sociologue français Pierre Bourdieu (1930-2002) offre un cadre de référence. Son modèle de la distinction (1979)¹⁶, qui incorpore les concepts de *champ*, *capital*, *habitus* et *stratégie*, permet de structurer l'espace de la bonne chère, des pratiques gastronomiques et des différentes positions de ses acteurs. Plusieurs chercheurs ont appliqué les dispositions de Bourdieu pour étudier les forces qui déterminent la position et l'influence des chefs étoilés dans l'espace social de la gastronomie (par exemple : Parker-Fergusson, Gomez et Bouty, Fantasia)¹⁷.

Bourdieu décrit une société à travers des *champs*. Un champ est « un microcosme social distinctif qui comporte ses propres pratiques, règles, formes d'autorité et normes d'évaluation caractéristiques »¹⁸. Pour Bourdieu, il ne s'agit pas seulement « d'un champ de forces mais aussi d'un champ de luttes »¹⁹. C'est un lieu de concurrence, où les individus occupent des positions concurrentielles les uns par rapport aux autres. Ceci ne sert pas à l'égalisation des chances, mais à la reproduction d'une distribution inégalitaire du capital²⁰.

Le but des individus, ou *agents* dans un champ, est d'augmenter leur statut social afin d'exercer de la dominance. Pour accroître son pouvoir, un agent peut détenir du *capital* sur différentes dimensions. Bourdieu identifie quatre catégories de capital dont les agents doivent disposer, à savoir économique, social, culturel et symbolique²¹. À côté du *capital économique*, des possessions matérielles, il y a d'autres éléments dont un agent peut profiter pour monter dans l'ascenseur social. Le réseau des relations qu'entretient un agent, le *capital social*, en est un exemple. Bourdieu définit le capital social

16 BOURDIEU, P. (1979), « La distinction : critique sociale du jugement », Paris : Éditions de Minuit, 670 p.

17 FERGUSON, P.P. (2015), « L'ostentation culinaire. Naissance du champ gastronomique », *Le Symbolique et le Social, La réception internationale de la pensée de Pierre Bourdieu* par DUBOIS, J., DURAND, WINKIN, Y., Presses universitaires de Liège, 2015, p. 97-106. URL : <https://books.openedition.org/pulg/2465>

GOMEZ, M.-L., BOUTY, I. (2009), « The Social Dimensions of Idea Work in Haute Cuisine: A Bourdieusian Perspective », HAL archives ouvertes. URL : [hal-00553515 https://hal-essec.archives-ouvertes.fr/hal-00553515](https://hal-essec.archives-ouvertes.fr/hal-00553515)

GOMEZ, M.-L., BOUTY, I. (2010), « Dishing up individual and collective dimensions in organizational knowing », *Management Learning* 41(5) 545–559. URL : <https://doi.org/10.1177/1350507610377584>

GOMEZ, M.-L., BOUTY, I. (2011) « The Emergence of an Influential Practice: Food for Thought » *Organization Studies* 32(7), p. 921–940. URL : <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0170840611407020>

FANTASIA, R. (2010) « Cooking the books' of the French gastronomic field », in *Cultural Analysis and Bourdieu's Legacy, Settling Accounts and Developing Alternatives* », Edited By Elizabeth Silva, Alan Ward, URL : <https://www.taylorfrancis.com.proxy.library.uu.nl/books/e/9780203878620>

18 BOURDIEU, P., WACQUANT, L (1992), « An invitation to reflexive sociology », Cambridge : Polity Press, p. 101-102

19 BOURDIEU, P. (2000), « Pascalian meditations », Cambridge : Polity Press, p. 244

20 BOYER, R. (2003), « L'anthropologie économique de Pierre Bourdieu », *Actes de la recherche en sciences sociales* 2003/5 (n° 150), p. 65 à 78. URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-actes-de-la-recherche-en-sciences-sociales-2003-5-page-65.htm>

21 BOURDIEU, P (1986), « The forms of capital », dans : RICHARDSON J. (1968), dans : *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Westport, CT: Greenwood, pp. 241–258. URL : <http://www.socialcapitalgateway.org/sites/socialcapitalgateway.org/files/data/paper/2016/10/18/rbasicsbourdieu1986-theformsofcapital.pdf>

comme « l'ensemble des ressources mobilisées à travers un réseau de relations plus ou moins étendu et plus ou moins mobilisable qui procure un avantage compétitif en assurant aux investissements des rendements plus élevés »²². Le *capital culturel* est essentiellement déterminé par le niveau du diplôme de l'agent mais contient également les connaissances, les capacités de langage, les bonnes manières, la maîtrise de techniques artistiques et l'expérience professionnelle dans le métier. Outre ces trois formes de base, Bourdieu distingue le *capital symbolique*, source cruciale de pouvoir. Prestige, statut et autorité sont des formes de capital symbolique, attributs qui en eux-mêmes ne veulent rien dire, mais qui reposent sur le fait que les autres autour d'un agent pensent qu'il possède cette forme de capital²³.

À côté de l'ensemble du capital dont un agent dispose, il y a un autre facteur qui détermine sa puissance et sa position relative aux autres agents. C'est son *habitus*, un concept important dans la théorie de Bourdieu qui peut être décrit comme « les dispositions durables de l'esprit et du corps »²⁴. L'*habitus* est la structure mentale qu'un agent développe et intériorise au cours de sa vie en interaction avec son environnement social. La façon dont l'*habitus* se développe, diffère selon le capital dont l'agent dispose, la classe sociale à laquelle il appartient, les valeurs propres à son groupe d'appartenance et sa place occupée dans l'espace social. C'est un processus qui se déroule partiellement sans en avoir conscience et qui détermine l'ensemble des dispositions, des croyances, des préférences et des actions de l'agent. L'*habitus* structure donc les comportements et la vision sur le monde de l'agent. Ce concept permet d'expliquer que des individus, appartenant à une même catégorie sociale et placés dans des mêmes conditions, aient des comportements, des goûts et une vision du monde similaire. Ils possèdent l'*habitus* spécifique de leur champ. Bourdieu parle de « structures structurées »²⁵, car l'individu agit en fonction de ses dispositions mentales, structurées comme résultat de son parcours d'apprentissage et influencées par son groupe d'appartenance. En retour, cette structure structurée de l'*habitus* mental va structurer l'individu davantage et le limiter dans sa liberté de mouvement. Ainsi, les positions des individus dans un champ déterminent leurs marges de manœuvres, une « structure structurante »²⁶. L'*habitus* contribue donc à la consolidation de la structure du champ. À l'inverse, le champ contribue à conditionner l'*habitus*. L'*habitus* et le champ sont alors étroitement liés. C'est une notion importante pour notre recherche, car nous analyserons les marges de manœuvre des chefs étoilés lors de l'introduction d'une nouvelle pratique dans le champ de la haute gastronomie en France.

1.3 Le champ gastronomique, un champ culturel des goûts

En résumé, Bourdieu a intégré l'agent et son *habitus* dans un champ avec des relations de pouvoir, à savoir la concurrence pour le capital économique, social, culturel et symbolique. Il a décrit plusieurs types de champs dans lesquels différentes formes de capital jouent un rôle plus ou moins important. Parmi ces champs, Bourdieu a distingué les champs culturels dans lesquels le capital économique est subordonné au capital culturel²⁷. Ce dernier constitue une source de pouvoir très rentable dans un champ culturel, car le capital culturel est à la base du discernement du goût des agents. Un jugement esthétique permet à l'individu de se distinguer des autres agents et des autres classes sociales. Les notions de Bourdieu sur la concurrence entre les goûts et le statut dans les champs culturels est

22 BOURDIEU, P. (2000), « Pascalian meditations », Cambridge : Polity Press, p. 237

23 WEBB et al. (2002), « Understanding Bourdieu », Allen & Unwin, p. XV-XVI

24 BOURDIEU, P. (2002), « Habitus », dans: HILLIER, J., ROOKSBY E. (2002), « Habitus : A Sense of Place », p. 17. Burlington, VT: Ashgate.

25 BOURDIEU, P. (1980), « Le sens pratique », Paris, Editions de Minuit, p. 88

26 Ibid. p. 88

27 BOURDIEU, P., JOHNSON, R. (1993), « The field of cultural production : essays on art and literature », Cambridge : Polity Press, 323 p.

URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/782124763>

particulièrement utile pour notre recherche. Le domaine de la haute gastronomie peut être considéré comme un tel champ culturel, où la concurrence est basée sur les goûts et le statut. Des hiérarchies se sont formées autour de la possession de certaines techniques et de différents styles artistiques, ce qui conduit les agents à rechercher constamment la sophistication comme moyen de se distinguer. Si d'autres agents jugent qu'un agent a suffisamment de capacités distinctives, le capital culturel se traduit par le capital symbolique : la reconnaissance professionnelle. Une augmentation du capital symbolique produit alors davantage de capital économique et social²⁸.

Les champs culturels ne sont pas homogènes. Les agents utilisent différentes stratégies pour gagner du pouvoir. Cela vaut également pour le champ gastronomique. D'un côté du spectre, les chefs étoilés se concentrent sur des considérations symboliques en mettant l'accent sur la qualité au lieu de la quantité. Ils s'identifient en collectant un capital culturel de grande valeur. Ils sont considérés comme des artistes recherchant la perfection. De l'autre côté du spectre se trouvent les restaurateurs qui gagnent en légitimité en donnant la priorité aux considérations économiques. Ils abandonnent la perfection et se concentrent sur la production culturelle à grande échelle (Stringfellow et al. 2013)²⁹. Dans le paragraphe suivant, les dimensions du champ culturel gastronomique sont expliquées plus en détail.

1.4 Visualisation du champ gastronomique

En 2011, Fabien Éloire a schématisé les positions des différents types de chefs dans le champ gastronomique, basé sur les principes de Bourdieu³⁰. Ses résultats proviennent d'une enquête de terrain réalisée en 2006 par un questionnaire en face à face avec environ trois cents restaurateurs de l'agglomération de Lille. Éloire a identifié les attributs des restaurateurs (âge, ancienneté, expérience, diplôme, etc.), les caractéristiques des établissements (taille, style de cuisine, prix pratiqués, nombre d'employés, etc.) et les relations sociales entre les restaurateurs (discussions économiques, partage d'informations intéressantes, etc.)³¹. À l'aide de ces données, il a étudié quelles corrélations significatives pourraient être établies. Les résultats sont présentés sous forme schématique dans le schéma 1 (p. 9). Dans le schéma qui représente la position des restaurateurs dans le champ de forces de la gastronomie³², trois formes de capital sont importants : économique, culinaire et gastronomique. De chacune de ces formes de capital, découle un autre statut et une autre manière de comportement des restaurateurs. Le capital économique est le plus grand atout pour ceux ou celles qui travaillent pour produire en grands volumes. Le capital culturel représente la possession des diplômes et de l'expérience dans le métier. Le capital gastronomique est mesuré par la « note de qualité » d'un établissement. Selon la répartition de ces types de capital, les agents dans le champ gastronomique ont un différent statut: ils peuvent se concentrer sur l'aspect économique de leur métier (ÉCO), sur la note de qualité (GASTRO), et sur leur savoir-faire technique et artistique (CULI)³³. Le statut des chefs étoilés est une combinaison entre GASTRO + CULI, une position sociale en haut à droite du schéma. Leur position est déterminée par la quantité de capital culinaire et de capital gastronomique qu'ils possèdent. Ce sont des « artistes » qui ressemblent aux « techniciens », qui sont situés en bas à droite

28 BOURDIEU, P., JOHNSON, R. (1993), « The field of cultural production : essays on art and literature », Cambridge : Polity Press, 323 p.

URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/782124763>

29 STRINGFELLOW, L., MACLAREN, A., MACLEAN, M., O'GORMAN, K. (2013), « Conceptualizing taste: Food, culture and celebrities », *Tourism Management* 37 (2013), p. 77 – 85. URL : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517713000046>

30 ÉLOIRE, F. (2011), « Capital social et concurrence de statut, le champ de la restauration commerciale », *Revue européenne des sciences sociales*, 49/2 2011, p. 7-41. URL : <https://journals.openedition.org/ress/959#ftn21>

31 Ibid. p. 19-20

32 Ibid. p. 24

33 Ibid. p. 25

du schéma. Cependant, les artistes ont plus d'expérience, au niveau national au lieu du niveau local. Ils ont du savoir-faire acquis dans des établissements haut de gamme, reconnu par les guides gastronomiques.

Éloire a démontré que les chefs CULI + GASTRO sont les plus investis au sein des réseaux sociaux³⁴. Pour eux, l'échange de ressources sociales est très important pour exercer de l'influence dans ce champ. Ils font beaucoup de « travail relationnel » pour défendre leur monopole et pour exclure la concurrence. Ainsi, ils « définissent les termes de leurs échanges » et créent un « système des ressources et des attentes qui peut être comprise comme une forme de capital social collectif »³⁵. C'est une découverte intéressante qui montre que la collaboration est un atout stratégique pour améliorer la position individuelle d'un chef CULI + GASTRO, le type de chef qui correspond avec les chefs étoilés qui sont les sujets de notre analyse. Derrière leur solidarité, en échangeant des ressources sociales pour défendre leur statut contre des groupes rivaux, se cache donc un intérêt non seulement collectif mais aussi individuel.

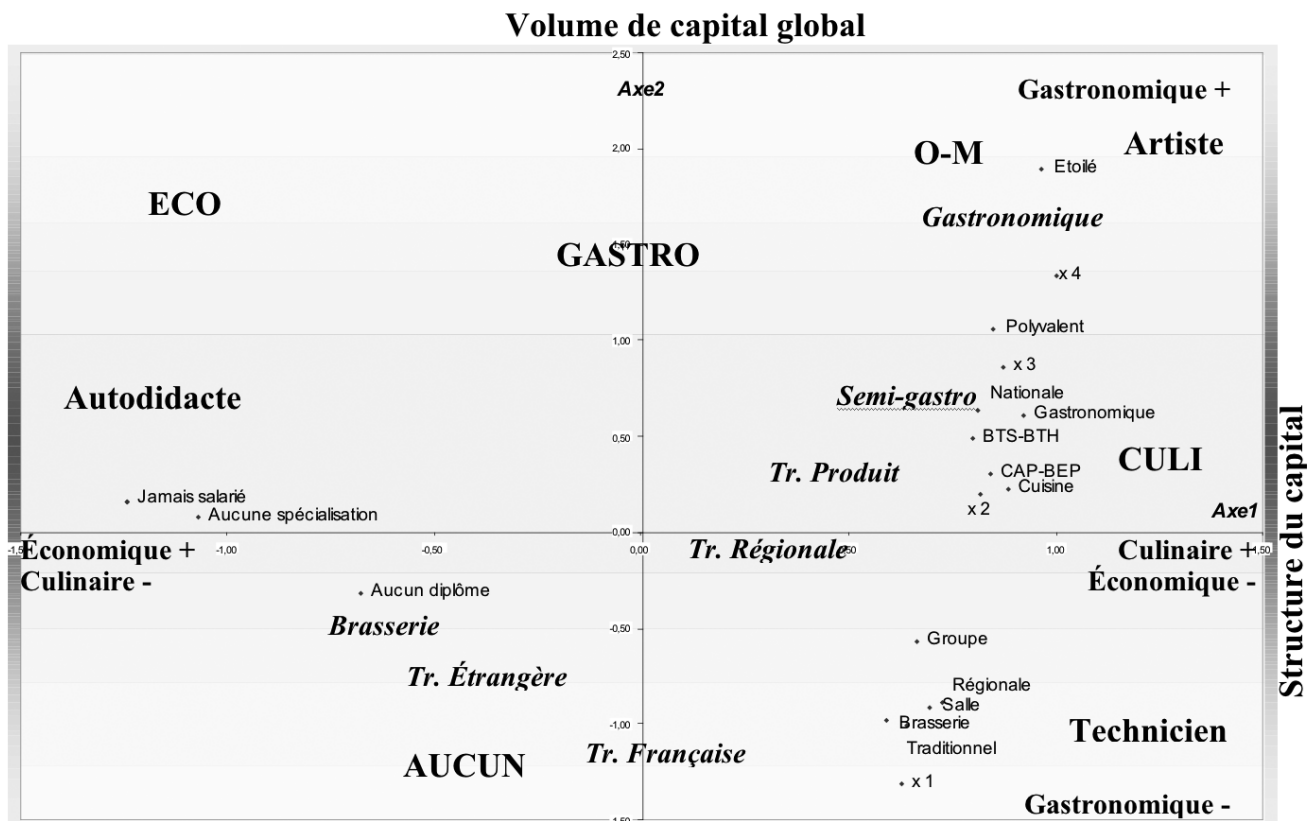


Schéma 1 : « Le champ gastronomique », Éloire (2011)

En ligne avec les déclarations de Bourdieu sur les caractéristiques des champs culturels, le schéma 1 dévoile que le capital économique n'est pas la forme de capital la plus importante pour les chefs étoilés. Selon Éloire, ces artistes font le choix stratégique de chercher de la qualité avec des ventes plus modestes. Les restaurateurs de l'autre côté du spectre, qui dépendent de la taille de leur

34 ELOIRE, F. (2011), « Capital social et concurrence de statut, le champ de la restauration commerciale », Revue européenne des sciences sociales, 49/2 2011. P. 29. URL : <https://journals.openedition.org/ress/959#ftn21>

35 Ibid. p. 29

restaurant et des parts de marché, sont d'autant plus sensibles à la concurrence. Ce type de chef a tendance à éviter les interactions avec d'autres restaurateurs³⁶. Il se trouve isolé, tandis que les chefs étoilés sont plus solidaires et construisent une niche sociale, définie par Éloire comme un « sous-ensemble des collègues-concurrents avec des relations durables d'une profonde densité ». Dans le schéma 2³⁷ (p. 10), les chefs étoilés se trouvent dans le bloc 1, la niche sociale la plus prestigieuse du champ gastronomique. Ensemble, ils font concurrence au bloc 2 où se trouvent les « aspirants » qui désirent obtenir plus de capital gastronomique.

Dans sa recherche, Éloire s'est concentré uniquement sur la concurrence entre restaurateurs lillois. Bien entendu, la situation est en réalité beaucoup plus complexe, car la concurrence ne se limite pas au marché local ou même français. Les chefs étoilés auront besoin les uns des autres pour conserver leur positionnement sur le marché mondial, où de nouveaux chefs étoilés s'associent et s'engagent dans la lutte de pouvoir.

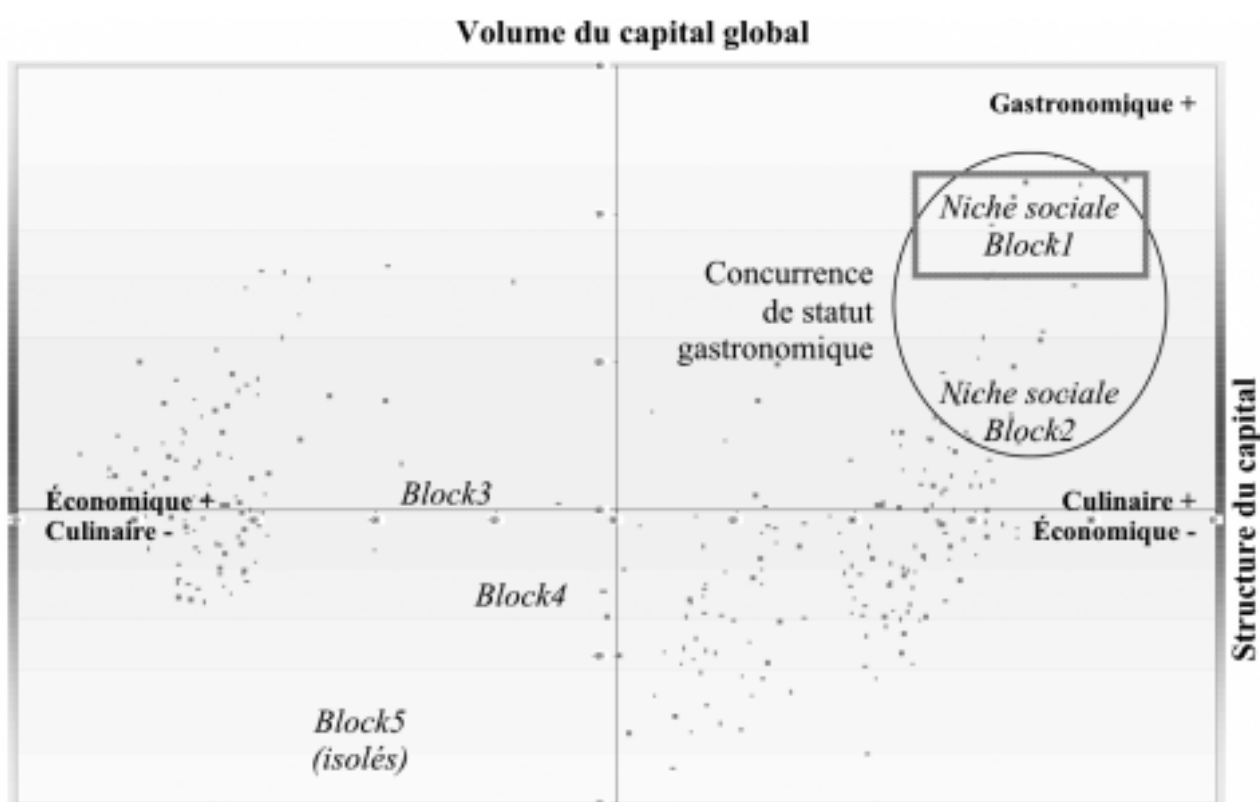


Schéma 2 : « Hiérarchie des niches sociales du réseau d'informations au sein du champ de la restauration lilloise », Éloire (2011)

1.5 Stratégies de succès pour les chefs étoilés : obtenir du capital social et culturel

Pour renforcer leur position individuelle, l'une des stratégies utilisées par les chefs étoilés consiste donc à mettre en place des structures collectives. Il est important qu'ils investissent dans le capital social pour défendre leur niche sociale contre des groupes concurrents. Un capital social fort présente

36 ELOIRE, F. (2011), « Capital social et concurrence de statut, le champ de la restauration commerciale », Revue européenne des sciences sociales, 49/2 2011. P. 31. URL : <https://journals.openedition.org/ress/959#ftn21>

37 Ibid. p. 33

un autre avantage: il leur permet de mettre en valeur leurs compétences personnelles distinctives et d'accélérer l'acquisition de reconnaissance professionnelle. Pour développer ces compétences distinctives, un capital culturel fort est indispensable en plus du capital social. Ceci a été approfondi par Marie-Léandre Gomez et Isabelle Bouty (2011) qui, dans une étude longitudinale de cas, ont suivi le chef triplement étoilé Alain Passard entre 1997 et 2007³⁸. En 2000, Passard a introduit les légumes en tant qu'ingrédient gastronomique dans son restaurant l'Arpège à Paris. Jusque-là, les légumes n'étaient considérés que comme un plat d'accompagnement dans le champ gastronomique. Passard a pris un risque en introduisant un nouvel ingrédient principal, car il s'écartait des règles en vigueur dans son champ. L'image sobre et peu attractive des légumes jusque-là aurait pu rebuter les clients, certainement parce qu'ils continuaient à payer le même prix élevé. Sa déviation par rapport à la norme lui a néanmoins porté du succès. Gomez et Bouty ont mesuré l'influence de Passard sur le comportement d'autres chefs étoilés en comparant les Guides Michelin de 1997, 2001 et 2007. Puis, elles ont comparé le type de plats signatures de tous les restaurants étoilés dans ces trois éditions, ainsi que la position occupée par les légumes dans le titre des plats par rapport aux autres ingrédients. Les résultats ont montré une forte croissance de l'utilisation de légumes comme ingrédients gastronomiques depuis que Passard les a introduits en tant que tels.

Selon Gomez et Bouty, le succès de Passard est le résultat de plusieurs facteurs. Premièrement, il a appris à cuisiner dès son plus jeune âge et a été formé dans les meilleurs restaurants par les meilleurs chefs. Ce capital culturel lui a permis de maîtriser des techniques de cuisson particulières, à innover et à être créatif. Son capital social lui a permis de véhiculer ses idées, surtout à l'aide des médias. Parallèlement à sa profonde compréhension des règles du terrain et à sa préférence personnelle pour les légumes, son capital social et culturel lui ont permis de se comporter d'une telle manière et d'appliquer une telle stratégie que les légumes ont acquis un statut élevé dans la haute gastronomie. En résumant, considéré comme chef des légumes, il a su influencer le domaine grâce à son capital social, tout en renforçant son statut de spécialiste grâce à son capital culturel. Cette connaissance approfondie des règles applicables dans le domaine de la gastronomie lui a permis de préserver sa capitale symbolique, les 3 étoiles Michelin.

Si un agent veut accumuler du capital symbolique dans un champ culturel, l'introduction d'une nouvelle esthétique est un moyen classique pour obtenir de la reconnaissance professionnelle. Deux aspects sont importants si un chef veut être reconnu par des critères gastronomiques. Tout d'abord, il faut adopter des pratiques singulières, ensuite, il faut obtenir la reconnaissance de la singularité de ces pratiques. Ceci est particulièrement utile pour les débutants dans le champ. En imposant leur propre vision et esthétique, ces chefs peuvent ainsi disqualifier la vision portée par l'ordre établi. Ce processus implique un investissement de la part du chef, et signifie « un travail de construction » et « une mise en scène » du nouveau produit (Naulin 2015)³⁹. Comme nous avons vu dans le cas d'Alain Passard, le capital social et culturel sont des manières de « compter dans le paysage ». Naulin mentionne divers facteurs qui y contribuent : « un bon réseau social, collaboration avec d'autres agents, l'écriture de livres gastronomiques, la tenue d'un blog et « la réalisation de coups médiatiques » »⁴⁰.

38 GOMEZ, M.-L., BOUTY, I. (2011), « The Emergence of an Influential Practice: Food for Thought », *Organization Studies*, 32(7) 921–940, URL : <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0170840611407020?journalCode=ossa>

39 NAULIN, S. (2015), « Se faire un nom. Les ressorts de la singularisation des critiques gastronomiques, *Sociologie du Travail* », Vol. 57 - n° 3, p. 324. URL : <https://journals.openedition.org/sdt/1537>

40 Ibid p. 325

1.6 Préserver ou violer les codes du champ

Introduire une nouvelle pratique dans un champ culturel n'est pas sans risque, car les changements stratégiques sont codés et évalués par des observateurs externes tels que les critiques journalistiques (Durand et al. 2007)⁴¹. Le champ de la haute gastronomie, cependant, incite les individus à prendre des positions visibles à cause de la concurrence entre les chefs étoilés (Bouty et Gomez, 2010). Les agents dans ce champ qui désirent se distinguer et ainsi dominer, peuvent opter pour des changements qui préservent ou qui violent les codes en vigueur. Une modification conforme aux règles de conduite qui sont représentatives, préserve les codes sociaux. Ce type de changements est susceptible d'être récompensé par des critiques, car l'agent montre qu'il protège la légitimité du champ. En revanche, un agent qui viole les codes sociaux risque d'être défavorisé par les évaluateurs externes. Au moment où les règles de conduite ne sont pas respectées, l'agent menace la légitimité des pratiques existantes et impose des coûts de coordination à son environnement social⁴².

Naulin (2015) distingue les « prétendants » et les « établis » dans le champ gastronomique⁴³. Si ces prétendants (comparables aux « aspirants » d'Éloire⁴⁴) désirent transformer l'esthétique dominante et donc violer les codes, il est sage de former des alliances avec des chefs cuisiniers occupant à peu près la même position dans le champ. Les critiques gastronomiques peuvent jouer un rôle de liaison entre les prétendants et les établis.

En résumé, si les chefs étoilés veulent augmenter leur capital symbolique, ils doivent d'abord disposer d'un capital culturel distinctif suffisant et d'un réseau social fort. Pour acquérir plus d'influence et pour se faire connaître, l'introduction d'une nouvelle pratique peut avoir une influence positive, à condition de ne pas trop s'écarter des règles sociales en vigueur. Si les chefs s'allient, en formant un partenariat avec d'autres chefs qui partagent les mêmes idées, ceci constitue également un avantage pour gagner de la reconnaissance professionnelle. Cependant, former des alliances ou des groupes de coopération ne suffit pas; des reconnaissances et l'appui de la part de journalistes, critiques et d'autres chefs d'un statut important sont également nécessaires. « La singularisation par constitution d'une nouvelle esthétique », ainsi conclut Naulin, « repose donc sur un équilibre fragile entre promotion d'une nouveauté visant à reconfigurer les rapports de force, intéressement d'une partie des dominants pour bénéficier de leur pouvoir de légitimation, et jeu avec les hiérarchies existantes »⁴⁵.

41 DURAND, R., RAO, H., MONIN P. (2007), « Code and conduct in French cuisine: impact of code changes on external evaluations », Strategic Management Journal 28(5), p. 455-472. URL : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.583>

42 Ibid. p. 457

43 NAULIN, S. (2015), « Se faire un nom. Les ressorts de la singularisation des critiques gastronomiques, Sociologie du Travail », Vol. 57 - n° 3, p. 329. URL : <https://journals.openedition.org/sdt/1537>

44 Pour une explication du terme « aspirants » : paragraphe 1.4, p. 10 de ce mémoire

45 NAULIN, S. (2015), « Se faire un nom. Les ressorts de la singularisation des critiques gastronomiques, Sociologie du Travail », Vol. 57 - n° 3, p. 330. URL : <https://journals.openedition.org/sdt/1537>

Chapitre 2 La construction du champ gastronomique

Selon Bourdieu, les champs culturels sont des constructions sociales résultant d'interactions entre des agents, leur capital, leur habitus et le champ dans lequel ils opèrent. Dans ce chapitre, nous décrivons comment le champ culturel de la haute gastronomie a émergé dans la société française et s'est développé en un microcosme autonome, fortement codé et structuré autour des sentiments de supériorité de la nation française. Cette information nous permet de comprendre à quel point la tradition gastronomique est ancrée dans la collectivité des Français, mais aussi dans le comportement individuel des chefs étoilés. Nous décrivons les principaux agents qui ont dominé le discours gastronomique dans la lutte pour une meilleure position dans le champ aux XIXe et XXe siècles : les chefs d'élite, les critiques gastronomiques et les médias. Ils ont codifié le champ de la haute cuisine de telle manière que les règles, valeurs et coutumes qu'ils ont répandues continuent d'influencer l'habitus des chefs étoilés contemporains.

2.1 La libération des cuisiniers de l'Ancien Régime par la Révolution française

Quiconque souhaite savoir comment la cuisine française en France a évolué au cours de l'histoire ne peut ignorer Priscilla Parkhurst-Ferguson (1940 - 2018). En tant que professeur de sociologie et de la littérature française, elle a dédié une grande partie de son œuvre scientifique à ce sujet. Dans l'article *A Cultural Field in the Making : Gastronomy in 19th Century France* (1998)⁴⁶, Ferguson a constaté que le modèle de la distinction de Bourdieu est fructueux pour l'analyse du champ gastronomique français, car ce modèle rend justice à sa complexité⁴⁷. Selon elle, le champ de la haute gastronomie a vu le jour grâce à de nombreuses formes de participation culturelle de la part d'un large éventail de personnes, d'institutions et d'idées qui, ensemble, forment sa base⁴⁸. La gastronomie en tant qu'un univers social particulier doté d'institutions sociales particulières et obéissant à des lois spécifiques, a été instituée au début du XIXe siècle en France. C'est à ce moment-là que les arts culinaires se sont déplacés dans l'espace public et ont acquis une conscience publique qui justifie l'identification en tant que « champ gastronomique »⁴⁹.

À partir du XVIIe siècle, les cuisines européennes se sont éloignées dans des directions distinctes. Sous l'Ancien Régime en France, particulièrement pendant le règne de Louis XIV, les repas étaient des spectacles organisés, pleins d'extravagance, selon une stricte hiérarchie. Ces banquets d'élite ont servi à souligner la puissance et le prestige royal. Au cours de cette période, le statut des chefs dans les milieux aristocratiques est passé d'artisan à artistique. Mais aux XVIIe et XVIIIe siècles, leur art culinaire n'était pas encore considéré comme « français » car il était associé à la Cour et non pas à la nation tout entière⁵⁰. Ferguson a considéré la Révolution française de 1789 comme catalyseur de la transformation de la haute cuisine de l'Ancien Régime, liée à la Cour et à l'aristocratie, en cuisine nationale⁵¹. La Révolution, qui a provoqué la chute de l'aristocratie, a créé de nouvelles conditions sociales et culturelles pour les chefs d'élite. Cela leur a permis de se libérer des restrictions de l'Ancien Régime et d'ouvrir leurs propres restaurants à Paris. Ils se sont trouvés dans une position idéale pour travailler avec le modèle aristocratique d'une célèbre cuisine culinaire de haute qualité. Alors qu'il n'y avait pas plus de 100 restaurants à Paris à la fin du XVIIIe siècle, il y en avait déjà 3000 dans les années

46 FERGUSON, P.P. (1998), « A Cultural Field in the Making: Gastronomy in 19th-Century France », *American Journal of Sociology*, Vol. 104, No. 3, 597-641. URL : https://www-jstor-org.proxy.library.uu.nl/stable/10.1086/210082?seq=1#metadata_info_tab_contents

47 Ibid. p. 597-598

48 Ibid. p. 597-598

49 Ibid. p. 599

50 Ibid. p. 601

51 Ibid. p. 604

1820⁵². La population parisienne a doublé entre 1800 et 1850, ce qui a stimulé ce développement. Les nouveaux restaurants offraient un affichage idéal du statut social des nouveaux enrichis. En y mangeant, l'élite de la société a pu élever son statut social. C'étaient des espaces publics dans lesquels les classes supérieures se présentaient, socialisaient et dépensaient leurs nouvelles richesses.

Dans l'intimité de leurs restaurants publics qui ont « ancré le champ de la haute gastronomie dans une base institutionnelle fixe »⁵³, les chefs ont pu mettre leurs talents culinaires au service d'un tout nouveau groupe de clients : la bourgeoisie moyenne et supérieure. C'est ainsi que la pratique de la haute gastronomie française, dans une forme modernisée et adaptée, s'est établie dans la capitale. Le terme même de gastronomie, émergé pour la première fois dans la langue française en 1801 dans un poème de Berchoux⁵⁴, est dérivé de gastro (estomac) et nomos (loi) et illustre l'importance de la régularisation dans cette nouvelle construction culinaire⁵⁵. Le terme a été accepté par l'Académie Française en 1835 et défini comme « l'art de bien manger »⁵⁶.

2.2 Codification et nationalisation de la gastronomie grâce au discours culinaire du XIXe siècle

La montée des restaurants de luxe à Paris au début du XIXe siècle, initiée par des chefs d'élite qui ont adapté leurs compétences culinaires de l'Ancien Régime au goût et aux souhaits de la bourgeoisie, était la première étape importante dans la création du champ gastronomique tel que nous le connaissons aujourd'hui. La deuxième étape consistait à codifier les arts culinaires dans des textes. Dans son livre *Accounting for Taste: the triumph of French cuisine* (2004), Ferguson a profondément élaboré l'idée que le discours culinaire aux XIXe et XXe siècles a « amplifié, magnifié, glorifié et diffusé »⁵⁷ la position centrale occupée par la gastronomie française dans le monde occidental, ainsi que son prestige et son autorité. Selon elle, la gastronomie en France est enracinée dans des discours intellectuels liés à l'acte de consommation. Ces discours culinaires approfondis en France ont émergé dans la première moitié du XIXe siècle quand les chefs cuisiniers ont formalisé la cuisine française en codifiant leurs connaissances en nouvelles normes culinaires. Les conditions économiques dans lesquelles se trouvaient les chefs étaient simplement favorables. Le marché de l'édition et du journalisme était en plein essor, permettant à leurs livres de cuisine d'être rapidement distribués et rendus populaires. De cette manière, la textualisation de la cuisine en savoir-faire intellectuel et symbolique se trouve à l'origine du statut emblématique de la gastronomie dans la culture française. Les discours écrits ont permis de sauvegarder le transfert culturel des principes et des règles de la gastronomie de génération en génération et de les utiliser à des fins éducatives. La transmission des

52 FERGUSON, P.P. (1998), « A Cultural Field in the Making: Gastronomy in 19th-Century France », *American Journal of Sociology*, Vol. 104, No. 3, p. 604. URL : https://www-jstor-org.proxy.library.uu.nl/stable/10.1086/210082?seq=1#metadata_info_tab_contents

53 Ibid. p. 607

54 DE BERCHOUX, J. (1805), « La gastronomie : poème; suivi des poésies fugitives de l'auteur », Paris : Chez Giguet et Michaud, 1805 (an XIII), 266 p.

55 FERGUSON P.P. (1998), « A Cultural Field in the Making: Gastronomy in 19th-Century France », *American Journal of Sociology*, Vol. 104, No. 3, p. 624. URL : https://www-jstor-org.proxy.library.uu.nl/stable/10.1086/210082?seq=1#metadata_info_tab_contents

56 JOHNSON, C., SURLEMONT, B., NICOD, P., RECAZ, F. (2005), « Behind the starts, a consise typology of Michelin restaurants in Europe », *Cornell Hotel and Restaurant Quarterly*, Vol. 46, no. 5, p 170. URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/5723468908>

57 FERGUSON, P. P. (2004), « Accounting for Taste : The Triumph of French Cuisine », Chicago: University of Chicago Press, p. 19. URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/527706266>

connaissances techniques est allée de pair avec la création d'un mythe culinaire qui est toujours maintenu par les chefs contemporains⁵⁸.

La naissance du journalisme gastronomique a renforcé cette idéologie nationaliste⁵⁹ et a rendu la gastronomie française légendaire. Les critiques culinaires ont pénétré le marché de l'édition et du journalisme en pleine expansion. L'introduction du premier guide gastronomique est attribuée à Alexandre Balthazar Grimod de la Reynière (1758-1838). Dans son *Manuel des Amphitryons* en 1808, « il a donné des instructions détaillées aux hôtes et à leurs invités, en traduisant la culture culinaire aristocratique de l'Ancien Régime à l'intention des consommateurs du nouveau monde de la gastronomie »⁶⁰. La publication annuelle de son *Almanach des Gourmands* entre 1803-1812 a stimulé la concurrence entre les restaurants dans un espace culturel de plus en plus concurrentiel. Dans une période de maturation et de perfectionnement pour les restaurants ambitieux, Grimod de la Reynière les a placés dans le domaine public. Il a mis en place un système de jugement public sur les capacités gastronomiques des chefs cuisiniers, en incitant à affiner leurs capacités et à se distinguer. Des critiques favorables sont ainsi devenues indispensables à la réputation, donc à la survie, de leurs restaurants⁶¹.

Un deuxième journaliste gastronomique qui mérite d'être nommé est Anthelme Brillat-Savarin (1755-1826), qui a transformé l'acte de manger en plaisir, en moment de bonheur. En plus de son travail de juge, il a mis vingt ans pour terminer son célèbre *Physiologie du goût*, publié en 1826. Ce chef-d'œuvre constitue la base du code culinaire français. Ses méditations sur le goût, l'art de cuisiner et l'esthétique de manger ont souligné les relations sociales de l'homme avec la nourriture en analysant le « plaisir de la table »⁶². Brillat-Savarin a décrit que manger d'une manière gastronomique est une activité mentale des sens, avec une sensualité raffinée qui demande de l'intelligence : « les animaux se repaissent, l'homme mange, l'homme d'esprit seul sait manger »⁶³.

Les romanciers du XIXe siècle ont également contribué à étendre le mythe de la gastronomie française. Selon Becker (2017), « les romanciers reprennent, dans de nombreuses scènes de repas, les topoï utilisés par les gastronomes »⁶⁴ en renforçant « la création de ce mythe culinaire, célébré en France et exporté avec succès à l'étranger »⁶⁵. Becker nomme Balzac, Baudelaire, Flaubert, Hugo, Zola et Maupassant comme des romanciers influents. Leurs œuvres littéraires ont intensifié le discours culinaire sur l'art de la bonne chère.

2.3 La nationalisation des cuisines régionales et la création d'une identité collective

Au cours du XIXe siècle, grâce au développement de la presse écrite, la nouvelle pratique sociale de la gastronomie et la sophistication de la cuisine parisienne se sont rapidement répandues dans toute la France et même au-delà. Entre 1860 et 1900, de plus en plus de revues gastronomiques et de

58 Dans le chapitre 5 de ce mémoire (p. 49-59), nous analysons la manière dont treize chefs se présentent dans le Guide Michelin 2019 et sur leurs sites Internet. L'analyse montre que les chefs soutiennent le mythe gastronomique activement.

59 FERGUSON, P.P. (2015), « Identité et culture : la gastronomie en France », *Revue de la BNF* 2015/1 (n° 49), p. 12, <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-de-la-bibliotheque-nationale-de-france-2015-1-page-12.htm>

60 FERGUSON, P. P. (2004), « Accounting for Taste : The Triumph of French Cuisine », Chicago: University of Chicago Press, p. 88

61 FERGUSON, P.P. (2015), « Médiatiser la France culinaire : identité, institutions, idéologie, *Le Temps des médias* », n° 24, p.13-25. URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-le-temps-des-medias-2015-1-page-13.htm>

62 FERGUSON, P. P. (2004), « Accounting for Taste : The Triumph of French Cuisine », Chicago: University of Chicago Press », p. 97

63 FERGUSON, P.P. (1998) « A cultural field in the making: gastronomy in nineteenth century France », dans « *French Food: On the Table, On the Page, and in French Culture* » de SCHEHR, L., WEISS A. (2001), p. 23

64 BECKER K. (2017), « *Gastronomie et littérature en France au XIXe siècle* », Orléans : Éditions Paradigme, p. 17

65 Ibid. p. 29

chroniques culinaires ont été publiées⁶⁶. Les codes et les normes diffusés par les journalistes étaient parisiens, car la capitale incarnait le raffinement, le luxe et la complexité de préparation qui était caractéristique à la bourgeoisie⁶⁷. Les voyages des chefs d'élite ont également permis de diffuser la connaissance du patrimoine culinaire entre régions et pays. Au cours de leurs voyages en France, les chefs de la grande ville se sont familiarisés avec les produits locaux qu'ils ont ramenés dans la capitale pour leur donner un statut national.

Dans le discours national sur la gastronomie, la cuisine variée des régions françaises a été activement promue. Cependant, cela s'est passé en supposant que la cuisine régionale faisait partie d'un ensemble plus vaste. Il y avait une interaction complexe entre Paris, en tant que centre culturel, et la périphérie. La centralisation incessante des activités économiques, politiques et culturelles en France a renforcé la domination de la capitale, avec comme résultat une symbiose culinaire de la partie provinciale et de l'ensemble national. Cette pollinisation croisée a nourri la construction culturelle de la « francité » de la gastronomie et un sens évolutif de la nation⁶⁸. Après la défaite de 1870, l'Allemagne a occupé l'Alsace et une partie de la Lorraine, deux provinces cédées par les Français. Ces troubles politiques ont rendu la gastronomie encore plus importante en tant que symbole de l'unité et supériorité de la nation elle-même⁶⁹. De ce fait, les produits et les plats locaux ont commencé à créer un sentiment de fierté parmi tous les Français. Ce sentiment s'est ensuite transmis de génération en génération. La cuisine française en tant qu'instrument du nationalisme est, selon Ferguson, très efficace parce qu'elle fait partie de la vie quotidienne. Sa banalité confère à la cuisine un avantage considérable sur les produits culturels qui nécessitent une direction idéologique plus consciente de soi⁷⁰. La nationalisation de la cuisine régionale a donné aux Français « un moyen d'imaginer leur pays comme une communauté réunissant des producteurs et des consommateurs géographiquement dispersés, stratifiés socialement et politiquement divisés »⁷¹. Elle est ainsi devenue une composante importante pour la reconstruction d'un pays divisé en créant une identité collective⁷².

2.4 Chefs d'élite extraordinaires : Marie-Antoine Carême et George Auguste Escoffier

Deux grands chefs d'élite en particulier ont contribué à l'établissement du champ de la haute gastronomie. Le chef le plus célèbre du XIXe siècle qui a contribué grandement à la codification, à l'intellectualisation et à la préservation des savoirs gastronomiques est sans doute Marie-Antoine Carême (1784 –1833). Il a été le premier chef qui a voulu systématiser les principes de la nouvelle forme de cuisine d'élite qui a émergé après la Révolution française. Son maître d'œuvre *L'art de la cuisine française au XIXe siècle : traité élémentaire et pratique* (1833)⁷³ a amené la gastronomie française sur la voie de la démocratisation et de la nationalisation. Ferguson y a consacré un chapitre entier dans son livre⁷⁴ et juge que Carême peut être considéré comme l'inventeur de la cuisine

66 NAULIN, S., (2015), « Les médias et la constitution d'un « monde de la gastronomie » (1870-1940) », *Le Temps des médias* 2015/1 (n° 24), p. 27. URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-le-temps-des-medias-2015-1-page-26.htm>

67 FERGUSON, P. P. (2004), « Accounting for Taste : The Triumph of French Cuisine ». Chicago: University of Chicago Press, chapitre 4 : « Nostalgia, country cooking », p. 121-131

68 FERGUSON, P. P. (2004), « Accounting for Taste : The Triumph of French Cuisine ». Chicago: University of Chicago Press, p. 127

69 Ibid. p. 122

70 Ibid p. 81

71 Ibid. p. 81

72 Ibid. p. 82

73 CARÊME, M-A. (1833), « L'art de la cuisine française au XIXe siècle: traité élémentaire et pratique », Paris, Éditeur : l'auteur, Bibliothèque nationale de France, département Réserve des livres rares, V-26908, URL : <https://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb30423982v>.

74 FERGUSON, P. P. (2004), « Accounting for Taste : The Triumph of French Cuisine », Chicago: University of Chicago Press , chapitre 2, p.

49 - 82

française moderne parce que pour la toute première fois dans l'histoire française, il a mis en place un système culinaire complet en une structure cohérente⁷⁵.

En ce qui concerne la démocratisation de la gastronomie, Carême a bien compris qu'il avait besoin de réorienter les pratiques culinaires de la cuisine vers un marché moderne en pleine expansion. C'est la raison pour laquelle il a redéfini la cuisine aristocratique de l'Ancien Régime en formulant des règles, des normes et des valeurs compréhensives pour un public bourgeois de plus en plus hétérogène, au-delà du monde des élites parisiennes. Carême a rapproché la gastronomie aristocratique et populaire, non seulement en s'inspirant des plats de la haute cuisine de l'Ancien Régime, mais également en choisissant des plats de cuisines régionales qui méritaient d'être inclus dans la cuisine nationale française. Cependant, le luxe et la sophistication sont restés des valeurs dominantes dans le champ de la haute gastronomie. La bourgeoisie et les élites intellectuelles et artistiques désiraient se distinguer du peuple en montrant leur bon goût. Pour répondre à ce souhait, Carême et d'autres chefs d'élite au cours du XIXe siècle ont adapté le vocabulaire autour de leur cuisine. Christian Barrère, professeur des sciences économiques, sociales et de gestion affirme que « les biens de goût aristocratiques et les biens de goût populaires étaient totalement disjoints et différents »⁷⁶. Selon lui, « le paradigme du goût et du luxe aristocratique tournait autour de l'idée que le bon goût est spécifique aux grands et ainsi que les biens de luxe devaient leur être réservés ; le peuple ne saurait les apprécier, ce serait 'donner de la confiture aux cochons'. Le vocabulaire du luxe aristocratique exprime encore cette relation : la haute couture, la grande cuisine, les grands vins »⁷⁷.

Le système culinaire de Carême a non seulement rationalisé la cuisine, mais il l'a nationalisée et lui a donné une forte identité française⁷⁸. Son discours culinaire insiste sur le lien intime et indissociable entre la cuisine et le pays. Ferguson a jugé que « la nationalisation de la gastronomie française a pris forme grâce au fait que Carême a construit son modèle culinaire autour d'un lexique de termes techniques français qui, comme le traducteur anglais de son travail l'a indiqué en 1836, s'est révélé intraduisible⁷⁹. Il en va de même pour les noms géographiques et historiques qu'il a donné à ses plats, comme « à la française, à la Corneille, à l'amiral de Rigny, à la Périgord, à la princesse, au chasseur, à la Régence et à la royale »⁸⁰. De cette façon, il a glorifié la nation française. Une citation de son livre *Cuisinier parisien* (1828) fait preuve de son fort sentiment de nationalisme culinaire: « La France est la mère patrie des Amphitryons ; sa cuisine et ses vins font le triomphe de la gastronomie. C'est le seul pays du monde pour la bonne chère ; les étrangers ont la conviction de ces vérités »⁸¹. Le système linguistique, qui a véhiculé l'art de la cuisine française dans toute l'Europe, est resté typiquement français depuis.

Le XXe siècle a été inauguré avec les idées du chef Georges Auguste Escoffier (1846-1935). Il est considéré comme le chef le plus influent après Carême en ce qui concerne la codification du champ de la haute gastronomie⁸². Escoffier, chef dans la prestigieuse chaîne hôtelière Le Ritz, a renouvelé le

75 FERGUSON, P. P. (2004), « Accounting for Taste : The Triumph of French Cuisine », Chicago: University of Chicago Press , p. 69

76 BARRÈRE, C. (2013), « Patrimoines gastronomiques et développement local : les limites du modèle français de gastronomie élitiste », *Mondes du Tourisme* 7, 2013, p. 21. URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/178>

77 Ibid. p. 21

78 FERGUSON, P. P. (2004), « Accounting for Taste : The Triumph of French Cuisine », Chicago: University of Chicago Press », p. 81

79 Ibid. p. 71 - 72

80 FERGUSON, P.P. (2003), « Writing Out of the Kitchen: Carême and the Invention of French Cuisine », *Gastronomica*, Vol. 3, No. 3, p. 47. URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/5887557815>

81 DROUARD, A. (2011), « Le mythe gastronomique français », *Commentaire*, Vol.135, No. (20110901): 845, p. 51. URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/7293770233>

82 FERGUSON, P. P. (2004), « Accounting for Taste : The Triumph of French Cuisine », Chicago: University of Chicago Press », p. 145

système gastronomique de Carême. Il a respecté ses principes traditionnels, mais il a éloigné la gastronomie des excès de la grande cuisine, ce qui a facilité la cuisine française moderne. Rao (2003) a décrit son *Guide Culinaire* (1903) de manière suivante : « If Carêmes books constituted the Old Testament, Escoffiers *Guide Culinaire*, first published in 1903, was the New Testament that formed the body of what came to be known as classical cuisine and remains a central text in the training of professional cooks, even to the present day »⁸³. Les mérites d'Escoffier sont importants : il a simplifié l'art de la cuisine, il a mis au point le premier menu à la carte, il a fondé une organisation professionnelle de la cuisine, et il a mis l'accent sur l'utilisation des aliments de saison. Escoffier est toujours honoré et respecté. Les Disciples d'Escoffier, une association pour « la transmission, la culture et la modernité de la Cuisine »⁸⁴ a plus de 30.000 membres dans le monde entier⁸⁵. Quand un nouveau disciple est inauguré, il doit s'engager en citant la phrase suivante : « Je fais le serment de transmettre, de servir, et d'honorer la Cuisine, sa culture et son évolution permanente »⁸⁶.

De nos jours, l'éducation culinaire trouve son origine dans le *Guide Culinaire* d'Escoffier. Dans la méthode de formation qu'il a prescrite, Escoffier a promu le modèle de l'apprenti-chef. L'effet de ce type d'éducation culinaire traditionnelle est généralement positif⁸⁷, selon Deutsch (2013), professeur d'arts culinaires et de sciences de l'alimentation. Deutsch a affirmé que la méthode de formation d'Escoffier est toujours d'actualité dans beaucoup d'écoles de cuisine professionnelles. Les apprentis y apprennent que le chef est l'autorité absolue dans la cuisine. Conformément à cette autorité, l'éducation est principalement basée sur la réplique de plats et de techniques⁸⁸. Les apprentis sont respectueux envers le chef, suivent ses ordres et espèrent pouvoir un jour devenir un chef eux-mêmes. Cependant, Deutsch a signalé un problème : « Le modèle d'apprentissage d'Escoffier produit des techniciens qualifiés, capables de reproduire un menu avec efficacité et cohérence, mais qui ont du mal à s'adapter lorsque des imprévus se produisent »⁸⁹. Lorsqu'il y a des écarts par rapport au résultat attendu des recettes, ceci est considéré comme un échec et la recette doit être refaite. « Du point de vue du chef, il s'agit d'une pratique exemplaire »⁹⁰, a déclaré Deutsch, « les clients s'attendent à une qualité constante »⁹¹. Deutsch a cité la cheffe Julia Child⁹², qui a déclaré : « The only real stumbling block is fear of failure. In cooking you've got to have a what-the-hell attitude »⁹³. Cette attitude, ainsi que la possibilité de commettre des erreurs, font largement défaut dans l'éducation culinaire traditionnelle⁹⁴. Les modèles traditionnels d'éducation, tels que celui d'Escoffier, dévalorisent

83 RAO, H., MONIN, P., DURANT, P. (2003), « Institutional Change in Toque Ville: Nouvelle Cuisine as an Identity Movement in French Gastronomy », the University of Chicago Press, *American Journal of Sociology*, Vol. 108, No. 4, p. 6. URL : https://www-jstor-org.proxy.library.uu.nl/stable/10.1086/367917?seq=6#metadata_info_tab_contents

84 Site internet des Disciples d'Escoffier International. URL : <http://disciples-escoffier.com/qui-sommes-nous/>

85 Ibid.

86 Cette citation se trouve sur le site Internet des Disciples d'Escoffier. URL : <http://disciples-escoffier.com/la-charte-des-disciples/>

87 DEUTSCH, J. (2013), « Suppressing Desire as Culinary Discipline: Can Culinary Education Be Hedonistic? Should It Be? », p. 5.

URL : <https://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.nl/&httpsredir=1&article=1055&context=dgs>

88 Ibid. p. 5.

89 Ibid. p. 6

90 Ibid. p. 7

91 Ibid. p. 7

92 Julia Child (1912-2004) était une cheffe américaine, auteur et personnalité de la télévision. URL :

<https://juliachildfoundation.org/timeline/>

93 DEUTSCH, J. (2013), « Suppressing Desire as Culinary Discipline: Can Culinary Education Be Hedonistic? Should It Be? », p. 7.

URL : <https://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.nl/&httpsredir=1&article=1055&context=dgs>

94 Ibid. p. 7

l'individualité, la créativité et la remise en question de l'autorité⁹⁵. Au lieu de s'entraîner à l'uniformité et à la conformité, Deutsch préfère un système dans lequel les étudiants apprennent non seulement à dire « Oui, chef », mais aussi « Pourquoi? »⁹⁶. Nous supposons qu'il est difficile pour les chefs étoilés contemporains, qui sont encore formés de manière traditionnelle, de le dire. Beaucoup d'eux ont été formés par des grands chefs, qu'ils ont dû imiter et respecter. Leur habitus est façonné par ces expériences de telle manière qu'il est difficile de briser ces schémas fixes.

2.5 Le *Guide Michelin* : autorité symbolique et matérielle

Dans un champ culturel, l'habitus des agents régisse leur conduite. Plus le champ culturel de la haute gastronomie s'est structuré au cours du XIXe siècle, moins ses agents ont eu la liberté de se manœuvrer. Leur habitus, influencé par leur groupe d'appartenance, a ainsi contribué à la consolidation de la structure du champ. Tout comme les chefs d'élite ont codifié leur expertise culinaire dans des textes, les critiques gastronomiques ont mis en place des systèmes d'évaluation des restaurants qui étaient de plus en plus caractérisés par des règles strictes. Le meilleur exemple de ce processus de structuration est l'émergence du système d'évaluation le plus célèbre : le *Guide Michelin*. Avec le surgissement du tourisme dans la Belle Époque, le *Guide Michelin pour les chauffeurs et les vélocipédistes* (1900) s'est transformé en guide touristique, orienté sur les humains plus que sur les machines. Le *Guide Michelin* a associé les plus importants sites et monuments à « une étoile entre 1906 et 1919, à une ou deux étoiles jusqu'en 1929 et, à partir de 1930, à une, deux ou trois étoiles »⁹⁷. À partir de 1933, le *Guide Michelin* a été publié avec une nouvelle formule qui s'est concentrée de moins en moins sur les conseils touristiques et de plus en plus sur la qualité de l'hébergement et de la restauration⁹⁸. Les qualités gastronomiques d'un restaurant ont été présentées comme un nouveau but de déplacement et sont classifiées en ces termes : « vaut le voyage », « mérite un détour » ou « une bonne table dans la localité »⁹⁹.

En 2019, il y a 632 restaurants en France possédant une ou plusieurs étoiles : la France compte 27 restaurants ayant 3 étoiles Michelin (dont 2 nouveaux trois-étoiles), 85 restaurants ayant 2 étoiles Michelin (dont 5 nouveaux deux-étoiles) et 520 restaurants ayant 1 étoile (dont 68 nouvelles tables ayant 1 étoile)¹⁰⁰. Sur un total de 175 000 restaurants en France¹⁰¹, les restaurants étoilés représentent un secteur très réduit. Bien qu'il s'agisse d'un très petit segment de la restauration, la haute gastronomie joue un rôle clé dans « la mise en place de tendances, la création d'images et la définition de normes pour l'ensemble du secteur »¹⁰². Rick Fantasia (2010), un professeur en sciences sociales

95 DEUTSCH, J. (2013), « Suppressing Desire as Culinary Discipline: Can Culinary Education Be Hedonistic? Should It Be? », p. 10.
URL : <https://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.nl/&httpsredir=1&article=1055&context=dgs>.

96 Ibid. p. 10

97 KARPIK, C. (2000), « Le Guide Michelin », *Sociologie du travail* (2000) 42, p. 378. URL : <https://www.sciencedirect-com.proxy.library.uu.nl/science/article/pii/S0038029600010864>

98 Ibid., p. 381

99 Ibid., p. 382

100 Guide Michelin, le 05.03.2019, « Les restaurants étoilés de 2019 ». URL <https://restaurant.michelin.fr/magazine/actualites/les-restaurants-etoiles-du-guide-michelin-2019>.

101 Selon un enquête sectorielle « Trend Market Insight' sur la restauration » de Inkidata, réalisée sur commande du site 'Les Echos de la Franchise', <https://inkidata.fr/actu-enquete-inkidata-restauration/>

102 SURLEMONT, B., JOHNSON, C. (2005), « The role of guides in artistic industries : The special case of the star system in the haute-cuisine sector », *Managing Service Quality* 15, no. 6 (2005), p. 578. URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/439954888>

influencé par le travail de Bourdieu, a affirmé que « the Michelin mystique »¹⁰³ sert à magnifier ses pouvoirs de gardien : « Its power to consecrate those seeking to enter the temple makes it an object of fear and respect among the players within the field, but it is also widely known to those outside via a popular media that sustains the popular fascination with it »¹⁰⁴. Fantasia a appelé le *Guide Michelin* « the holy grail »¹⁰⁵ du champ de la haute gastronomie et ajoute que la plupart des chefs ne se considèrent pas au sommet avant d'avoir reçu leur troisième étoile. C'est la raison pour laquelle nous analysons le comportement des chefs étoilés dans ce mémoire, car ils sont généralement considérés comme les plus grandes autorités dans le champ gastronomique.

L'économiste Olivier Gergaud (2017) a calculé l'avantage économique de la possession d'étoiles Michelin¹⁰⁶. Il a conclu que « Les chiffres généralement déclarés par les chefs en matière d'évolution de chiffre d'affaires sont de l'ordre d'une évolution de 30% pour la première année suivante la promotion ». Ce nombre correspond avec les résultats d'une recherche par Johnson et al. (2005)¹⁰⁷. La possession d'une ou plusieurs étoiles constitue alors un avantage concurrentiel puisque la notoriété des chefs récompensés augmente. Cependant, la perte d'une étoile a de lourdes conséquences pour un chef. Gergaud a constaté « une baisse de profitabilité de l'ordre de 100%, soit une renonciation à tout profit en cas de rétrogradation, une sanction rude ! »¹⁰⁸. Il conclut sa recherche en disant que « cette sanction lourde pourrait expliquer le niveau de stress et de fatigue ressentis au sein d'une profession qui attend chaque année avec une certaine dose d'angoisse bien légitime la sortie de la nouvelle édition du Guide gastronomique le plus influant de France »¹⁰⁹. C'est la raison pour laquelle plusieurs chefs ont rendu leur étoile, comme Sébastien Bras, qui n'a plus voulu figurer dans le *Guide Michelin*. Il a déclaré en 2017 que « nous souhaitons avoir l'esprit libre, pour continuer sereinement, sans tension, à faire vivre notre maison avec une cuisine, un accueil, un service qui sont l'expression de notre état d'esprit, de notre territoire »¹¹⁰. Ou Cyril Lignac, qui a décidé de fermer son restaurant étoilé à Paris. Il a affirmé dans une interview en 2019 : « Je l'ai ouvert il y a quinze ans, j'ai l'impression aujourd'hui de ne plus avancer, d'avoir lu la dernière page du livre. Et je m'interroge : est-ce que les gens ont encore envie d'un restaurant gastronomique ? [...] La vérité c'est que je n'ai plus envie d'être dans ce système de classement, je veux m'en libérer. Parce que, à partir du moment où le Michelin te distingue, tu n'es plus chez toi: tu fais la cuisine pour les inspecteurs. Tu as peur de perdre ton étoile, tu en veux une deuxième. Et ça, ça ne me convient plus »¹¹¹.

103 FANTASIA R. (2010), « Cooking the books' of the French gastronomic field », dans « Cultural analysis and Bourdieu's legacy : settling accounts and developing alternatives par BORTOLAIA SILVA E., WARDE A. (2010), London ; New York : Routledge, p. 35. URL : <https://www-taylorfrancis-com.proxy.library.uu.nl/books/e/9780203878620>

104 Ibid. p. 35

105 Ibid. p. 35

106 GERGAUD, O. (2017), « Étoiles Michelin : Quel impact économique et financier sur les restaurants ? », p. 5. URL : http://olivier.gergaud.free.fr/files/Michelin_finance.pdf

107 JOHNSON, C. (2005), « Behind the Stars: A Concise Typology of Michelin Restaurants in Europe », *Cornell Hospitality Quarterly*, Vol. 46-2, p. 179. URL : <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0010880405275115>

108 GERGAUD, O. (2017), « Étoiles Michelin : Quel impact économique et financier sur les restaurants ? », p. 7. URL : http://olivier.gergaud.free.fr/files/Michelin_finance.pdf

109 Ibid., p. 11

110 ZERAH, E. (2017), « Ces chefs qui ont « rendu » leurs étoiles Michelin », *Atabula*, le 20/09/2017. URL : <https://www.atabula.com/2017/09/20/chefs-ont-rendu-leurs-etoiles-michelin/>

111 VON BARDELEBEN, E. (2019), « Aujourd'hui, les chefs sont prêts à tout pour faire de la télé », *Le Monde*, le 13/06/2019. URL : https://www.lemonde.fr/m-styles/article/2019/06/12/cyril-lignac-aujourd-hui-les-chefs-sont-prets-a-tout-pour-faire-de-la-tele_5474915_4497319.html

Dans ce chapitre, nous avons décrit comment le champ culturel de la haute cuisine en France est né. Les interactions entre les acteurs du champ ont permis de faire passer un nouveau système gastronomique, introduit par des chefs d'élite de l'Ancien Régime au début du XIXe siècle, à un symbole culturel de la nation entière. Le discours culinaire mené par les agents principaux a ajouté une valeur intellectuelle, esthétique et artistique à l'acte physique de cuisiner. Des chefs d'élite ont codifié leurs connaissances dans des textes culinaires, remplis de références patriotiques. Des critiques gastronomiques ont développé des systèmes normatifs qui ont alimenté la concurrence entre les restaurants. Des journalistes et des romanciers ont diffusé la renommée de la cuisine française et lui ont donné des proportions mythiques. Ainsi, la recherche de la perfection continuait de s'intensifier, en limitant la liberté de mouvement des chefs de plus en plus. À ce jour, le comportement des chefs étoilés est influencé par les règles apparues dans le champ de la haute gastronomie au XIXe et au début du XXe siècle, entre autres parce que la plupart d'entre eux ont reçu une formation classique. Dans le chapitre suivant, nous présentons les événements historiques et sociaux qui ont affaibli la construction culturelle du champ gastronomique français. Cela permet aux chefs étoilés de se démarquer davantage de leurs concurrents, mais rend leur rôle plus complexe.

Chapitre 3 Transformations identitaires des chefs étoilés : libération, américanisation, médiatisation et prise de conscience

Nous avons vu comment la haute gastronomie des élites bourgeoises est devenue le modèle de la cuisine nationale française et un élément important de l'identité collective. Les chefs d'élite du XIXe siècle se sont distingués par leur créativité artistique, mais leurs successeurs à la fin des années 60 se sont sentis limités dans leur liberté de cuisiner de manière innovante. La révolution de mai 68 les a motivés à introduire la Nouvelle cuisine. Ce chapitre décrit les transformations intervenues dans le domaine de la gastronomie à partir de ce moment. Nous montrons comment le rôle des chefs étoilés a été influencé par les événements qui se sont déroulés à l'intérieur et à l'extérieur du champ gastronomique, et comment les chefs cuisiniers ont adapté leurs stratégies. Ces connaissances sont essentielles pour situer le comportement des chefs étoilés contemporains dans son contexte social.

3.1 La nouvelle cuisine : plus de liberté pour les chefs étoilés

Les valeurs bourgeoises de la haute gastronomie, codifiées par Marie-Antoine Carême et Auguste Escoffier et traduites dans le système de classification en étoiles du *Guide Michelin*, sont restées dominantes jusqu'à ce qu'elles soient contestées par le mouvement de la Nouvelle cuisine. Tout comme la Révolution française en 1789 a été le catalyseur qui a incité les chefs à adapter la cuisine traditionnelle de l'Ancien Régime aux goûts de la bourgeoisie, les événements de mai 1968 ont provoqué un changement dans la cuisine gastronomique classique¹¹². La réponse anti-autoritaire des étudiants au gouvernement dirigé par De Gaulle a eu un impact dans toute la société, y compris dans les champs culturels. Le mouvement contre l'ordre établi dans le domaine de la gastronomie a été initié par un groupe de jeunes chefs étoilés, comme Paul Bocuse, Michel Guérard et Alain Chapel. Ils ont visé une nouvelle méthode avec plus de simplicité et de transparence qui se caractérisait par des plats légers, présentés en très petites portions disposées artistiquement sur de grandes assiettes. Leur style a rompu avec la codification d'Escoffier et a remplacé son système par une nouvelle philosophie d'invention (Rao et al. 2003, p.)¹¹³. Ces chefs activistes ont proposé une façon de cuisiner plus libre dans leur métier, permettant de jouer un rôle dans la création et l'invention de plats plutôt que de simplement suivre des techniques prescrites par Escoffier¹¹⁴. Les chefs activistes ont été capables de dénoncer le manque d'autonomie des chefs dans la cuisine classique parce que leurs critiques résonnaient avec les sentiments contre la hiérarchie qui gagnaient du terrain après mai 1968¹¹⁵.

En plus du fait que la Nouvelle cuisine a profité de mai 1968, il y a plusieurs explications à ce que les chefs aient réussi à adapter les règles du jeu très codées. Premièrement, les chefs activistes qui ont initié la Nouvelle cuisine et se sont détournés de la cuisine traditionnelle, étaient positionnés au centre du champ de la haute gastronomie. Ils avaient reçu les honneurs de l'État français et avaient été applaudis par le *Guide Michelin*¹¹⁶. La Nouvelle cuisine n'a donc pas été introduite par des « outsiders », mais par des chefs qui jouissaient déjà d'un grand statut symbolique. Ils possédaient beaucoup plus

112 RAO H., MONIN P., DURANT P. (2003), « Institutional Change in Toque Ville: Nouvelle Cuisine as an Identity Movement in French Gastronomy », the University of Chicago Press, *American Journal of Sociology*, Vol. 108, No. 4, p. 803. URL : https://www-jstor-org.proxy.library.uu.nl/stable/10.1086/367917?seq=6#metadata_info_tab_contents

113 Ibid. p. 800.

114 RAO H., KENNEDY M. (2008), « New Forms as Settlements », chapitre 13 dans « The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism », p. 361. URL : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.702.6877&rep=rep1&type=pdf>

115 RAO H., MONIN P., DURANT P. (2003), « Institutional Change in Toque Ville: Nouvelle Cuisine as an Identity Movement in French Gastronomy », the University of Chicago Press, *American Journal of Sociology*, Vol. 108, No. 4, p. 805-806. URL : https://www-jstor-org.proxy.library.uu.nl/stable/10.1086/367917?seq=6#metadata_info_tab_contents

116 Ibid. p. 804

d'expertises que les « aspirants ». Deuxièmement, grâce à celles-ci, ils étaient capables de mener un discours culinaire. Leur message persuasif a été jugé comme acceptable par les autres acteurs dans le champ car ils sont restés dans leur zone d'acceptation¹¹⁷. La Nouvelle cuisine qu'ils ont proposée n'a pas complètement rompu avec les codes et les traditions classiques en vigueur. Ce n'était pas une orthodoxie rigide mais plutôt une théorie permettant aux chefs d'avoir plus de liberté de choix. C'est pourquoi le nouveau mouvement gastronomique n'a pas suscité d'énormes objections ni de mécanismes de défense de la part de chefs fidèles à la cuisine traditionnelle¹¹⁸. Ils ont accepté le message des chefs activistes comme une position acceptable. De ce fait, de nombreux chefs étoilés ont adapté leur mode de cuisiner dans les décennies après l'introduction de la Nouvelle cuisine. Rao et Kennedy (2008) l'ont découvert en étudiant les plats signatures dans le *Guide Michelin* de tous les chefs étoilés français en 1970, 1975, 1987 et 1989¹¹⁹. Les résultats ont démontré que les chefs ne se sont pas divisés en deux camps rivaux, strictement séparés. Par contre, il y a eu un processus de pollinisation croisée entre les techniques et les ingrédients de la cuisine classique et la nouvelle cuisine. Même les chefs étoilés qui ont principalement opté pour une identité classique ou bien nouvelle ont de temps en temps emprunté certaines techniques ou ingrédients de la cuisine concurrente¹²⁰. Puisque les membres d'une catégorie culinaire empruntaient à la catégorie rivale, les frontières entre les deux catégories se sont affaiblies. Ceci a abouti à un domaine décrit par Rao comme « a patchwork of different flavours »¹²¹. Selon Rao, la Nouvelle cuisine a progressivement gagné des partisans tandis que la cuisine classique s'est érodée au fil du temps. Ce n'était pas un simple phénomène de mode, mais « compatible with the gradual and enduring change characteristic of social movements »¹²². Là où la codification du champ de la haute gastronomie était stricte et rigoureuse du début du XIXe siècle jusqu'en mai 68, la Nouvelle cuisine a entraîné une codification du champ qui peut être décrite comme évolutive et non-uniforme¹²³.

Deux journalistes gastronomiques, Henri Gault et Christian Millau, ont baptisé le nouveau style de cuisson « Nouvelle cuisine ». Leur guide de critiques gastronomiques *Gault&Millau* a vu le jour en 1972¹²⁴. Ils ont codifié les nouveaux principes de cuisine en une grille d'évaluation pour des restaurants gastronomiques, les « Dix commandements de la Nouvelle cuisine »¹²⁵. « À cette époque, la haute cuisine était figée et n'avait pas changé depuis l'avant-guerre. Les trois étoiles Michelin étaient les

117 RAO H., MONIN P., DURANT P. (2003), « Institutional Change in Toque Ville: Nouvelle Cuisine as an Identity Movement in French Gastronomy », the University of Chicago Press, *American Journal of Sociology*, Vol. 108, No. 4, p. 814. URL : https://www-jstor-org.proxy.library.uu.nl/stable/10.1086/367917?seq=6#metadata_info_tab_contents

118 Ibid. p. 839.

119 RAO H., KENNEDY M. (2008), « New Forms as Settlements », chapitre 13 dans « The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism », p. 353 - 370. URL : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.702.6877&rep=rep1&type=pdf>

120 Ibid. p. 363

121 Ibid. p. 362

122 RAO H., MONIN P., DURANT P. (2003), « Institutional Change in Toque Ville: Nouvelle Cuisine as an Identity Movement in French Gastronomy », the University of Chicago Press, *American Journal of Sociology*, Vol. 108, No. 4, p. 812. URL : https://www-jstor-org.proxy.library.uu.nl/stable/10.1086/367917?seq=6#metadata_info_tab_contents

123 RAO H., KENNEDY M. (2008), « New Forms as Settlements », chapitre 13 dans « The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism », p. 356, figure 13.1. URL : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.702.6877&rep=rep1&type=pdf>

124 Le site internet du guide Gault&Millau, « notre histoire ». URL : <https://fr.gaultmillau.com/news/notre-histoire-gault-millau>

125 Les dix commandements de la Nouvelle Cuisine sont : « Tu ne cuiras pas trop. », « Tu utiliseras des produits frais et de qualité. », « Tu allégeras ta carte. », « Tu ne seras pas systématiquement moderniste. », « Tu rechercheras cependant ce que t'apportent les nouvelles techniques. », « Tu éviteras marinades, faisandages, fermentations, etc. », « Tu élimineras les sauces riches. », « Tu n'ignoreras pas la diététique. », « Tu ne truqueras pas tes présentations. », « Tu seras inventif. ». URL : <https://fr.gaultmillau.com/news/notre-histoire-gault-millau>

garants de la tradition française héritée du XIXe siècle et d'une cuisine régionale un peu 'vieillotte'. La tendance était aux plats copieusement garnis, aux sauces lourdes et riches, et aux restaurants cossus et bourgeois. À l'image de la cuisine qu'elle représente, la critique gastronomique française était quelque peu 'ronnante' »¹²⁶, ainsi rapporte le site Internet du guide *Gault&Millau*. La nouvelle approche des inspecteurs gastronomiques du guide *Gault&Millau* était la suivante : « Parcourant le pays à la recherche de restaurants qu'ils jugent dignes d'intérêt, leurs critères ne sont ni la richesse du lieu, de la vaisselle ou de la propreté, des valeurs prônées par le Michelin, mais le goût, la présentation et l'imagination du chef »¹²⁷. Cependant, Karpik (2000) a constaté que le *Guide Michelin* est resté l'acteur le plus influent parmi les guides gastronomiques¹²⁸, ce qui à ce jour se traduit par le fait que la possession d'une ou plusieurs étoiles représente une grande valeur économique et symbolique pour les restaurants et les chefs. Bien que le *Guide Michelin* soit toujours le guide le plus important pour les restaurants, le système d'évaluation du guide *Gault&Millau* a réduit « l'image ultra-bourgeoise et anachronique de la gastronomie française »¹²⁹ en misant l'accent sur la simplicité. Gault et Millau n'ont pas complètement révolutionné le système de jugement existant, mais ils l'ont modifié à partir de la marge¹³⁰.

3.2 L'influence des chaînes Américaines en France depuis les années 1970

Fantasia (2013) a écrit un article sur l'américanisation du domaine gastronomique français depuis que McDonalds et d'autres chaînes américaines ont fait leur entrée en France au début des années 1970. En ouvrant de nombreuses chaînes de restaurants d'hamburgers inspirées de la formule de McDonalds, les entreprises françaises ont voulu combattre les Américains durant les années 1970 et 1980. Ironiquement, cette réaction des grandes chaînes françaises capitalisées a accéléré l'industrialisation de la restauration. Les petites entreprises indépendantes ont rapidement perdu du terrain. Ainsi, les valeurs néo-libérales ont pénétré le champ de la haute gastronomie et ont depuis lors joué un rôle dominant dans la création de goût¹³¹. Les sociétés McDonalds et les chaînes françaises qui ont copié le style américain, ont provoqué une rationalisation extrême du processus de préparation des aliments dans le secteur de la gastronomie et des services en France. Des nouvelles méthodes de marketing innovantes ont été introduites, « including the extensive use of visual hyperbole in promotions and in the design of restaurants and their internal space ; smooth uncovered surface textures ; bright lighting levels ; colorful menus that dominate the visual field ; self- service practices ; ordering and queuing patterns ; packaging of food to be eaten by hand ; tables cleared off by customers, etc. »¹³².

L'émergence des chaînes de restauration rapide, alimenté par l'industrie agro-alimentaire, a représenté une rupture culturelle avec les pratiques culinaires françaises traditionnelles. Ce secteur culinaire industrialisé visant la production à grande échelle, la standardisation et la maximisation des profits, ne pouvait être plus éloigné des principes de la haute gastronomie avec ses chefs virtuoses et

126 Le site internet du guide Gault&Millau, « notre histoire ». URL : <https://fr.gaultmillau.com/news/notre-histoire-gault-millau>.

127 Le site internet du guide Gault&Millau, « notre histoire ». URL : <https://fr.gaultmillau.com/news/notre-histoire-gault-millau>

128 KARPIK, C. (2000), « Le Guide Michelin », *Sociologie du travail* (2000) 42, p. 385-386. URL : <https://www-sciencedirect-com.proxy.library.uu.nl/science/article/pii/S0038029600010864>

129 Le site internet du guide Gault&Millau, « notre histoire ». URL : <https://fr.gaultmillau.com/news/notre-histoire-gault-millau>

130 NAULIN, S. (2015), « Se faire un nom. Les ressorts de la singularisation des critiques gastronomiques, *Sociologie du Travail* », p. 330. URL : <https://journals.openedition.org/sdt/1537>

131 FANTASIA, R. (2010), « Cooking the books' of the French gastronomic field », dans « Cultural analysis and Bourdieu's legacy : settling accounts and developing alternatives » par BORTOLAIA SILVA E., WARDE A. (2010), London ; New York : Routledge, p. 37-38.

URL : <https://www-taylorfrancis-com.proxy.library.uu.nl/books/e/9780203878620>

132 Ibid. p. 38

leurs créations uniques, régies par les valeurs de l'art et de l'artisanat¹³³. Ce sont les deux pôles extrêmes du champ gastronomique, comparable aux chefs Eco et chefs Artistes dans le schéma 1 d'Eloire¹³⁴. Toutefois, la culture de restauration de masse et la haute culture gastronomique sont devenues de plus en plus enchevêtrées lorsque les chefs étoilés ont commencé à louer une partie de leur prestige accumulé à de grands groupes industriels. En obtenant les signatures de chefs d'élite, ces sociétés ont tenté de renforcer la valeur symbolique de leurs produits de masse. Il y a aussi des grands chefs qui ont ouvert des restaurants relativement peu coûteux comme des bistros et des annexes, parfois juste à côté de leur restaurant trois étoiles pour augmenter leurs profits. En bref, dès qu'un chef reçoit une troisième étoile Michelin, il semble soudainement avoir des pouvoirs magiques « to turn whatever he touches into gold »¹³⁵ quand un chef lie sa signature directement aux marchandises, selon Fantasia. À leur tour, les grandes industries agro-alimentaires ont participé à la maintenance et à la reproduction du patrimoine culinaire lui-même. Par exemple, ils ont aidé à financer et à gouverner la Fondation Brillat-Savarin, « an institution created in 1980 and charged with defending against the forces of homogenization ! »¹³⁶. Il y a donc eu des approches, des coopérations et des échanges dans les deux sens, du domaine de la haute cuisine à l'industrie agro-alimentaire et inversement.

Une fois que les grands chefs étoilés se rapprochent du marché de la consommation de masse, et qu'ils commencent à convertir leur capital symbolique en argent, leur discours a tendance à passer d'un langage de pureté et d'excellence à la rhétorique de l'accessibilité et de la démocratie. Ceux qui ont passé leur carrière à sanctifier la haute gastronomie sont soudainement convertis à la religion du marché¹³⁷. Comme les grands chefs ont rompu avec la tradition à la recherche de récompenses commerciales, ils ont ouvert la voie à d'autres chefs : « Grand chefs, like Bocuse and Ducasse and many others, are now able to break with tradition in pursuit of commercial rewards and public adulation because others have paved the way by crossing the firewall »¹³⁸. Fantasia considère ces changements comme une érosion de l'autonomie historique du champ de la haute gastronomie. Le capital symbolique des grands chefs est toujours présenté comme le visage symbolique du champ, ce qui rend cruciale le maintien de toutes les apparences. Derrière la façade symbolique de la haute gastronomie, l'échange de capital symbolique et économique reste quelque peu caché. Cet « arrangement », dans lequel les grands chefs et l'industrie agro-alimentaire se confirment mutuellement, conserve le puissant charme culturel de la haute gastronomie française de telle sorte qu'il représente toujours un élément clé de l'identité culturelle nationale française¹³⁹. Le modèle français du discours gastronomique reste donc en vigueur et est même maintenu par les parties qui menacent le plus le terrain.

3.3 Médiatisation des chefs : le besoin de se singulariser et de coopérer au même temps

Pendant chaque étape dans la constitution de la France culinaire, les médias ont diffusé et renforcé l'idéologie de la supériorité de la haute gastronomie française, qui n'existerait pas sans leur support. Au cours du XXe siècle, l'image visuelle a gagné de l'importance à côté de l'image écrite et le cinéma a

133 Ibid. p. 39

134 Schéma 1, p. 9 de ce mémoire

135 FANTASIA R. (2010), « Cooking the books' of the French gastronomic field », dans « Cultural analysis and Bourdieu's legacy : settling accounts and developing alternatives par BORTOLAIA SILVA E., WARDE A. (2010), London ; New York : Routledge, p. 41. URL: <https://www-taylorfrancis-com.proxy.library.uu.nl/books/e/9780203878620>

136 Ibid. p. 40

137 Ibid. p. 41

138 Ibid. p. 42

139 Ibid. p. 43

renforcé le mythe gastronomique¹⁴⁰. Cependant, la renommée des chefs d'élite culinaire, qui a commencé au XIXe siècle avec l'essor du marché de masse et de la culture capitaliste, a pris une forme différente lorsque la télévision est devenue abordable pour les classes sociales moyennes et inférieures¹⁴¹. Au moins jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, la gastronomie faisait référence à une activité des classes supérieures¹⁴². Dominique Pagès (2017), spécialiste dans les médiatisations des cultures alimentaires, culinaires et gourmandes, a affirmé que depuis les Trente Glorieuses, l'évolution télévisuelle de la figure du chef a mis en évidence « le passage de la figure du grand chef emblématique nous faisant la promesse d'intégrer un savoir culinaire de haut niveau »¹⁴³ à celle du « chef animateur plus en phase avec la télévision relationnelle qui cherche avant tout à susciter le lien, à jouer sur l'implication affective »¹⁴⁴. L'arrivée de la télévision, qui a rendu la haute gastronomie française accessible au grand public, a réduit son mystère, son exclusivité et son statut élevé¹⁴⁵. L'image personnelle des grands chefs a pris de nouvelles dimensions. Avant leur apparition à la télévision, les grands chefs se sont principalement distingués par leurs compétences en cuisine et en écriture. Soudainement, leur capacité à se présenter à un large public constituait un atout important: leur charisme, leur apparence, leurs vêtements, leurs gestes, leur attitude, leur façon de s'exprimer sont devenus des possibilités, ou plutôt des faiblesses, dans la lutte pour la reconnaissance sociale. Pour les chefs étoilés moins médiagéniques, il est depuis devenu beaucoup plus difficile de monter à une position d'influence. Pour eux, coopérer avec des chefs charismatiques est devenu une stratégie pour tirer profit de leur capital social.

La réputation de toute la gastronomie française est ainsi devenue étroitement liée aux apparitions individuelles de chefs étoilés à la télévision. Selon Bourdieu, ceci n'a pas été sans conséquences car la lutte pour séduire le grand public a commercialisé le champ de la haute gastronomie. Dans une interview en 1994, Bourdieu a estimé que depuis l'introduction de la télévision, la valeur des productions culturelles est de plus en plus mesurée par le nombre de personnes qui la regardent. Il a critiqué la commercialisation des champs culturels en disant: « Le domaine culturel apparu au XIXe siècle s'est développé précisément contre la règle des nombres. Un écrivain qui n'a pas plus de dix lecteurs pourrait toujours être le meilleur de cet univers »¹⁴⁶. Il a constaté que la télévision a le pouvoir d'un vote populaire. Lorsque beaucoup de gens regardent une émission, celle-ci est approuvée par un

140 FERGUSON P.P. (2015), « Médiatiser la France culinaire : identité, institutions, idéologie, *Le Temps des médias* », n° 24, p.13-25. URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-le-temps-des-medias-2015-1-page-13.htm>

141 STRINGFELLOW L., MACLAREN A., MACLEAN M., O'GORMAN M. (2013), « Conceptualizing taste: food, culture and celebrities », *Tourist Management* 37, p. 80. URL : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517713000046>

142 NAULIN S., (2015), « Les médias et la constitution d'un « monde de la gastronomie » (1870-1940) », *Le Temps des médias* 2015/1 (n° 24), p. 26 à 43. URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2015-1-page-26.htm>

¹⁴³ PAGÈS D. (2017), « Figures du Chef Cuisinier. Première partie : de la créativité culturelle à l'engagement sociétal et public », *Quaderni* Vol. 3 N° 94, p. 76. URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-quaderni-2017-3-page-75.htm>

144 Ibid. p. 76

145 FANTASIA R. (2010), « Cooking the books' of the French gastronomic field », dans « Cultural analysis and Bourdieu's legacy : settling accounts and developing alternatives par BORTOLAIA SILVA E., WARDE A. (2010), London ; New York : Routledge, p. 40. URL : <https://www-taylorfrancis-com.proxy.library.uu.nl/books/e/9780203878620>

146 EIJSVOGEL J. (1994), « Vat uw werk samen in één minuut; Pierre Bourdieu over de goede smaak, intellectuelen en de tv », *NRC*, le 24/06/1994. URL : <https://www.nrc.nl/nieuws/1994/06/24/vat-uw-werk-samen-in-een-minuut-pierre-bourdieu-over-7229719-a545744>.

Cette citation a été notée en Néerlandais par Eijsvogel : « Steeds meer wordt de waarde van culturele producties afgemeten aan het aantal mensen dat ernaar kijkt of luistert, naar het aantal consumenten. Het culturele veld dat in de negentiende eeuw tot stand kwam heeft zich juist ontwikkeld tégen de heerschappij van het aantal. Een schrijver die niet meer dan tien lezers had, kon in dat universum toch de beste zijn ».

référendum : le nombre de téléspectateurs. « Les gens disent: n'est-ce pas démocratique ? Mais il ne s'agit que du triomphe de la publicité et du marché libre », a déclaré Bourdieu¹⁴⁷.

Depuis la montée des médias sociaux au 21^{ème} siècle, le paysage médiatique a changé à nouveau. Ferguson (2015) a remarqué que sur Instagram, Facebook, YouTube et Twitter, les médias « traquent et chassent carrément le nouveau, l'inconnu, l'inattendu »¹⁴⁸. Il est devenu essentiel que le plus grand nombre possible de suiveurs apprécie et partage un message. Créer une notoriété et une visibilité dans les médias, préférablement à travers un maximum de canaux, constitue une source de pouvoir pour les chefs étoilés. Selon Pagès (2017), un capital social étendu leur permet de se distinguer des autres agents du champ, grâce à la « valorisation médiatique de certains traits de personnalité des chefs (volonté, obstination, intelligence, aura, maîtrise de soi, détermination, capacité à se remettre en question, autonomie...), de certains comportements et attitudes (autonomie, curiosité, enthousiasme, empathie, prise de risque, agilité, quête d'innovation et de dépassement,...), mais aussi d'attributs symboliques (signes corporels et vestimentaires de la créativité) »¹⁴⁹. Le capitalisme narratif a dicté que les chefs doivent raconter des histoires puissantes, le « storytelling »¹⁵⁰, et de les faire circuler « jusqu'à saturation parfois »¹⁵¹. Ce « personal branding »¹⁵² est de plus en plus confié à des agences de marketing professionnelles afin de renforcer la réputation et l'identité professionnelle des chefs. Ils sont devenus des influenceurs de grande portée.

Affirmer une identité et convaincre le public est alors devenu un grand travail pour les chefs étoilés ainsi que pour les journalistes. La lutte entre agents pour acquérir plus de pouvoir dans le champ de la haute gastronomie s'est magnifié, selon Ferguson : « Plus grande la plate-forme, plus connus le cuisinier, le restaurant et le restaurateur – et l'écrivain »¹⁵³. Le chef étoilé contemporain est entré en concurrence perpétuelle, affirmant sa singularité. Pour préserver sa position dans le champ de la haute gastronomie, il devra s'adapter constamment aux conditions qui l'entourent. Il aura besoin des médias et du marketing pour l'accomplir.

Avec toutes ces nouvelles formes de communication, il y a tellement d'opinions différentes que l'autorité des chefs étoilés, dont beaucoup se présentent sur les médias sociaux, s'effondre avec comme résultat une fragmentation et individualisation du monde de consommation. Pour maintenir le mythe moderne et pour promouvoir la tradition collective, les chefs devront défendre leur métier ainsi que le patrimoine gastronomique français. Cette lutte se traduit de plus en plus en collaboration avec d'autres chefs. Ils promeuvent ainsi l'identité et « le rayonnement de la cuisine française dans le monde »¹⁵⁴. Il y a une tension dans ces observations, entre l'individu et le groupe de chefs étoilés dans

147 147 EIJSVOGEL J. (1994), « Vat uw werk samen in één minuut; Pierre Bourdieu over de goede smaak, intellectuelen en de tv », NRC, le 24/06/1994. URL : <https://www.nrc.nl/nieuws/1994/06/24/vat-uw-werk-samen-in-een-minuut-pierre-bourdieu-over-7229719-a545744>.

Cette citation a été notée en Néerlandais par Eijsvogel : « Men zegt: dat is toch democratisch? Maar het is alleen de triomf van de reclame en de vrije markt ».

148 FERGUSON P.P. (2015), « Médiatiser la France culinaire : identité, institutions, idéologie, Le Temps des médias », n° 24, p. 23. URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-le-temps-des-medias-2015-1-page-13.htm>

149 PAGÈS D. (2017), « Figures du Chef Cuisinier. Première partie : de la créativité culturelle à l'engagement sociétal et public », Quaderni Vol. 3 N° 94, p. 80. URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-quaderni-2017-3-page-75.htm>

150 Ibid. p. 81

151 Ibid. p. 81

152 Ibid. p. 81

153 FERGUSON P.P. (2015), « Médiatiser la France culinaire : identité, institutions, idéologie, Le Temps des médias », n° 24, p. 16. URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-le-temps-des-medias-2015-1-page-13.htm>

154 PAGÈS D. (2017), « Figures du Chef Cuisinier. Première partie : de la créativité culturelle à l'engagement sociétal et public », Quaderni Vol. 3 N° 94, p. 83. URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-quaderni-2017-3-page-75.htm>

son ensemble. Pour se démarquer individuellement, il est important que les chefs construisent leur propre identité professionnelle. En même temps, tous ces individus distinctifs doivent unir leurs forces dans des partenariats « pour la défense des patrimoines culinaires et alimentaires, matériels et immatériels (objets, produits, rites), et pour la restructuration d'un tourisme dit gourmand (à la fois gastronomique, culturel, écologique et patrimonial) »¹⁵⁵.

3.4 La prise de conscience des consommateurs à la suite des scandales alimentaires, la crise de 2008 et le réchauffement climatique

La logique du marché de masse avec ses volumes élevés à faibles coûts a conduit à des scandales alimentaires comme la crise de la vache folle de 1985 à 2004¹⁵⁶. L'attention du public s'est portée sur ces crises alimentaires depuis les années 80¹⁵⁷. L'image idyllique d'un repas gastronomique fiable avec des ingrédients frais issus de riches terroirs français, en harmonie avec ce que la nature offre, a été perturbée. Par conséquent, une partie importante des consommateurs français a voulu désormais savoir d'où provenait leur nourriture¹⁵⁸. Ils se sont souciés de leur santé et ont examiné la chaîne alimentaire d'un œil plus critique, en développant un sentiment de nostalgie « d'un temps où tout semblait plus simple du fait que comptait seul le rapport à la terre et ses produits, comme le rapport entre celle qui travaille ses produits avec amour et celui qui accepte le don de cet amour »¹⁵⁹. L'effet des scandales alimentaires résonne dans la société française. En 2016, une enquête quantitative par l'institut de recherches Harris Interactive a démontré que 44% des consommateurs Français « ont changé totalement leurs habitudes alimentaires, suite aux différents scandales et crises alimentaires », « 84% des répondants sont soucieux de l'impact de l'alimentation sur leur santé » et « seuls 8% des consommateurs font confiance à des sites de marques alimentaires (vs. 47% à leurs proches ou à des médecins) pour être conseillés sur leur alimentation »¹⁶⁰.

Selon Pascal Hébel, directrice du Pôle consommation et entreprise chez le Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie (le Crédoc), la crise économique de 2008 a accéléré la prise de conscience des consommateurs. Au cours des 30 dernières années, la confiance des consommateurs n'a jamais été aussi faible qu'à la fin de 2008¹⁶¹. Le niveau de vie moyen des Français n'a pas évolué entre 2005 et 2015 que par 0,3% par an¹⁶². Le taux de chômage des jeunes en France est le plus élevé d'Europe (24% en 2016 contre 19% pour le reste de l'Europe en moyenne¹⁶³) et le coût

155 PAGÈS D. (2017), « Figures du Chef Cuisinier. Première partie : de la créativité culturelle à l'engagement sociétal et public », Quaderni Vol. 3 N° 94, p. 84. URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-quaderni-2017-3-page-75.htm>

156 Vie publique (2004), S.A., Chronologies thématiques, « La crise de la vache folle de 1985 à 2004 ». URL : <https://www.vie-publique.fr/chronologie/chronos-thematiques/crise-vache-folle-1985-2004.html>

157 « Trente ans de scandales alimentaires » (2015), Le Monde Diplomatique (S.A.), Ce que manger veut dire, Manière de voir 142 • août - septembre 2015. URL : <https://www.monde-diplomatique.fr/mav/142/A/53391>

158 Ipsos, 2016, « Alimentation durable : les Français de plus en plus attentifs à ce qu'ils mangent » : <https://www.ipsos.com/fr-fr/alimentation-durable-les-francais-de-plus-en-plus-attentifs-ce-qu'ils-mangent>

159 FERGUSON P.P. (2015), « Médiatiser la France culinaire : identité, institutions, idéologie, Le Temps des médias », n° 24, p.21, <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-le-temps-des-medias-2015-1-page-13.htm>

160 FERBECK G., CROMBECQUE N. (2017) « Les pratiques alimentaires d'aujourd'hui et de demain », enquête par Harris Interactive. URL : http://harris-interactive.fr/wp-content/uploads/sites/6/2017/02/Rapport-Alimentation-HI-SITE.pdf?utm_source=Association+L214&utm_campaign=6695331456-EMAIL_CAMPAIGN_2017_09_28&utm_medium=email&utm_term=0_2859894380-6695331456-195262545

161 HEBEL P. (2017), « La situation économique et sociale des Français : les chiffres « classiques » et au-delà », Cahiers français 396, graphique 5, p. 4. URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/6937643522>

162 Ibid. p. 2

163 Ibid. p. 2

du logement n'a cessé d'augmenter depuis les années 1960¹⁶⁴. Pour la première fois, les perspectives économiques des générations jeunes sont pires que celles de leurs parents. Il n'est pas surprenant que la confiance dans la politique n'ait jamais été aussi basse depuis 35 années (25% en 2017 contre 75% dans les années 80)¹⁶⁵. Hébel parle d'une « cohésion sociale fragilisée », encourageant surtout les jeunes générations de désirer des changements dans la société. Leur désir se traduit entre autres en une motivation à consommer de manière plus consciente et une conversion vers une économie circulaire et collective. Ils achètent par exemple des produits d'occasion sur des plates-formes Internet, se rendent au travail via le covoiturage et optent pour des vacances via Airbnb. Ce changement de comportement ne peut pas être uniquement attribué à la forte pression financière à laquelle beaucoup de consommateurs français sont confrontés. Bien que faire des économies constitue une motivation importante, ils se sont également détournés des grandes entreprises pour se reconnecter au niveau social et pour trouver un nouveau mode de vie qui repose sur une moindre consommation¹⁶⁶. L'acte de consommer a ainsi évolué d'une motivation économique vers des valeurs affectives et collectives et une plus grande aspiration environnementale et éthique¹⁶⁶.

Les crises alimentaires

Dates	Évènements
1978	Huiles de colza
1980	Colorants et additifs
1987	Listéria dans le vacherin suisse
1988	Veau aux hormones
1989	Éclats de verre dans les petits pots pour bébés
1990	Benzène dans l'eau Perrier
1992-1993	Épidémie de listériose (langue de porc en gelée, rillettes, fromage et charcuterie à la coupe)
1993	Présence de verre dans les bières Bavaria/Heineken
1994	Salmonelle dans du jambon Marks & Spencer
1995	Listériose (brie de Meaux)
1996	Vache folle
1999	Présence de verre dans les bouteilles de Coca-Cola
1999	Crise du poulet : dioxine
2001	Fièvre aphteuse
2003	Grippe aviaire
Juin 2011	Escherichia Coli – graines germées issues agriculture biologique
Mars 2013	Fraude avec de la viande de cheval
Depuis 2012	Food Bashing 2012 – 1 ^{er} cash investigation 2013-2014 – Saumon d'élevage 2016 L214 – vidéos dans les abattoirs

Figure 1. Les crises alimentaires en France. Source : CCAF 2016 du Crédoc¹⁶⁷

164 HEBEL P. (2017), « La situation économique et sociale des Français : les chiffres « classiques » et au-delà », graphique 5, p. 4, Cahiers français 396, p. 3. URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/6937643522>

165 Ibid. p. 4

166 HEBEL P., (2017), « Les français se détournent des grandes entreprises », interview sur le site Internet de La Poste, Le Hub, le 23/11/2017. URL : <https://lehub.laposte.fr/interviews/pascale-hebel-credoc-consommateurs-se-detournent-grandes-entreprises>

167 Cette figure provient d'un Power Point par TAVOULARIS, G. (2017) « Comment évoluent les attentes des consommateurs en matière alimentaire ? ». Tavoularis est le directeur d'études et de recherche du Pôle Consommation et Entreprise, Crédoc. URL : http://draaf.nouvelle-aquitaine.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/6_AANA_Atelier_prepa_EGA_CREDOC_29_09_2017_cle014127.pdf

Les consommateurs français établissent leurs connexions sur les réseaux sociaux pour une autre raison aussi : ils sont devenus plus conscients du pouvoir de leurs achats et se sentent ainsi capables d'influencer la société avec leurs choix de consommation¹⁶⁸. La nouvelle génération de consommateurs s'unit pour s'exprimer, optant davantage pour des produits écologiquement et éthiquement responsables. Selon Hébel, il y a un effet de génération: les jeunes enfants sont nés dans ce mouvement. Dès qu'ils sont petits, ils entendent parler de l'environnement dans leurs familles et à l'école. La prise de conscience est en train de s'ancrer dans leur comportement, ce qui rend leurs choix responsables et naturels pour eux¹⁶⁹. Ils s'inspirent de jeunes héros tels que la suédoise Greta Thunberg¹⁷⁰ et militent pour le climat¹⁷¹. Les observations de Hébel n'ont pas échappé à l'attention du gouvernement français. Le Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt a observé dans une étude prospective sur les comportements alimentaires en 2025 qu'« une nouvelle phase de transition nutritionnelle, déjà observée aux États-Unis, au Royaume-Uni ou en Allemagne, est en cours en France depuis le début des années 1980 »¹⁷².

3.5 Le chef étoilé engagé, médiateur vers de nouvelles pratiques alimentaires

Or, ce changement dans l'attitude des consommateurs vis-à-vis des grandes industries agro-alimentaires nécessite une approche éducative renouvelée des chefs étoilés. Leur rôle, originellement liée au savoir-faire culinaire, a évolué progressivement vers un niveau politique, ce qui fait qu'ils sont régulièrement invités dans les débats publics. Pagès (2017) a suggéré que le public s'attend à ce qu'un grand chef adopte une stratégie médiatique avec laquelle il « transmet et fait le lien entre les savoirs d'hier, d'aujourd'hui et de demain »¹⁷³, ceci en « démultipliant les actions pour témoigner d'un engagement sans réserve dans le combat à manger sainement, mieux et plus responsable »¹⁷⁴. Par conséquent, les chefs doivent s'exprimer d'une façon plus pédagogique, « mettant en scène un chef engagé, le plus souvent hors les murs, c'est-à-dire agissant en dehors de sa cuisine ou de son restaurant »¹⁷⁵. On leur demande non seulement de parler de leur métier, de la culture culinaire française et des traditions gastronomiques, mais également de prendre position sur des questions nutritionnelles et sur les enjeux écologiques entraînés par la chaîne alimentaire contemporaine. Les missions auxquelles est confronté un chef contemporain sont donc devenues multiples: « la reconnaissance des patrimoines, la démocratisation de la saveur, la défense de bien manger et plus

168 HEBEL P. (2017), « La situation économique et sociale des Français : les chiffres « classiques » et au-delà », Cahiers français 396, p. 6.

URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/6937643522>

169 HEBEL P., (2017), « Les français se détournent des grandes entreprises », interview sur le site Internet de La Poste, Le Hub, le 23/11/2017. URL : <https://lehub.laposte.fr/interviews/pascale-hebel-credoc-consommateurs-se-detournent-grandes-entreprises>

170 HIVERT, A-F. (2018), « Greta Thunberg, la petite Suédoise en grève scolaire pour le climat », Le Monde, rubrique « Ceux qui agissent ». URL : https://www.lemonde.fr/climat/visuel/2018/12/13/en-suede-greta-thunberg-en-greve-scolaire-pour-le-climat_5396984_1652612.html

171 ALVAREZ, C. (2019), « Les jeunes Français rejoignent le mouvement mondial de grève pour le climat », Novethic, le 14.02.2019. URL: <https://www.novethic.fr/actualite/environnement/climat/isr-rse/les-jeunes-francais-rejoignent-le-mouvement-mondial-de-greve-pour-le-climat-146923.html>

172 Comportements alimentaires en 2025, tendances et impacts, décembre 2016, p. 1. Étude « Baisse de la consommation de protéines animales » (2016), réalisé par Blezat consulting, le Crédoc et Deloitte Développement Durable, commandée dans le cadre du Contrat de Filière Agroalimentaire (Action N° 36) par le ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt, l'ANIA, la CGAD, la CGI, Coop de France, la FCD et FranceAgriMer. URL : file:///C:/Users/Gebriker/Downloads/baisse_de_la_consommation_de_proteines_animales.pdf

173 PAGÈS D. (2017), « Figures du Chef Cuisinier. Première partie : de la créativité culturelle à l'engagement sociétal et public », Quaderni Vol. 3 N° 94, p 76, URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-quaderni-2017-3-page-75.htm>

174 Ibid. p. 77

175 Ibid. p. 76

encore de l'alimentation à caractère durable »¹⁷⁶. Ils sont considérés comme « gate keeper »¹⁷⁷, « étant supposés capables de 'faire passer' des enjeux souvent perçus comme abstraits ou experts (sanitaires, de prévention, agricoles, écologiques...), se voient régulièrement invités à prendre la parole dans les conférences citoyennes, les débats publics, les États généraux de l'alimentation, pour faire bouger les lignes et signifier concrètement les mutations. Ainsi, sont-ils aussi associés aux actions d'éducation et de bien-être, de tourisme et de culture, de valorisation des produits alimentaires »¹⁷⁸. Pagès s'est rendu compte que « les chefs étoilés s'inscrivent dans des stratégies de communication publique en tant que relais et recours, à un moment où la parole publique est quelque peu décrédibilisée mais, paradoxalement, où son travail idéologique pour faciliter la cohésion et la mobilisation sociales (autour des questions alimentaires et de développement durable) devient pourtant plus que jamais nécessaire »¹⁷⁹. À l'heure actuelle, dans une société où la cohésion sociale est fragilisée et où le public a perdu confiance dans la chaîne alimentaire, les consommateurs français « souffriraient de plusieurs maux qui se répondraient et s'actualiseraient via des comportements singuliers. Ainsi, celui de la 'gastro-anomie' (l'absence de règles relatives à ce qui se mange) qui semble le mal le plus central car traduisant à la fois une profonde dérégulation sociale, une déstructuration des repas, une individualisation des comportements »¹⁸⁰. L'autorité rassurante du chef étoilé pourrait recréer un sentiment de solidarité, en utilisant l'idylle gastronomique de la France comme symbole de connexion : « Ses gestes aguerris, ses mots simples et clairs, son énergie positive sont autant de médiations pour annoncer un ordre nouveau et incarner de nouveaux crédos. Le chef se met en scène comme signe d'identification, emblème d'une société plus responsable, donnant l'illusion de donner accès à un idéal »¹⁸¹.

Dans ce chapitre, nous avons montré que, depuis la fin des années 1960, le rôle du chef étoilé n'a cessé de changer. L'introduction de la Nouvelle cuisine a permis aux chefs français, habitués à cuisiner selon les règles et techniques strictes, d'être plus créatifs et inventifs dans leur métier. Ironiquement, cette liberté a provoqué une érosion des frontières du champ, entre autres parce que chefs étoilés ont commencé à coopérer avec les grands groupes agro-alimentaires au cours des années soixante-dix. L'arrivée de la télévision et des médias sociaux a forcé les chefs étoilés à se démarquer, plus que jamais, pour se distinguer le plus possible. Dans le même temps, il est devenu nécessaire de nouer des partenariats avec d'autres chefs français pour faire face à la concurrence internationale accrue et à leur position personnelle en tant qu'autorités culinaires dans un champ en transition. Leurs défis sont donc polyvalents. Dans les deux chapitres suivants, nous nous intéresserons au mouvement végétarien en France et à la cuisine végétarienne dans la haute gastronomie pour examiner comment les chefs étoilés français, influencés par de nombreuses forces, mettent en pratique leur rôle de leaders engagés.

176 PAGÈS D. (2017), « Figures du Chef Cuisinier. Première partie : de la créativité culturelle à l'engagement sociétal et public », Quaderni Vol. 3 N° 94, p 85, URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-quaderni-2017-3-page-75.htm>

177 PAGÈS, D. (2017), « Figures du Chef Cuisinier. Seconde partie : d'une autorité civique revendiquée aux engagements citoyens et collaboratifs des "mangeurs" », Quaderni 2018/1 (n° 95), p. 97. URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-quaderni-2018-1-page-95.htm>

178Ibid. p. 97

179 PAGÈS, D. (2017), « Figures du Chef Cuisinier. Seconde partie : d'une autorité civique revendiquée aux engagements citoyens et collaboratifs des "mangeurs" », Quaderni 2018/1 (n° 95), p. 97. URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-quaderni-2018-1-page-95.htm>

180 Ibid. p. 100

181 Ibid. p.98

Chapitre 4 La volonté des chefs étoilés de s'engager pour le véganisme

Les effets des scandales alimentaires et les soucis environnementaux ont fait évoluer une prise de conscience et une recherche de sens auprès des consommateurs français, ainsi qu'une méfiance envers des grandes industries agro-alimentaires. Par conséquent, les chefs étoilés sont de plus en plus invités à joindre le débat public autour des effets négatifs de la consommation de masse pour montrer de l'engagement. Leur rôle dans la société est devenu plus central, politique et médiatisé, dans un champ gastronomique où il faut constamment montrer sa singularité pour faire face à la concurrence. Dans ce chapitre, nous discutons des opportunités et des risques pour les chefs étoilés qui veulent y parvenir en s'engageant dans le véganisme, une expression spécifique de la sensibilisation et de l'individualisation dans les choix alimentaires des consommateurs français. L'évaluation des opportunités et des risques démontre les choix stratégiques auxquels ils sont confrontés. Pour bien comprendre le véganisme, qui n'est pas simplement un régime ou un style de vie mais un engagement fondé sur des valeurs morales, nous commençons ce chapitre en expliquant ses principes de base.

4.1 La naissance du mouvement animale: une philosophie utilitaire

Le philosophe Descartes (1637) a affirmé que les animaux n'étaient rien de plus que des « machines » créées par Dieu¹⁸², prouvé par le fait que « c'est une chose bien remarquable, qu'il n'y a point d'hommes si hébétés et si stupides, sans en excepter même les insensés, qu'ils ne soient capables d'arranger ensemble diverses paroles, et d'en composer un discours par lequel ils fassent entendre leurs pensées »¹⁸³ ce qui « ne témoigne pas seulement que les bêtes ont moins de raison que les hommes, mais qu'elles n'en ont point du tout »¹⁸⁴. Descartes ne croyait pas que les animaux étaient capables de vivre des expériences conscientes, y compris l'expérience de la douleur. Les animaux n'avaient aucune importance morale ou légale.

Au XIXe siècle, un changement de paradigme a eu lieu qui a abouti à une théorie du bien-être animal. Cette théorie a été créée par Jeremy Bentham (1748-1832), qui a écrit en 1789 : « the question is not, Can they reason? nor, Can they talk? but, Can they suffer? »¹⁸⁵. Cependant, bien qu'il ait reconnu que les animaux peuvent souffrir, Bentham a estimé qu'il est moralement acceptable pour les humains de les utiliser et de les tuer, aussi longtemps que nous les traitons bien. Il était en faveur d'une législation visant à empêcher le traitement cruel des animaux¹⁸⁶, mais il a maintenu que les animaux ne savent pas ce qu'ils perdent lorsqu'ils sont tués et, par conséquent, la mort n'est pas un mal pour eux : « If we kill and eat them, we are the better for it, and they are never the worse. They have none of those long-protracted anticipations of future misery which we have »¹⁸⁷. Bentham a donc accordé une certaine valeur morale aux animaux, mais a affirmé qu'ils ont une valeur morale inférieure à celle des humains. Sa théorie peut être résumée comme suit : « As long as they have a reasonably pleasant life and a relatively painless death, we may continue to own and use them. We should, however, endeavor to

182 DESCARTES, R. (1637), « Discours de la méthode », Ve partie, Œuvres et lettres, La Pléiade, pp. 164-165. URL : <http://www.ac-grenoble.fr/PhiloSophie/logphil/textes/textesm/descar1m.htm>

183 Ibid.

184 Ibid.

185 BENTHAM J. (1948), « An Introduction to the Principles of Morals and Legislation », New York, Hafner Library of Classics, No 6., re-edition., p. 310-311

186 FRANCIONE, G. (2010), « Animal Welfare and the Moral Value of Nonhuman Animals », Law, Culture and the Humanities 6(1), p. 28. URL : <https://journals-sagepub-com.proxy.library.uu.nl/doi/pdf/10.1177/1743872109348989>

187 Ibid. p. 27-28

do so in the most 'humane' way possible »¹⁸⁸. Bentham et son disciple John Stuart Mill (1806-1873) ont donné forme à la doctrine éthique de l'utilitarisme, selon laquelle l'homme peut utiliser des animaux à ses propres fins, lorsqu'il obéit au critère de moralité suivant : « il faut considérer le bien-être de tous et non le bien-être du seul agent acteur »¹⁸⁹. Les idées de Bentham et Mill ont mené au développement du welfarisme¹⁹⁰, un mouvement qui vise à améliorer les conditions de vie des animaux par la réglementation de leur utilisation, avec comme représentant principal le philosophe Peter Singer¹⁹¹.

4.2 Les principes du véganisme abolitionniste

Gary Francione, professeur universitaire de droit et fondateur de L'Approche Abolitionniste du véganisme, conteste fermement le point de vue de l'utilitarisme et du welfarisme. Il rejette l'idée que l'utilisation des animaux est moralement acceptable si nous traitons les animaux « humainement »¹⁹². Selon Francione, le fait que les animaux aient des capacités mentales différentes de celles des humains ne signifie pas que nous pouvons ignorer leur droit de ne pas être traités comme des ressources, des biens ou des marchandises : « All sentient beings -human or nonhuman- are equal for the purpose of not being treated as resources, just as an intellectually gifted human and a mentally disabled human are equal for the purpose of not being used as a forced organ donor or as a non-consenting subject in a painful biomedical experiment »¹⁹³. Il n'est pas nécessaire que les animaux non-humains aient des caractéristiques cognitives humaines pour être considérés comme membres de la communauté morale, selon Francione. Le fait que les animaux non-humains sont sensibles et qu'ils ont une conscience subjective suffit pour les inclure dans notre communauté morale¹⁹⁴ parce que « sentience it is a trait that allows the beings who have it to identify situations that are harmful and that threaten survival. Sentience is a means to the end of continued existence. Sentient beings, by virtue of their being sentient, have an interest in remaining alive; that is, they prefer, want, or desire to remain alive. Therefore, to say that a sentient being is not harmed by death denies that the being has the very interest that sentience serves to perpetuate. It would be analogous to saying that a being with eyes does not have an interest in continuing to see or is not harmed by being made blind »¹⁹⁵.

C'est pourquoi nous ne devrions exploiter des animaux dans aucun contexte, juge Francione, car nous n'avons pas de justification morale pour infliger souffrances et mort aux animaux pour en retirer du

188 FRANCIONE, G. (2010), « Animal Welfare and the Moral Value of Nonhuman Animals », *Law, Culture and the Humanities* 6(1), p. 30.

URL : <https://journals-sagepub-com.proxy.library.uu.nl/doi/pdf/10.1177/1743872109348989>

189 Selon le site histophil.com, on peut résumer le cœur de la doctrine utilitariste par la phrase : « Agis toujours de façon à ce qu'il en résulte la plus grande quantité de bonheur (principe du bonheur maximum). Il s'agit par conséquent d'une morale eudémoniste, mais qui, à l'opposé de l'égoïsme, insiste sur le fait qu'il faut considérer le bien-être de tous et non le bien-être du seul agent acteur ». URL :

<http://www.histophil.com/utilitarisme.php>

190 Le terme « welfarisme » est dérivé de l'anglais et signifie bien-être. Dans : JEANGÈNE VILMER, J-B. (2011), *Le welfarisme et l'abolitionnisme, l'éthique animale* (2011), p. 51 à 65

191 Peter Singer a exposé son point de vue éthique sur les droits des animaux pour la première fois dans l'ouvrage *La libération animale* : SINGER, P. (1975), « *La libération animale* », Paris, Grasset, 1993

192 URL : <https://www.abolitionistapproach.com/books/animal-rights-the-abolitionist-approach/>

193 FRANCIONE, G., GARNER, G. (2010), « The Animal Rights Debate : Abolition or Regulation ? », New York : Columbia University Press, p. 5. URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/690102820>

194 « Mission statement », de l'approche abolitionniste. URL : <https://www.abolitionistapproach.com/about/mission-statement/>

195 FRANCIONE, G. (2010), « Animal Welfare and the Moral Value of Nonhuman Animals », *Law, Culture and the Humanities* 6(1), p. 32.

URL : <https://journals-sagepub-com.proxy.library.uu.nl/doi/pdf/10.1177/1743872109348989>

plaisir, du confort ou du divertissement¹⁹⁶. Tant que les animaux sont la propriété des hommes, ceux-ci supposent qu'il est approprié d'utiliser les animaux pour se nourrir, se vêtir, s'amuser, faire des expériences etc.¹⁹⁷. « As long as we use our animal property to generate an economic benefit », a affirmé Francione, « there is no effective limit on our use or treatment of animals »¹⁹⁸. Les statistiques sur la consommation animale reflètent cette utilisation sans limites : selon le site Internet Planetoscope, environ 1,1 milliard d'animaux sont abattus en France chaque année pour être mangés¹⁹⁹. Planetoscope estime qu'au niveau mondial, il s'agit de 65 milliards d'animaux (terrestres) à 150 milliards d'animaux (terrestres + marins)²⁰⁰. Selon l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture, la demande mondiale des produits d'origine animale « devrait augmenter de 70 pour cent pour nourrir une population qui atteindra selon les estimations 9,6 milliards d'habitants en 2050 »²⁰¹. Ces quantités rendent très difficile la connaissance du traitement des animaux. Ils nécessitent une élévation intensive et industrialisée, où le bien-être animal ne peut être que marginal pour assurer de la rentabilité économique.

Dans un article qu'il a publié sur son site Internet en 2007, Francione a déclaré : « When we engage in violence against others—whether they are human or nonhuman—we ignore their inherent value. We treat them only as *things* that have no value except that which we decide to give them. This is what leads people to engage in crimes of violence against people of color, women, and gays and lesbians. It is what leads us to commodify nonhumans and treat them as resources that exist solely for our use. All of it is wrong and should be rejected. »²⁰². Francione considère notre utilisation des animaux comme « moral schizophrenia »²⁰³, un concept par lequel il fait référence à l'incohérence dans nos sentiments à l'égard des animaux en fonction des espèces. Nous avons développé une attitude aimante envers des animaux domestiques, comme des chiens qui nous traitons presque comme des membres de famille, mais nous trouvons normal de manger des animaux de ferme, comme des cochons qui sont autant sensibles et probablement encore plus intelligents que des chiens. Le traitement inégal fondé sur les espèces s'appelle le spécisme. Dans le Grand Robert de la langue française, le spécisme est décrit comme une « idéologie qui postule une hiérarchie entre les espèces, la supériorité de l'être humain sur les animaux²⁰⁴ ». Francione considère le spécisme comme une variété d'exactlyement le même phénomène social que le racisme ou le sexisme : « We can fall back on religious superstition and claim that animal use is justified because animals do not have souls, are not created in God's image, or are otherwise inferior spiritually. Alternatively, we can claim that our use of animals is

196 Puisque l'homme est une espèce animale, Francione utilise les termes « humans/animaux humains » et « nonhumans/animaux non-humains » pour faire comprendre qu'il est moralement répréhensible de faire une distinction basée sur les espèces

197 FRANCIONE, G., GARNER, G. (2010), « The Animal Rights Debate : Abolition or Regulation ? », New York : Columbia University Press, p. 41. URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/690102820>

198 Ibid. p. 38-39

199 Planetoscope publie d'informations statistiques basée sur des indicateurs clés, provenant des statistiques mondiales, européennes, écologiques et françaises. URL : <https://www.planetoscope.com/agriculture-alimentation/2008-les-animaux-tues-dans-les-abattoirs-en-france.html>

200 Planetoscope, « Combien d'animaux abattus pour la consommation de viande ? ». <https://www.planetoscope.com/elevage-viande/1172-nombre-d-animaux-tues-pour-fournir-de-la-viande-dans-le-monde.html>

201 Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture, « Rôle de la FAO dans le domaine de l'élevage et de l'environnement », URL : <http://www.fao.org/livestock-environment/fr/>

202 FRANCIONE (2007), « A Comment on Violence », Animal Rights : The Abolitionist Approach, le 13.08.2007. URL : <https://www.abolitionistapproach.com/a-comment-on-violence/>

203 FRANCIONE, G., STEINER, G (2008), « Animals as Persons : Essays on the Abolition of Animal Exploitation », Columbia University Press, p. 25. URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/609842792>

204 Le Grand Robert de la langue française. URL : <https://gr-bvdep-com.proxy.library.uu.nl/robert.asp>

acceptable because we are human and they are not, which is like saying we are white and they are black; we are men and they are women; we are straight and they are gay »²⁰⁵. Il souligne que notre comportement contraste avec nos préoccupations pour certains animaux, et se caractérise par une incohérence morale. Il n'existe aucune raison logique et cohérente pour laquelle des pratiques telles que la corrida, les abus envers les animaux de compagnie et la chasse sont considérées comme cruelles, alors que le traitement d'autres animaux en tant que propriété ne l'est pas. Francione aborde de nombreux cas d'incohérence morale dans ses articles, comme l'indignation collective provoquée par Michael Vick, un joueur de football américain qui a été diabolisé parce qu'il était impliqué dans des combats de chiens²⁰⁶. L'idée de laisser les chiens se battre pour le plaisir humain était considérée comme inacceptable par le public. L'article de Francione souligne que « We're All Michael Vick »²⁰⁷ car, moralement, il n'y a pas de différence entre l'abus des chiens pour le plaisir de les voir se battre et les souffrances que nous infligeons à d'autres animaux qui sont doués de sensation. En résumé, l'approche abolitionniste insiste sur le fait que dans notre société occidentale, la seule raison d'exploiter des animaux est l'habitude de le faire. Les humains aiment tellement manger leur chair, porter leur peau et utiliser leurs sécrétions qu'ils ont du mal à se réaliser qu'ils n'en ont pas besoin. Ils peuvent bénéficier d'une santé optimale sans manger de produits d'origine animale²⁰⁸. Le véganisme comme mode d'alimentation est donc la position morale par défaut pour ceux qui croient que les animaux sont sensibles²⁰⁹.

Qu'il s'agisse de la position welfariste ou abolitionniste, les Français sont en retard dans l'étude de la responsabilité à l'égard des animaux, selon le philosophe et juriste Jean-Baptiste Jeangène Vilmer. Il a écrit un article en 2013, décrivant la position des Français en matière de l'éthique animale : « l'éthique animale est souvent incomprise en France. Les auteurs les plus célèbres autour l'éthique animale sont anglophones. On la décrit volontiers comme une dangereuse importation 'anglo-saxonne' à laquelle il faut résister gauloisement »²¹⁰. Jeangène Vilmer pense que la réflexion des philosophes français à propos de l'éthique animale est moins systématisée, productive et reconnue que dans les pays anglophones²¹¹. Selon lui, c'est parce que la philosophie française est enracinée dans l'humanisme, qui donne la priorité aux hommes. De ce point de vue, l'attitude dominante vis-à-vis de l'éthique animale est de la rejeter²¹² : « Si elle est plus forte en France qu'en Angleterre ou aux États-Unis, c'est d'abord parce qu'elle s'ancre dans l'humanisme, qui depuis Descartes non seulement domine les études philosophiques mais aussi définit 'l'esprit français', c'est-à-dire l'image que la France aime se donner d'elle-même. [...] Il est donc politiquement correct, et même quasi obligatoire, de se dire 'humaniste', parce qu'on a la vague impression qu'il s'agit de défendre les droits de l'homme – et qui pourrait être contre une si noble cause ? Mais être humaniste, c'est aussi et surtout défendre la supériorité de cet

205 FRANCIONE, G. (2010), « Animal Welfare and the Moral Value of Nonhuman Animals », *Law, Culture and the Humanities* 6(1), p. 35-36.

URL : <https://journals-sagepub-com.proxy.library.uu.nl/doi/pdf/10.1177/1743872109348989>

206 FRANCIONE, G. (2011), « What Michael Vick taught us », *Animal Rights: the Abolitionist Approach*, le 06/04/2011. URL :

<http://www.abolitionistapproach.com/what-michael-vick-taught-us/>

207 Ibid.

208 Le site Internet de l'Approche Abolitionniste propose une liste des grandes organisations de santé qui affirment qu'un régime alimentaire végétarien est sain. URL : <http://www.howdoigovegan.com/2015/03/02/is-it-necessary-to-eat-animal-products-to-be-healthy/>

209 Information du dépliant de la Société Végane Abolitionniste, « Pourquoi le véganisme? », URL:

http://fr.abolitionistvegansociety.org/wp-content/uploads/2014/09/pourquoi_le_veganisme_depliants_exterieur.jpg

210 JEANGENE VILMER, J-B. (2013), « Diversité de l'éthique animale », *Journal International de Bioéthique* 2013/1 (Vol. 24), p. 15 à 28.

URL : <https://www.cairn.info/revue-journal-international-de-bioethique-2013-1-page-15.htm>

211 Ibid. p. 17

212 Ibid. p. 17

humain, que Descartes invitait à se rendre 'comme maître et possesseur de la nature' »²¹³. Outre le fait que l'humanisme domine le débat éthique sur les animaux en France, contrairement aux pays anglo-saxons où l'utilitarisme est le modèle dominant, il mentionne trois autres raisons qui expliquent le retard français : « des raisons culturelles (le rôle identitaire de la gastronomie, les 'exceptions culturelles' (comme la corrida ou le foie gras) et politiques (surreprésentation des chasseurs au parlement et des aficionados²¹⁴ au gouvernement) »²¹⁵. Ses découvertes montrent qu'en France, il existe encore une grande tension entre la consommation des produits d'origine animale, chargée de symbolique par le discours gastronomique, et l'éthique de l'utilisation des animaux.

4.3 La baisse de la consommation de viande en France, malgré son image positive

« La consommation de protéines animales est très structurante dans le régime alimentaire des Français »²¹⁶, ainsi commence une fiche d'information qui prédit les comportements alimentaires des Français en 2025. La fiche montre qu'en 2016, 70% des protéines consommées en France étaient d'origine animale. Ceci n'a pas toujours été le cas. Pendant des siècles, la viande quotidienne n'était réservée qu'aux privilégiés des classes supérieures de la société. Dans la période d'après-guerre, durant les Trente glorieuses (1945- 1973), l'État français a stimulé la croissance de l'industrie agro-alimentaire, permettant ainsi une baisse des prix de la viande²¹⁷. En même temps, le revenu moyen en France a tellement augmenté que la consommation de viande est devenue accessible à de plus en plus de consommateurs²¹⁸. La viande est devenue un symbole de prospérité de tous les français²¹⁹, faisant d'elle la principale composante de leur repas. Une enquête menée en 2015, sur les comportements et consommations alimentaires en France, a montré que l'image collective de la viande était très positive : 81 % des acheteurs de viande ont déclaré en avoir une « excellente » ou « bonne » image²²⁰. Plus de 90 % l'ont considérée comme « nourrissante », « comme un aliment qui a du goût », comme « faisant partie des aliments qu'on a plaisir à manger » et comme « facile à cuisiner »²²¹.

213 JEANGENE VILMER, J-B. (2013), « Diversité de l'éthique animale », Journal International de Bioéthique 2013/1 (Vol. 24), p. 17-18.

URL : <https://www.cairn.info/revue-journal-international-de-bioethique-2013-1-page-15.htm>

214 Aficionado ou aficionado, os [afisjɔnado, o(s)] = Amateur de courses de taureaux (→ Tauromachique, cit.). Le Grand Robert de la langue française. URL : <https://gr-bvdep-com.proxy.library.uu.nl/robert.asp>

215 Ibid. p. 18-19

216 Comportements alimentaires en 2025, tendances et impacts, décembre 2016, P. 1. Étude « Baisse de la consommation de protéines animales » (2016), réalisé par Blezat consulting, le Crédoc et Deloitte Développement Durable, commandée dans le cadre du Contrat de Filière Agroalimentaire (Action N° 36) par le ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt, l'ANIA, la CGAD, la CGI, Coop de France, la FCD et FranceAgriMer. URL : file:///C:/Users/Gebruiker/Downloads/baisse_de_la_consommation_de_proteines_animales.pdf

217 DENHARTIGH, C. (2018), « Viande : pourquoi est-il si difficile de s'en passer ? », Revue Projet, vol. 367, no. 6, 2018, p. 68.

218 AYMARD, M. (1997), « Les pratiques de l'alimentation carnée en France », dans : « Le mangeur et l'animal. Mutations de l'élevage et de la consommation » (1997), sous la direction de PAILLAT, M. (sous la direction de), Autrement, Coll. Mutations/Mangeurs, N° 172, Paris, p. 95-96. URL : http://www.lemangeur-ocha.com/fileadmin/contenusocha/06-les_pratiques_de_l_alimentation_carnee.pdf

219 TAVOULARIS, G., SAUVAGE, E. (2018), « Les nouvelles générations transforment la consommation de viande », Crédoc, N° 300, ISSN 0295-9976, septembre 2018, p. 2. URL : <https://www.credoc.fr/publications/les-nouvelles-generations-transforment-la-consommation-de-viande>

220 Ibid. p. 1

221 Ibid. p. 1

Cependant, la consommation des produits carnés est en baisse depuis une vingtaine d'années au moins²²². Entre 2007 et 2016, elle a diminué de 12 %²²³. En 2015, la moitié des Français se sont réalisés que la viande est « un aliment que l'on mange en trop grande quantité aujourd'hui »²²⁴. 35 % de la population française a déclaré avoir limité sa consommation de viande²²⁵.

4.4 Le message marketing sur le marché des produits végétarien et végan s'adresse principalement aux flexitariens

« Une chose est sûre », a noté l'institut d'études Xerfi France dans un communiqué à propos de leur étude sur le marché de l'alimentation végétarien et végan²²⁶ en 2018²²⁷, « les Français se détournent progressivement des produits carnés, incités par la multiplication des scandales dans les filières d'élevage, la remise en cause des bienfaits supposés du lait et de la viande ou encore la sensibilité accrue au bien-être animal ». Xerfi France a relevé que les ventes de produits végétarien et végan ont généré un chiffre d'affaires en hausse de 24% en 2018 dans les grandes et moyennes surfaces françaises. Une progression annuelle moyenne de 17 % est à prévoir pour la période 2019-2021, ce qui correspond à une augmentation du chiffre d'affaires de 380 à 600 millions d'euros²²⁸. Bien qu'il s'agisse d'un marché de niche, sa promesse de valeur est large. Il n'est donc pas surprenant que plusieurs grands groupes de l'industrie agro-alimentaire soient attirés par le potentiel et aient lancé des lignes de produits qui répondent à la demande croissante. Xerfi France a également constaté que depuis 2016, de nombreux « start-ups spécialisés dans les produits végétariens et végans » ont émergé²²⁹.

Une enquête menée en 2019 par l'institut d'études opinion et marketing Ifop²³⁰ a montré à quel point les Français attachent de l'importance au bien-être animal. 92% des interrogés considèrent que le bien-être des animaux est important. Lors d'un autre sondage d'Ifop en 2017, 80% des interrogés ont déclaré que pour eux personnellement, la protection des animaux est importante. 36% ont déclaré

222 TAVOULARIS, G., SAUVAGE, T. (2018), « Les nouvelles générations transforment la consommation de viande », Crédoc, Consommation et modes de vie, N° 300 • ISSN 0295-9976 • Septembre 2018, p. 1. URL : <https://www.credoc.fr/publications/les-nouvelles-generations-transforment-la-consommation-de-viande>

223 Ibid. p. 1.

224 TAVOULARIS, G., SAUVAGE, T. (2018), « Les nouvelles générations transforment la consommation de viande », Crédoc, Consommation et modes de vie, N° 300 • ISSN 0295-9976 • Septembre 2018, p. 1. URL : <https://www.credoc.fr/publications/les-nouvelles-generations-transforment-la-consommation-de-viande>

225 Ibid. p. 3

226 La conjugaison de l'adjectif « végan » est appliquée de différentes manières. Ce que nous avons constaté le plus souvent dans la littérature, c'est que « végan » reste invariable. Le mot est parfois écrit sans accent, mais généralement avec un accent aigu. Nous choisissons ce qui est le plus commun: invariable, avec accent.

227 NERI, M. (2018), « Le marché de l'alimentation végétarienne et végane à l'horizon 2021 », Xerfi Canal. URL: https://www.xerficanal.com/economie/emission/Cathy-Alegria-Le-marche-de-l-alimentation-vegetarienne-et-vegane-a-l-horizon-2021_3746706.html

228 MALO, P. (2019), « Le marché végétarien et végan en hausse de 24% en 2018 », Le Journal de l'Économie, le 12.01.2019. URL : https://www.journaldeleconomie.fr/Le-marche-vegetarien-et-vegan-en-hausse-de-24-en-2018_a6811.html

229 Cette information est à retrouver dans la communiquée de Xerfi : NERI M. (2018), « Le marché de l'alimentation végétarienne et végane à l'horizon 2021 », Xerfi Canal. URL: https://www.xerficanal.com/economie/emission/Cathy-Alegria-Le-marche-de-l-alimentation-vegetarienne-et-vegane-a-l-horizon-2021_3746706.html

230 Ifop est L'Institut d'Études Opinion et Marketing en France et à l'International. Les résultats de l'enquête sont résumés dans une infographie. URL : <https://www.ifop.com/wp-content/uploads/2019/03/Infographie-BIEN-ETRE-ANIMAL-IFOP.png>

que la cause animale est « très importante »²³¹. Une étude de l'institut d'études GreenFlex en 2017²³² a mis en évidence que « le bien-être animal préoccupe plus de 69 % des français lorsqu'ils font leurs achats »²³³.

Si tant de Français se disent être préoccupés par le bien-être animal, la question qui se pose est de savoir pourquoi il y a si peu de végétariens²³⁴ en France. Les végétariens ne sont pas à confondre avec les végétaliens. Le Grand Robert de la langue française décrit un(e) végétarien(ne) comme une « personne qui exclut de son alimentation tout produit d'origine animale (= végétalien) et adopte un mode de vie respectueux des animaux (habillement, transports, loisirs...) »²³⁵. « Le véganisme », comme on peut le lire sur le site *Internet* vegan.fr²³⁶, « est bien plus qu'un style de vie ; c'est un engagement en faveur de l'abolition de toute forme d'exploitation des animaux ». Les végétariens ne représentent qu'environ 0,5% de la population française (environ 340 000 personnes)²³⁷. Les végétariens, qui s'abstiennent de viande et de poisson mais qui mangent des produits laitiers et des œufs, ne sont pas non plus le principal moteur de la croissance du marché des produits végétariens et végans. Ce groupe représente 2 % de la population française (1,3 million personnes)²³⁸. Selon Xerfi France, ce sont principalement les flexitariens, les gens qui limitent leur consommation de viande mais ne sont pas exclusivement végétariens, qui assurent la croissance explosive des produits végétariens et végans. Un tiers de la population française s'appelle flexitarien, ce qui correspond à près de 23 millions de personnes²³⁹. Leurs motivations varient: ils veulent manger plus sainement, ils se sentent responsables vis-à-vis de l'environnement, ils préfèrent les produits fabriqués localement, ils évitent autant que possible les additifs artificiels, ou ils optent pour des alternatives à cause du prix élevé de la viande²⁴⁰. En s'adressant principalement aux flexitariens, les principaux fournisseurs de substituts de protéines animales adaptent leur stratégie marketing à leurs souhaits. C'est pourquoi ils utilisent principalement des termes neutres tels que « bio » dans leur communication²⁴¹. Leur message parle d'améliorer le bien-être des animaux, mais non pas spécifiquement d'arrêter leur exploitation. Pour créer plus de

231 Sondage Ifop pour le Collectif AnimalPolitique (2017), « La sensibilité des Français à la cause animale à l'approche de l'élection présidentielle de 2017 », p. 20. 80% des personnes interrogés ont indiqué que très importante ou assez importante ». URL : https://www.ifop.com/wp-content/uploads/2018/03/3690-1-study_file.pdf

232 Étude de GreenFlex (2017) : « Les Français et la consommation responsable 2017 ». URL : <https://info.greenflex.com/les-francais-et-la-consommation-responsable-2017>

233 OBERLE P. (2018), « Consommation éthique : les Français adoptent une nouvelle dynamique », Green Economy, le 15/07/2018. URL : <https://www.green-economy.fr/infographie-consommation-responsable-les-francais-adoptent-une-nouvelle-dynamique/>
Résumé de l'Étude GreenFlex,

234 234 Avec le terme végétarien(s), végétarien(s) et flexitarien(s), je fais référence au(x) végétarien(e)(s), végétarien(ne)(s) et flexitarien(ne)(s), dans le sens masculin ainsi que féminin.

235 Le Grand Robert de la langue française. URL : <https://gr-bvdep-com.proxy.library.uu.nl/robert.asp>

236 URL : <http://vegan.fr/le-veganisme/>

237 VAN OVERSTRAATEN, B. (2019), « Le marché végétarien et végan a augmenté de 24% en 2018, selon une étude », Reuters France, le 08.01.2019. URL : <https://fr.reuters.com/article/businessNews/idFRKCN1P213C-OFRBS>

238 Ibid.

239 NERI, M. (2018), « Le marché de l'alimentation végétarienne et végane à l'horizon 2021 », Xerfi Canal. URL : https://www.xerficanal.com/economie/emission/Cathy-Alegria-Le-marche-de-l-alimentation-vegetarienne-et-vegane-a-l-horizon-2021_3746706.html

240 HAMON, A. (2019), « Demain, tous flexitariens ? », interview avec Xavier Terlet, président de XTC World Innovation, Marie Claire, le 22/02/2019. URL : <https://www.marieclaire.fr/flexitarisme-flexitarien-definition,1132813.asp>

241 NERI, M. (2018), « Le marché de l'alimentation végétarienne et végane à l'horizon 2021 », Xerfi Canal. URL : https://www.xerficanal.com/economie/emission/Cathy-Alegria-Le-marche-de-l-alimentation-vegetarienne-et-vegane-a-l-horizon-2021_3746706.html

valeur pour les végétariens, les fabricants et les distributeurs feraient bien de centrer davantage leur communication sur ce groupe cible spécifique en donnant une propre identité aux produits végétariens²⁴².

4.5 Une timide communication sur le végétarisme par les chefs étoilés

Ce phénomène se reflète également dans la haute gastronomie, où les chefs étoilés pourraient s'adresser plus consciemment à leur clientèle végétarienne. Selon Karine Castro, fondatrice de la plateforme Média et Conseil en Gastronomie Végétarienne, il y a une tendance parmi les chefs étoilés en France de ne pas mentionner la volonté de s'abstenir de toute exploitation animale comme argument pour convaincre les consommateurs²⁴³. Elle fréquente régulièrement des restaurants étoilés et y a constaté que de nombreux chefs étoilés ne sont pas encore suffisamment informés de ce que signifie exactement le végétarisme. Castro remarque que la volonté est là, mais « si le mot végétarien n'est pas encore prêt à entrer dans le vocabulaire des chefs, c'est bien parce que ces deux-là ne se comprennent pas »²⁴⁴. C'est pourquoi les options végétariennes, lorsqu'elles sont présentées, ne sont pas toujours clairement indiquées sur le menu et contiennent parfois des ingrédients que les végétariens ne mangent pas, comme le miel et le fromage. « Pour qu'un chef puisse faire du végétarien, il doit connaître l'histoire de ses produits et comprendre les valeurs du végétarisme »²⁴⁵, juge Castro. Castro pense que « dans toute cette confusion silencieuse »²⁴⁶, une communication claire et uniforme à propos du végétarisme est essentielle, de sorte que la clientèle végétarienne se sente prise au sérieux. En outre, un plus grand engagement du côté des chefs étoilés pourrait motiver d'autres clients à se familiariser avec la philosophie végétarienne.

Investir davantage dans le végétarisme peut être intéressant pour les chefs, car une enquête de l'institut de recherche Crédoc parmi les classes sociales supérieures en France a démontré que ceux-ci ont un engagement relativement fort en faveur de la consommation durable²⁴⁷. Il semble qu'un tiers des plus dotés en capital culturel (dans cette enquête : être diplômé) ainsi qu'en capital économique, estime que la consommation durable passe par une modification des pratiques de consommation. Ils ont bien raison car la production de viande et de produits laitiers pèse lourdement sur l'environnement et le climat. Une analyse de l'impact des produits d'origine animale sur l'environnement par l'Université d'Oxford en 2018²⁴⁸ (basé sur près de 40 000 fermes dans 119 pays qui produisent 40 types de produits alimentaires représentant 90% de la totalité de la consommation) a prouvé que l'élevage des animaux pour la production de viande et de lait a un impact dévastateur sur notre planète. Ces produits fournissent seulement 18% des calories pour la population mondiale mais leur production occupe 83% des terres agricoles, ce qui est la cause principale de l'extinction massive de la faune sauvage sur Terre. Joseph Poore, le chercheur responsable de cette analyse, a déclaré dans une interview avec The

242 NERI, M. (2018), « Le marché de l'alimentation végétarienne et végétarienne à l'horizon 2021 », Cerfi Canal. S.D.

URL: https://www.xerficanal.com/economie/emission/Cathy-Alegria-Le-marche-de-l-alimentation-vegetarienne-et-vegane-a-l-horizon-2021_3746706.html

243 CASTRO K. (2017), « La question végétarienne dans la haute gastronomie », Graines de papilles, Réflexions, le 23.07/2017.

URL : <https://www.grainesdepapilles.com/question-vegan-haute-gastronomie/>

244 Ibid.

245 Ibid.

246 Ibid.

247 SESSEGO, V., HEBEL, P. (2019), « Consommation durable : l'engagement de façade des classes supérieures », CREDOC Consommation et modes de vie, N° 303, ISSN 0295-9976, mars 2019. URL: <https://www.credoc.fr/download/pdf/4p/CMV303.pdf>

248 POORE, J., NEMECEK, T. (2018), « Reducing food's environmental impacts through producers and consumers », Science, Vol. 360, Issue 6392, le 01.06.2018, pp. 987-992. URL: <https://science.sciencemag.org/content/360/6392/987/tab-pdf>

Guardian²⁴⁹ « qu'un régime végétarien est probablement le moyen le plus efficace pour réduire l'impact de l'homme sur la planète Terre. Un régime végétarien réduit non pas seulement les gaz à effet de serre, mais aussi l'acidification, l'eutrophisation, l'utilisation des sols et de l'eau dans le monde. C'est beaucoup plus important que de diminuer des vols par avion ou que d'acheter une voiture électrique, car ces actions ne font que réduire les émissions de gaz à effet de serre ». Il a ajouté que « ce sont vraiment les produits d'origine animale qui sont responsables de tant de choses. Éviter leur consommation procure de bien meilleurs avantages environnementaux que d'essayer d'acheter de la viande et des produits laitiers durables »²⁵⁰.

Les classes sociales supérieures montrent alors une forte volonté de réduire leur empreinte écologique en ajustant leurs habitudes de consommation. Cependant, il y a une contradiction dans ce fait²⁵¹. Après tout, ce sont précisément ces classes qui sont responsables d'une grande partie des émissions de gaz à effet de serre à cause de leur comportement de déplacement, surtout par avion. C'est probablement leur désir de compenser qui les motive à rechercher de « petits gestes »²⁵². En supposant que ces classes privilégiées appartiennent au groupe cible des chefs étoilés, le désir de faire quelque chose de bien pour la planète offre aux chefs étoilés la possibilité d'inclure des plats végétariens dans leurs menus pour répondre à ce besoin. Ainsi, leurs clients peuvent vivre une expérience gastronomique en réduisant simultanément leur impact sur l'environnement et sur la souffrance des animaux.

Il est possible que le sentiment de nécessité d'une transition vers une alimentation durable, écologique et éthique sans souffrance animale soit accélérée si davantage de rapports sont publiés sur l'exploitation animale et les effets dévastateurs de leur élevage sur le climat. Aujourd'hui, les consommateurs ont encore le libre choix d'acheter de la viande, du poisson, des produits laitiers et d'autres produits dérivés d'animaux. Cependant, l'abandon des produits d'origine animale pourrait devenir une nécessité urgente, lorsque la qualité de la vie sur Terre se détériorera.

249 CARRINGTON, D. (2018), « Avoiding meat and dairy is 'single biggest way' to reduce your impact on Earth », The Guardian, le 31/05/2018. URL: <https://www.theguardian.com/environment/2018/may/31/avoiding-meat-and-dairy-is-single-biggest-way-to-reduce-your-impact-on-earth>

250 CARRINGTON, D. (2018), « Avoiding meat and dairy is 'single biggest way' to reduce your impact on Earth », The Guardian, le 31/05/2018. URL: <https://www.theguardian.com/environment/2018/may/31/avoiding-meat-and-dairy-is-single-biggest-way-to-reduce-your-impact-on-earth>

251 SESSEGO, V., HEBEL, P. (2019), « Consommation durable : l'engagement de façade des classes supérieures », CREDOC Consommation et modes de vie, N° 303, ISSN 0295-9976, mars 2019, p. 3. URL: <https://www.credoc.fr/download/pdf/4p/CMV303.pdf>

252 Ibid. p. 1.

Voici plusieurs raisons d'acheter des produits alimentaires. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si elle vous incite à acheter un produit alimentaire ? (Réponses « beaucoup », « assez »)

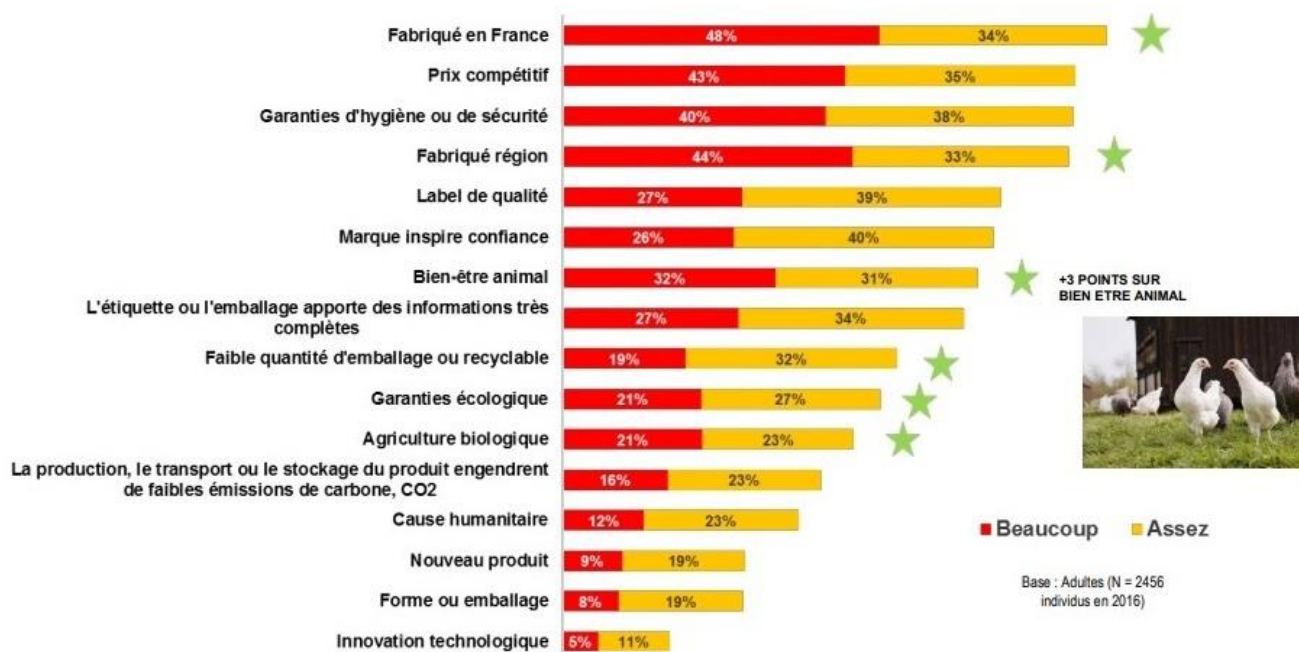


Figure 2 : « L'attention portée à l'origine et au mode de production continue de croître »²⁵³
 Source : Crédoc CCAF 2016, enquête représentative de la population française

Il est difficile de mesurer l'ampleur que prendra le mouvement végétarien. « Il pourrait rester marginal, tout en alimentant la tendance au flexitarisme »²⁵⁴, selon les chercheurs d'une étude qui explore les comportements alimentaires en 2025. Trois facteurs sont en faveur du mouvement, à savoir « la possibilité de crises sanitaires ou liées au bien-être animal, une sensibilité croissante aux enjeux environnementaux et le militantisme et poids médiatique important des associations anti-viande, végétariennes, avec des stars porte-parole »²⁵⁵. Le désir croissant des consommateurs de manger sainement peut également contribuer au passage à un régime sans produits d'origine animale. Le Crédoc a déclaré qu'« en 2016, le lien entre alimentation, nutrition et santé s'accroît. Les Français continuent d'espérer beaucoup de leur alimentation pour augmenter leur espérance de vie en bonne santé. Ils n'ont même jamais été aussi nombreux à être conscients du lien entre l'alimentation et la santé. 91% des Français affirment cette opinion »²⁵⁶. L'Organisation mondiale de la santé a établi un lien entre la consommation de viande rouge et de viande transformée et le risque accru de certains types de cancer,

253 Cette figure provient d'un Power Point par TAVOULARIS, G. (2017) « Comment évoluent les attentes des consommateurs en matière alimentaire ? ». Tavoularis est le directeur d'études et de recherche du Pôle Consommation et Entreprise, Crédoc. URL :

http://draaf.nouvelle-aquitaine.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/6_AANA_Atelier_prepa_EGA_CREDOC_29_09_2017_cle014127.pdf

254 Comportements alimentaires en 2025, tendances et impacts, décembre 2016, P. 4. Étude « Baisse de la consommation de protéines animales » (2016), réalisé par Blezat consulting, le Crédoc et Deloitte Développement Durable, commandée dans le cadre du Contrat de Filière Agroalimentaire (Action N° 36) par le ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt, l'ANIA, la CGAD, la CGI, Coop de France, la FCD et FranceAgriMer. URL : file:///C:/Users/Gebruiker/Downloads/baisse_de_la_consommation_de_proteines_animales.pdf

255 Ibid. p. 4

256 Enquête « Comportements et consommation alimentaire en France en 2016 », Synthèse du CREDOC pour FranceAgriMer, p. 3.

URL : <https://www.franceagri.fr/Bibliotheque/INFORMATIONS-ECONOMIQUES/FRUITS-ET-LEGUMES/ETUDES-ET-SYNTHESES/2018/ENQUETE-COMPORTEMENTS-ET-CONSOMMATIONS-ALIMENTAIRE-EN-FRANCE-EN-2016-n-7.1>

de maladie cardiaque et d'attaque cérébrale²⁵⁷. La consommation de poisson, des crustacés et d'autres animaux marins augmente l'exposition à divers métaux lourds, toxiques et microplastiques²⁵⁸.

4.6 Les opportunités pour les chefs étoilés de s'engager pour le véganisme

La transformation alimentaire mondiale dans laquelle nous vivons actuellement, avec tous ses défis associés, est un terrain fertile pour des initiatives qui contribuent à une solution. C'est aux chefs étoilés, propose Dominique Pagès, de détourner la problématique et de proposer « une approche à 360°, en invitant à penser une société où l'alimentation (au sens large) serait résolument centrale, à envisager la gastronomie comme une transition exemplaire vers une alimentation plus saine, écologique et durable et comme un ensemble de réponses aux crises alimentaires contemporaines »²⁵⁹. Dans ce contexte, un message persuasif de la part des chefs étoilés, qui encourage l'adoption de la cuisine végan, pourrait augmenter la volonté des autres agents du champ gastronomique de l'accepter. À mesure que l'appel à l'action du public devient de plus en plus fort, la nécessité d'explorer de nouveaux modes de consommation devient plus claire. Les médias jouent un rôle moteur dans ce processus. Des publications comme une vidéo informative dans Le Monde « Que se passerait-il si tout le monde serait végan ? »²⁶⁰ veillent à ce que le public, et avec eux les chefs étoilés, prennent davantage conscience des effets positifs du véganisme. Répondre à cette tendance pourrait apporter une bonne volonté à un chef étoilé qui décide de singulariser en introduisant la cuisine végan dans son restaurant. Son rôle exemplaire lui permettrait d'influencer positivement l'image du véganisme tout en attirant l'attention sur lui-même dans la lutte pour plus d'influence.

Ce qui est également avantageux pour les chefs étoilés qui souhaitent introduire la cuisine végan dans leur(s) restaurant(s), en plus du climat de changement dans la société, c'est que d'autres agents dans le champ gastronomique ont déjà déployé des efforts influents. Leurs efforts ont abaissé le seuil pour s'engager dans le véganisme et pourraient faciliter la progression de leurs successeurs. Voici l'inventaire des initiatives prises cette dernière décennie :

- Bien que chef étoilé Alain Passard ne soit pas un chef végan, il a veillé à ce que les légumes soient considérés comme un ingrédient gastronomique à part entière depuis l'an 2000²⁶¹.
- Dans une interview en 2013, chef étoilé Joël Robuchon a déclaré : « La cuisine végétarienne sera celle des dix prochaines années. Je veux être là »²⁶². Sa déclaration, souvent citée, a donné plus de valeur à une cuisine gastronomique qui se joue autour des légumes.
- Depuis 2015, chef étoilé Christophe Moret offre une fois par mois des « dîners 100% green » dans le Shangri-la hôtel à Paris²⁶³.

257 Organisation mondiale de la santé (2015), « Cancérogénicité de la consommation de viande rouge et de viande transformée ». URL : <https://www.who.int/features/qa/cancer-red-meat/fr/>

258 VANDERMEERSCH G. e.a. (2015), « Environmental contaminants of emerging concern in seafood – European database on contaminant levels », Elsevier, Environmental Research Volume 143, Part B, November 2015, p. 29-45. URL : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0013935115001863>

259 PAGÈS, D. (2017), « Figures du Chef Cuisinier. Première partie : de la créativité culturelle à l'engagement sociétal et public », Quaderni Vol. 3 N° 94, p. 87. URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-quaderni-2017-3-page-75.htm>

260 MOREAU A. (2017), « Que se passerait-il si tout le monde serait végan ? », Le Monde, le 30/07/2017. URL :

https://www.lemonde.fr/festival/video/2017/08/30/que-se-passerait-il-si-tout-le-monde-etait-vegan_5178386_4415198.html

261 GOMEZ, M-L., BOUTY, I. (2011) « The Emergence of an Influential Practice: Food for Thought » Organization Studies 32(7), p. 921 –940. URL : <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0170840611407020>

262 SIMON, F. (2013), « Joël Robuchon : «Je recommence à zéro !», Le Figaro, le 03/05/2013.

URL : <http://www.lefigaro.fr/gastronomie/2013/05/03/30005-20130503ARTFIG00520-joel-robuchon-je-recommence-a-zero.php>

263 Communiqué de presse sur le site Internet de l'hôtel Shangri-la : « Les Dîners 100% Green du Shangri-La Hotel, Paris ». URL :

<http://www.shangri-la.com/fr/paris/shangrila/press-room/press-releases/shangri-la-hotel-paris-launches-100-green-evenings/>

- En 2017, les candidats de la finale du prestigieux concours de cuisine gastronomique Bocuse d'Or sont mis au défi de préparer un plat 100% végétal²⁶⁴.
- En 2018, pour la première fois dans son histoire, Le *Guide Michelin* a attribué une assiette et une fourchette à un établissement 100% bio et végétan. Il s'agit du restaurant ONA (Origine Non Animale) à Toulouse, où la cheffe Claire Vallée propose une cuisine végétale gastronomique²⁶⁵.
- En 2019, Michelin a fait rentrer le restaurant Vegan Gorilla à Nice dans sa sélection « Bib Gourmand »²⁶⁶.
- Le chef du restaurant Vegan Gorilla, Willy Berton, a été le premier chef de cuisine végétan de France à obtenir le titre de Maître Restaurateur en 2017²⁶⁷.
- Depuis 2015, l'association de défense des animaux L214²⁶⁸ a lancé l'initiative VegOresto pour stimuler la végétalisation des menus dans les restaurants français²⁶⁹. VegOresto lance des défis aux chefs des restaurants, parmi lesquels plusieurs chefs étoilés, d'imaginer un menu savoureux entièrement végétan.
- En 2019, 500 personnalités ont demandé aux Français, dans une tribune publiée dans *Le Monde*, de ne plus manger de viande ni de poisson chaque lundi, le « lundi vert »²⁷⁰
- En dehors de la France, plusieurs chefs français-renommés ont adopté la cuisine végétan avec succès dans leurs restaurants. Un exemple est Alexis Gauthier qui ne servira plus que des plats végétan d'ici deux ans²⁷¹. Depuis qu'il est devenu végétan en 2015, il encourage d'autres à faire la même chose. Il a déclaré dans une interview : « En tant que chef français de formation classique, je me suis rendu compte un jour que les instruments - les ingrédients - que j'utilisais pour créer ce que je pensais être mon art, étaient attachés au cœur d'un animal qui voulait vivre, aimer, avoir des enfants. Maintenant, je passe mes journées à essayer de convaincre mes chefs - qui sont très difficiles à convaincre, bien plus difficile que mes clients - que cuisiner sans produits d'origine animale est évidemment l'avenir. C'est évidemment l'avenir»²⁷².

À propos de ce dernier point, il convient de noter que la décision du chef Alexis Gauthier de transformer tous les plats dans son restaurant étoilé à Londres en 100% végétan a été prise dans un champ gastronomique différent, à savoir celui de la haute gastronomie anglaise. D'autres codes et règles y sont en vigueur. Il serait intéressant d'analyser les différences d'attitude des chefs étoilés français et anglais à l'égard du végétanisme dans des recherches futures. En France, le collectif des

264 Communiqué sur le site Internet du Bocuse d'Or, le 30/11/2016: « L'Assiette du Bocuse d'or 2017 sera 100% végétale ». URL: <http://www.bocusedor.com/l-assiette-du-bocuse-d-or-2017-sera-100-vegetale>

265 « Claire Vallée, la cheffe vegan qui a conquis le Guide Michelin » (2018), S.A., CheekMagazine, le 02.10.2018. URL : <http://cheekmagazine.fr/societe/claire-vallee-ona-cheffe-vegan-guide-michelin/>

266 « Le Vegan Gorilla distingué par le Guide Michelin, Association française des maitres restaurateurs » (2019), S.A., S.D. URL: <https://www.maitresrestaurateurs.fr/nice-06-le-vegan-gorilla-distingue-par-le-guide-michelin/>

267 « Willy Berton, Chef du restaurant Vegan Gorilla , 1er restaurant labellisé Maître » (2017), France Bleu, diffusion de radio du samedi 10 juin 2017, durée : 39 min. URL: <https://www.francebleu.fr/emissions/cuisine-ensemble/azur/aujourd-hui-c-est-willy-ber-ton-1er-chef-vegan-obtenir-en-france-le-label-de-maitre-restaurateur-qui-est-notre-invite-la>

268 « L214 Éthique & Animaux est une association loi 1908 tournée vers les animaux utilisés dans la production alimentaire (viande, lait, œufs, poisson), et révélant leurs conditions d'élevage, de transport, de pêche et d'abattage », URL : <https://www.l214.com/>

269 « Depuis 2015, VegoResto met à l'honneur les restaurants, snacks, hôtels et tables d'hôtes vegan-friendly. Chaque semaine, VegOresto met au défi des chefs : Concoctez un menu végétan le temps d'un repas, nous nous engageons à remplir votre restaurant ! ». URL : <https://vegorestofr/>

270 *Le Monde* (2019), tribune, « L'appel des 500 pour un 'lundi vert': Nous nous engageons à remplacer la viande et le poisson chaque lundi », le 02/01/2019. URL: https://www.lemonde.fr/idees/article/2019/01/02/l-appel-des-500-pour-un-lundi-vert-nous-nous-engageons-a-remplacer-la-viande-et-le-poisson-chaque-lundi_5404460_3232.html

271 MASSE J. (2018), « Le chef étoilé Alexis Gauthier annonce que son restaurant à Londres sera 100% végétan d'ici deux ans », Huffpost, le 20/06/2018. URL : https://www.huffingtonpost.fr/2018/06/20/le-chef-etoile-alexis-gauthier-annonce-que-son-restaurant-a-londres-sera-100-vegan-dici-deux-ans_a_23463525/?utm_hp_ref=fr-vegan

272 CHIORANDO, M. (2019), « 'Vegan Cooking Is Obviously The Future Says Michelin Starred French Chef », *Plant Based News*, le 25/03/2019. URL: <https://www.plantbasednews.org/post/vegan-cooking-obviously-future-michelin-starred-french-chef>

valeurs culturelles et sociales autour des produits d'origine animale est toujours très fort: c'est toute l'histoire française qui a été marquée par les traditions alimentaires collectives autour de ces produits. La religion catholique a encouragé la consommation de viande et de poisson, par exemple « le gigot d'agneau de Pâques, le poisson le vendredi ou encore le méchoui (mouton ou agneau) »²⁷³. Jusqu'à récemment, le gouvernement français exigeait que chaque repas à l'école comprenne un produit d'origine animale²⁷⁴. Sur le site Internet de l'Unesco, l'organisation qui a ajouté le repas gastronomique français au patrimoine culturel mondial en 2010, il est indiqué que ce repas « commence par un apéritif et se termine par un digestif, avec entre les deux au moins quatre plats, à savoir une entrée, du *poisson* et/ou de la *viande* avec des légumes, du *fromage* et un dessert »²⁷⁵. Pour le collectif des Français, pour qui la gastronomie française fait partie de leur éducation et de leur sens partagé d'être Français, les produits d'origine animale ont donc toujours une forte valeur symbolique. Cependant, à l'échelle individuelle, les pratiques alimentaires s'individualisent et évoluent en France.

4.7 Les risques pour les chefs étoilés de s'engager pour le véganisme

En raison de cette grande valeur symbolique de la gastronomie « animale », tout développement qui contredit ces valeurs peut être une menace pour ceux dont l'habitus en est imprégné. La réputation du véganisme a été entachée par diverses actions d'activistes vegan, telles que le vandalisme contre des boucheries²⁷⁶. Ces actions ont fait l'objet d'une attention majeure de la part des médias, résultant en des opinions polarisantes qui ont conduit à une image stéréotypée du véganisme. Ceux qui s'opposent au véganisme considèrent les militants comme des extrémistes radicaux et font apparaître que tous les végans sont pareils. Dans un article d'opinion, « Pourquoi les végans ont tout faux »²⁷⁷, trois auteurs (le politologue Paul Ariès, le journaliste Frédéric Denhez et la sociologue Jocelyne Porcher) défendent le secteur d'élevage en France et utilisent un ton cynique pour rejeter le véganisme (« Les théoriciens et militants végans ne sont pas des révolutionnaires, ils sont, au contraire, clairement les idiots utiles du capitalisme »). Les ventes de viande ayant connu une tendance à la baisse²⁷⁸, menacent les revenus des agriculteurs qui gagnent leur revenu en commercialisant des produits d'origine animale. Ils semblent être déterminés à protéger leurs parts du marché en organisant des contre-campagnes (par exemple l'action « l'esprit républicain, c'est la liberté de choix » des agriculteurs de La Manche²⁷⁹). Ils essaient aussi d'exercer de l'influence politique (l'amendement en

273 DENHARTIGH, C. (2018), « Viande : pourquoi est-il si difficile de s'en passer ? », Revue Projet, vol. 367, no. 6, 2018, p. 70. URL : <https://www.cairn.info/revue-projet-2018-6-page-66.htm>

274 MOUCHON, F. (2018), « L'Assemblée dit oui au menu végétarien à la cantine », Le Parisien, le 15/09/2018. URL : <http://www.leparisien.fr/societe/l-assemblee-dit-oui-au-menu-vegetarien-a-la-cantine-15-09-2018-7889469.php>

275 « Le repas gastronomique des Français » (2010), Unesco, Comité intergouvernemental de sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, novembre 2010. Dans cette citation, nous avons mis l'accent sur les produits d'origine animale pour les faire ressortir. URL : <https://ich.unesco.org/fr/RL/le-repas-gastronomique-des-francais-00437>

276 BOUANCHAUD C. (2018), « Antispécisme : à Lille, les actes de vandalisme de commerces de viande se multiplient », Le Monde, le 29/06/2018. URL : https://www.lemonde.fr/societe/article/2018/06/29/antispecisme-a-lille-les-actes-de-vandalisme-de-commerces-de-viande-se-multiplient_5323442_3224.html

277 ARIES, P., DENHEZ, F. (2018), « Pourquoi les végans ont tout faux », Libération, le 18/03/2018. URL : https://www.liberation.fr/debats/2018/03/18/pourquoi-les-vegans-ont-tout-faux_1637109

278 TAVOULARIS, G., SAUVAGE, T. (2018), « Les nouvelles générations transforment la consommation de viande », Crédoc, Consommation et modes de vie, N° 300 • ISSN 0295-9976 • Septembre 2018. URL : <https://www.credoc.fr/publications/les-nouvelles-generations-transforment-la-consommation-de-viande>

279 VIARD, V. (2018), « Face à certaines actions coup-de-poing des vegans, les agriculteurs de la Manche contre-attaquent », Actu.fr, le 13/08/2018. URL : https://actu.fr/normandie/saint-lo_50502/dans-manche-face-mouvement-vegan-agriculteurs-contre-attaquent_19520007.html

2018 pour bannir les termes relatifs à la viande pour les substituts de viande et de lait en est un exemple²⁸⁰). Étant donné que le public se réalise qu'il doit s'unir pour exercer une influence, par exemple en diffusant des opinions polarisantes via les médias sociaux²⁸¹, il est probable que les tensions autour du véganisme persisteront. Nous voyons ici la tension entre le potentiel d'une société plus consciente, qui ne veut plus coopérer dans l'exploitation des animaux, et le fait qu'une autre partie de la population Française considère le véganisme comme trop extrême. Pour l'opposer, un tableau idyllique de l'agriculture paysanne est peint, en harmonie avec la nature, sur le riche terroir français, où les animaux sont élevés et abattus avec respect. Dans un plaidoyer de la Confédération Paysanne²⁸² par exemple, des éleveurs français justifient leur utilisation d'animaux : « Il est possible de devenir végétarien, ou même végane, pour mettre fin à la production industrielle de viande. Mais n'est-il pas plutôt temps de se demander quelle société nous devons construire pour vivre dignement avec les animaux domestiques avec lesquels nous avons une histoire commune ? L'élevage paysan répond à cet enjeu. Il est possible de produire une alimentation de qualité pour toutes et tous et de vivre de notre métier avec les animaux dignement »²⁸³. Dans leur plaidoyer, les agriculteurs paysannes raisonnent que manger des animaux fait partie du cycle naturel. Ils se détournent vivement du véganisme : « Je me demande souvent s'il n'y a pas une sorte d'angélisme dans le véganisme, la volonté d'une désincarnation, de privation, d'une sorte d'absolu idéal, de quelqu'un qui ne ferait aucun mal, jamais, à personne, ni aux humains, ni aux animaux, ni aux plantes, n'aurait pas de colère, ne sentirait que des émotions nobles d'amour. Et dans une course à 'je suis quelqu'un de bien, un vrai petit ange...', l'aveu d'une impuissance à continuer à s'occuper de la complexité humaine. Il y a encore malheureusement tant à faire sur le plan de la question de l'exploitation ! ». Ou encore : « La philosophie végane s'approche d'un idéal religieux, qu'on le souhaite ou non. L'interdit alimentaire est une des pratiques de nombreuses religions »²⁸⁴. À la suite de cette connotation négative du véganisme, des chefs étoilés pourraient être dissuadés d'utiliser ouvertement le mot « végan » pour promouvoir leurs plats 100% légumes. Ils pourraient aussi craindre de perdre des clients et de subir des dommages économiques. La liberté de mouvement d'un chef étoilé, qui travaille dans un pays où l'utilisation de produits d'origine animale est si profondément enracinée dans l'identité collective, peut ainsi être grandement entravée. Il est donc important pour un chef qui souhaite introduire le véganisme dans son restaurant étoilé de disposer d'un capital économique qui permet une marge de manœuvre financière nécessaire à la transformation.

Afin de provoquer un changement dans le champ de la haute gastronomie, un chef étoilé ne peut pas trop s'écarter du consensus qui prévaut pour être accepté. Sinon, son message sera rejeté et sa position d'influence dans le champ peut être endommagée. La cuisine végan apporte des modifications en termes d'ingrédients et de techniques de cuisson. Plus aucun produit animal n'est utilisé, ce qui constitue une grande différence par rapport à la gastronomie traditionnelle ainsi qu'à la Nouvelle cuisine. En plus de ne plus utiliser de viande ou de poisson, abandonner le fromage, la crème et les œufs ne sera pas chose facile pour beaucoup de chefs français et leur clientèle. En plus de 200 ans d'histoire gastronomique, ces ingrédients sont devenus des éléments presque indissociables du

280 « Un député LREM ne veut plus de la mention 'steak' pour les steaks végétaux » (2018), S.A., FranceInfo, le 17.04.2018. URL :

https://www.francetvinfo.fr/sante/alimentation/un-depute-lrem-ne-veut-plus-la-mention-steak-dans-les-steaks-vegetaux_2710482.html

281 HEBEL P. (2017), « La situation économique et sociale des Français : les chiffres « classiques » et au-delà », Cahiers français 396, p. 6.

URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/6937643522>

282 La Confédération paysanne est un « syndicat pour une agriculture paysanne et la défense de ses travailleurs ». URL :

<http://www.confederationpaysanne.fr/index.php>

283 Confédération Paysanne, « Paroles paysannes sur la relation humain-animal » (S.D., S.A.), p. 19. URL :

http://www.confederationpaysanne.fr/sites/1/mots_cles/documents/PAROLEES_PAYSANNES_confederationpaysanne-BD.pdf

284 Ibid. p. 22

patrimoine culturel de la cuisine nationale française. L'éducation culinaire des chefs français est toujours basée sur le discours culinaire du chef Escoffier, inspiré à son tour par le chef Carême. Au cours de leur formation, les chefs étoilés ont appris à cuisiner avec des ingrédients d'origine animale et l'ont utilisé pendant de nombreuses années. Ces produits ont longtemps tenu une place centrale dans leurs habitus, tout comme celui de la partie traditionnelle de leur clientèle. Ils auront besoin d'investissements personnels et de dévouement pour être capable d'abandonner une culture culinaire qui a été si dominante pendant si longtemps. En outre, la cuisine à base de plantes nécessite l'apprentissage de certaines nouvelles techniques de cuisson, telles que la fabrication de fromage végétal et la préparation de lait végétal.

Tous ces changements sont plus importants que lors de l'introduction de la Nouvelle cuisine, dirigée par des chefs ayant un grand capital symbolique. Lors de la promotion d'une cuisine entièrement à base de légumes dans la haute gastronomie, il sera donc important que les chefs souhaitant s'y lier, disposent également d'un grand capital symbolique afin d'augmenter les chances d'acceptation par d'autres agents du champ. De plus, pour augmenter le niveau d'acceptation des plats végétal, il sera aussi essentiel de les « normaliser » autant que possible. C'est-à-dire que si les chefs décident de s'éloigner des ingrédients traditionnels, ils devront s'assurer que les autres aspects du menu végétal sont harmonisés autant que possible avec les coutumes habituelles. Chef Alain Passard, par exemple, prépare ses légumes avec exactement les mêmes techniques de cuisson que pour les plats à base de viande²⁸⁵. Une autre possibilité serait de présenter les plats végétal de manière gastronomique et traditionnelle, en proposant une carte de menu qui parle au public et qui évoque des émotions gustatives. Ceci peut être réalisé en se référant à l'art et à la poésie, au plaisir de bien manger, à la convivialité, au riche terroir français, au rapprochement de la nature, aux produits locaux de saisons, frais et de qualité supérieure, et à la découverte des nouvelles textures et saveurs.

4.8 Comblent les différences de valeurs à travers un discours qui résonne

Pour conclure ce chapitre, nous souhaitons discuter du fait que certains sujets moraux ont tendance à créer une résistance dans la société. Dans une conférence enregistrée sur vidéo (2014)²⁸⁶, l'écologiste George Marshall affirme qu'il y a des sujets dont nous n'aimons pas parler. Le changement climatique en est un. Dans le monde scientifique, aucun doute subsiste quant à la nature du problème, ni quant à son impact immense²⁸⁷. Cependant, de nombreuses personnes nient toujours le réchauffement climatique et minimisent leurs propres responsabilités²⁸⁸. Un sondage en 2019 a démontré que 23% des français ne croient pas au réchauffement climatique. Nous discutons des climato-sceptiques en France, parce que nous pensons que l'éthique animale est un sujet similaire qui suscite de vives controverses dans les opinions. Marshall raisonne qu'il existe un « negotiated silence »²⁸⁹ sur le changement climatique, non seulement au niveau individuel mais aussi collectivement. À notre avis, ce silence concerne également l'utilisation et la mise à mort inutiles d'animaux, avec les conséquences que cela entraîne pour ces animaux et pour le climat. Selon Marshall, le cerveau humain dispose d'une manière particulière de traiter de sujets controversés et complexes qui exigent un certain sacrifice

285 « Chef's Table : France, Alain Passard », NETFLIX (2016), saison 1, épisode 1 URL : <https://www.netflix.com/nl/title/80128096>

286 MARSHALL, G. (2014), présentation « Don't Even Think About It: Why Our Brains are Wired to Ignore Climate Change », YouTube, talks at Google, le 21.10.2014, 55.15 minutes. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=726BZat208A&feature=youtu.be>

287 COOK, J. et al. (2016), « Consensus on consensus: a synthesis of consensus estimates on human-caused global warming », *Environmental Research Letters*, Volume 11, le 13.04.2016. URL : <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/11/4/048002>

288 « Les Français sont-ils prêts à changer pour la planète ? », sondage OpinionWay pour PrimesEnergie.fr, mars 2019. URL : <http://www.datapressepremium.com/rmdiff/2008572/Etude-OpinionWay-pour-PrimesEnergie.fr.pdf>

289 MARSHALL, G. (2014), présentation « Don't Even Think About It: Why Our Brains are Wired to Ignore Climate Change », YouTube, talks at Google, le 21.10.2014, 12:35 min. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=726BZat208A&feature=youtu.be>

personnel et qui suscitent un sentiment de culpabilité. Les individus créent une distance personnelle par rapport au sujet et montrent des incohérences dans leur comportement. Ils collectionnent des arguments qui correspondent aux croyances qui s'appliquent dans leur groupe social, et ils ignorent des informations qui sont incompatibles avec ces croyances. Il n'y a qu'un petit groupe de personnes concernées qui parle ouvertement du changement climatique, tandis qu'une partie considérable de la population reçoit le message social de leur entourage qu'il ne convient pas d'en discuter. Au moment où personne n'en parle pas, le principal signal au cerveau est de ne pas le faire non plus. Le pouvoir de conformité à notre groupe social est si fort (« we are very ingroup-minded »²⁹⁰) que nous ne bougeons que lorsque les autres bougent, selon Marshall. Il pense que convaincre les climato-sceptiques, c'est de transmettre le message du changement climatique de manière positive en utilisant des métaphores, des images et des récits narratifs, et de reconnaître les inquiétudes des gens à ce sujet. Il explique que nos cerveaux sont divisés en une partie rationnelle et un système de croyances émotionnelles. Pour se rapprocher, il est important de s'adresser à la partie émotionnelle de leur cerveau, et pas seulement à la partie rationnelle. « How it works is: sometimes you are not sure, sometimes you are sure, sometimes you hear something inspiring, sometimes you read something, sometimes you get caught in a storm. Sometimes something happens and it shifts who you are. We need to recognize that. Believing in climate change is hard and it's something which comes in jumps »²⁹¹.

Jared Piazza (2018), un chercheur dans les processus psychologiques impliqués dans le jugement moral, a trouvé des résultats similaires dans ses recherches sur les arguments des individus contre le véganisme : « Appetite is something that develops very early in life, and that remains quite fixed after that. Many people are neophobic (afraid of new things) when it comes to food. So it's not easy to change appetite. The upside of this seems to be that once people do make the switch, many of them can lose the previous appetite rather quickly and permanently. This is particularly true of people who adopt ethical reasons for abstaining from meat »²⁹². Piazza est convaincu que les gens modifient leur point de vue sur les animaux de manière à ce que leurs convictions correspondent à leur appétit pour la viande. Il appelle cet alignement de croyance « belief alignment »²⁹³. Une étude de Bastian et al. (2012)²⁹⁴ parmi des étudiants australiens a démontré que les individus qui mangeaient de la viande, ont apporté leurs croyances en ligne avec leur comportement en attribuant des capacités mentales diminuées à des animaux appropriés à la consommation humaine. Ils ont agi ainsi pour réduire les émotions négatives suscitées par la dissonance entre leur préoccupation morale pour les animaux et leur comportement de consommation de viande. Cependant, selon Bastian, de nombreux consommateurs de viande ne ressentent aucune dissonance cognitive lorsqu'ils mangent de la viande : « Meat eating is often consistent with a variety of other cognitions (e.g. the importance of maintaining cultural traditions) that may reduce the amount of dissonance experienced »²⁹⁵.

290 MARSHALL, G. (2014), présentation « Don't Even Think About It: Why Our Brains are Wired to Ignore Climate Change », YouTube, talks at Google, le 21.10.2014, 30:38 min. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=726BZat208A&feature=youtu.be>

291 Ibid. 33:45 min.

292 LEENAART, T (2016), « The meat motivated mind: an interview with Dr. Jared Piazza », The Vegan Strategist, le 23.08.2016. URL: <http://veganstrategist.org/2016/08/23/the-meat-motivated-mind-an-interview-with-dr-jared-piazza/>

293 Ibid.

294 BASTIAN, B., LOUGHNAN, S., HASLAM, N., RADKE, H. (2012), « Don't Mind Meat? The Denial of Mind to Animals Used for Human Consumption », Personality and Social Psychology Bulletin 38(2) 247–256. URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/776324999>

295 Ibid. p. 254

Si le dernier est vrai, il est alors possible que les chefs étoilés subissent moins de friction morale lors de l'utilisation de produits d'origine animale, comparé avec des personnes qui ne font pas partie du champ gastronomique en France. Ils sont considérés comme des ambassadeurs du patrimoine gastronomique national, chargé de symboles, y compris des produits d'origine animale appartenant à « la bonne chère ». Ces chefs sont nés dans un pays où les traditions culinaires leur sont enseignées depuis leur enfance et où, selon Jeangène Vilmer, l'attitude dominante vis-à-vis l'éthique animale serait de la rejeter²⁹⁶. La plupart d'entre eux ont suivi une formation culinaire classique pendant de nombreuses années, au cours de laquelle ils ont développé l'habitus spécifique du champ de la haute gastronomie. En tant que modèles de rôle, ils pourraient transmettre cette attitude aux Français et les ainsi déculpabiliser. Nous soulignons qu'il s'agit d'une hypothèse, qui pourrait cependant expliquer pourquoi il n'y a pas encore des chefs étoilés végan en France et pourquoi les véganes ne représentent qu'environ 0,5% de la population française. Bien que l'introduction de la cuisine végan dans un restaurant étoilé soit associée à un certain nombre de risques, elle offre également la possibilité de se différencier et d'attirer une nouvelle clientèle consciente, curieuse de découvrir la gastronomie à la base des plantes. Un tiers des Français s'appelle flexitarien, ce qui est une force motrice derrière le marché croissant des produits végétarien et végan et le déclin de la consommation de viande. Nous avons montré que diverses initiatives en faveur du véganisme ont été lancées autour du champ gastronomique. Dans le dernier chapitre, nous analysons l'une de ces initiatives : une tribune publiée par treize chefs étoilés français, dans laquelle ils montrent un cœur chaleureux pour la cuisine végan. Avec cette analyse, nous pouvons répondre à la question principale du mémoire: comment les chefs étoilés se positionnent par rapport à la cuisine végan, dans un champ culturel qui se caractérise par des pratiques gastronomiques profondément enracinées ?

296 Pour une explication : paragraphe 4.2, p. 35. JEANGÈNE VILMER, J-B. (2013), « Diversité de l'éthique animale », Journal International de Bioéthique 2013/1 (Vol. 24), p. 15 à 28. URL : <https://www.cairn.info/revue-journal-international-de-bioethique-2013-1-page-15.htm>

Chapitre 5 Le véganisme dans la haute gastronomie : un nouveau mouvement d'identité ?

Afin d'analyser le comportement des chefs étoilés français à l'égard du véganisme, nous examinons dans ce chapitre treize chefs étoilés qui ont décidé de coopérer en signant une tribune en faveur du véganisme, le 1er mars 2018. Le résultat de cette analyse ne donne pas une image représentative de tous les chefs étoilés en France, mais il est intéressant de soumettre ce groupe de chefs à une analyse plus approfondie parce qu'ils ont explicitement, de leur propre volonté, voulu se rapporter à la gastronomie végan. Nous analysons d'abord le texte de cette tribune. Ensuite nous étudions comment les chefs mettent en pratique leur désir de promouvoir la gastronomie végan. Pour ce faire, nous décrivons comment ces chefs se présentent dans le Guide Michelin 2019 en ligne et sur leurs propres sites Internet. En outre, nous analysons plus en détail la motivation des chefs sur la base d'interviews, publiées dans la presse écrite.

5.1 La tribune « La gastronomie végan aussi a ses chefs étoilés » est une stratégie de coopération à des fins individuelles

Le 1er mars 2018, treize chefs étoilés ont signé une tribune dans Libération²⁹⁷ intitulé: « La gastronomie végan aussi à ses chefs étoilés ». Dans cette tribune, les chefs invitent le lecteur à considérer la cuisine végan comme un défi créatif, qui permettra aux chefs de s'attaquer ensemble aux enjeux environnementaux et qui répondra à la demande croissante des plats à base de légumes, tout en respectant les traditions culinaires. Le texte de la tribune est inclus dans l'annexe 1 (p. 69). Le choix de faire publier leur tribune dans un journal qui est orienté vers la gauche²⁹⁸ est remarquable. Apparemment, les chefs s'adressent aux lecteurs ayant une préférence politique pour la gauche. Une deuxième caractéristique frappante de la tribune est le fait que ces chefs ont décidé de s'associer. Selon la théorie de Bourdieu, la motivation individuelle de chaque agent dans un champ est de gagner une meilleure position dominante à partir de laquelle plus d'influence peut être exercée. L'introduction d'une nouvelle pratique est une tactique pour y parvenir. Au moment où une telle pratique s'écarte de l'ordre établi, il peut être tactiquement rentable pour les chefs de travailler ensemble. C'était le cas au moment de l'introduction de la Nouvelle cuisine, lorsqu'un groupe de jeunes chefs étoilés a cherché du soutien mutuel afin de réduire le risque de perdre leur position dans le champ de la haute gastronomie. La stratégie de coopération choisie par les treize chefs étoilés présente donc probablement aussi un intérêt personnel. Ils ont utilisé leur capital social pour unir leurs forces et pour faire participer les médias. Au paragraphe 1.4 (p. 8-11), nous avons constaté que la coopération entre chefs au sein de la niche sociale de la haute gastronomie est plus courante que dans d'autres parties du secteur gastronomique pour se défendre contre les aspirants qui souhaitent obtenir davantage de capital gastronomique. Cette menace est devenue encore plus concrète depuis 2018, lorsque deux nouveaux chefs 100% végan, à savoir Claire Vallée du restaurant ONA à Toulouse²⁹⁹ et Willy Berton du restaurant Vegan Gorilla à Nice³⁰⁰, ont été distingués par le *Guide Michelin*. Bien que ces deux chefs

297 « La gastronomie végan aussi à ses chefs étoilés » (2018), Libération, le 01.03.2018. URL :

https://www.liberation.fr/debats/2018/03/01/la-gastronomie-vegan-aussi-a-ses-chefs-etoiles_1633174

298 Le site de référence des médias français classifie Libération comme un journal de centre-gauche qui « poursuit l'idée d'une gauche tolérante, ouverte sur le monde et qui se doit d'oeuvrer pour les questions sociales en priorité ». URL : <https://www.france-medias.fr/liberation/e-28>

299 LELOUP, C. (2019), « Claire Vallée : l'étoile végane », Paris Match, le 09.04.2019. URL :

<https://www.parismatch.com/Vivre/Gastronomie/Claire-Vallee-l-etoile-vegane-1617201>

300 « Le Vegan Gorilla distingué par le *Guide Michelin* », Association française des maîtres restaurateurs (2019), S.A., S.D.

URL: <https://www.maitresrestaurateurs.fr/nice-06-le-vegan-gorilla-distingue-par-le-guide-michelin/>

n'aient pas encore obtenu d'étoiles, Vallée et Berton ont prouvé qu'il est bien possible de gérer avec succès un restaurant végan à un niveau gastronomique élevé. Ils se sont faits un nom dans les médias et ils ont obtenu de la reconnaissance professionnelle, ce qui les a aidés à accéder à une position plus élevée dans le champ gastronomique. En plus de la concurrence croissante des nouveaux chefs, le public de plus en plus conscient et informé s'attend à ce que les chefs fassent preuve de responsabilité. Bien entendu, il est possible que ces treize chefs n'aient pas seulement travaillé ensemble pour des raisons tactiques, mais qu'ils se sentent vraiment liés à la philosophie du véganisme. Si tel est le cas, nous le découvrirons dans les sections suivantes.

5.2 Analyse du texte de la tribune

Lorsque nous étudions le texte, notre premier constat est que les termes *végan*, *végétalien* et *végétarien* sont utilisés de manière interchangeable. *Végan* apparaît dans le titre et le sous-titre, mais ce mot est complètement éliminé dans le texte principal. En annexe 1, tous les substituts de *gastronomie végan* du titre sont indiqués en gris. La *cuisine végétale* est la plus utilisée. Les termes *végan* et *végétalien* semblent être confondus dans ce texte. La motivation d'un végétalien de ne pas utiliser de produits d'origine animale peut varier, par exemple motivée par des raisons de santé ou par des préoccupations écologiques. Le véganisme, cependant, est la conviction personnelle que toute exploitation animale est moralement inacceptable. Cette « confusion » peut avoir été intentionnellement utilisée pour ne pas trop s'écarter des codes du champ. Pourtant, le titre porte le mot *végan*, où les chefs auraient également pu choisir le mot *végétal*. Pour trouver une explication de ce choix, rappelons à nouveau la citation de Naulin (paragraphe 1.6, p. 12) : « La singularisation par constitution d'une nouvelle esthétique, repose sur un équilibre fragile entre promotion d'une nouveauté visant à reconfigurer les rapports de force, intéressement d'une partie des dominants pour bénéficier de leur pouvoir de légitimation, et jeu avec les hiérarchies existantes »³⁰¹. Ces treize chefs semblent en effet se déplacer prudemment le long des limites fragiles du champ, en essayant de ne pas les franchir. Ils parlent littéralement de se trouver aux commencements d'une « nouvelle culture culinaire », une déclaration audacieuse. Les chefs sont très conscients que la publication de la tribune enfreigne les codes en vigueur, mais ils essaient de remédier immédiatement à cette situation en ajoutant : « Nous pensons qu'aimer la cuisine, c'est oser relever de nouveaux défis, briser les codes et revisiter sans cesse la gastronomie dite traditionnelle ». Le choix des mots (en vert dans l'annexe 1) est rassurant, invite à se joindre et stimule la curiosité. Ainsi, ils naviguent entre le traditionnel et le nouveau.

Ils mentionnent trois autres raisons pour la publication de leur tribune (marquées en bleu dans l'annexe 1) :

1. « La demande pour la cuisine végétalienne est toujours plus forte »
2. « Penser et créer un menu entièrement végétal, c'est s'amuser »
3. « C'est faire honneur à notre passion, tout en étant conscient des enjeux environnementaux »

Selon les treize chefs, la demande croissante de leurs clients est la raison principale pour laquelle ils stimulent la gastronomie végan. C'est un changement externe, imposé par la société qui oblige le secteur gastronomique à s'adapter, au lieu d'une motivation personnelle. La deuxième raison est présentée comme un encouragement et parle à l'imagination des chefs en tant qu'artistes : préparer des plats végan ouvrira des « belles perspectives [...] de plaisir et de découverte ». Les chefs le présentent comme un défi artistique qui invite à innover, à créer de nouvelles saveurs, couleurs et

301 NAULIN S. (2015), « Se faire un nom. Les ressorts de la singularisation des critiques gastronomiques, Sociologie du Travail », Vol. 57 - n° 3, p. 330. URL : <https://journals.openedition.org/sdt/1537>

textures, mais aussi à redécouvrir les produits oubliés. C'est seulement à la troisième place qu'une raison éthique est évoquée, à savoir faire face aux enjeux environnementaux. Le sens dans lequel les chefs le présentent, démontre que les treize chefs recherchent l'équilibre : « faire honneur... tout en étant conscient... ». Ils souhaitent « relever ces défis » pour faire preuve de leur responsabilité sans compromettre le plaisir et la passion. Bien qu'il soit au cœur du véganisme, les chefs ne mentionnent pas l'arrêt de l'exploitation des animaux comme une raison de soutenir la cuisine végan.

À qui ces chefs s'adressent-ils exactement? Est-ce les lecteurs de Libération? Ou est-ce plutôt leurs collègues à qui ils parlent? La phrase suivante suggère que le dernier est le cas : « Nous-mêmes, restaurateurs, chefs cuisiniers, pourrions être déstabilisés de voir nos habitudes culinaires malmenées et notre apprentissage (largement basé sur les produits d'origine animale) mis à rude épreuve. Et pourtant ! Quelles belles perspectives s'ouvrent à nous, qui savons qu'en cuisine, tout est affaire de plaisir et de découverte ! ». Il semble que les chefs veulent convaincre leurs collègues que la gastronomie végan ne doit pas être vue comme une menace des habitudes qui ont été longuement en vigueur, mais comme un voyage de découverte offrant de nouvelles possibilités. Selon les treize chefs, il est en effet possible de « satisfaire la clientèle » qui demande évidemment de plus en plus d'options sans produits d'origine animale et en même temps de rester les gardiens du patrimoine culturel gastronomique de la France. Dans ce sens, cette tribune peut être vue comme une levée du voile du statu quo dans le champ de la haute gastronomie. S'il faut en croire les treize chefs, bon nombre d'autres chefs étoilés ont encore du mal à accepter que les légumes deviendront « l'essence même d'un plat, d'un menu » dans les années à venir. Ils y voient un acte de rupture de rôle qui les déstabilise parce que leurs habitudes sont « malmenées » et leur apprentissage est « mis à rude épreuve ». Si tel est vraiment le sentiment partagé, cette tribune est en effet importante pour inciter les agents du champ gastronomique de devenir plus disposés à être ouverts aux changements qui les entourent : « Vous aussi... soyez surtout curieux ».

L'accent du texte est mis sur les avantages de la transition vers une gastronomie où les légumes ont le rôle principal. Les chefs invitent à la coopération pour explorer les possibilités encore inconnues de la cuisine des légumes. Au lieu de communiquer en termes de perte, de devoir et de nécessité, ce qui pourrait amener les lecteurs à se sentir limités dans leur liberté, ils se concentrent sur les bénéfices et les opportunités offerts par une nouvelle ère. Pourtant, le contenu ne précise pas exactement ce qui est attendu du lecteur et quelles actions peuvent être entreprises lorsque l'on se sent appelé par la tribune d'agir. Ceux qui considèrent la transition vers une forme de gastronomie à base de plantes encore trop grande, trop à l'écart des codes du champ, pourraient décider d'ignorer le message et de continuer à l'ancienne.

5.3 Analyse de la présentation des restaurants des treize chefs engagés dans le Guide Michelin 2019 en ligne

Les chefs ressentent le besoin de motiver leurs collègues par le biais de la presse nationale. Ils font d'une pierre deux coups, car le public reçoit également leur message. Pour analyser la manière dont ils ont joint l'acte aux paroles, nous avons analysé la façon dont les chefs se présentent dans le *Guide Michelin 2019* en ligne³⁰². Sortie le 21 janvier 2019³⁰³, c'est le premier *Guide* paru après la publication de la tribune du 1er mars 2018. L'annexe 2 (p. 70) contient un aperçu des résultats de cette analyse. Nous avons classé les chefs en fonction du nombre d'étoiles. Il y a un chef qui possède 3 étoiles

302 URL: <https://restaurant.michelin.fr/guide-michelin>.

303 Site Internet du Food & Sens, le 22.12.2018 : « Guide Michelin France 2019 – sortie le 21 janvier 2019 ». URL :

<http://foodandsens.com/f-and-s-live/guide-michelin-france-2019-sortie-le-21-janvier-2019-audrey-pulvar-presentera-la-soiree-ou-seront-remis-plusieurs-nouveaux-prix-signes-michelin/>

(Emmanuel Renaut), trois chefs qui possèdent 2 étoiles (Jean-André Charial, Christian Sinicropi, Benoît Vidal et Julien Dugourd) et cinq chefs qui possèdent 1 étoile (Lionel Giraud, Jean-François Bérard, Stéphane Tournié, Xavier Isabal et Clovis Khoury³⁰⁴). Il s'avère que trois chefs ne travaillaient pas dans un restaurant étoilé au moment de la publication de la tribune (Geoffry Poësson, Grégory Hamon et Marina Réale-Laden). Geoffry Poësson a perdu son étoile en 2017³⁰⁵. Grégory Hamon a travaillé comme chef exécutif dans un restaurant triplement étoilé³⁰⁶ mais son propre restaurant n'est pas encore étoilé. Cheffe Marina Réale-Laden n'a pas de reconnaissance Michelin, son restaurant ne figure pas dans le *Guide* de 2019. C'est pourquoi nous ne l'avons pas incorporée pas dans la liste des chefs en annexe 2. Parmi les treize chefs qui ont signé la tribune, il n'y avait donc que 10 véritables chefs étoilés au moment de sa publication, ce qui est quelque peu trompeur pour le lecteur de la tribune qui aurait pu s'attendre à ce que les treize chefs soient tous étoilés.

Sur le site Internet de Michelin, chaque chef peut indiquer comment il caractérise sa cuisine³⁰⁷. Pour ce faire, il peut classer son restaurant en choisissant parmi plusieurs catégories, entre autres *végétarien* et *végétalien*. L'option *végan* n'existe pas. Cependant, si un visiteur du site cherche un restaurant où des plats de légumes sont servis, il n'en trouvera pas un seul car la fonction de recherche du site n'affiche pas les catégories *végétarien* ou *végétalien*³⁰⁸. Ce dysfonctionnement pourrait être une raison pour laquelle seulement quatre chefs sur treize ont classé leur restaurant dans la catégorie *végétarien* et seulement trois chefs dans la catégorie *végétalien* (tableau 1, p. 53). Les chefs devraient savoir, cependant, que la demande crée de l'offre : plus les restaurants facilitent leur clientèle végan en exigeant que ce groupe cible puisse les trouver, plus Michelin se sentira obligé d'ajuster la fonction de recherche du site Internet.

Michelin offre aux chefs, qui désirent se distinguer, davantage la possibilité de présenter leurs « plats signatures ». Ces plats constituent du capital symbolique pour les chefs étoilés, car ils « représentent la personnalité du chef, 'sa patte artistique', et en font leur succès »³⁰⁹. Tous les chefs (sauf Marina Réale-Laden, dont le restaurant ne figure pas dans le *Guide Michelin* 2019) ont fait usage de cette possibilité. En annexe 2, dans la cinquième colonne du tableau, ces plats signatures sont décrits pour chaque chef. Compte tenu du contenu de la tribune, publiée moins d'un an avant la publication du *Guide Michelin* 2019, on s'attendrait à ce que chaque chef choisisse au moins un plat de signature végan. Étonnamment, l'inverse est le cas. Il n'y a qu'un seul chef qui a inscrit un plat végan comme sa spécialité. Tous les autres plats signatures (à l'exception des desserts, car il est difficile de déduire du titre s'ils sont végétarien ou végan) sont des plats contenant des ingrédients d'origine animale. Dans

304 Clovis Khoury a perdu son étoile en 2019 : LAMY, G., DELIGIA, F. (2019), « Guide Michelin 2019 : les nouvelles étoiles de Lyon et celles qui partent », Lyon Capitale, le 21/01/2019. URL : <https://www.lyoncapitale.fr/actualite/guide-michelin-2019-les-nouvelles-etoiles-de-lyon-et-celles-qui-partent>

305 PINAY RABAROUST, F. (2017), « Ces tables qui perdent leur(s) étoile(s) en 2017 », Atabula, le 09/02/2017. URL : <https://www.atabula.com/2017/02/09/decouvrez-toutes-les-tables-qui-perdent-leurs-etoiles/>

306 Informations sur Grégory Hamon sur le site de son restaurant : URL : <https://www.restaurant-zest.fr/le-chef/>

307 Que le chef le fasse lui-même, ou son équipe de communication, soit inconnu. Cependant, la description du restaurant dans le Guide Michelin est une carte de visite importante pour un chef étoilé. Nous supposons qu'en tant que maître de cuisine, il approuve les textes du Guide.

308 Les visiteurs du site Internet Michelin peuvent choisir « où » et « quoi » quand ils sont à la recherche d'un restaurant étoilé. Les options sous « quoi » n'offrent pas un choix pour la cuisine végétarienne ni végétalienne. URL : <https://restaurant.michelin.fr/restaurants/france/restaurants-1-etoile-michelin/restaurants-2-etoiles-michelin/restaurants-3-etoiles-michelin>

309 « Le plat signature de grands chefs » (2018), S.A., blog GrH-Expert, le 16.08.2018. URL : <https://www.ge-rh.expert/34665/>

un certain nombre de cas, les légumes sont mentionnés avant les ingrédients d'origine animale dans le titre, comme les « Salsifis en spaghetti légèrement fumés, lard en poudre et truffe mélanosporum » par le chef Emmanuel Renaut. Ainsi, les légumes obtiennent un statut gastronomique. En général, cependant, nous notons que les chefs se présentent de manière traditionnelle. La viande, le poisson, les crustacés, les œufs et les produits laitiers ne sont donc pas radicalement abandonnés au profit de plats à base de légumes, de substituts de viande et de substituts de produits laitiers.

En plus de plats signatures, nous avons également étudié les cartes de menu par restaurant (les colonnes 6 et 7 du tableau de l'annexe 2). Quatre chefs ont décidé de ne pas montrer leur menu sur le site Internet du *Guide Michelin*. Pour ceux qui le font, nous avons examiné s'ils offrent un menu végétan séparé. C'est le cas pour deux chefs : Benoît Vidal (« jardin d'hiver ») et Geoffrey Poësson (« le jardin de la Badiane »). Deux autres chefs offrent un menu légumes qui contiennent des ingrédients d'origine animale : Jean-François Bérard (il y a du miel dans le menu « 100% végétal ») et Jean-André Charial (il y a du fromage dans le « menu légumes »). Ces menus peuvent être facilement végétanisés en omettant ces produits.

	Catégorie Végétarien	Catégorie Végétalien	Plat signature végétalien	Offre des plats végétan - végétalien	Offre des menus végétan-végétalien	Mention d'une motivation éthique
Nombre de chefs	4 1 x chef 3 étoiles 2 x chefs 2 étoiles 1 x chef 1 étoile	3 1 x chef 3 étoiles 1 x chef 2 étoiles 1 x chef 1 étoile	1 1 x chef 1 étoile Lionel Giraud : « Retour de criée, champignons cuits aux bourgeons de sapin, jus d'estragon et émulsion de rancio »	5 1 x chef 3 étoiles 2 x chefs 2 étoiles 1 x chef 1 étoile 1 x chef 0 étoile	4 2 x chefs 2 étoiles	0

Tableau 1. Nombre de plats et de menus végétariens/végétaliens offert par les treize chefs sur le site Internet du *Guide Michelin*

Le passage à une gastronomie végétan s'avère être un changement majeur par rapport à la norme pour ces treize chefs qui semblent si progressistes dans leur tribune. Au lieu d'« oser relever de nouveaux défis » et de « briser les codes », le site Internet du *Guide Michelin* 2019 démontre qu'ils ne sont pas (encore) prêts à remplacer les nombreux plats de leurs menus qui sont composés de produits d'origine animale. Supposons que ces chefs comptent parmi les plus avancés dans le végétanisme, ou du moins très ouverts à l'idée de s'adapter à (plus) d'options végétan : étant donné que ces modèles de rôle sont encore très centrés sur les ingrédients d'origine animale, nous pouvons en conclure que ces ingrédients sont toujours au cœur de la gastronomie française. En annexe 2, tous les produits d'origine animale utilisés par les chefs sont marqués en gris pour le prouver.

Lors de l'analyse des chefs dans le *Guide Michelin* 2019 en ligne, nous nous sommes également appuyés sur l'utilisation de photos (la colonne 8 du tableau de l'annexe 2). Les chefs y ont publié différentes photos des plats qui ressemblent aux plats végétan, mais comme nous ne pouvons pas dire avec certitude si ces plats contiennent des produits d'origine animale, il est difficile de les classer. Les plats sur les photos sont des œuvres d'art, joliment arrangées, mais il manque une explication des ingrédients qui ont été utilisés. Parce que les textes du menu ainsi que les images ne sont pas très clairs quant à savoir si un plat ou un menu est vraiment végétan, un client qui désire éviter des ingrédients d'origine animale doit s'efforcer de déterminer si un restaurant sert des plats à base de légumes.

Nous avons remarqué que les descriptions des chefs, ainsi que des restaurants (à trouver dans les deux dernières colonnes de l'annexe 2), montrent des similitudes. Tout d'abord, les textes sont poétiques et font appel à l'imagination. Ils décrivent non seulement les plats eux-mêmes, mais une soirée gastronomique est liée aux connotations émotionnelles de la beauté, de la convivialité, du plaisir, de

l'art. Un monde séparé est créé à côté du monde ordinaire. Les restaurants sont décrites comme des lieux de rêve : « Une vue imprenable » (Christian Sinicropi), « la vue laisse rêveur » (Benoît Vidal), « une vue renversante » (Julien Dugourd), « le cadre [...] vous enchantera » (Stéphane Tournier), « l'esprit de cocon » (Clovis Khoury), « une ambiance à nulle autre pareille » (Stéphane Tournier), « Si ce n'est pas le paradis, ça y ressemble ! » (Julien Dugourd). On fait appel au luxe : « ce restaurant merveilleusement exquis » (Benoît Vidal), « une carte sublime » (Julien Dugourd), « le mariage réussi du luxe et du raffinement » (Christian Sinicropi), « attire nombre de célébrités » (Jean-André Charial). On réfère aux traditions gastronomiques françaises : « alternant traditions et créations » (Jean-André Charial), « recettes mythiques » (Jean-André Charial), « L'authenticité a du génie » (Benoît Vidal), « entre héritage et nouveauté » (Jean-François Bérard), « on déguste une cuisine classique » (Xavier Isabal).

La mention des droits des animaux ou des enjeux environnementaux ne rentre pas dans l'image idyllique qu'ils décrivent. L'accent est mis sur le plaisir et sur la joie de bien manger. Pourtant, la plupart de chefs font preuve d'un certain engagement, en exprimant qu'ils mettent leurs produits à l'honneur. Le mot « respect » est utilisé par plusieurs chefs, par exemple par chef Lionel Giraud qui déclare que sa cuisine est « respectueuse de l'âme des produits ». Pour un végane, ce commentaire peut être lu dans un sens ironique quand il pense à l'âme des animaux que le chef prépare. Cependant, il se pourrait que le chef Giraud, ainsi que les autres chefs, se sente vraiment respectueux des produits qu'il utilise, qu'ils soient d'origine végétale ou animale. Dans le véganisme, l'utilisation inutile d'animaux dans le cadre d'une tradition culturelle est, par définition, moralement inacceptable. Cela semble être différent pour ces chefs, qui ont signé une tribune en faveur de la gastronomie végane tout en continuant à servir des produits d'origine animale. Par conséquent, ils soutiennent probablement un message différent de celui du véganisme : tant que les animaux sont traités avec respect, ils trouvent acceptable de les tuer pour les transformer en une création gastronomique qui les « met à l'honneur ». Du point de vue des chefs, il s'agit d'une position morale acceptable. Pour le moment, ils continuent à utiliser des produits d'origine animale et s'engagent pour une gastronomie locale et transparente. Ils utilisent principalement des produits biologiques, provenant de préférence de leur propre jardin ou de leur propre région, et visent à donner aux légumes une place plus centrale dans leur cuisine.

5.4 Analyse des sites Internet des treize chefs engagés

Comme le *Guide Michelin* est l'organisme approuvé dont les chefs dépendent pour obtenir ou conserver du capital symbolique sous forme d'étoiles, les chefs pourraient se sentir plus libres de se profiler sur leurs propres sites Web. C'est pourquoi, en annexe 3 (p. 77), nous avons analysé les sites Internet des restaurants de chacun des treize chefs. La plupart des sites Internet semblent être construits par des agences de marketing et respirent leur propre atmosphère régionale. L'évocation de cette atmosphère, en décrivant leur restaurant avec des mots et des images comme un lieu unique, permet aux chefs d'adapter une identité distinctive. Les chefs se présentent tous comme des « locavores »³¹⁰, qui participent à la construction identitaire de leur région. Plusieurs chefs montrent exactement de quels fournisseurs ils achètent leurs produits. Ce faisant, ils construisent non seulement une identité distinctive pour eux-mêmes, mais aussi pour les produits avec lesquels ils cuisinent. Sur le site Internet de Christian Sinicropi, par exemple, il est indiqué que les ingrédients proviennent des « producteurs locaux minutieusement choisis par le Chef : l'agneau Allaiton qui vient de l'Aveyron, le pigeon du Sud-ouest de la France, les coquillages et crustacés au goût d'Italie »³¹¹. En indiquant

310 Le Grand Robert de la langue française : locavore = « Qui consomme des produits alimentaires locaux ». Sur le site « Mangeons Local » (2015), S.A., la définition de locavore est : « un locavore est une personne qui ne consomme que des produits locaux qui ont été produits à une faible distance de son domicile ». URL : <https://www.mangeons-local.bzh/locavore-quest-ce-que-cest/>

311 Site Internet du restaurant le Palme d'Or à Cannes, liste des producteurs locaux. URL : <https://restaurant-la-palme-d-or-cannes.com/producteurs-locaux-fournisseurs-restaurant>

L'origine des animaux qu'il prépare, il charge leur viande avec une identité d'exclusivité et d'exception. Chef Sinicropi n'utilise pas d'agneaux ordinaires, mais d'Agneaux de l'Aveyron. De cette manière, les clients qui aiment manger cette viande sont rassurés que les animaux ont été traités avec le plus grand respect. Leurs soucis éventuels sont pris en charge par le chef, il leur reste à en profiter. Ainsi, même si les chefs utilisent les mêmes ingrédients d'origine animale (la plupart des treize chefs servent de l'agneau, du foie gras, du veau, des langoustines, etc.), ils se distinguent des autres chefs en sélectionnant des fournisseurs spécifiques et en préparant des plats distinctifs à partir de ces ingrédients. Certains chefs vont encore plus loin dans leur stratégie de singularisation. Emmanuel Renaut et Jean-André Charial, par exemple, cultivent leurs propres légumes dans les environs du restaurant, à l'instar du grand chef Alain Passard³¹².

Ce qui unit ces chefs, quel que soit le nombre d'étoiles qu'ils possèdent, c'est la manière dont ils perçoivent la relation entre l'homme et la nature. Ils partagent l'engagement du respect de la nature. Ils soutiennent une agriculture locale qui est respectueuse de l'environnement et de la biodiversité. Dans cet intérêt commun, les chefs se sont probablement trouvés. En choisissant des produits frais, locaux et des saisons, ils contribuent à réduire le gaspillage et la consommation énergétique. Emmanuel Renaut résume leur mission partagée : « La nature est une source d'inspiration aussi infinie que fragile. À travers chacune de ses compositions, le Chef-messenger œuvre pour sensibiliser chacun, au respect de notre patrimoine culinaire »³¹³. En annexe 3, les mêmes mots reviennent que nous avons indiqués en annexe 2 : « respect », « cuisine nature », « authenticité », « finesse des produits », « une carte raffinée et vraie », « mettant à l'honneur les artisans et producteurs de la région ». Il paraît qu'au lieu d'épuiser les ressources naturelles, ils veulent s'orienter vers un mode de vie dans lequel l'homme traite avec dignité les sources de nourriture naturelles. À leurs yeux, cet objectif peut être atteint en recherchant « l'authenticité ». Ils visent à coopérer avec des producteurs artisanaux, en toute transparence, au lieu de soutenir l'agriculture intensive. Cela signifie un retour aux lignes de production courtes et à l'achat de leurs produits auprès des agriculteurs qui travaillent en harmonie avec la nature. Ils ont associé ce désir d'un mode de vie plus naturel, partagé par de plus en plus de Français, à la haute gastronomie. Dans ce monde idéal, la place naturelle de l'homme est au-dessus des animaux. C'est une position qui est visualisée dans une vidéo sur le site d'Emmanuel Renaut. Il déclare qu'il est conscient et respectueux de l'origine de ses produits, lorsqu'il est assis sur une peau de vache³¹⁴.

Il est intéressant de mentionner que tous ces treize chefs ont eu une longue carrière dans la haute gastronomie. Selon Bourdieu, des agents qui appartiennent à une même catégorie sociale, et qui sont placés dans des mêmes conditions, aient des comportements, des goûts et une vision du monde similaire (paragraphe 1.2, p. 6-7). Puisque les treize chefs possèdent l'habitus spécifique de leur champ, leurs actions sont influencées par leurs expériences gastronomiques. Ils ont tous suivi une formation classique et ils ont acquis des années d'expérience auprès de grands chefs étoilés. C'est pourquoi ils respectent la « structure structurée »³¹⁵ du champ de la haute gastronomie, qui limite leurs marges de manœuvres. Afin de protéger le mythe de la gastronomie française contre la concurrence internationale grandissante, ils continuent à cuisiner avec des ingrédients symboliques pour la cuisine française, tels que le foie gras, un produit qui est obtenu en nourrissant des oies de façon cruelle et

312 Alain Passard est connu comme le « leader des légumes » de la haute gastronomie. Il montre son jardin potager dans le vidéo « Dans le jardin d'Alain Passard », YouTube, le 31.10.2017, 2:35 min. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=qMHaBiNuYf8>

313 Cette phrase fait partie de la philosophie d'Emmanuel Renaut. URL : <https://www.floconsdesel.com/fr/emmanuel-renaut/philosophie.html>

314 Flocons de Sel, websérie « L'homme et les éléments », épisode 1. URL : <https://www.floconsdesel.com/fr/galerie-photos.html#group-video-2>

315 Les termes « structures structurantes » et « structures structurées », utilisés par Bourdieu, sont expliqués au paragraphe 1.2, p. 7

non naturelle, ce qui leur donne un avantage concurrentiel sur des restaurateurs non gastronomiques et des cuisines étrangères. Ces « exceptions culturelles »³¹⁶ sont inévitables pour répondre aux traditions gastronomiques. Pour le moment, il est donc peu probable que les chefs et leurs clients abandonneront certains ingrédients d'origine animale considérés comme gastronomiques, bien que la façon dont ces ingrédients ont été produits ne corresponde pas à leur image idéale d'une gastronomie qui est respectueuse de la nature et de ses produits. Ensemble, ils maintiennent les codes applicables du champ de la haute gastronomie. Les chefs désirent répondre aux souhaits de leurs clients, qui se décrivent de plus en plus comme des flexitariens, mais qui considèrent le véganisme encore trop extrême. Ils continuent à commander certains ingrédients de luxe, pour se distinguer par leurs choix de consommation. Leur demande détermine l'offre.

Les chefs sont des artistes culinaires, qui peignent avec leur palette de produits français, mais ils sont aussi des hommes d'affaires. Plus de la moitié des restaurants étoilés font partie d'un hôtel, souvent avec un ou deux autres restaurants ou bistros. Il y a des chefs qui publient des livres de cuisine (sur le site de Jean-André Chariol, son livre *Une année de cuisine dans les Alpilles, 93 recettes en Provence* est vendu³¹⁷), des chefs qui organisent des ateliers de cuisine³¹⁸ et il y a un chef consultant qui conseille des restaurateurs comment rendre leur entreprise plus fructueuse³¹⁹. Qu'il s'agisse de se démarquer ou d'attirer de nouveaux clients, on ne peut pas exclure que ces chefs, en plus du désir d'exercer leur profession en harmonie avec la nature, tentent de tirer parti de l'intérêt croissant que suscitent les aliments végétaux.

Nous concluons l'analyse des sites Internet des treize chefs avec l'observation qu'aucun chef ne recommande ses plats de légumes d'une manière qui attire directement l'attention, par exemple sur la page d'accueil. Le chef Renault fait un choix de mots curieux dans son menu : un de ses menus, qui contient des produits d'origine animale, peut être « décliné » et menu végétarien. En tant que promoteur de la cuisine végétale, il aurait également pu choisir un mot à connotation plus positive, tel que « transformé » ou « adapté ». Personne ne mentionne le mot *végan* sur son site Internet. Il y a une exception : Marina Réale-Laden. Ce qui suit est écrit sur le site Internet de son restaurant : « Des mets végétariens et végan sont proposés à la carte, afin que chacun puisse trouver son bonheur. Les vins et mignardises de dessert sont végétariens, mais pas systématiquement végan. Cette démarche est née de vos demandes, de l'intérêt créatif et éthique de nos cuisiniers. Cependant nous avons vocation à servir une cuisine omnivore ». Marina Réale Laden est la seule cheffe à utiliser le mot *végan* et à parler d'éthique. Elle sert des plats végan dans son restaurant, car elle comprend qu'il existe des objections éthiques à la consommation d'animaux pour le plaisir personnel. Cependant, sa vocation est de composer une carte omnivore. Sa prise de position souligne nos observations précédentes: les 13 chefs n'optent pas pour une transition vers une gastronomie végan, mais leur stratégie consiste à promouvoir une cuisine plus végétale et naturelle.

316 JEANGENE VILMER, J-B. (2013), « Diversité de l'éthique animale », Journal International de Bioéthique 2013/1 (Vol. 24), p. 18-19.

URL : <https://www.cairn.info/revue-journal-international-de-bioethique-2013-1-page-15.htm>

317 CHARIAL, J-A. (2007), « Une année de cuisine dans les Alpilles, 93 recettes en Provence », Éditions Minerva, 173 p. URL :

<https://www.baumaniere.com/gastronomie/les-recettes>

318 Par exemple l'atelier de cuisine de chef Jean-François Bérard. URL : <https://www.hotel-berard.com/fr/page/cours-cuisine-gastronomie-provence.4.html>

319 GP Consult, formation et conseil par Geoffry Poësson. URL : <https://www.restaurant-la-badiane.fr/gp-consult>

5.5 Motivations personnelles : analyse d'interviews et des articles d'opinion

Afin de vérifier notre analyse dans les deux paragraphes précédents, nous avons effectué une analyse des motivations plus explicites des chefs dans des interviews, sur des sites d'informations journalistiques, sur YouTube, dans des blogs et via des réseaux de médias sociaux. Il s'est avéré que les chefs ne commentent guère au sujet du véganisme en tant qu'une conviction morale. Un certain nombre de chefs ont pris part au défi VegOresto³²⁰ (Grégory Hamon, Lionel Giroud)³²¹, tandis que d'autres ont organisé un atelier de cuisine végan (Geoffrey Poësson, Marina Réale-Laden)³²². Bien que peu d'interviews aient été trouvées, nous avons recueilli un certain nombre d'opinions et de citations de chefs qui expliquent pourquoi ils n'augmentent pas le nombre de plats végan au menu :

- Dans un article d'opinion, intitulé *Pourquoi la gastronomie végan ne décroche pas (encore) d'étoiles*, cheffe Réale-Laden a expliqué pourquoi elle continue de servir de la viande et du poisson dans son restaurant : « Il y a beaucoup de préjugés sur la cuisine végan. J'aimerais bien proposer uniquement des plats végétaliens, mais on ne pourrait pas en vivre. Nous sommes situées entre Thonon et Genève, à la campagne, et cela reste un choix compliqué pour un restaurant. En tant que cheffe on n'est pas là pour éduquer les gens, j'en ai fait l'expérience : j'avais réduit il y a huit ans les proportions de viande et de poisson et certaines personnes disaient que c'était pingre. J'ai vite arrêté. Je préfère désormais ouvrir des portes, lancer des discussions, aider les curieux à découvrir une autre manière de manger »³²³. La cheffe Réale-Laden s'appuie sur des raisons économiques pour ne pas servir plus de plats végan. Elle fait une autre déclaration qui indique que des forces symboliques du champ gastronomique jouent également un rôle dans la réticence des chefs étoilés à s'engager dans le véganisme: « Le *Guide* peut permettre d'ouvrir un débat. [...] Ce serait un symbole pour tout le courant que l'on porte qu'un jour ONA puisse décrocher l'étoile ». Elle se réfère ici au restaurant 100% bio et végan de la cheffe Claire Vallée, qui a été récompensé par le *Guide Michelin* en 2018 avec une assiette et une fourchette³²⁴. La cheffe Réale-Laden n'est pas encore étoilée. Elle a un intérêt majeur à ce que son travail soit apprécié par le *Guide Michelin* pour pouvoir entrer dans le champ de la haute gastronomie. À l'heure actuelle, il est encore incertain pour elle si le risque d'investir dans la cuisine végan (et d'agrandir son capital culturel par la maîtrise des nouvelles techniques de cuisson et de préparation) se traduira en plus (ou moins) de capital économique, social et symbolique. Lorsque la cheffe Vallée sera récompensée par une étoile, sa capitale symbolique se lèvera de manière à pouvoir encourager d'autres chefs étoilés à suivre son exemple. Ce serait un signe que le *Guide Michelin* considère la cuisine végan comme digne du plus haut niveau de la gastronomie française.

320 « Depuis 2015, VegoResto met à l'honneur les restaurants, snacks, hôtels et tables d'hôtes vegan-friendly. Chaque semaine, VegOresto met au défi des chefs : Concoctez un menu végan le temps d'un repas, nous nous engageons à remplir votre restaurant ! ». URL :

<https://vegoresto.fr/>

321 Grégory Hamon : « Le restaurant Zest relève le défi VegOresto » (2017), S.A., Ouest France, le 22.09.2017. URL : <https://www.ouest-france.fr/bretagne/cesson-sevigne-35510/le-restaurant-zest-releve-le-defi-vegoresto-5267757>

Lionel Giroud : « Manger végan au St-Crescent »(2016). S.A., La Dépêche, le 16.11.2016. URL :

<https://www.ladepeche.fr/article/2016/11/16/2459689-manger-vegan-au-st-crescent.html>

322 Geoffrey Poësson : « Cours de cuisine : pâtisserie végan » (2018), S.A., Sainte-Maxime, Provence & Côte d'Azur, le 08.09.2018. URL :

<https://www.sainte-maxime.com/fr/loisirs/activites-culturelles/sainte-maxime/cours-de-cuisine-patisserie-vegan-4978917/>

323 LE GALL, P. (2019), « Pourquoi la gastronomie végan ne décroche pas (encore) d'étoiles », Slate, le 13.02.2019. URL :

<http://www.slate.fr/story/173394/gastronomie-vegan-restaurants-etoiles>

324 « Claire Vallée, la cheffe vegan qui a conquis le Guide Michelin » (2018), S.A., CheekMagazine, le 02.10.2018. URL :

<http://cheekmagazine.fr/societe/claire-vallee-ona-cheffe-vegan-guide-michelin/>

- Dans le même article d'opinion, l'historien spécialiste de la gastronomie française Patrick Rambourg a fait une déclaration intéressante qui correspond aux résultats de notre analyse : « Je pense que les chefs sont prêts à évoluer, mais leur demander d'abandonner une culture culinaire de plusieurs siècles me semble compliqué »³²⁵. Il ajoute que « la cuisine de légumes a longtemps été dévalorisée en France, parce qu'elle a été perçue comme une nourriture du pauvre et comme une nourriture des jours 'maigres' dans le contexte chrétien, durant lesquels on ne pouvait pas consommer de viande ni de matière grasse animale. Les légumes cuisinés étaient aussi généralement perçus comme une garniture accompagnant viande et poisson. Cela reste inconsciemment imprimé dans nos mémoires »³²⁶. À cet égard, la publication de la tribune par les treize chefs représente déjà un pas en avant. Ils ne veulent pas aller plus loin que ça et s'attendent à des développements ultérieurs qui réduiront les risques associés à la cuisine végan.
- Chef Grégory Hamon avoue dans une interview qu'il ne peut pas servir davantage de plats végan dans son restaurant parce que « la clientèle végan est très particulière, et l'actuelle est composée d'habitues. [...] Ce n'est pas possible pour moi sur le long terme »³²⁷. Chef Hamon « ne pourra pas gérer deux types de cuisine gastronomique à l'année » car « c'est beaucoup de travail pour trouver de bonnes saveurs »³²⁸. Sa déclaration « l'actuelle est composée d'habitues » montre que Hamon aime cuisiner avec des ingrédients d'origine animale, qu'il connaît et auxquels il est habitué. En dépit de sa sympathie pour le véganisme, il est compliqué pour lui de combiner sa cuisine traditionnelle avec la cuisine végan, qu'il considère laborieuse : « Je suis déjà sensibilisé au végan car ma compagne est une ancienne végane devenue végétarienne. C'est aussi une manière de sortir de la routine, de travailler d'une autre façon. Cela permet d'utiliser des produits nouveaux. [...] L'équipe en cuisine aussi s'est trouvée stimulée par cette idée. Ça nous change. Mon expérience des cuisines du monde me fait déjà utiliser beaucoup d'ingrédients présents dans la cuisine végan, mais c'est beaucoup de travail pour trouver de bonnes saveurs »³²⁹.
- Un article critique a été rédigé en réponse à la tribune des chefs étoilés. L'auteur (inconnu) est choqué que, à son avis, les chefs aient abusé du véganisme pour façonner leur mythe culturel : « Comment peut-on se fantasmer artiste, quand on méprise totalement la vie et qu'on ne voit qu'un 'produit' à 'travailler'? Il faut être totalement déconnecté du réel, et les protagonistes de la haute cuisine sont passés maîtres dans l'art de se raconter des fables »³³⁰. Selon lui, la publication de la tribune est « purement de l'opportunisme, mais comme tous les opportunistes intelligents, ces grands chefs ont tout d'abord eu le soin de développer une passion pour leur nouveau sujet d'étude, car oui évidemment que c'est un plaisir de cuisiner sans souffrance animale »³³¹. Il juge que « ce triste constat n'est que le reflet de ce qui est en

325 LE GALL, P. (2019), « Pourquoi la gastronomie végan ne décroche pas (encore) d'étoiles », Slate, le 13.02.2019. URL : <http://www.slate.fr/story/173394/gastronomie-vegan-restaurants-etoiles>

326 Ibid.

327 « Le restaurant Zest relève le défi VegOresto » (2017), S.A., Ouest France, le 22.09.2017. URL : <https://www.ouest-france.fr/bretagne/cesson-sevigne-35510/le-restaurant-zest-releve-le-defi-vegoresto-5267757>

328 Ibid.

329 Ibid.

330 « La gastronomie végan et ses 'chefs étoilés' » (2018), S.A., A Gauche, le 15.03.2018. URL : <https://agauche.org/2018/03/15/la-gastronomie-vegan-et-ses-chefs-etoiles/>

331 Ibid.

train d'arriver au véganisme, qui est vidé de son contenu pour ne devenir qu'un produit de niche, une part de marché, alors que l'exploitation animale se fait chaque jour plus violente au niveau mondial »³³². Bien que cet auteur s'exprime d'une manière qui fait obstacle au rapprochement, et qui ne contribue pas à une conversation constructive, son indignation est compréhensible. Parce que les chefs associent le mot « végan » à un autre type d'engagement social, le soutien d'une agriculture paysanne, ils créent de la confusion quant à la signification du véganisme. Ils supportent une gastronomie plus verte sans avoir l'intention d'abolir l'utilisation des ingrédients d'origine animale. Le message végan perd ainsi son pouvoir, parce que le discours sur l'exploitation inutile d'animaux n'est pas abordé. « Ce n'est qu'un exemple parmi tant d'autres des contradictions de notre époque, mais qui illustre bien la nécessité de faire un recadrage de ce qu'est le véganisme, à savoir, un choix de société »³³³, conclut l'auteur son plaidoyer.

- Ce recadrage du terme « véganisme » a bien lieu, par exemple dans les entretiens de la cheffe Claire Vallée du restaurant ONA et du chef Willy Berton du restaurant Vegan Gorilla. « Souhaitant ne plus avoir aucun rapport avec tout ce qui touche de près ou de loin à la souffrance animale, Claire décide de se consacrer à l'aventure végétale »³³⁴, ainsi est noté dans une interview avec Claire Vallée. Willy Berton est cité dans une autre interview comme suit : « On est en haut de la chaîne alimentaire parce qu'on nous a appris à chasser, mais, en fait, on n'est à la tête de rien du tout. [...] Tous les grands mammifères, l'éléphant, le rhinocéros, sont végétaliens. On est quand même la seule espèce au monde à boire le lait d'une autre espèce ! »³³⁵. Le discours qu'ils mènent n'a pas encore lieu dans le domaine de la haute gastronomie. S'ils parviendront à réunir plus de capital et s'ils décideront d'entrer la niche de la haute gastronomie, le discours autour de la gastronomie végan pourrait s'amplifier et prendre une nouvelle direction.

Nous avons analysé comment treize chefs, qui ont publié la tribune « La gastronomie végan aussi à ses chefs étoilés » en 2018, sont engagés dans le véganisme. Dans la bataille pour la reconnaissance personnelle, les chefs se distinguent les uns des autres en donnant une identité régionale à leurs sites Internet, à leurs restaurants et aux produits qu'ils utilisent. Ils ont aussi des intérêts partagés. Nous avons trouvé que ces chefs ont utilisé le mot « végan » dans le contexte de la transition vers un nouveau modèle gastronomique, qu'ils pensent être une réponse aux défis écologiques qui attendent l'humanité. Ce modèle favorise l'utilisation de nombreux produits à base de plantes, en tenant compte des saisons, de l'origine des ingrédients et du traitement respectueux des produits que la nature offre aux humains. Le fait de vouloir donner aux plats de légumes une place privilégiée dans leur cuisine, ne signifie cependant pas que les chefs s'abstiennent des produits d'origine animale. Ceci est contraire aux principes du véganisme, car être végane signifie que toute utilisation inutile d'animaux est abolie. Notre analyse n'a pas révélé pourquoi les chefs ont choisi le mot « végan » et non pas « végétale ». Cela pourrait être un choix stratégique, car le véganisme suscite une attention considérable de la part des médias depuis un certain nombre d'années et le marché des produits végan en France est en hausse.

332 Ibid.

333 « La gastronomie végan et ses 'chefs étoilés' » (2018), S.A., A Gauche, le 15.03.2018. URL : <https://agauche.org/2018/03/15/la-gastronomie-vegan-et-ses-chefs-etoiles/>

334 « Claire Vallée, la première cheffe végane récompensée par le guide Michelin ! » (2018), S.A., S.D., Demotivateur Food. URL : <https://www.demotivateur.fr/food/claire-valee-la-premiere-cheffe-vegane-recompensee-par-le-guide-michelin-15024>

335 BÉLIER, A. (2017), « Willy Berton élève la cuisine vegan au rang d'art », Ouest France, le 29.06.2017. URL : <https://www.ouest-france.fr/provence-alpes-cote-dazur/nice-06000/willy-ber-ton-eleve-la-cuisine-vegan-au-rang-d-art-5099612>

Le discours culinaire que les treize chefs mènent, crée l'image d'un rêve collectif d'une consommation consciente à laquelle de plus en plus des Français souhaitent retourner. Avec ce discours, les chefs ajoutent de la valeur symbolique à leurs plats, tout comme les chefs d'élite du XIXe siècle l'ont fait. Les produits qu'ils utilisent sont de préférence « made in France », réalisés avec des techniques artisanales respectueuses du bien-être des animaux. Les chefs transforment ces produits en œuvres d'art culinaires qui mettent à l'honneur la richesse du patrimoine français. C'est un discours nationaliste qui résonne probablement avec des valeurs partagées par de nombreux Français. L'inconvénient est que les discours des chefs envoient un message indirect selon lequel l'utilisation d'animaux serait pleinement justifiée et ferait partie de la culture alimentaire française. La plupart des Français n'ont pas les moyens de manger dans un restaurant étoilé. Les produits d'origine animale qu'ils achèteront, guidés dans leur choix par le modèle gastronomique français, proviendront principalement de l'agriculture intensive. Les prochaines années détermineront la direction dans laquelle le champ de la haute gastronomie se développera. Il reste à voir si des chefs 100% végan rejoindront réellement la couche supérieure du champ gastronomique. Si cela se produisait, une nouvelle analyse du comportement des chefs étoilés serait intéressante et aidera à savoir si leur position actuelle vis-à-vis du véganisme sera influencée.

Conclusion

Au cours des dernières décennies, les chefs étoilés français ont vu la concurrence mondiale s'intensifier. En conséquence, la gastronomie française, qui a longtemps été considérée comme la meilleure cuisine du monde, a perdu du terrain. Pour maintenir leur position privilégiée dans le champ gastronomique, les chefs étoilés ont été confrontés au défi de mettre en évidence non seulement leurs caractéristiques personnelles, mais également celles de la gastronomie française dans son ensemble. Le mythe gastronomique, nourri par le discours culinaire qu'ils mènent, est essentiel car il apporte de la valeur ajoutée à l'expérience gastronomique et il explique son droit d'exister. C'est pourquoi les traditions gastronomiques, devenues une partie de l'identité collective de la nation française dans son ensemble au fil des siècles, sont activement honorées par les chefs étoilés. Pour renforcer l'identité de la gastronomie française, ils enrichissent la cuisine française d'un symbolisme culturel dans leurs discours culinaires à la télévision, dans des interviews, dans des débats publics, sur leurs sites Internet, via des réseaux sociaux, etc. La médiatisation de leur personnalité leur donne également la possibilité, tout en défendant le patrimoine culturel français, de se distinguer des autres chefs et de bénéficier ainsi d'une plus grande reconnaissance. Ce jeu « des forces et des luttes » comme l'appelle Bourdieu, au niveau individuel et collectif, assure la place centrale de la haute gastronomie dans le champ gastronomique, dans la culture et dans la société française.

Tout en honorant les traditions, le discours des chefs étoilés s'adapte aux mutations sociales de la société française. Les Français sont de plus en plus conscients de l'origine de leurs aliments et des dommages écologiques causés par l'intensification de la chaîne alimentaire. Ils se soucient de leur santé, de l'environnement et du bien-être animal. Cette prise de conscience se traduit par un discours des chefs étoilés dans lequel le respect de la nature et de ses produits est devenu un thème central. Ainsi a démontré notre analyse de la manière dont treize chefs se présentent dans le *Guide Michelin 2019* et sur leurs sites Internet. Nous avons constaté que ces chefs ont uni leurs forces pour répondre aux nouvelles conditions dans leur entourage social, en alignant le mythe gastronomique avec la lutte commune contre des enjeux écologiques contemporains.

Bien qu'ils aient utilisé le mot végétarien dans le titre de leur tribune, les idées que les treize chefs étoilés expriment ne sont pas conformes aux principes du végétarisme : elles sont de nature utilitaire et non pas abolitionniste. Dans leur relation homme-animal, la position morale des chefs semble être qu'il est moralement acceptable d'utiliser des animaux dans la tradition culinaire française, à condition que ces animaux soient bien traités. Pour assurer à leurs clients que le bien-être animal a été pris en compte, les chefs achètent leurs produits d'origine animale auprès d'éleveurs artisanaux locaux. En outre, ils utilisent de nombreux légumes de saison frais dans leurs plats. La plupart des plats qu'ils servent contiennent des produits d'origine animale, mais ils proposent également des plats entièrement composés de produits végétaux. Ainsi, l'adaptation du mythe gastronomique qu'ils proposent ne s'écarte pas trop des codes traditionnels en vigueur, ni de leurs habitudes.

L'avantage individuel de la restructuration de l'identité culinaire collective autour la naturalité, est que les chefs peuvent se présenter comme des écoresponsables. C'est une stratégie qui présente peu de risques pour acquérir, en termes bourdieusiens, plus de capital économique, social, culturel et symbolique. Le végétarisme, cependant, n'est pas une cause qu'ils sont prêts à défendre. Deux raisons pratiques ont été mentionnées par les chefs. Une cheffe a estimé que le risque économique de servir davantage de plats végétariens était trop grand, car cela ne répondrait pas aux attentes de la majorité de sa clientèle. C'est pourquoi elle a décidé de s'adresser à une clientèle flexitarienne, qui est parfois curieuse d'essayer un plat végétarien, mais qui commande habituellement des plats avec des ingrédients d'origine animale. Un deuxième chef était d'opinion que les techniques de cuisson de la cuisine végétarienne demandent beaucoup de travail, ce qui l'empêchait d'augmenter la quantité de plats végétariens sur son

menu. Leurs objections pratiques sont donc placées au-dessus de la philosophie du véganisme, qui stipule que, puisqu'il n'est pas nécessaire d'utiliser des animaux pour mener une vie saine, il est moralement injustifiable d'utiliser les animaux pour le plaisir du palais, pour se divertir ou pour des raisons culturelles. Il est clair que le débat autour du mythe gastronomique en France, qui fait partie de l'identité collective des Français, et l'éthique de l'utilisation des animaux se poursuivra. Tant que cela se fera de manière créative, constructive et non violente, un changement du paradigme dans l'attitude dominante vis-à-vis de l'éthique animale en France est peut-être possible mais ne se produira pas du jour au lendemain.

Pour conclure, notre recherche bibliographique et les résultats de notre analyse nous permettent de répondre à la question principale de ce mémoire, posée dans l'introduction : comment les chefs étoilés français se positionnent-ils par rapport à la gastronomie végan, dans un champ culturel qui se caractérise par des pratiques gastronomiques profondément enracinées ? La réponse est que dans le champ de la haute gastronomie française, les chefs étoilés ne choisissent pas (encore) de s'engager en faveur des principes du véganisme. Il existe une volonté de prendre davantage de mesures dans leur rôle public exemplaire, en tant que guides engagés dans la transformation vers un nouveau mode de consommation en harmonie avec la nature. Dans l'esprit du temps, ils reconnaissent les possibilités innovatrices et artistiques d'une gastronomie qui est (plus) végétale. Cependant, tant qu'il n'y a pas de chefs étoilés végan en France, la valeur symbolique de la gastronomie végan reste encore inférieure à celle de la cuisine française traditionnelle. Les marges de manœuvre des chefs étoilés sont pour le moment limitées, car il est incertain de savoir si l'investissement dans la cuisine végan générera une accumulation des capitaux supplémentaires, ou si cela entraînera une perte d'influence. De plus, l'habitus des chefs étoilés est toujours imbriqué dans la tradition gastronomique, ce qui rend moins facile le lien affectif avec le véganisme. En fonction de l'évolution du mouvement végan en France au cours des prochaines années, il deviendra clair si et quand de nouveaux changements sociaux modifieront la prise de position actuelle des chefs étoilés français.

Bibliographie

Tous les liens URL présents dans ce mémoire et dans la bibliographie ont été consultés entre avril et juin 2019.

Les liens URL ont été à nouveau testés le 26 juin 2019 et ont tous fonctionné à cette date.

Articles scientifiques

ARBOIX-CALAS, F. (2014), « Dis-moi ce que tu manges... », *Éducation et Socialisation*, les Cahiers du CERFEE, No 36/2014.

URL : <https://journals.openedition.org/edso/1002#tocto2n5>

AYMARD, M. (1997), « Les pratiques de l'alimentation carnée en France », dans : « Le mangeur et l'animal. Mutations de l'élevage et de la consommation » (1997), sous la direction de PAILLAT, M. Autrement, Coll. Mutations/Mangeurs, N° 172, Paris, p. 124-131.

URL : http://www.lemangeur-ocha.com/fileadmin/contenusocha/06-les_pratiques_de_l_alimentation_carnee.pdf

BARRÈRE, C. (2013), « Patrimoines gastronomiques et développement local : les limites du modèle français de gastronomie élitiste », *Mondes du Tourisme* 7, p. 15-36.

URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/178>

BASTIAN, B., LOUGHNAN, S., HASLAM, N., RADKE, H. (2012), « Don't Mind Meat? The Denial of Mind to Animals Used for Human Consumption », *Personality and Social Psychology Bulletin* 38(2), p. 247–256.

URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/776324999>

BECKER K. (2017), « Gastronomie et littérature en France au XIXe siècle », Orléans : Éditions Paradigme, 191 p.

BENTHAM J. (1948), « An Introduction to the Principles of Morals and Legislation », New York, Hafner Library of Classics, No 6. Re-edition.

BOURDIEU, P. (1979), « La distinction : critique sociale du jugement », Paris : Éditions de Minuit, 670 p.

BOURDIEU, P. (1989), « Le sens pratique », Paris, Editions de Minuit, 474 p.

BOURDIEU, P. (1980), « The forms of capital », dans: RICHARDSON J. (1986), dans :

« Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education », Westport, CT: Greenwood, p. 241–258.

BOURDIEU, P., JOHNSON, R. (1993), « The field of cultural production : essays on art and literature », Cambridge : Polity Press, 323 p.

URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/782124763>

BOURDIEU, P. (2000), « Pascalian meditations », Cambridge: Polity Press, 256 p.

BOURDIEU, P. (2002), « Habitus », dans: HILLIER, J., ROOKSBY E. (2005), « Habitus : A Sense of Place », London, Routledge, 444 p.

BOURDIEU, P., WACQUANT, L. (1992), « An invitation to reflexive sociology », Cambridge : Polity Press, 332 p.

BOYER, R. (2003), « L'anthropologie économique de Pierre Bourdieu », *Actes de la recherche en sciences sociales* 2003/5 (n° 150), p. 65 à 78.

URL : <https://www.cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-actes-de-la-recherche-en-sciences-sociales-2003-5-page-65.htm>

BRILLAT-SAVARIN, J. A., (1823), « Psychologie du goût », Paris : A. Lemerre, 256 p.

CARÈME, M-A. (1833), « L'art de la cuisine française au XIXe siècle: traité élémentaire et pratique », Paris, Éditeur : l'auteur, Bibliothèque nationale de France, département Réserve des livres rares, V-26908.

URL : <https://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb30423982v>.

COOK, J. et al. (2016), « Consensus on consensus: a synthesis of consensus estimates on human-caused global warming », *Environmental Research Letters*, Volume 11, le 13.04.2016.

URL : <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/11/4/048002>

DENHARTIGH, C. (2018), « Viande : pourquoi est-il si difficile de s'en passer ? », *Revue Projet*, vol. 367, no. 6, 2018, p. 66-74.

URL : <https://www.cairn.info/revue-projet-2018-6-page-66.htm>

DE BERCHOUX, J. (1805), « La gastronomie : poème; suivi des poésies fugitives de l'auteur », Paris : Chez Giguet et Michaud, 1805 (an XIII), 266 p.

- DESCARTES, R.** (1637), « Discours de la méthode », Ve partie, Œuvres et lettres, La Pléiade.
URL : <http://www.ac-grenoble.fr/PhiloSophie/logphil/textes/textesm/descar1m.htm>
- DEUTSCH, J.** (2013), « Suppressing Desire as Culinary Discipline: Can Culinary Education Be Hedonistic? Should It Be? ».
URL : <https://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.nl/&httpsredir=1&article=1055&context=dgs>
- DORAIS, L.-J.** (2004), « La construction de l'identité », dans « Discours et constructions identitaires » (2004) sous la direction de DESHAIES D. et VINCENT, D., Les presses de l'université Laval, p. 2-10.
- DROUARD, A.** (2011), « Le mythe gastronomique français », Commentaire, Vol. 135, p. 845-847.
URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/7293770233>
- DURAND, R., RAO, H., MONIN P.** (2007), « Code and conduct in French cuisine: impact of code changes on external evaluations », Strategic Management Journal 28(5), p. 455-472.
URL : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.583>
- ELOIRE, F.** (2011), « Capital social et concurrence de statut, le champ de la restauration commerciale », Revue européenne des sciences sociales, 49/2 2011, p 7-41.
URL : <https://journals.openedition.org/ress/959#ftn21>
- FANTASIA R.** (2010), « Cooking the books' of the French gastronomic field », dans « Cultural analysis and Bourdieu's legacy : settling accounts and developing alternatives » par BORTOLAIA SILVA E., WARDE A. (2010), London ; New York : Routledge, p. 28-44.
URL : <https://www-taylorfrancis-com.proxy.library.uu.nl/books/e/9780203878620>
- FERBECK G., CROMBECQUE N.** (2017) « Les pratiques alimentaires d'aujourd'hui et de demain », enquête par Harris Interactive.
URL : http://harris-interactive.fr/wp-content/uploads/sites/6/2017/02/Rapport-Alimentation-HI-SITE.pdf?utm_source=Association+L214&utm_campaign=6695331456-EMAIL_CAMPAIGN_2017_09_28&utm_medium=email&utm_term=0_2859894380-6695331456-195262545
- FERGUSON P.P.** (1998), « A Cultural Field in the Making: Gastronomy in 19th-Century France », American Journal of Sociology, Vol. 104, No. 3, p. 597-641.
URL : https://www-jstor-org.proxy.library.uu.nl/stable/10.1086/210082?seq=1#metadata_info_tab_contents
- FERGUSON, P.P.** (2003), « Writing Out of the Kitchen: Carême and the Invention of French Cuisine », Gastronomica, Vol. 3, No. 3, p. 40-51.
URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/5887557815>
- FERGUSON, P. P.** (2004), « Accounting for Taste : The Triumph of French Cuisine », Chicago: University of Chicago Press, 258 p.
- FERGUSON, P.P.** (2015), « Identité et culture : la gastronomie en France », Revue de la BNF 2015/1 (n° 49), p. 12-17.
URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-de-la-bibliotheque-nationale-de-france-2015-1-page-12.htm>
- FERGUSON, P.P.** (2015), « L'ostentation culinaire. Naissance du champ gastronomique », Le Symbolique et le Social, La réception internationale de la pensée de Pierre Bourdieu, par DUBOIS, J., DURAND, WINKIN, Y., Presses universitaires de Liège, 2015, p. 97-106.
URL : <https://books.openedition.org/pulg/2465>
- FERGUSON P.P.** (2015), « Médiatiser la France culinaire : identité, institutions, idéologie, Le Temps des médias », n° 24, p. 13-25.
URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-le-temps-des-medias-2015-1-page-13.htm>
- FRANCIONE, G., STEINER, G** (2008), « Animals as Persons : Essays on the Abolition of Animal Exploitation », Columbia University Press, 235 p.
URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/609842792>
- FRANCIONE, G.** (2010), « Animal Welfare and the Moral Value of Nonhuman Animals », Law, Culture and the Humanities 6(1), p. 24-36.
URL : <https://journals-sagepub-com.proxy.library.uu.nl/doi/pdf/10.1177/1743872109348989>
- FRANCIONE, G., GARNER, G.** (2010), « The Animal Rights Debate : Abolition or Regulation ? », New York : Columbia University Press, 273 p.
URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/690102820>
- GERGAUD, O.** (2017), « Étoiles Michelin : Quel impact économique et financier sur les restaurants ? », 12 p.
URL : http://olivier.gergaud.free.fr/files/Michelin_finance.pdf
- GOMEZ, M.-L., BOUTY, I.** (2009), « The Social Dimensions of Idea Work in Haute Cuisine: A Bourdieusian Perspective », HAL archives ouvertes, 20 p.
URL : <https://hal-essec.archives-ouvertes.fr/hal-00553515>

- GOMEZ, M.-L., BOUTY, I.** (2010), « Dishing up individual and collective dimensions in organizational knowing », *Management Learning* 41(5) p. 545–559.
URL : <https://doi.org/10.1177/1350507610377584>
- GOMEZ, M.-L., BOUTY, I.** (2011) « The Emergence of an Influential Practice: Food for Thought » *Organization Studies* 32(7), p. 921–940.
URL : <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0170840611407020>
- HEBEL P.** (2017), « La situation économique et sociale des Français : les chiffres 'classiques' et au-delà », graphique 5, *Cahiers français* 396, p. 2-6.
URL : <https://utrechtuniversity-on-worldcat-org.proxy.library.uu.nl/oclc/6937643522>
- JEANGENE VILMER, J.-B.** (2013), « Diversité de l'éthique animale », *Journal International de Bioéthique* 2013/1 (Vol. 24), p. 15 à 28.
URL : <https://www.cairn.info/revue-journal-international-de-bioethique-2013-1-page-15.htm>
- JOHNSON, C., SURLEMONT, B., NICOD, P., RECAZ, F.** (2005), « Behind the Stars: A Concise Typology of Michelin Restaurants in Europe », *Cornell Hospitality Quarterly*, Vol. 46-2, p. 170-189.
URL : <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0010880405275115>
- KARPIK, C.** (2000), « Le Guide rouge Michelin », *Sociologie du travail* (2000) 42, p. 369-689.
URL : <https://www.sciencedirect-com.proxy.library.uu.nl/science/article/pii/S0038029600010864>
- NAULIN S.,** (2015), « Les médias et la constitution d'un 'monde de la gastronomie' (1870-1940) », *Le Temps des médias* 2015/1 (n° 24), p. 26 à 43.
URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2015-1-page-26.htm>
- NAULIN S.** (2015), « Se faire un nom. Les ressorts de la singularisation des critiques gastronomiques », *Sociologie du Travail*, p. 322-343.
URL : <https://journals.openedition.org/sdt/1537>
- NERI, M.** (2018), « Le marché de l'alimentation végétarienne et végane à l'horizon 2021 », *Xerfi Canal*.
URL : https://www.xerficanal.com/economie/emission/Cathy-Alegria-Le-marche-de-l-alimentation-vegetarienne-et-vegane-a-l-horizon-2021_3746706.html
- PAGÈS D.** (2017), « Figures du Chef Cuisinier. Première partie : de la créativité culturelle à l'engagement sociétal et public », *Quaderni*, Vol. 3 N° 94, p. 75-90.
URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-quaderni-2017-3-page-75.htm>
- PAGÈS, D.** (2017), « Figures du Chef Cuisinier. Seconde partie : d'une autorité civique revendiquée aux engagements citoyens et collaboratifs des mangeurs », *Quaderni* 2018/1 (n° 95), p. 95-114.
URL : <https://www-cairn-info.proxy.library.uu.nl/revue-quaderni-2018-1-page-95.htm>
- POORE, J., NEMECEK, T.** (2018), « Reducing food's environmental impacts through producers and consumers », *Science*, le 01.06.2018, Vol. 360, Issue 6392, pp. 987-992.
URL : <https://science.sciencemag.org/content/360/6392/987/tab-pdf>
- RAO H., MONIN P., DURANT P.** (2003), « Institutional Change in Toque Ville: Nouvelle Cuisine as an Identity Movement in French Gastronomy », the University of Chicago Press, *American Journal of Sociology*, Vol. 108, No. 4, p. 795-843.
URL : https://www-jstor-org.proxy.library.uu.nl/stable/10.1086/367917?seq=6#metadata_info_tab_contents
- RAO H., KENNEDY M.** (2008), « New Forms as Settlements », chapitre 13, dans « *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism* », p. 353 - 370.
URL : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.702.6877&rep=rep1&type=pdf>
- SESSEGO, V., HEBEL, P.** (2019), « Consommation durable : l'engagement de façade des classes supérieures », *CREDOC Consommation et modes de vie*, N° 303, ISSN 0295-9976, mars 2019.
URL : <https://www.credoc.fr/download/pdf/4p/CMV303.pdf>
- SINGER, P.** (1975), « La libération animale », Paris, Grasset, édition 1993, 384 p.
- STRINGFELLOW, L., MACLAREN, A., MACLEAN, M., O'GORMAN, K.** (2013), « Conceptualizing taste: Food, culture and celebrities », *Tourism Management* 37 (2013), p. 77 – 85.
URL : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517713000046>

SURLEMONT, B., JOHNSON, C. (2005), « The role of guides in artistic industries : The special case of the star system in the haute-cuisine sector », *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 15 Issue: 6, p. 577-590.

URL: <https://doi.org/10.1108/09604520510634032>

TAVOULARIS, G. (2017) « Comment évoluent les attentes des consommateurs en matière alimentaire ? », pdf informatique
URL : http://draaf.nouvelle-aquitaine.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/6_AANA_Atelier_prepa_EGA_CREDOC_29_09_2017_cle014127.pdf

TAVOULARIS, G., SAUVAGE, E. (2018), « Les nouvelles générations transforment la consommation de viande », *Crédoc*, N° 300, ISSN 0295-9976, septembre 2018, 4 p.

URL : <https://www.credoc.fr/publications/les-nouvelles-generations-transforment-la-consommation-de-viande>

VANDERMEERSCH G. e.a. (2015), « Environmental contaminants of emerging concern in seafood – European database on contaminant levels”, Elsevier, *Environmental Research* Volume 143, Part B, November 2015, p. 29-45. URL : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0013935115001863>

WEBB, J. SCHIRATO, T., DANAHAR, G. (2002), « Understanding Bourdieu », Allen & Unwin, 209 p.

WITORSKI, R. (2008), « La notion d'identité collective », dans : KADDOURI, M., LESPESSAILLES, C., MAILLEBOUIS, M. et VASCONCELLOS, M. (éd.), « La question identitaire dans le travail et la formation : contributions de la recherche, état des pratiques et étude bibliographique », p. 195-213.
URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00798754/document>

EIJVOGEL J. (1994), « Vat uw werk samen in één minuut; Pierre Bourdieu over de goede smaak, intellectuelen en de tv », *NRC*, le 24/06/1994.
URL: <https://www.nrc.nl/nieuws/1994/06/24/vat-uw-werk-samen-in-een-minuut-pierre-bourdieu-over-7229719-a545744>.

Articles d'opinion, articles de presse, interviews

ALVAREZ, C. (2019), « Les jeunes Français rejoignent le mouvement mondial de grève pour le climat », *Novethic*, le 14.02.2019.
URL: <https://www.novethic.fr/actualite/environnement/climat/isr-rse/les-jeunes-francais-rejoignent-le-mouvement-mondial-de-greve-pour-le-climat-146923.html>

ARIES, P., DENHEZ, F. (2018), « Pourquoi les végétariens ont tout faux », *Libération*, le 18/03/2018.

URL: https://www.liberation.fr/debats/2018/03/18/pourquoi-les-vegans-ont-tout-faux_1637109

BÉLIER, A. (2017), « Willy Berton élève la cuisine vegan au rang d'art », *Ouest France*, le 29.06.2017.

URL : <https://www.ouest-france.fr/provence-alpes-cote-dazur/nice-06000/willy-berton-eleve-la-cuisine-vegan-au-rang-d-art-5099612>

BOUANCHAUD C. (2018), « Antispécisme : à Lille, les actes de vandalisme de commerces de viande se multiplient », *Le Monde*, le 29/06/2018.

URL : https://www.lemonde.fr/societe/article/2018/06/29/antispecisme-a-lille-les-actes-de-vandalisme-de-commerces-de-viande-se-multiplient_5323442_3224.html

CARRINGTON, D. (2018), « Avoiding meat and dairy is 'single biggest way' to reduce your impact on Earth », *The Guardian*, le 31/05/2018.

URL: <https://www.theguardian.com/environment/2018/may/31/avoiding-meat-and-dairy-is-single-biggest-way-to-reduce-your-impact-on-earth>

CASTRO K. (2017), « La question végétarienne dans la haute gastronomie », *Graines de papilles, réflexions*, le 23.07/2017.

URL : <https://www.grainesdepapilles.com/question-vegan-haute-gastronomie/>

CHATENIER, N. (2014), « La cuisine française perd de son influence », dans *Le Monde*, le 23.06.2014.

URL : https://www.lemonde.fr/idees/article/2014/06/23/la-cuisine-francaise-perd-de-son-influence_4443512_3232.html

CHIORANDO, M. (2019), « 'Vegan Cooking Is Obviously The Future Says Michelin Starred French Chef », *Plant Based News*, le 25/03/2019.

URL: <https://www.plantbasednews.org/post/vegan-cooking-obviously-future-michelin-starred-french-chef>

FRANCIONE (2007), « A Comment on Violence », *Animal Rights : The Abolitionist Approach*, le 13.08.2007.

URL : <https://www.abolitionistapproach.com/a-comment-on-violence/>

FRANCIONE, G. (2011), « What Michael Vick taught us », *Animal Rights: the Abolitionist Approach*, le 06/04/2011.

URL : <http://www.abolitionistapproach.com/what-michael-vick-taught-us/>

- HAMON, A.** (2019), « Demain, tous flexitariens ? », interview avec Xavier Terlet, président de XTC World Innovation, Marie Claire, le 22/02/2019.
URL : <https://www.marieclaire.fr/flexitarisme-flexitarien-definition,1132813.asp>
- HEBEL P.**, (2017), « Les français se détournent des grandes entreprises », interview sur le site Internet de La Poste, Le Hub, le 23/11/2017.
URL : <https://lehub.laposte.fr/interviews/pascale-hebel-credoc-consommateurs-se-detournent-grandes-entreprises>.
- HIVERT, A-F.** (2018), « Greta Thunberg, la petite Suédoise en grève scolaire pour le climat », Le Monde, rubrique « Ceux qui agissent ».
URL : https://www.lemonde.fr/climat/visuel/2018/12/13/en-suede-greta-thunberg-en-greve-scolaire-pour-le-climat_5396984_1652612.html
https://www.lemonde.fr/idees/article/2014/06/23/la-cuisine-francaise-perd-de-son-influence_4443512_3232.html
- LAGRAND, C.** (2015), « La gastronomie française est-elle en danger? », dans le Journal de Dimanche, le 15.03.2015.
URL : <https://www.lejdd.fr/Style-de-vie/Gastronomie/La-gastronomie-francaise-est-elle-en-danger-722858>
- LAMY, G., DELIGIA, F.** (2019), « Guide Michelin 2019 : les nouvelles étoiles de Lyon et celles qui partent », Lyon Capitale, le 21/01/2019.
URL : <https://www.lyoncapitale.fr/actualite/guide-michelin-2019-les-nouvelles-etoiles-de-lyon-et-celles-qui-partent>
- LE GALL, P.** (2019), « Pourquoi la gastronomie végan ne décroche pas (encore) d'étoiles », Slate, le 13.02.2019.
URL : <http://www.slate.fr/story/173394/gastronomie-vegan-restaurants-etoiles>
- LEENAART, T** (2016), « The meat motivated mind: an interview with Dr. Jared Piazza, The Vegan Strategist », le 23.08.2016.
URL : <http://veganstrategist.org/2016/08/23/the-meat-motivated-mind-an-interview-with-dr-jared-piazza/>
- LELOUP, C.** (2019), « Claire Vallée : l'étoile végane », Paris Match, le 09.04.2019.
URL : <https://www.parismatch.com/Vivre/Gastronomie/Claire-Vallee-l-etoile-vegane-1617201>
- MALO, P.** (2019), « Le marché végétarien et végan en hausse de 24% en 2018 », Le Journal de l'Économie, le 12.01.2019.
URL : https://www.journaldeleconomie.fr/Le-marche-vegetarien-et-vegan-en-hausse-de-24-en-2018_a6811.html
- MARX, T.** (2015), « Vive la gastronomie française et son rayonnement universel ! », édito auprès des résultats du sondage réalisé par ODOXA pour BADOIT, producteur des eaux pétillantes (2015),.
URL : https://www.danoneanaturel.fr/download/20150311_052822.pdf
- MASSE J.** (2018), « Le chef étoilé Alexis Gauthier annonce que son restaurant à Londres sera 100% végan d'ici deux ans », Huffpost, le 20/06/2018.
URL : https://www.huffingtonpost.fr/2018/06/20/le-chef-etoile-alexis-gauthier-annonce-que-son-restaurant-a-londres-sera-100-vegan-dici-deux-ans_a_23463525/?utm_hp_ref=vegan
- MOUCHON, F.** (2018), « L'Assemblée dit oui au menu végétarien à la cantine », Le Parisien, le 15/09/2018.
URL : <http://www.leparisien.fr/societe/l-assemblee-dit-oui-au-menu-vegetarien-a-la-cantine-15-09-2018-7889469.php>
- PINAY RABAROUST, F.** (2017), « Ces tables qui perdent leur(s) étoile(s) en 2017 », Atabula, le 09/02/2017.
URL : <https://www.atabula.com/2017/02/09/decouvrez-toutes-les-tables-qui-perdent-leurs-etoiles/>
- PONCHIN, S.** (2019), « World Restaurant Awards : quel est le meilleur restaurant du monde ? », Internaute, le 19.02.2019.
URL : <https://www.linternaute.com/sortir/sorties/resto/1039985-meilleur-restaurant-du-monde-2019-le-classement-un-palmares-etonnant/>
- SIMON, F.** (2013), « Joël Robuchon : 'Je recommence à zéro !' », Le Figaro, le 03/05/2013. URL : <http://www.lefigaro.fr/gastronomie/2013/05/03/30005-20130503ARTFIG00520-joel-robuchon-je-recommence-a-zero.php>
- VAN OVERSTRAATEN, B.** (2019), « Le marché végétarien et végan a augmenté de 24% en 2018, selon une étude », Reuters France, le 08.01.2019. URL : <https://fr.reuters.com/article/businessNews/idFRKCN1P213C-OFRBS>
- VIARD, V.** (2018), « Face à certaines actions coup-de-poing des vegans, les agriculteurs de la Manche contre-attaquent », Actu.fr, le 13/08/2018.
URL : https://actu.fr/normandie/saint-lo_50502/dans-manche-face-mouvement-vegan-agriculteurs-contre-attaquent_19520007.html

VON BARDELEBEN, E. (2019), « Aujourd'hui, les chefs sont prêts à tout pour faire de la télé », *Le Monde*, le 13/06/2019.
URL : https://www.lemonde.fr/m-styles/article/2019/06/12/cyril-lignac-aujourd-hui-les-chefs-sont-prets-a-tout-pour-faire-de-la-tele_5474915_4497319.html

ZERAH, E. (2017), « Ces chefs qui ont « rendu » leurs étoiles Michelin », *Atabula*, le 20/09/2017. URL :
<https://www.atabula.com/2017/09/20/chefs-ont-rendu-leurs-etoiles-michelin/>

Articles sans auteur

« **Claire Vallée, la cheffe vegan qui a conquis le Guide Michelin** » (2018), S.A., *CheekMagazine*, le 02.10.2018.
URL : <http://cheekmagazine.fr/societe/claire-vallee-ona-cheffe-vegan-guide-michelin/>

« **La gastronomie végan aussi à ses chefs étoilés** » (2018), *Libération*, le 01.03.2018.
URL : https://www.liberation.fr/debats/2018/03/01/la-gastronomie-vegan-aussi-a-ses-chefs-etoiles_1633174

« **La gastronomie végan et ses 'chefs étoilés'** » (2018), S.A., *A Gauche*, le 15.03.2018.
URL : <https://agauche.org/2018/03/15/la-gastronomie-vegan-et-ses-chefs-etoiles/>

« **Le plat signature de grands chefs** » (2018), S.A., *blog GrH-Expert*, le 16.08.2018.
URL : <https://www.ge-rh.expert/34665/>

« **Le repas gastronomique des Français** » (2010), Unesco, Comité intergouvernemental de sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, novembre 2010.
URL : <https://ich.unesco.org/fr/RL/le-repas-gastronomique-des-francais-00437>

« **Le restaurant Zest relève le défi VegOresto** » (2017), S.A., *Ouest France*, le 22.09.2017.
URL : <https://www.ouest-france.fr/bretagne/cesson-sevigne-35510/le-restaurant-zest-releve-le-defi-vegoresto-5267757>

« **Le Vegan Gorilla distingué par le Guide Michelin** », Association française des maîtres restaurateurs (2019), S.A., S.D..
URL : <https://www.maitresrestaurateurs.fr/nice-06-le-vegan-gorilla-distingue-par-le-guide-michelin/>

« **Un député LREM ne veut plus de la mention 'steak' pour les steaks végétaux** » (2018), S.A., *FranceInfo*, le 17.04.2018.
URL : https://www.francetvinfo.fr/sante/alimentation/un-depute-lrem-ne-veut-plus-la-mention-steak-dans-les-steaks-vegetaux_2710482.html

Vidéos

MARSHALL, G. (2014), présentation « Don't Even Think About It: Why Our Brains are Wired to Ignore Climate Change », YouTube, talks at Google, le 21.10.2014, 55.15 minutes.
URL : <https://www.youtube.com/watch?v=726BZat208A&feature=youtu.be>

MOREAU, A. (2017), « Que se passerait-il si tout le monde serait végan ? », *Le Monde*, le 30/07/2017.
URL : https://www.lemonde.fr/festival/video/2017/08/30/que-se-passerait-il-si-tout-le-monde-etait-vegan_5178386_4415198.html

« **Chef's Table : France, Alain Passard** », NETFLIX (2016), saison 1, épisode 1 URL : <https://www.netflix.com/nl/title/80128096>

Annexe 1

TRIBUNE

La gastronomie végan aussi a ses chefs étoilés

Libération, 1 mars 2018 à 17:06.

URL : https://www.liberation.fr/debats/2018/03/01/la-gastronomie-vegan-aussi-a-ses-chefs-etoiles_1633174

Une dizaine de cuisiniers **revendiquent** les **mets végétaliens**. Parce que **penser et créer** un **menu végan**, c'est avant tout de la **créativité**.

Au rythme des saisons, potagers et vergers sont **une source infinie d'inspiration**. D'ailleurs, pour le chef Joël Robuchon, il ne fait **aucun doute** que «*la cuisine végétarienne sera celle des dix prochaines années*». Aujourd'hui, la **gastronomie végétale** ne cesse de se **développer** et de **convaincre**. Dans nos restaurants, où la viande et les productions animales **ont longtemps tenu une place centrale**, **la demande pour la cuisine végétalienne est toujours plus forte**. Elle **n'est plus cantonnée à l'accompagnement ou à la garniture d'un plat principal habituellement carné** : elle devient l'essence même d'un plat, d'un menu. Nous sommes **aux commencements d'une nouvelle histoire** et d'une **nouvelle culture culinaire** qui n'ont pas fini de nous **surprendre**. Peut-être l'intérêt de certains grands chefs pour la **cuisine végétale** a-t-il de quoi **étonner**. Nous-mêmes, restaurateurs, chefs cuisiniers, pourrions être **déstabilisés** de voir **nos habitudes culinaires malmenées** et notre apprentissage (largement basé sur les produits d'origine animale) mis à rude épreuve. Et pourtant ! Quelles **belles perspectives** s'ouvrent à nous, qui savons qu'en cuisine, tout est affaire de **plaisir** et de **découverte** ! **Satisfaire sa clientèle**, lui proposer un **voyage gustatif**, **partager ensemble** de **nouvelles saveurs et textures**... La **cuisine végétale** nous **engage** à relever ces **défis**.

Qui aurait en effet prédit que les noix de cajou ou les amandes pourraient **permettre** la confection de fromages végétaux ? Qu'il serait possible de **composer** des mousses au chocolat ou des meringues en utilisant du jus de pois chiche **à la place des œufs traditionnels** ? Ou encore que le soja et le blé offrirait la **possibilité** de cuisiner des **substituts à la viande animale** ? Et les légumineuses, comme les lentilles vertes, qui apportent **goût et texture** à un pâté végétal ? Enfin, que dire de ces fruits et légumes **oubliés** ou venus d'ailleurs, pourtant si **riches en saveurs**, qui apportent **couleurs et originalité** à notre cuisine, tels le raifort, le yuzu, le citron bergamote, la betterave jaune, la carotte violette ? Sans compter ces céréales que notre culture occidentale a **délaissées** ou connaît si peu, alors même qu'elles peuvent réaliser de **petits miracles** en cuisine : le sarrasin, le petit épeautre, le kamut...

Nous pensons qu'**aimer la cuisine, c'est oser relever de nouveaux défis, briser les codes et revisiter sans cesse la gastronomie dite «traditionnelle»**. **Penser et créer un menu entièrement végétal, c'est s'amuser** : **jouer** sur la **présentation**, la **coupe** des légumes, les **cuissons**, les **associations de saveurs et de couleurs**. C'est **faire honneur à notre passion, tout en étant conscient des enjeux environnementaux**. Vous aussi, laissez-vous **surprendre** par la **cuisine végétale**, et surtout soyez **curieux** !

Signataires : Jean-François Bérard Les Collectionneurs, La Cadière-d'Azur (Var), Jean-André Charial L'Oustau Baumanière, Les Baux-de-Provence (Bouches-du-Rhône), Julien Dugourd La Chèvre d'or, Eze (Alpes-Maritimes), Lionel Giraud La Table Saint-Crescent, Narbonne (Aude), Grégory Hamon Zest, Cesson-Sévigné (Ille-et-Vilaine), Xavier Isabal Ithurria, Ainhoa (Pyrénées-Atlantiques), Clovis Khoury Maison Clovis, Lyon, Geoffrey Poësson La Badiane, Sainte-Maxime (Var), Marina Réale-Laden Château de Coudrée - François-1^{er}, Sciez (Haute-Savoie), Emmanuel Renaut Flocons de Sel, Megève (Haute-Savoie), Christian Sinicropi Hôtel Martinez, Cannes (Alpes-Maritimes), Stéphane Tournié Les Jardins de l'Opéra, Toulouse (Haute-Garonne), Benoît Vidal L'Atelier d'Edmond, Val-d'Isère (Savoie).

Annexe 2

Analyse du *Guide Michelin 2019* en ligne

Nous avons analysé la manière dont les chefs étoilés, qui ont signé la tribune « La gastronomie végan aussi a ses chefs étoilés » en 2018, figurent dans le Guide Michelin 2019.

Les ingrédients d'origine animale qu'ils utilisent sont indiqués en gris

Nous avons souligné les parties de leurs discours que nous avons considérées comme intéressantes pour notre analyse.

La tribune :

https://www.liberation.fr/debats/2018/03/01/la-gastronomie-vegan-aussi-a-ses-chefs-etoiles_1633174

Le Guide Michelin 2019 :

<https://restaurant.michelin.fr/guide-michelin>

Chefs 1 et 2	Restaurant	Etoiles	Typification Michelin	Spécialités Plats signatures	Carte végan séparée ou intégrée	Description menu végan	Photos	Carte général	Description du chef	Description du restaurant
1. Emmanuel Renault	Flocons de Sel, Megève (Haute-Savoie)	3	Cuisine Moderne, Créative; <u>Végétarien</u> ; <u>Végétalien</u> Prix : De 180 € à 290 €	0 x végan, 1 x végétarien Salsifis en spaghetti légèrement fumés, Lard en poudre et Truffe Melanosporum Moelleux de panais et betterave Consommé jardinier relevé de Raifort et vieux Beaufort Caviar et langoustine zestes d'agrumes vivifiés Racine de gentiane et persil Pomme de ris de veau dorée, carottes et citron, mousseline échalotes et citron, Jus réduit Angostura	Intégrée 3 plats principaux composés de légumes, dont 2 végan et 1 avec fromage	X	14 photos 6 x restaurant 2 x chef 1 x viande 1 x poisson 3 x plat légumes. 1 x dessert	Cardon épineux Panais. betterave Topinambours Caviar Langoustine Brochet Saint-Jacques Lard Écrevisses Omble Chevreuil Agneau Veau Gibier Fromage	Dans notre restaurant gastronomique « Flocons de Sel », notre Chef Emmanuel Renault cultive une cuisine à son image, gourmande, vivante, colorée, attachante, actuelle. Nous sommes à 1300 mètres, cernés par les montagnes et ma cuisine a forcément un lien très fort avec la nature. Je suis un adepte de la technique qui ne se voit pas et qui est naturelle	Perdu dans les montagnes de Megève, l'hôtel-restaurant du chef Emmanuel Renault, triplement étoilé depuis 2012, est une victoire de la simplicité. Meilleur Ouvrier de France et Compagnon du Tour de France, Emmanuel Renault entame sa carrière aux Ambassadeurs (Hôtel de Crillon), époque bénie où Constant, Camdeborde, Frechon et Rouquette s'agitaient ensemble aux fourneaux : "On avait l'impression qu'à chaque service, on préparait une opération à cœur ouvert !" Il rejoint ensuite Marc Veyrat à l'Auberge de l'Éridan, qu'il seconde en cuisine durant un septennat. Il revendique la même passion, la même liberté. "Le terroir ne doit pas être ennuyeux !" tonne ce marcheur solitaire. Très attaché aux produits du mont Blanc (ses ombles et téras proviennent du lac Léman), il ne s'intéresse rien : "J'achète le bœuf à mon boucher parisien". Son plaisir suprême : prendre le contre-pied d'une cuisine de région parfois attendue – comme avec ses deux millimètres de polenta, devenu sa signature. Les Flocons de Sel ? Un vrai refuge montagnard, avec spa et piscine intérieure – tout de même. Une cuisine d'altitude pour un chef au sommet.
2. Jean-André Charial	L'Oustau Baumanière Les Baux-de-Provence (Bouches-du-Rhône)	2	Cuisine Moderne, Créative; Gastronomique; Provençal; <u>Végétarien</u> Prix : De 100 € à 220 €	0 x végan 1. Rouget onctueux, condiments, sablé au parmesan, en hommage à Raymond Thuillier 2. Le canon d'agneau en croute, tradition Baumanière, gratin Dauphinois 3. Ris de veau, au foie en cocotte lutée, velouté de champignon et fève Tonka, giroles, abricot, noir de Bigorre 4. Le millefeuille, tradition Baumanière, crème Tahiti, florentine pistache et caramel glacé à la fleur de sel	Séparée 1 x choix menu, contient du fromage : « Kyrille de fromages, assortiment de pains frais » 1 x prémière végan sur le menu général : « compresse de racines »	Menu légumes Cuits, crus, tendres, croquants... Mille façons de mettre en avant notre terroir. Nous vous avons concocté un menu des légumes de nos jardins et des alentours de notre village. Pour les cuisiner de différentes manières, nous avons choisi de les accompagner des meilleures huiles d'olives, AOC de la Vallée des Baux au prix de 135 € par personne	9 photos 1 x plat poisson 3 x plat légumes	Racines Anchois Rouget Langoustines Thon Saint-Pierre Veau Pigeon Gigot Escargots Cabillaud Crème Miel	Je suis amoureux des Baux et de la Provence depuis plus de 45 ans maintenant. Je suis toujours en cuisine et je suis accompagné depuis Mars 2015 par Glenn Viel, j'aime son état d'esprit et sa façon de cuisiner, je reste là, il est toujours présent, il m'apporte un peu de peps et de jeunesse tout en conservant l'esprit de tradition de la cuisine de Baumanière.	Formidable ambassadeur de l'art de vivre méditerranéen, le domaine provençal de Baumanière compte un certain nombre de VIP parmi ses habitués : la reine Elisabeth II d'Angleterre, Jean Reno, Bono, Hugh Grant ou encore Pierre Arditi... qui viennent ici retrouver un mélange unique de repos, de rusticité et d'électance. Et en cuisine ? L'état d'esprit est le même. Glenn Viel, aux commandes depuis 2015, pioche dans la riche production locale (huile d'olive de la vallée des Baux, légumes bio du jardin de Baumanière) pour composer ses assiettes. Il donne un coup de jeune aux recettes mythiques – poullarde aux morilles, agneau des Alpilles en croute – et ajoute son grain de sel de fort belle manière. On se souviendra de ces deux belles langoustines parfaitement cuites, avec crème de parmesan et julienne de jeunes courgettes, ou encore de ce tronçon d'omble chevalier à la chair moelleuse à souhait, poché dans un bouillon aromatique de belle facture... A déguster aux beaux jours sur la superbe terrasse ombragée, face aux Alpilles. Couronnée de 2 étoiles au guide MICHELIN, la cuisine de L'Oustau de Baumanière est d'une délicatesse sans pareil. Modernes et provençales, les assiettes saisissent les papilles dans une bascule du 16ème siècle, face aux Alpilles. Depuis 2015, Jean-André Charial est accompagné par Glenn Viel en cuisine. Ensemble, ils concoctent le menu de L'Oustau de Baumanière alternant traditions et créations. Rouget onctueux, canon d'agneau en croute... la gastronomie y est fine et authentique. Véritable institution aux Baux-de-Provence, L'Oustau de Baumanière incarne l'art de vivre en Méditerranée et attire nombre de célébrités. Elisabeth d'Angleterre, Jean Reno, Bono, Hugh Grant, Mireille Darc et bien d'autres se sont tous régaliés en ce lieu. Le restaurant L'Oustau de Baumanière, en plus de son élégance, sa cuisine de choix et sa localisation de rêve, propose une des plus belles caves de France riche de 60 000 références (Lafite, Margaux, Yquem, Hermitage, Châteauneuf du Pape...) et bouteilles de 150 ans d'âge.

Chefs 3 et 4	Restaurant	Etoiles	Typification Michelin	Spécialités Plats signatures	Carte végan séparée ou intégrée	Description menu végan	Photos	Carte général	Description du chef	Description du restaurant
3. Christian Sinicropi	La Palme d'Or, Cannes (Alpes Maritimes)	2	Cuisine Moderne, Créative; Gastronomique; Cuisine Régionale Française Prix : De 70 € à 300 €	0 x végan (plat « le sud » = non pas clair) Mouvement « Le Sud & Son Terroir » Mouvement « L'Agneau Alliation triple A - Grefeuille Aveyron » Dessert « La Racine » (déclinaison noisette de Piémont et chocolat)	Pas de carte de menu sur le site de Michelin	X	14 photos 7 x restaurant 3 x chef 2 x plat poisson 1 x plat œuf 1 x dessert	X	J'ai sélectionné des produits d'un profond terroir de préférence local au goût rustique brut authentique. Explosion mettant nos sens en alerte, faisant ressortir notre instinct primaire du goût, qui est l'essence du plaisir du corps et de l'esprit. Pour cela, vous allez découvrir sur la carte des appellations synthétisées, le produit, les textures, les mesures de saveurs. Un parcours initiatique fluide, gourmand sur ma cuisine, ma région, mon terroir, ma Méditerranée. La naissance du plaisir commence par une éruption de pixels gustatifs, celle-ci est perçue en premier lieu par le regard, étincelle déclencheur de la gourmandise à fleur de sens.	Il y a des lieux dont on s'éprend au premier regard : la Palme d'Or est de ceux-là. Dans le somptueux cadre Art déco du Martinez, on domine la célèbre Croisette et la baie de Cannes, tout en savourant le mariage réussi du luxe et du raffinement. Bien sûr, tout cela ne vaudrait rien sans une assiette de haute tenue. Aucune inquiétude de ce côté-là : Christian Sinicropi, chef natif de Cannes, maîtrise son sujet à merveille. Fidèle à sa réputation d'artiste des fourneaux, il joue dans ces lieux divins une partition créative et sophistiquée, gorgée de soleil. Le produit, simplement mis en avant, y rayonne. Vous réclamez des preuves ? Citons par exemple cette astucieuse déclinaison en trois mouvements autour de la langoustine et du gambetoni, accompagnée d'un cru provençal d'excellente facture, ou encore ce dessert en deux temps où la mangue est portée au pinacle... Voilà qui mérite incontestablement une Palme d'Or. La Palme d'Or est l'un des plus fameux restaurant gastronomique de la croisette, avec ses 2 étoiles au guide MICHELIN, il attire aussi bien les plus grandes stars que les papilles aiguisées. La cuisine est déclinée en différents mouvements pour mettre vos sens gustatifs en éveil progressivement. Christian Sinicropi, le chef du restaurant la Palme d'Or, travaille avec brio pour vous livrer une carte au sommet. Les assiettes en céramique, réalisées par le chef lui-même, épateront autant votre sens de l'esthétique que votre plaisir gustatif. Toutes ses recettes sont exécutées à la perfection avec une originalité et une poésie surprenante. La baie vitrée offre une vue imprenable sur la Croisette de Cannes, la terrasse de la piscine de l'hôtel, les jolies photos en noir et blanc d'anciennes vedettes de cinéma créent un environnement de rêve valant la Palme d'Or au restaurant.
4. Benoît Vidal	L'Atelier d'Edmond, Vai-d'Isère (Savoie).	2	Cuisine Moderne, Créative; Gastronomique; Végétarien; Végétalien Prix : De 115 € à 175 €	0 x végan Écrevisses & mousseline de brochet au citron confit, bouillon des têtes infusé à l'asperule odorante. Suprême de pigeon mi fumé & rôti sur l'os, jus mixé de ses abats aux fèves de cacao, saisis et sarrasin grillé. Feuille de feuille de pain craquant au chocolat fumé Lait de ferme en crème glacée au foin	Séparée 1 menu végan 135 €	Jardin d'hiver	18 photos (dont 7 doublures) 1 x restaurant 1 x chef 2 x plat légumes 1 x plat gambas 1 x plat Saint- Jacques 1 x plat viande 1 x plat poisson 1 x dessert	Écrevisses Tuite Huîtres Escargots Cabillaud Ombie Saint-Jacques Pintade Veau Pigeon Fromages	Depuis ma plus tendre enfance j'ai toujours voulu faire de la cuisine. Dans les jupons de ma mère et de mes grands-mères je n'avais de cesse de leur dire que je serais cuisinier et que j'aurais mon restaurant. Mes rencontres auprès des grands chefs que j'ai côtoyés ont été déterminantes dans ma construction professionnelle. Elles m'ont donné envie d'être la cuisine : où l'homme tient une place prépondérante qui lui sert de lien entre son passé avec l'histoire de notre profession mais qui se tourne vers l'avenir pour construire et réinventer celle-ci	Au pied des pistes de Fornet Pissallias, à 2km de Vai d'Isère, se trouve, l'Atelier d'Edmond, un beau chalet à l'ancienne. Avec deux étoiles au guide Michelin, ce restaurant gastronomique vous promet une cuisine mêlant avec justesse le terroir savoyard et les origines catalanes du chef. Benoît Vidal, le chef de l'Atelier d'Edmond signe une carte raffinée et vraie, mettant à l'honneur les artisans producteurs de la région. Il maîtrise parfaitement des accords surprenants et subtils des saveurs. Goûtez aux fameux bonbons d'huile et lard de la vallée d'Aoste ou encore aux délicieux légumes cendrés et au dessert surprenant litchi, polenta, poivre fleur. Tout de bois végét, la salle de l'Atelier d'Edmond expose de vieux outils et lampes à pétrole créant ainsi une atmosphère chaleureuse et authentique. Dans l'un des plus hauts villages traditionnels de France, sur la route du Col de l'Iséran, venez vite tester ce restaurant merveilleusement exquis. La vue des lieux laisse rêveur. Un beau chalet au toit en lauzes, tout droit sorti d'une gravure. Le restaurant, auquel on accède par un ascenseur vitré, dévoile un cadre rustique, boisé, organisé autour de la majestueuse cheminée centrale. Un demi-étage plus haut, quelques tables en noyer occupent la salle dite "de l'atelier", à cause des vieux outils agricoles exposés. Pas de doute, nous sommes à la montagne. Et l'eshrouffe n'est pas le genre de la maison. Le chef Benoît Vidal, natif de Perpignan, formé auprès de Michel Guérard (Eugénie-les-Bains) et Michel Trama (Puymiroir), concocte une cuisine savoureuse pleinement ancrée dans le présent, à l'instar de ces rissoles d'escargots et cochon fermier, crémeux de racine de persil relevé au raifort. Prenez le digestif en mezzanine, dans le petit salon cosy. L'authenticité à du génie.

Chefs 5 et 6	Restaurant	Etoiles	Typification Michelin	Spécialités Plats signatures	Carte végan séparée ou intégrée	Description menu végan	Photos	Carte général	Description du chef	Description du restaurant
5. Julien Dugourd	La Chèvre d'Or, Eze (Alpes- Maritimes)	2 (Non pas lui-même, mais Arnaud Faye)	Cuisine Moderne, Créative; Cuisine Régionale Française Prix : De 85 € à 300 €	<u>0 x végan</u> (dessert pas clair) Melon, rôti sans cuisson, homard et hysope Vision d'un citron de Pays, Basilic	Intégrée 2 cartes, « du midi » et « du soir » 1 plat végétarien, contient du fromage	X	7 photos, tous du restaurant et alentours	4 plats avec des légumes comme ingrédient principal, dont 1 végétarien et 3 contenant du poisson ou de la viande Saint-Pierre Baudroie Agneau Veau Lapin	Le Chef Arnaud Fave célèbre l'authenticité d'un terroir exceptionnel qui s'étend des contreforts du Mercantour jusqu'au bleu intense de la Méditerranée. Sa carte s'inspire de ces contrastes et magnifie les produits de la <u>Rivière</u> comme de l'arrière-pays pour dévoiler une cuisine solaire, minérale et marine, aromatique et végétale. Les gourmands ne sont également pas oubliés ! La touche finale est apportée par <u>Julien Dugourd</u> , Chef Pâtissier et son équipe.	Ce qui frappe en arrivant au Château de la Chèvre d'Or, c'est sa situation d'exception : niché sur les hauteurs d'un village médiéval à flanc de rocher, l'établissement offre une vue <u>renversante</u> sur l'arrière-pays azuréen et sur les reflets enchanteurs de la Méditerranée. Si ce n'est pas le paradis, ça y ressemble ! Une fois remis de cette "claque" visuelle, place à table : là encore, l'enthousiasme est de mise. Avec les trésors dénichés alentour (poissons de la pêche, viandes et légumes, huile d'olive, herbes...) et tout le talent qu'on lui connaît, Arnaud Fave se fend d'assiettes <u>harmonieuses et précises</u> . Un exemple ? Ce lapin au poupe fumé, blette et champignons des bois, jus d'herbes des falaises... un plat de saveurs, de <u>réflexion, d'émotion, irrésistible</u> , tout simplement. N'oublions pas, pour terminer, le service <u>impeccable</u> et la partition sommière de très haute volée. Décidément, une adresse en or.
6. Lionel Giraud	La Table Saint- Crescent, Narbonne (Aude)	1	Cuisine Moderne, Créative Prix : De 35 € à 110 €	<u>1 x végan</u> Thon rouge de Méditerranée, melon cuisiné de la peau à la graine et huile de basilic sauvage. Retour de criée, champignons cuits aux bourgeons de sapin, jus d'estragon et émulsion de rancio. Amande fraîche de pays, biscuit moelleux et meringue légère, glace à l'huile d'olive.	Pas de carte de menu sur le site de Michelin	X	6 photos 2 x restaurant 1 x plat gamba 2x plat légumes 1 x dessert	X	Pas d'infos	On oublie vite l'environnement peu guilleret, en bordure de route, pour se concentrer sur l'essentiel : un lieu plaisant, <u>contemporain et raffiné</u> , dans un <u>ancien</u> oratoire médiéval ; une cuisine <u>inventive, passionnée, respectueuse de l'âme des produits</u> et accompagnée de <u>bons vins régionaux</u> . Cette table séduit !

Chefs 7, 8 et 9	Restaurant	Etoiles	Typification Michelin	Spécialités Plats signatures	Carte végétan séparée ou intégrée	Description menu végétan	Photos	Carte général	Description du chef	Description du restaurant
7. Jean-François Bérard	Hostellerie Bérard, La Cadière-d'Azur (Var)	1	Cuisine Moderne, Créative; Gastronomique; Cuisine Régionale; Française; Végétarien; <u>Végétalien</u> Prix : De 36 € à 143 €	0 x Végan (dessert peut-être) La Salade Bérard, « Terre et Mer » en osmose, homard, foie gras, Les dernières truffes, collection de salades L'ode / La Calanque : le rouget, bouillon iodé au fenouil sauvage et calamars en Tempura Le Large : le Saint Pierre de roche et la lotte dans l'esprit d'une bouillabaisse La Poulette de Bresse (Minimum 2 personnes), Fourrée sous la peau d'une farce à la brousse d'herbes, Rôti à la broche, Jus aux pignons de pin torréfiés Le Calisson glacé, écorce d'orange confite	Séparée. <u>Contient du miel</u> : « Ananas, Rôt au miel de Saint-Anne » 1 choix menu	<u>Végétarien, végétalien</u> 100% <u>Végétal</u> 56 € par personne	11 photos 3 x chef 4 x restaurant 1 x plat viande 2 x plat légumes 1 x dessert	Asperges (+fromage) Langoustines Huîtres Râle Turbot Calamars Homard Foie gras Veau Agneau Pigeon Poulette Fromages	J'aime faire découvrir à mes hôtes des recettes avec des produits de saison, de mon jardin potager situé à la bastide des saveurs. René, mon père, m'a transmis sa passion du terroir et aujourd'hui, à mon tour de vous dire : Autour d'une table, belle et simple manière des provençaux de partager la fête et la convivialité.	À la suite de son père René, Jean-François Bérard a repris le flambeau de la table familiale. Jus corsés et émulsions subtiles, produits de qualité (dont les légumes et herbes du jardin)... du beau travail au service du goût, <u>entre héritage et nouveauté</u> ! Située dans le charmant village de la Cadière d'Azur, près de Bando, l'Hostellerie Bérard, distinguée d'une étoile au guide MICHELIN, surplombe la campagne en offrant une vue imprenable sur le vignoble de Bando. Côté Cuisine – Le restaurant propose une cuisine méditerranéenne élégante et toute en saveurs, qui mêle avec bonheur authenticité et modernité au fil des saisons. Côté Cadre – La salle à manger est située dans les remparts de l'hostellerie et avec une vue panoramique sur le vignoble de Bando et le village perché du Castellet. L'Hostellerie Bérard est avant tout une maison <u>familiale</u> où vous passerez un charmant moment, à deux ou en famille, bercé par la douceur Provençale.
8. Stéphane Tournié	Les Jardins de l'Opéra, Toulouse (Haute-Garonne)	1	Cuisine Moderne, Créative; Gastronomique Prix : De 32 € à 99 €	0 x végétan Cœur de ris de veau braisé, sauce blanquette au citron et langoustine rôtie "La brique toulousaine" Foie gras de canard et huître poché dans une émulsion onctueuse à la citronnelle	Aucun plat végétan, 1 entrée végétarienne.		2 photos 1 x restaurant 1 x plat gambas 1 x plat	Crevettes Rouget Pigeon Œuf Cabillaud Canard Fromages	Une cuisine raffinée, pleine de caractère, goûteuse et créative à souhait se révèle-t-elle des plus authentiques. Elle met en valeur de beaux produits dans le respect de leurs saveurs qu'elle sublime le plus souvent. C'est une grande cuisine du Sud-Ouest; respectueuse des traditions sans en être esclave.	Situé dans une cour intérieure, place du Capitole, le cadre très florentin vous enchante par sa clarté et son calme en plein centre ville. Salle, salons individuels sont à pour répondre à vos attentes. Que ce soit dans la salle à manger en rond ou dans la cour intérieure fleurie, règne une ambiance à nul autre pareille, faite de calme, de luxe discret et de bien-être, qui s'accorde parfaitement avec la cuisine de Stéphane Tournié Stéphane Tournié va à l'essentiel et le fait bien : de beaux produits (bio de préférence), des cuissons maîtrisées, de la finesse et du goût... À deux pas de la place du Capitole – dans une belle cour intérieure coiffée d'une verrière –, sa table est une valeur sûre.
9. Xavier Isabal	Ithurria, Ainhoa (Pyrénées-Atlantiques)	1	Cuisine Moderne, Créative; Traditionnel, Basque Prix :	0 x végétan Le Rossini de pieds de porc, escalope de foie gras poêlée, pousses de salade, vinaigrette truffée La piperade d'Ainhoa et son jambon de Bayonne poêlé Le pigeon rôti, beurre sous la peau, cocotte de légumes et nem de farce fine Le délice glacé à l'izarra, quenelle de chantilly lactée	Aucun plat végétan. 1 entrée végétarienne	X	12 photos 3 x restaurant 3 x dessert 2 x plat légumes 2 x plat œufs 1 x plat poulet 1 x plat poisson	Porc Foie gras Œufs Anchois Merlu Lotte Langoustines Rouget Agneau Pigeon Veau Bœuf Gésier Fromages Miel Crème	Depuis un demi-siècle, nous essayons de perpétuer l'art du bien recevoir, le respect et la recherche des meilleurs produits pour notre cuisine et notre cave. Notre carte et nos menus s'articulent autour des spécialités tels que la piperade, les œufs aux truffes ou le pigeon et les produits de saison tels les asperges des Landes, les cébes, la palombe ou le saumon de l'Adour. Notre cave bien pourvue en Bordeaux, s'enrichie des meilleurs Crus d'Irouléguy et du Sud-ouest sans oublier une belle sélection d'Armagnacs.	Le décor modernisé garde le cachet d'une maison <u>basque</u> traditionnelle. Dans ces lieux, on déguste une <u>cuisine classique</u> qui fait la part belle aux produits du <u>terroir et du marché</u> , travaillés avec grand soin. 1 étoile au guide MICHELIN, le restaurant Ithurria à Ainhoa, au Pays Basque, propose une cuisine <u>gastronomique raffinée</u> , au sein d'une charmante ferme du 17es au creux des collines. Derrière les fourneaux, le Chef Xavier Isabal travaille avec soin les produits de la région tout comme les légumes de son potager. Au menu d'Ithurria, La piperade d'Ainhoa et son jambon de Bayonne 18 mois. Les œufs brouillés à la truffe noire, Le pigeon : suprêmes rôtis, cuisses confites, et La tarte au citron, meringue et sorbet kalamansi, font partie des spécialités. Autrefois, ce grand chalet blanc et rouge servait de halte aux pèlerins sur la route de Compostelle. Vieux fourneaux, parquet en bois, cheminée et mobilier d'époque rappellent quelques traces du passé. La cave, bien pourvue en Bordeaux, s'enrichie des meilleurs Crus d'Irouléguy et du Sud-ouest, et d'une belle sélection d'Armagnacs.

Chefs 10 et 11	Restaurant	Etoiles	Typification Michelin	Spécialités Plats signatures	Carte végétan séparée ou intégrée	Description menu végétan	Photos	Carte général	Description du chef	Description du restaurant
10. Clovis Khoury	Maison Clovis, Lyon	0 Mention Assiette Michelin	Cuisine Moderne, Créative; Gastronomique Prix : De 32 € à 95 €	0 x végétan Langoustines des côtes bretonnes marinées à la fleur de sel et au kumbawa, tomate cœur de bœuf et consommé de fenouil Pomme de ris de veau du Limousin confite et dorée, carpaccio de fêta, asperges, morilles et carottes fanes, jus aux condiments Pain perdu en brioches caramélisée à la vanille Bourbon, ananas victoria, sorbet fromage blanc et agrumes Cointreau Homard entier breton poché au moment sur un tapis volant à la spiruline, risotto de blé à la noisette torréfiée, jeunes légumes et réduction corsée de jus de têtes	Un menu « suggestion de chef » est montré, qui ne contient pas de suggestions végétales: Langoustine ou rouget Fera ou veau Sélection de Fromages ou fromage blanc	X	6 photos 5 x restaurant 1 x dessert	Langoustines Fera du lac Veau Fromages	Clovis Khoury prépare ici une savoureuse cuisine de saison à base de très beaux produits.	L'endroit est design et élégant, sans être guindé. Le chef Clovis Khoury signe des créations de saison originales, à base de beaux produits. A deux pas, le Clos Bis sert vin et tapas, dans une atmosphère conviviale. La Maison Clovis sert une cuisine de saison inspirée dans le quartier des Brotteaux. Signé Pierre Chaduc, l'intérieur design de cette table lyonnaise met en relief les créations du chef. D'origines libanaises, Clovis Khoury sait subtilement utiliser toutes ses ressources pour dessiner une succulente et inventive carte. L'escalope de foie gras des Landes est fumée au foie ; la lotte confite est quant à elle servie en tajine. Dans des tons gris acier, avec des murs capitonnés et banquettes de cuir, la Maison Clovis est un restaurant à la fois contemporain et chaleureux. La vue sur les cuisines accentue l'esprit de cocoon et invite les convives à la confiance et gourmandise. Tenant d'une élégante maison dans le 6ème arrondissement de Lyon, Clovis Khoury accueille ses hôtes du mardi au samedi, aux services du soir et midi. La carte des vins est en adéquation avec les surprenantes compositions du chef.
11. Geoffrey Poësson	La Badiane, Sainte- Maxime (Var)	0 Mention Assiette Michelin	Cuisine Moderne, Créative Prix : De 50 € à 115 €	0 x végétan (dessert peut-être) Lisette marinée minute, petits pois et yaourt acidulé Cuisse de pigeon aux abats, le suprême en croûte de lard, le cou farci au foie gras Petits babas pochés au limoncello, carottes confites à l'orange	Intégré 2 plats végétaux proposés, dont 1 végétan : 1 plat de signature végétan : « côté légumes » 1 menu « Le jardin de la badiane », contient du fromage	« Le jardin de la badiane » Mise en bouche végétale du jour 53 euros	12 photos 2 x restaurant 6 x plat légumes 1 x Saint- Pierre 2 x poisson 1 x dessert	Asperges (+ fromage) Tomate Œufs Pouffe Gambas Foie gras Rouget Langouste Miel Agneau Pigeon Cochon	Une solide formation en pâtisserie l'a d'abord amené à exercer comme chef pâtissier aux États- Unis puis à Monaco. Amoureux du produit, sa cuisine va très vite devenir identitaire et s'inscrire dans le terroir qu'il a choisi, ce qui lui vaudra d'être élu "grand de demain" par le guide Gault & Millau en 2009. Il poursuit alors son ascension, en perfectionnant sa cuisine. Cuisine créative et humilité pour le chef étoilé Geoffrey Poësson Une parfaite maîtrise des cuissons et des assaisonnements, des produits savamment choisis et sublimés par sa créativité, des textures et des associations subtiles alliant techniques culinaires et imagination lui valent alors de décrocher à peine 2 ans plus tard, sa première étoile Michelin	Voilà un chef végétarien cuisinant les légumes avec talent pour réaliser une cuisine bien-être, tournée vers le végétal (beurre et crème sont bannis). Mais que les amateurs de viande se rassurent : ils sont aussi les bienvenus ! Formule plus simple au déjeuner. Le restaurant La Badiane est situé au cœur de la charmante ville de Sainte Maxime, dans une rue entièrement pavée, près du marché couvert. Dans une salle à l'ambiance moderne et chaleureuse, le chef Geoffrey Poësson vous accueille tous les soirs du lundi au samedi, le midi du jeudi au samedi. Vous apprécierez une carte et des menus variés, qui vous sera proposée avec un choix de vin en accord parfait avec les mets. Venez découvrir une cuisine du marché créative, raffinée et équilibrée, avec une présentation particulièrement soignée.

Chef	Restaurant	Etoiles	Typification Michelin	Spécialités Plats signatures	Carte végétan séparée ou intégrée	Description menu végétan	Photos	Carte général	Description du chef	Description du restaurant
12. Grégory Hamon	Zest- Cesson- Sévigny (Ille-et- Vilaine)	0 Mention Bib Gourmand	Cuisine Moderne, Créative Prix : De 20 € à 52 €	<u>0 x végétan</u> Tartare de thon, marinade au gingembre et wakamé. Gambas, purée de patate douce et moutarde passion. Pavlova fruits exotiques et sorbet coco.	Pas de carte de menu sur le site de Michelin	X	1 photo d'un plat de légumes	X	Pas d'infos Hamon a travaillé pour Didier Coulin (2 étoiles), Jean-Michel Lorain (2 étoiles) et Jean-Georges Vongerichten (3 étoiles) Travaille chez Zest depuis 2016	La terrasse arborée, paisiblement installée au bord de la Vilaine en face du restaurant, est souvent prise d'assaut... et pour cause, on s'y sent bien ! Mais on s'en doute, ce n'est pas la seule raison du succès de ce Zest breillien. Il tient surtout au travail d'un chef appliqué, qui régale les papilles à grands coups de recettes pétillantes et savoureuses, bien dans leur époque, et proposées à un rapport qualité-prix tout bonnement imbattable. Ajoutons qu'on profite d'un service souriant et prévenant, qui ajoute au charme des lieux.

Annexe 3

Analyse des sites Internet

Nous avons analysé la manière dont les chefs étoilés, qui ont signé la tribune « La gastronomie végan aussi a ses chefs étoilés » en 2018, se présentent sur leurs sites Internet.

Les parties de leurs discours que nous avons considérées comme intéressantes pour notre analyse, sont indiqués en gris.

La tribune :

https://www.liberation.fr/debats/2018/03/01/la-gastronomie-vegan-aussi-a-ses-chefs-etoiles_1633174

	Site Internet	Options végan sur la carte	Position des plat(s) végan sur le menu	Photos	Particularités	Descriptions du restaurant et du chef
1. Emmanuel Renault Flocons de Sel 3 étoiles	https://www.floconsdesel.com/fr/deguster/table-gastronomique.html	3 plats de légumes principaux, dont 1 végan, de 16 plats principaux au total Moelleux de panais et petit pois « gnocchi sans farine », Consommé jardinier à la fleur de sureau Les Champignons Fines ravoies de chou rouge, bleu de Termignon 70€ Bouillon de racines torréfiées, bourgeons de cassis	1,2 et 4	Photos atmosphériques d'un jardin potager, plein de légumes Il n'y a pas de photos de viande, de poisson ou d'autres produits d'origine animale sur la page d'entrée	Un site Internet complet, de nombreuses informations. Thèmes récurrents : = cuisine nature, cuisine savoyarde = biodiversité autour le restaurant = respect de la nature Le chef Renault se dit préoccupé par la nature et la biodiversité en montagne. Il déclare dans une vidéo sur le site Internet (dans lequel il est assis sur une peau de vache) qu'il est conscient et respectueux de l'origine de ses produits : https://www.floconsdesel.com/fr/galerie-photos.htm#group-video-2 Cependant, la signature de la tribune est manquante, alors qu'un blog personnel de chef Renault est lié au site Internet sur lequel il s'exprime régulièrement : (https://emmanuelrenaut.com/) Dans le même village où se trouve son restaurant gastronomique, chef Renault possède un bistro + un autre restaurant. Le restaurant a un jardin potager Avec choix de la viande en demi-portion Peut-être décliné en menu végétarien.	Intimité, raffinement étudié dans les moindres détails, authenticité d'un art de vivre en montagne porté à sa perfection. Le cadre naturel d'exception offrant un écrin unique à l'établissement, l'atmosphère de la maison, l'esprit de la cuisine, la créativité du chef, la qualité du service, sont les ingrédients qui distinguent ce restaurant étoilé hors pair, récompensé de 3 étoiles au Guide Michelin. Ici, le Chef Emmanuel Renault livre une cuisine aussi subtile qu'inventive, qui s'accorde aux nombreuses références de la carte des vins. La finesse des produits, la maîtrise des cuissons et l'association des textures... le tout se conjugue à de subtils assaisonnements au profit de l'essentiel, le produit.
2. Jean-André Charial L'Oustau Baumanière 2 étoiles	https://www.baumaniere.com/	Aucun plat végan sur le menu général Un menu légumes (non pas végan) séparé en 7 services (dont 1 contenant du fromage): Laissez-vous séduire par le légendaire Menu Légumes de L'Oustau de Baumanière, élaboré à partir des légumes de notre potager et des producteurs locaux.	Le menu légumes a une place séparée sur le site Internet, sous la carte générale 2019 https://www.baumaniere.com/gastronomie/loustau-de-baumaniere/Menu-legumes	https://www.baumaniere.com/gastronomie Grande photo de légumes, avec une cuisse de homard sur le côté Grande photo de viande (difficile à déterminer) avec des légumes au-dessus	Le restaurant gastronomique fait partie d'un hôtel avec deux autres restaurants. Le restaurant a un jardin potager La tribune n'est pas mentionnée Les recettes sont tirées pour la plupart du livre de Jean-André Charial : « Une année de cuisine dans les Alpes, 93 recettes en Provence », un livre de cuisine dans lequel les légumes jouent un rôle important, mais souvent servis avec des produits d'origine animale https://www.baumaniere.com/gastronomie/les-recettes	Élégance, sobriété, nature, respect et mise en valeur des produits et notamment des légumes sont les fils conducteurs de notre cuisine qui s'appuie sur un réseau de producteurs locaux, bio pour la plupart, et notre potager Bio où nos légumes poussent sous le regard bienveillant de nos hôtes. Peut-être ferez-vous un saut dans le jardin potager de Jean-André Charial où il collectionne amoureusement tomates, herbes aromatiques, courgettes, petits pois, haricots ?

	Site Internet	Options végan sur la carte	Position des plat(s) végan sur le menu	Photos	Particularités	Descriptions du restaurant et du chef
3. Christian Sinicropi La Palme d'Or 2 étoiles	https://restaurant-la-palme-d-or-cannes.com/	Le menu « le jeu des 6 mouvements » est composée de 6 menus, dont 1 végan. Ce menu végan est composé de 3 services Le menu à la carte ne contient aucun choix végan	1 ^{er} page en haut https://www.hyatt.com/content/dam/hotel/properties/sites/assets/unbound/ics/agh/documents/dining/la-palme-dor/6-Mouvements-FR.pdf	La galerie photos n'est pas axée sur les légumes : https://restaurant-la-palme-d-or-cannes.com/galerie-photos-restaurant	Restaurant Martinez fait partie d'un grand hôtel, le Martinez, de la chaîne Hyatt avec 409 chambres, et dirige un deuxième restaurant dans cet hôtel : « Version Originale » La tribune n'est pas mentionnée	« Cannois d'origine, amoureux de son terroir provençal, le Chef à la veste vert pistache, connaît toute l'histoire de l'Hôtel Martinez depuis 2001. Après un parcours riche, effectué entre Cannes, Biarritz, Strasbourg et Monaco, Christian Sinicropi devient Chef exécutif de "La Palme d'Or" en 2007, il met sa créativité et son style au service de la Palme d'Or et de l'ensemble des restaurants de l'hôtel. Christian Sinicropi offre une vision artistique et poétique qui invite à la découverte d'une cuisine inédite, dédiée à la Provence et aux cultures du monde ». « Afin d'offrir une cuisine inédite, chef Christian Sinicropi est constamment à la recherche de produits d'excellence, sélectionnés auprès des meilleurs producteurs et des éleveurs de la région. Découvrez ci-dessous les producteurs locaux minutieusement choisis par le Chef : l'agneau Allaiton qui vient de l'Aveyron, le pigeon du Sud-ouest de la France, les coquillages et crustacés au goût d'Italie et bien plus encore ». « Au pied des pistes du Fornet, se trouve l'Atelier d'Edmond, un beau chalet à l'ancienne dans lequel Benoît Vidal a assis sa réputation de chef exigeant et précis. Dans ce cadre authentique, il y règne une atmosphère chaleureuse où le chef vous propose une carte raffinée et vraie, mettant à l'honneur les artisans et producteurs de la région. Avec deux étoiles au guide MICHELIN, ce restaurant gastronomique vous promet une cuisine mêlant avec justesse le terroir savoyard et les origines catalanes du chef ». « En entrant dans cette demeure typique, vous serez plongés dans des siècles d'histoires Savoyardes. Ici le maître mot est « Authenticté ». Nostalgie et chaleur charment la table à la découverte d'une cuisine fine et subtile dont l'originalité est de s'ancrer dans le présent. Le chef, Benoît VIDAL, vous offre ce séduisant contraste : une cuisine inventive aux reflets du terroir ».
4. Benoît Vidal L'Atelier d'Edmond 2 étoiles	https://www.atelier-edmond.com/	3 menus sont offerts, dont 1 menu végan Le menu à la carte ne contient aucun choix végan	1 menu végan (« menu du jardin d'hiver ») est offert : https://www.atelier-edmond.com/ia-rdin-hiver/	3 photos, 1 de la viande et 2 de poisson	Chef Vidal « apporte une véritable vision originale et s'évertue à mettre la nature au cœur de l'assiette ». On peut commander 3 menus cadeaux, mais il n'est pas clair si ces menus conviennent aux végans : https://www.atelier-edmond.com/bons-cadeaux/ La tribune n'est pas mentionnée	

	Site Internet	Options végan sur la carte	Position des plat(s) végan sur le menu	Photos	Particularités	Descriptions du restaurant et du chef
5. Julien Dugourd La Chèvre d'Or 2 étoiles	https://www.chevre-dor.com/restaurant-s-bars/chevre-dor-gourmet-restaurant/	1 prémisses végan (de 4 prémisses au total)	4	Les photos sont principalement de la vue spectaculaire	La Chèvre d'Or fait partie d'un hôtel 5 étoiles. Julien Dugourd est chef de pâtisserie sous Arnaud Faye « Tous nos plats à l'exception des desserts peuvent être offerts sans gluten » est noté au bas du menu. Il n'est pas précisé si les plats peuvent également être servis sans ingrédients d'origine animale Les visiteurs de ce site ne peuvent pas dériver des informations que le restaurant est adapté aux végans.	« A la Chèvre d'Or, restaurant 2 étoiles au Guide Michelin, Arnaud Faye célèbre l'authenticité d'un terroir exceptionnel qui s'étend des contreforts rocheux du Mercantour jusqu'aux bleus intenses de la Méditerranée. Sa carte s'inspire de ces contrastes et magnifie les produits de la Riviera comme de l'arrière-pays ».
6. Lionel Giraud La Table Saint-Crescent 1 étoile	https://www.la-table-saint-crescent.com/fr/	Aucune option végan sur le menu.	x	https://www.la-table-saint-crescent.com/fr/photos/galerie-plats.html On ne peut pas déduire des photos s'il s'agit des plats de légumes	« Chaque plat nécessitant une création immédiate, nous vous remercions de commander le même menu pour l'ensemble de la table ». Il est apparemment impossible de commander un menu de légumes séparé, sauf si tous les convives le font. « Carte des allergènes et des boissons disponible sur demande. Nos viandes sont de naissance, d'élevage, d'abattage ». Les options pour les végétariens et les végétaliens ne sont pas mentionnées Ce restaurant ne semble pas convenir aux végans La tribune n'est pas mentionnée	« Tous nos produits sont sélectionnés auprès de fournisseurs locaux respectueux des saisons et qui partagent les mêmes valeurs que le Chef. Un engagement auprès de la qualité que nous sommes fiers de tenir tout au long de nos réflexions culinaires ». « Essentiel, le respect est au cœur de nos principes. Il passe par la réalisation d'une carte de mets de saison, respectueuse du produit et du travail mené par le chef et sa brigade.» Dans son restaurant de Narbonne, le Chef Lionel Giraud propose une cuisine d'émotion, façonnée par ses années d'apprentissage, ses voyages, ses rencontres, son inspiration. Remettant continuellement en question ses acquis et connaissances, le chef privilégie une cuisine de partage, appelant à émouvoir chaque sens. Il brise ainsi les codes, associant produits du terroir aux saveurs rares et originales, surprenant encore et encore ».
7. Jean-François Bérard Hostellerie Bérard 1 étoile	https://www.hotel-berard.com/fr/page-restaurant-gastronomie-provence-25.html	A la carte : aucun option végan Menu 100% végétal disponible, avec du miel dans le dessert	2ème menu après le menu principal	Des trois photos les plus importantes, l'une est un plat de légumes	Hostellerie Bérard fait partie d'un hôtel, avec un autre restaurant. Au moment de visiter le site Internet (le 4 juin 2019) de ce restaurant, une image de la corrida se trouvait sur la page principale, « A l'occasion des 50 ans de l'hostellerie Bérard & spa ». Hormis le menu 100% végétal, le lien que le chef ressent avec le véganisme n'est pas mentionné. La tribune n'est pas mentionnée	Situé dans le charmant village de la Cadrière d'Azur, près de Bando, le restaurant gastronomique « René et Jean-François Bérard », 1 étoile au Guide Michelin, propose une cuisine méditerranéenne élégante et toute en saveurs, qui mêle avec bonheur authenticité et modernité au fil des saisons. Autour d'une table, quelle belle et simple manière des Provençaux de partager la fête et la convivialité ...

	Site Internet	Options végétariennes sur la carte	Position des plats végétariennes sur le menu	Photos	Particularités	Descriptions du restaurant et du chef
8. Stéphane Tournié Les Jardins de l'Opéra 1 étoile	https://lesjardinsdelopera.fr/	Trois menus sont proposés. Aucun menu n'est adapté à la clientèle végétarienne	x	Les photos sont principalement de l'intérieur du restaurant et de plats à base d'animaux marins	Si on choisit l'option « Stéphane Tournié » dans le menu du site Internet, le premier texte qui suit est « Foie Gras - St Jacques - Truffe & Dessert » La tribune n'est pas mentionnée.	Sa cuisine raffinée, pleine de caractère, goûteuse et créative à souhait se révèle-t-elle des plus authentiques. Elle met en valeur de beaux produits dans le respect de leurs saveurs qu'elle sublime le plus souvent. C'est une grande cuisine du Sud-Ouest, respectueuse des traditions sans en être esclave. « Un paleron et un saumon, chef ! » Étoile ou pas étoile, ce midi, dans les cuisines des Jardins de l'Opéra, c'est la même cadence. Pourtant, quand le chef Stéphane Tournié lâche ses fourneaux et évoque la récompense décernée par le Guide Michelin, ses yeux brillent. « Au niveau de la qualité, du service et des prix, ça ne changera rien. Nous serons toujours aussi méticuleux et appliqués. Mais c'est une belle surprise quand même » se réjouit-il en coupant savamment des tranches de foie gras.
9. Xavier Isabal Ithurria 1 étoile	https://www.ithurria.com/	Le menu est divisé en entrées, poissons et viandes. Aucun choix végétarienne. Deux menus sont proposés, dont aucun végétarienne. Un de ses menus contient un plat principal végétarienne qui n'est pas offert à la carte.	x	La galerie de photos (de 6 photos) contient une photo d'un plat légumes	Ithurria fait partie d'un hôtel La tribune n'est pas mentionnée.	Avec des airs de jeunesse et de modernité, la cuisine remarquablement maîtrisée de Xavier est fidèle à la tradition maison : le marché faisant loi, les produits sont toujours de saison ! Sa carte est un festival d'idées originales où les poissons de la côte côtoient tous les trésors gourmands du répertoire basco-béarnais, le tout conclu par des desserts d'une rare élégance. En salle, Stéphane témoigne de la complicité talentueuse qui le lie à son frère lorsqu'il commente sa Carte et laisse éclater sa passion du vin lorsqu'il présente les trésors de son exceptionnelle Cave.
10. Clovis Khoury 1 étoile en 2018 0 en 2019	http://maisonclovis.com/	Aucune option végétarienne sur le menu.	x	Sous « visuels », il y a une vidéo qui montre l'ambiance du restaurant	Le site Internet de Clovis Khoury est quelque peu amateur. Par exemple, la dernière ligne du menu a été supprimée. le site propose un certain nombre de recettes du chef. Une de ces recettes ne contient que les ingrédients, les instructions de cuisson manquent.	« Cuisine créative aux saveurs de monde » Maison Clovis ne fait pas l'économie du bon goût. Grands et petits crus gardent leur note, mais sont allégés sur la votre. Clovis Khoury propose une cuisine raffinée, notamment une fricassée de légumes, qui changent selon les saisons Clovis vous propose des Cours de Cuisine 1 samedi par mois suivant les produits de saison. Il vous accueille dans son restaurant par groupe de 14 personnes maximum pendant 3h.

	Site Internet	Options végétariennes sur la carte	Position des plat(s) végétariens sur le menu	Photos	Particularités	Descriptions du restaurant et du chef
11. Geoffry Poësson	https://www.restaurant-la-badiane.fr/	1 entrée végétarienne, 1 entrée végétarienne (sur 6 entrées au total) 1 plat principal végétarienne (de 7 au total)	1 5 7	Une vaste galerie de photos et 3 vidéos dans lesquelles le chef prépare une recette : pigeon, rouget, oursins	A côté du restaurant étoilé La Badiane, il y a le restaurant non-étoilé La Petite Badiane, « où vous pourrez déguster une cuisine bistrornomique avec des produits frais du marché et des saveurs pour lesquels il privilégie des aliments de qualité ». Geoffry Poësson est un consultant gastronomique, par l'intermédiaire de « GP Consult » (https://www.restaurant-la-badiane.fr/gp-consult) : « La société évolue et la cuisine change. Vous devez être performant et gagner. C'est pourquoi je m'engage à créer avec vous un programme spécifique à vos besoins, à vous assister dans toutes vos opérations présentes ou à venir avec expérience et savoir-faire pour atteindre avec succès vos objectifs. Les besoins de chacun étant différents, nous travaillerons ensemble au cas par cas pour la réussite de votre structure, selon vos envies. GP Consult offre des formations cuisine gastronomique/traditionnelle, des formations cuisine végétarienne/végan et des formations cuisine diététique La tribune est incluse sous les articles de presse : https://www.restaurant-zest.fr/presse/	Le chef Geoffry Poësson met à l'honneur dans l'assiette des produits locaux, tout en respectant les saisons et le fabuleux terroir méditerranéen. Vous apprécierez une carte et des menus variés, qui vous seront proposés avec un choix de vin en accord parfait avec les mets proposés par le chef Geoffry Poësson. Venez découvrir une cuisine du marché créative, raffinée et équilibrée, avec une présentation particulièrement soignée, préparée par un chef à trois toques.
12. Grégory Hamon	https://www.restaurant-zest.fr/	1 « assiette végétarienne » (de 7 plats principaux au total)	7	4 grandes photos sur la page d'accueil, de nombreuses photos dans la galerie de photos avec des plats de poisson, de viande et de légumes.	Il y a également un article de presse qui mentionne que Grégory Hamon a relevé le défi VegOresto de cuisiner un menu végétarienne. https://www.restaurant-zest.fr/article-du-journal/	ZEST ! C'est la fraîcheur au naturel, la simplicité et aussi un excellent exhauteur de saveurs. ZEST ! C'est surtout Grégory, jeune chef, accompagné de son équipe, débordant d'inspiration pour des créations saines et gourmandes ! Au menu vous allez déguster une cuisine française avec des notes internationales, notamment asiatiques.

	Site Internet	Options végan sur la carte	Position des plat(s) végan sur le menu	Photos	Particularités	Descriptions du restaurant et du chef
13. Marina Réale Laden Château de Coudrée 0 étoiles	https://www.chateau-hotel-coudree.com/fr/restaurant	1 entrée (de 4) 2 plats principaux (de 8) 1 dessert (de 5) 2 plats végan : Risotto à l'Ortie, Légumes poêlés et protéines de Soja aux fines Herbes de notre potager 29 Légumes cuits en cocotte, Céréales au sésame et graines de Tournesol 29 €	2 1 et 2 4	Il n'y a pas de photos des plats	Ce restaurant fait partie d'un hôtel. Référence claire à l'éthique. Diverses options végétariennes, mais les plats ne sont pas « systématiquement végan ». La cheffe se concentre sur les omnivores. Elle a une « vocation à servir les omnivores », presque comme excuse, « nés de la demande de nos clients » Selon le menu, les plats végan sont mentionnés. Ce qui n'est pas le cas car le menu n'est pas clair à ce point et ne fait pas une différence entre végétarien et végan.	« Nos Cheffe Marina Réale Laden et Pâtissier Alexandre Simoens vous proposent une cuisine de saison généreuse. Leur recherche de beaux produits, locaux si possible, sont à l'origine d'une cuisine qui se veut simple et garante des goûts vrais. Catherine Réale Laden cultive légumes et fines herbes au Potager du Château. La santé, de nos Hôtes et de la Planète, nous importe. Vous êtes accueillis dans un lieu d'histoire et de passion ». « Des mets végétariens et végan sont proposés à la carte, afin que chacun puisse trouver son bonheur. Les vins et mignardises de dessert sont végétariens, mais pas systématiquement végan. Cette démarche est née de vos demandes, de l'intérêt créatif et éthique de nos cuisiniers. Cependant nous avons vocation à servir une cuisine omnivore ». « Les plats végan, ou Sans Gluten sont mentionnés. La liste des allergènes est consultable sur place. Les plats de la carte sont donnés comme indication. Les menus ne sont pas contractuels. Pour toute demande d'un menu fixe, n'hésitez pas à faire valoir vos souhaits à la réservation ! »