

(gingembre, sésame, poivre, anis étoilé, vinaigre de riz, produits dérivés de la fermentation du soja). Toutefois, la Chine pense l'alimentation et la santé un peu comme en Occident, du temps de la médecine galénique. La médecine chinoise pense la maladie comme un déséquilibre. D'autres conceptions philosophiques font place à des essences, des énergies qui animent l'être vivant, une sorte de fluide conceptuel qui doit être nourri, car les activités, les sensations et les passions diminuent sa force. La nourriture est ainsi vue comme une source de vie. D'où l'importance de la fraîcheur des aliments : les animaux vivants sont choisis par le client à l'entrée du restaurant ou tués devant l'acheteur sur le marché.

Des pratiques sociales qui comptent

Lire les pratiques culinaires et alimentaires par la sociologie, nous le faisons tous en sélectionnant le foie gras comme un mets de choix, ou tel grand vin pour les fêtes. Mais d'autres lectures opposent la cuisine (et l'alimentation) bourgeoise à la cuisine paysanne prévalent aussi comme « marqueurs » identitaires vis-à-vis de l'extérieur. Certains us du marketing exploitent cette approche ... jusque dans la grande distribution.

Il est resté des cuisines princières un goût de l'excellence, de la rareté cultivée par la classe aisée, qu'on retrouve dans toutes les sociétés qui ont toléré cette fracture. Ces princes ont, les premiers, fait de la publicité pour le café, le thé, les bières, les vins de qualité, la viande et les fromages d'appellation géographique : Henri IV aimait le vin jaune du Jura, Pierre-le-Grand exigeait du tokay hongrois. Avec les marchands, une autre cuisine naît qui reprend quelques caractéristiques des nourritures nomades de l'Antiquité : gâteaux secs (biscuits) dans les villes portuaires, produits « exotiques » issus des colonies et qui font rêver les bourgeois, fromages et charcuteries de l'Europe latine qui furent dans le giron de villes aux clientèles riches et aisées. Ce sont les bourgeois, en Europe du moins, qui récupéreront l'héritage des grandes cuisines d'Ancien régime grâce aux restaurants qu'ils ont contribué à créer au moment de la Révolution. De leurs salles grand luxe, on comprend mieux la condition paysanne alimentaire, faite de soupes, de ragoûts, de plats rustiques dont certains ont leur origine dans l'ancienne Egypte.

Une alimentation devenue industrielle ?

La tendance est aujourd'hui au découplage entre les producteurs et les mangeurs, du fait de la prise en charge par l'industrie de nos aliments. Le processus a démarré au 18^e siècle mais s'est emballé au 19^e siècle. Autour des villes, les ceintures laitières se constituent et, avec elles, leur cortège de fromages. Dans les régions chaudes, les maraîchers cherchent l'optimum de culture tout comme les éleveurs dans leurs remues de la transhumance. Les saisons sont annulées par les ponts aériens entre l'Europe et l'Afrique sub-saharienne pourvoyeuse de légumes toute l'année : une autre géographie fruitière et légumière se met en place à l'échelle mondiale qui supprime celle des périmètres périurbains ou des régions tempérées spécialisées.

Mais c'est surtout le taylorisme qui transforme et conditionne l'alimentation en série. Appert sait déjà stériliser les produits par la chaleur en 1790 et les conserver dans des milieux anaérobies mais c'est l'invention de la boîte en fer-blanc cinquante ans plus tard qui étend le bénéfice de cette technologie à une gamme très vaste de produits. De l'emballage au contenu, l'industrie bâtit une chaîne de fabrication dont les systèmes les plus efficaces vont toucher les poissons et crustacés, les légumes qui supportent une précuisson, les soupes qui sont pasteurisées. L'autre exemple fameux est celui de la charcuterie avec l'embossage standardisé des saucisses à l'origine de l'alimentation rapide comme le snack. A ce stade, l'industrie agroalimentaire récupère les valeurs des pionniers, des marins, des travailleurs à la dure qui cherchent ces produits nomades simples, s'accommodant d'une consommation rustique (pain, boisson alcoolisée) sans assiette, ni couverts. Sur le modèle du corned beef américain, les Néerlandais et Danois conditionnent le hareng en boîte tout comme les Allemands qui affectionnent les épices consomment la rote Wurst en toute circonstance. D'un autre point de vue, les sardines, foies de morue,

calamars, moules, thons (en miette), mais aussi les tomates (en purée ou en concentré), poivrons, aubergines, oignons crus ou cuits en boîte accroissent le potentiel de travail du cuisinier de restaurant ou de l'industrie.

La deuxième invention du froid qu'est le surgelé offre un coup de fouet à l'industrie d'autant que la diffusion du four à micro-ondes dans les dernières décennies du 20^e siècle en atténue les contraintes de l'usage. Avec le surgelé domestique et de restauration collective dans les années soixante-dix, ce sont les plats exotiques qui vont se banaliser. Les plats « cuisinés » saisis à - 18°C vont ainsi garder la plupart de leurs propriétés et de leurs qualités à une échelle de temps qui recule encore. Tout comme la dessiccation extrême de certains produits tel le café lyophilisé ou les céréales avaient déjà offert, dans les années 1950, des opportunités de consommation déconnectées de la cuisine. L'industrie du froid extrême, s'approchant au plus près des consommateurs, fabrique le « prêt-à-consommer » dont les restaurateurs et les grands cuisiniers ont compris tout le parti qu'ils pouvaient tirer pour enrichir leur carte. Les plats d'une « haute couture » gastronomique passés, au 19^e siècle, de l'aristocratie à la bourgeoisie, via le restaurant, sont en passe de gagner la plus modeste des tables grâce à la surgélation. L'industrie se réapproprie les valeurs élitistes de la gastronomie du Grand Siècle par un marketing astucieux mêlant les valeurs de la distinction (logos et photos appropriés sur les emballages) et celles de la diététique.

Car aucune innovation culinaire en Europe ne passe sans l'aval du corps médical. Si l'on veut pister les valeurs des modes alimentaires européennes, il faut exploiter deux registres qui se rejoignent dans l'idéal d'un plaisir gratuit et absolu :

- la recherche d'une bonne santé qui est le corollaire d'une crainte archaïque permanente que les anthropologues (Fischler, 1990) ont nommé « néophobie ». La valeur de la santé s'accroît au fur et à mesure que les crises sanitaires comme celle de l'ESB détériorent l'idée de sécurité alimentaire à laquelle tout consommateur de pays riche souscrit. Ce nouvel hygiénisme fabrique des mythes comme celui du french paradox qui soutient fortement la vogue actuelle de la cuisine méditerranéenne.
- l'exotisme qui se nourrit d'une recherche de la nouveauté (« néophilie » chez Fischler), d'un goût pour la différence à condition que le consommateur identifie, sur le menu ou dans l'assiette, les qualités de ce qu'il mange. La vogue de viandes « exotiques » comme le bison ou l'autruche en Europe, la mise en mots de nouveaux plats comme les « soupes de fraises au persil » et autres « crumbles d'agneau » ne disent pas autre chose.

Présente sur le marché de la cuisine aussi bien domestique qu'hors domicile, l'industrie agroalimentaire accroit depuis deux siècles, innovation après innovation, le brassage du fond européen : par la mise à disposition à tout moment de l'année de plats saisonniers (la choucroute d'hiver qui devient une choucroute de poissons dans une station balnéaire au mois d'août), mais aussi par la marchandisation des valeurs des cuisines princières, bourgeoises ou paysannes. Les grandes signatures gastronomiques tout comme les grandes valeurs sûres d'un produit bourgeois labellisé par le temps (le thé Mariage, le café Maxim's, le biscuit nantais) sont diffusées avec autant d'efficacité que les valeurs du terroir, incorporées progressivement par le biais des boissons ou des marques fleurant bon l'appellation d'origine. C'est ainsi que la pizza est devenue le plat le plus consommé en Europe et en France (L'Expansion, juillet-août 2002) où l'on en fabrique, depuis l'an 2000, trois milliards par an : car la pizza porte, sur son frêle support, toutes les vertus de la Méditerranée, la fraîcheur et le goût, assortis de fantaisies individuelles qu'y ajoute chaque consommateur.

Ainsi, la révolution de palais européenne est-elle moins profonde qu'on ne l'imagine, l'industrie capitalisant les saveurs et les plats, les noms de la gastronomie et les qualités des terroirs par les labels, appellations d'origine et garanties de qualité. Mais avec l'industrie agroalimentaire, les Européens

