



miam miam

De savoir-faire culinaire à une démarche de design social
[comment transmettre un héritage culinaire ?]

aurélia bigard

septembre 2021

master design objet usage et mode de vie
sous la direction de Lucie Ling et de de Pierre Dubourg

L'ARA SERIA

UNIVERSITÉ TOULOUSE
Jean Jaurès

ISCID

Institut Supérieur
Couleur Image Design



De savoir-faire culinaire à une démarche de design social
[comment transmettre un héritage culinaire ?]

Saliver, Mastiquer, Avaler est un besoin vital qui a permis à l'être humain de survivre depuis des siècles. Cependant, contrairement aux autres êtres vivants, l'homme apprête ces aliments afin de les rendre agréable en bouche : il cuisine. Apparu depuis la domestication du feu, la cuisine est un acte à l'origine de la nature humaine. Pourtant notre société de surconsommation emploie l'industrie agroalimentaire afin de nous éloigner sans cesse de ce patrimoine ancestral qui a fait de nous des êtres humains. Nos assiettes semblent à ce jour dénaturées, par le biais de plats instantanés, de pesticides agricoles et d'une utilisation abusive d'OGM. Si le mangeur est acteur de sa propre consommation, il ne connaît plus les produits issus de la nature qui lui ont permis d'enrichir son palais gustatif.

De plus, l'industrie agroalimentaire n'est pas uniquement responsable de la perte de notre éducation gustative, mais aussi de la dégradation inquiétante de notre environnement. Appauvrissement des sols, pollution des eaux, production de gaz à effet de serre... menacent et asphyxient notre planète bleue. Des consciences s'éveillent alors pour faire face à l'un des plus grands enjeux de notre société contemporaine : l'écologie.

Depuis quelques années, les designers sont également soucieux de ce problème majeur. S'éloignant d'une conception capitaliste, ils se tournent vers un design responsable, motivés tant par le bien-être de notre environnement que par le bien-être des êtres humains. C'est ce que l'on nomme le design social dont l'objectif est de sensibiliser aux plus grands enjeux de notre société tel que le développement durable. C'est pour cela que cette démarche utilise des outils pédagogiques tel que le jeu.

Aujourd'hui un designer ne peut pas concevoir sans se préoccuper de l'impact politique de son projet, c'est un activiste.

Salivate, chew, swallow are vital needs that have allowed to human beings to survive since centuries.

Nevertheless, unlike other living creatures, humans prepare their nourishment in order to make them pleasant in the mouth : they cook. Appeared since fire domestication, cooking is an act at the origin of the human nature.

However our society of overconsumption use the agri-food industry in order to take us away of your kitchen, a cultural heritage which makes us human beings. Today, our plates seem denatured by some ready-made meals, some agricultural pesticides and the use of disastrous GM crops. If the feeder is actor of thier own consumption, they do not know anymore the nature products which allowed them to expand culinary pleasure.

Moreover, the agri-food industry is not only responsible for the lost of our gustative education, but also for the degradation of our environment. Soils impoverishment, waters contamination, production of greenhouse gases... menace our planet. Minds are rising to solve one of the biggest issue of our society. Since several years, designers have been also concerned by this key issue. Moving further away from a capitalist conception, they look to a sustainable design, motivated by the wellness of our environment and also the human welfare. This new movement, called social design, aims to raise their awareness to the challenges of sustainable development. That is why this approach uses educational tools like game.

Today, designers cannot design without being preoccupied of the political impact of this project, they are activist.

amuse-bouche

« Je crois que j'aime les cuisines plus que tout autre endroit au monde. Peu importe où elles se trouvent et dans quel état elles sont pourvu que ce soient des endroits où on prépare des repas, je n'y suis pas malheureuse. Si possible, je souhaiterais qu'elles soient fonctionnelles et lustrées par l'usage. Avec des tas de torchons propres et secs, et du carrelage d'une blancheur éblouissante. Mais une cuisine affreusement sale me plaît tout autant. Ce lieu où traînent des épluchures de légumes où les semelles des chaussons deviennent noires de crasse, je le vois étrangement vaste. Un énorme réfrigérateur s'y dresse rempli de provisions suffisantes pour tenir facilement tout un hiver, et je m'adosse à sa porte argentée. Parfois je lève distraitemment les yeux de la cuisinière tachée de graisse ou des couteaux rouillés : de l'autre côté de la vitre brillent tristement les étoiles. Restent la cuisine et moi. Cette idée me semble un peu plus réconfortante que de me dire que je suis toute seule. »

Kitchen, Banana Yoshimoto. 1988.

[amuse-bouche]
[p.7] avant-propos
[p.10] introduction

[entrée]
[p.15] **La cuisine,
une histoire d'alchimie**

Un besoin humain

[un besoin d'ordre biologique
gastrophysique]
[le fonctionnement du goût]

Les racines de la cuisine

[la cuisine comme un acte alimentaire]
[la cuisine source d'échange]
[la cuisine, un lieu de confection]

De la corvée au plaisir

[la naissance d'une nouvelle
consommation]
[la cuisine s'affiche au petit écran]
[la cuisine construit son réseau]
[l'évolution du livre de cuisine]

[plat de résistance]
[p.60] **le paysage culinaire
de la culture française**

Alimentation : la construction
d'un domaine d'étude

l'art de vivre à la française :
un héritage

[la construction d'un gastronomie]
[le patrimoine immatériel :
un héritage populaire]

Une industrie : source de menaces
et d'anxiété sociale

[un paysage industriel
agroalimentaire en construction]
[les dérives pernicieuses de
la surconsommation alimentaire]
[un mangeur désorienté]

Des consciences émergentes

[les mangeurs militants :
une tendance à la mode]
[les alternatives pour une consommation
durable : de nouveaux lieux savoureux]
[le numérique au service de l'information]

[désert]
[p.116] **le designer :
un mangeur engagé**

le designer social :
le design engagé et citoyen

[qu'est-ce qu'un designer ?]
[l'émergence du design social]
[comment le design s'inscrit-il
au sein de la collectivité ?]
[le design culinaire :
partenaire du design social]

le design culinaire :
partenaire du design social

[à la recherche de notre futur gustatif]
[au service de l'agriculture durable]
[le messageur d'une pratique humaine :
les cuisines collectives]

le design éducatif :
transmission d'un héritage

[le livre de cuisine : premier outil didactique]
[expositions et lieux de préventions]
[l'expérience : la pratique d'un héritage]
[le jeu comme outil de transmission]

[dernière dégustation]
[p.184] **conclusion**

[p.188] notes
[p.210] glossaire
[p.214] bibliographie

[p.226] **remerciements**

introduction

En France, il existe un sujet qui rassemble les foules, un sujet qui provoque des débats et crée des passions inlassables. Un seul sujet auquel « tout bon » français est sensible et semble avoir son mot à dire : la cuisine.

La cuisine est un acte à l'origine de l'espèce humaine, c'est elle qui a façonné l'une des caractéristiques qui nous différencie des autres mammifères : notre bouche. Issue du terme latin *coquere* qui signifie cuire, elle a commencé à émerger suite à la maîtrise du feu et a permis à l'esprit de nos ancêtres de consacrer son énergie à d'autres tâches, que celle de la mastication. Ce nouveau savoir-faire offrira à l'être humain de nouvelles saveurs et sensations gustatives qu'il cherchera à développer au fil des siècles. Toutefois, comme nous pouvons le constater, la cuisine ne se résume pas à un acte biologique qui a permis le développement et la survie de l'espèce humaine.

Le gastronome Jean Anthelme Brillat-Savarin¹ définira la cuisine dans son écrit *La physiologie du goût* comme « L'art d'apprêter les aliments et de les rendre agréable au goût. », un art qui est ancré dans notre société et constitue une part de notre identité culturelle. Cet art est devenu une part de notre patrimoine qui se transmet de génération en génération sous forme de coutumes, de recettes et de gestes techniques. C'est un art populaire qui à haut niveau se nomme la gastronomie, un terme issu du grec *gaster* qui signifie l'estomac et *nomos* qui signifie la règle. Autrement dit, le terme gastronomie définit les lois du comestible.

Recensé parmi le patrimoine immatériel de l'Unesco en 2010, le repas gastronomique à la française représente un idéal d'art de vivre. Un repas harmonieux où les saveurs de chaque plat s'associent parfaitement avec les boissons et où chaque mangeur prend le temps de déguster son mets. Autrement dit, dans l'esprit de chacun l'art de vivre à la française est un moment où se mêlent partage et plaisir. C'est également un moment de vie où s'enseignent les rites de société et se tissent des liens relationnels. Nous pouvons cependant constater que ces lieux

d'échange social sont aujourd'hui menacés par nos nouveaux rythmes de vie. En effet, dans une société à échelle internationale où la plupart d'entre nous courent à vive allure à la recherche du profit, nous nous répétons sans cesse que nous n'avons plus le temps à consacrer à ce qui ressemble à une simple activité manuelle qui répond pourtant à un besoin primaire. Un sentiment fortement exploité par les industries agroalimentaires ou de nouvelles applications de livraison alimentaire, tel que *Uber Eat*, qui nous éloigne par tous les moyens de notre cuisine, à l'aide de plats préparés, de livraison à domicile, ou de machines savantes automatisées.

Si bien qu'aujourd'hui, les français passent de moins en moins de temps en cuisine. Or, si ces nouveaux produits semblent dans un premier temps pratiques, ils nous éloignent en réalité de notre héritage culinaire et de la réalité des produits bruts. [...] Une stratégie qui nous a fait perdre la connaissance de nos assiettes, tout en construisant peu à peu l'ère de la surabondance alimentaire. Les produits, sans âmes vendus en grandes surfaces, que nous pouvons presque consommer de manière instantanée détruisent la fonction socialisatrice de la cuisine.

La perte de lien social lors des repas et de leurs préparations provoquent par la suite le mal être du mangeur contemporain qui n'a plus besoin d'apprendre à cuisiner pour se nourrir. De plus, cette ère ne nous coupe pas uniquement de nos liens sociaux, et de notre patrimoine culinaire ; elle déforme également notre rythme de consommation à cause d'une production expansive de produits, jusqu'à présent considérés comme bourgeois. Les produits carnés en sont l'exemple le plus indéniable.

Aujourd'hui nous percevons au quotidien les conséquences désastreuses de cette surproduction dévastatrice qui a entraîné avec elle les plus grandes crises sanitaires et environnementales. Le cuisinier Thierry Marx déclare par ailleurs : « Si on ne prend pas conscience de notre modèle de consommation alimentaire, on va droit dans le mur et on ne pourra plus partager d'excellent repas ». Une annonce sévère qui préconise non seulement la perte de notre héritage immatériel et matériel, mais également la perte de ce qui semble faire de nous des êtres humains.

Si de nombreuses consciences s'éveillent afin d'informer et de sensibiliser à ces nouveaux enjeux, il s'agit également du rôle du designer de prendre part à cette démarche en essayant à son tour de contribuer à ce changement sociétal.

Depuis les années 2010, on peut observer que de multiples designers prônent une pratique transdisciplinaire nommée le design social qui a pour objectif de se concentrer sur les maux de notre société contemporaine. Si le design a toujours été une discipline plaçant l'utilisateur et la société au cœur de ses recherches, il semble s'être transformé peu à peu en mot valise. Un mot dont le but initial s'est effacé au profit de définitions hasardeuses. Le design social a donc choisi de se distinguer pour émettre un rappel.

L'enjeu de cette pratique n'est pas de créer un énième objet à l'esthétique plaisante, mais de revenir aux principes fondamentaux en privilégiant l'humain et en créant de manière consciencieuse. Pour cela, le designer est ainsi un enquêteur qui s'entoure et part à l'exploration de notre société. Il met en place un protocole d'observation, lui permettant de questionner et collecter des morceaux de notre environnement. Témoins, objets existants et mouvement sont étudiés avec précision et retranscrits sous diverses formes expérimentales. Chaque morceau collecté est un indice qui lui permettra de proposer une solution au problème soulevé, c'est-à-dire, préserver notre lien social au sein de nos cuisines.

Cependant, le travail du designer ne s'arrête pas là. Son rôle n'est pas simplement de transmettre les vestiges d'un patrimoine en voie de disparition, mais d'adapter ce patrimoine aux nouveaux enjeux contemporains qui sont apparus au fil du temps, comme par exemple l'impact environnemental de notre société de surconsommation. Un héritage n'est pas figé à un instant T, le rôle du designer est de l'adapter à son temps pour ne pas l'effriter et pour permettre aux utilisateurs de le faire vivre et perdurer à travers les siècles. Nous nous demanderons ainsi : comment le design peut-il aider à transmettre notre héritage culinaire et ainsi préserver notre lien social ?

Pour pouvoir aborder ce questionnement, il me semble nécessaire de tout d'abord définir la cuisine et tout ce qu'elle représente dans l'histoire de la France. Quelles sont les enjeux qui se cachent derrière nos repas au cours des siècles ? Dans un second temps, il apparaît nécessaire de s'interroger sur les évolutions de nos pratiques alimentaires au sein du XXI^{ème} siècle. Comment se nourrit le mangeur contemporain ? Par la suite, nous nous questionnerons sur la manière dont le design peut-il transmettre le symbole d'un art de vivre et ainsi sensibiliser un public à la préservation d'une identité culturelle.



un besoin humain

un besoin d'ordre biologique

Manger, se nourrir ou encore **s'alimenter** sont des verbes qui définissent l'acte de fournir un apport d'énergie nécessaire au fonctionnement de notre corps ainsi qu'à notre esprit. En effet, bien que notre cerveau ne constitue que deux pourcents de notre masse corporelle, il requiert un grand apport énergétique. Manger est donc un acte qui nous permet de survivre, mais aussi de nous construire. L'étude récente entreprise par l'Université Australienne d'Adélaïde révèle que l'alimentation au cours des deux premières années de notre vie, aurait un impact considérable sur notre quotient intellectuel. Lisa Smithers, l'une des principales investigatrices de cette étude, déclara :

En mangeant, l'homme répond ainsi à un besoin vital, comme tous les êtres vivants présents sur notre globe, qu'il s'agisse des animaux ou même des végétaux. Toutefois, toutes les espèces ne peuvent pas se nourrir de la même manière, trois catégories composent notre monde : les carnivores qui s'alimentent uniquement en consommant d'autres êtres-vivants, les herbivores qui eux peuvent seulement se nourrir à partir de végétaux et les omnivores qui possèdent le choix d'ingurgiter tous types d'aliments qu'ils soient d'origine animale ou végétale. Ces différents régimes alimentaires sculptent les différents corps de la nature. Par conséquent, les dents, la bouche ou encore le système digestif varient d'une espèce à l'autre en fonction des aliments qui servent leur survie. Cependant, contrairement aux autres être-vivants, l'homme possède un orifice multifonction qui s'ouvre sur la cavité digestive : la bouche.

En effet, bien que nous partagions le même régime alimentaire omnivore que certains mammifères tels que l'ours ou le cochon, nous pouvons constater que biologiquement, la bouche de l'être humain n'est pas faite uniquement pour

« La différence de Q.I. n'est pas énorme mais cette étude est la première a montré un lien si fort entre l'alimentation de l'enfant entre 6 et 24 mois et son quotient intellectuel à l'âge de 8 ans. C'est important de considérer l'impact à long terme des aliments que nous donnons à nos enfants. »²

Liza SMITHERS.

lui permettre de s'alimenter. Elle n'est pas placée en avant comme pour la plupart des autres être-vivant tels que les poissons ou les vaches dont l'unique objectif est de pouvoir se saisir de la nourriture plus facilement. L'homme peut l'utiliser à d'autres fin comme parler, communiquer, chanter, crier... Ainsi notre bouche est un organe à usage multiple qui fait de nous des êtres-humains. Elle nous permet de nous nourrir non-seulement de nourriture mais également de paroles.

Toutefois, Charles Spence³, spécialiste d'une science émergente nommée la « gastrophysique »⁴, précise que nous ne mangeons pas uniquement avec notre bouche :

« Pour tout dire, le goût d'une chose dépend autant de ce que nous avons dans l'esprit, que ce que nous avons dans la bouche ou dans l'assiette »⁵.

Charles SPENCE.

Au cours de son ouvrage intitulé **Gastrophysique, une nouvelle science pour éclairer nos choix alimentaires**, le scientifique narre l'apparition de ce qui est décrit comme une drôle de science.

gastrophysique

Fasciné à la fois par l'alimentation et les sciences cognitives, le psychologue expérimental Charles Spence choisi de s'entourer de différents corps de métier pour créer un laboratoire de recherche multimodal unique afin d'explorer tous les facteurs qui influencent nos expériences gustatives. C'est ainsi qu'apparait, en 1997, la gastrophysique, un terme issu de la fusion des mots « gastronomie » et « psychophysique ». Etudiant à la loupe tout ce qui a trait à l'alimentation, cette science émergente utilise à la fois les connaissances de la science multimodale⁶ et celles de la science multisensorielle⁷.

Au sein de son laboratoire, Charles Spence mène diverses expériences culinaires en partenariat avec d'autres scientifiques ou cuisiniers afin d'interroger nos perceptions culinaires. C'est ainsi qu'il démontre l'importance du son sur notre esprit, lors de la dégustation.

Par exemple, en 2004, lors d'une étude de cas en collaboration avec Unilever, le gastrophysicien, accompagné de son acolyte Massimiliano Zampini⁸, démontre qu'améliorer le son du craquement produit par des chips de pomme de terre, lorsqu'on les mange, nous donne l'impression que les chips sont plus fraîches, plus croustillantes, en un mot : meilleure. Cette découverte, récompensée par le **Prix Ig Nobel** de la nutrition, va révolutionner le travail de nombreux créateurs culinaires qui commenceront à intégrer la notion de bruit à leur cuisine, c'est notamment le cas du chef Heston Blumenthal⁹ qui ajoutera à la carte du prestigieux restaurant *The Fat Duck*, le plat *Sound of the Sea* (« Le Bruit de la Mer »). Par la suite, il entrera également en étroite collaboration avec le laboratoire pour mettre au point divers techniques, capable de modifier la perception du goût des aliments.

Manger est ainsi une expérience polysensorielle où tous nos sens sont sollicités et contribuent à l'appréciation ou non d'un repas. Contrairement à ce que nous avons longtemps appris nos sens fonctionnent en interaction les uns avec les autres. Plusieurs chercheurs comme le psychologue Ladan Shams explique que notre cerveau n'est pas constitué d'un ensemble de compartiments spécialisés in-

dépendants, mais d'un système interconnecté qui synthétise les informations sensorielles qu'il récolte par le biais de nos organes sensoriels : la bouche, le nez, les oreilles, les mains et les yeux.

Or il faut noter également que les informations récoltées, par nos différents sens, peuvent être transmises par le biais de plusieurs chemins à notre esprit. C'est un constat qui a été observé par plusieurs médecins lorsqu'ils examinaient des patients aveugles. L'ophtalmologiste écossais Gordon Dutton en a été témoin en 2002, lorsqu'il reçut une patiente aveugle qui avait perdu la totalité de son cortex visuel primaire. La patiente, qui ne connaissait pas les lieux, a été capable de se frayer inconsciemment un passage à travers tous les obstacles des locaux avant d'atteindre le bureau du médecin, sans que celui-ci ne l'aide. Gordon Dutton stupéfait, fit remarquer à la patiente sa prouesse. La femme lui rapporta alors quelque peu surprise par son propre comportement qu'elle ne savait pas comment elle y était parvenue. C'est ce que l'on nomme la vision aveugle, une vision qui serait due à la transmission d'un petit flux d'informations de nos circuits neuronaux à notre système cérébral supérieur impliqué dans le traitement des informations visuelles. Selon les neurologues, l'individu n'est pas conscient de cette faculté parce que les informations circulent par le biais de chemin de traverses. Par conséquent la personne aveugle perçoit son environnement sans en éprouver la sensation.

De ce fait nous pouvons affirmer que toutes les informations recueillies par nos sens ne sont pas uniquement transmises à l'intention d'un seul segment de notre cortex cérébral, les indices visuels récoltés par nos rétines ne sont pas uniquement envoyés à la partie du cerveau qui traite les informations visuelles, tout comme les sons ne sont pas seulement transmis à notre cerveau dit « auditif », etc.

Nous pouvons donc conclure qu'il ne suffit pas de satisfaire notre palais gustatif pour faire un bon repas. L'ouïe, le toucher et la vue sont des sens qui dans un premier temps nous permettent de nous mettre en appétit. Ce sont eux qui vont nourrir notre attente et nous offrir des informations sur l'expérience gustative à venir en nous faisant saliver d'envie.

Une fois de plus, le gastrophysicien insiste sur la nécessité de ce moment. Selon lui, nous goûtons autant avec notre bouche qu'avec notre esprit. Pour nous le faire comprendre, le scientifique se remémore la réaction inattendue des convives du restaurant d'Heston Blumenthal, lorsque celui-ci leur servit une glace au crabe accompagnée d'un risotto du même parfum. Dans l'esprit des clients, la glace de couleur rose a immédiatement été associée à la douceur sucrée d'un fruit rouge. Or la sensation salée du crabe qui a fondu sur leur langue a provoqué une vive expression de dégoût, dès leurs premières bouchées. Leurs attentes étaient si éloignées de la réalité qu'il leur était impossible d'apprécier le plat du chef à sa juste valeur. Ce moment de latence n'est donc pas à négliger puisque qu'il permet au futur mangeur de cultiver son imaginaire et ainsi son futur plaisir gustatif. Cela fait partie du goût psychologique. Le chef du restaurant *Ultraviolet*, Paul Pairet¹⁰, donne une définition de ce phénomène sur son site internet :

L'attente est alors semblable à une mise en bouche. Un temps indispensable qui permet au mangeur de plonger dans l'atmosphère qui environne son repas. En effet, plusieurs restaurateurs soulignent que la création d'un lieu d'ambiance atypique ou conviviale est indispensable au plaisir des clients, comme Anthony Athanas¹² propriétaire du restaurant *Pier Four*, qui déclara lors d'une interview pour le Wall Street Journal, en 1965 : « Sans atmosphère, je ne gagnerais pas autant d'argent ». Des propos qui seront confirmés par le professeur de marketing américain Philip Kotler¹³. Effectivement, l'enseignant déclara dans de nombreux cours universitaires qu'un service ou un produit comprend également l'atmosphère qui se dégage de son lieu d'achat. Cela, fait partie du produit et de l'expérience de vente. C'est ce qu'il décrit comme étant un produit total.

« Le produit tangible – une paire de chaussures, un réfrigérateur, une coupe de cheveux ou un repas – n'est

« C'est tout ce qui concerne le goût, sauf le goût : l'attente, les souvenirs, l'avant et l'après, ce qui se passe dans votre tête. Bref, tous les facteurs qui influencent notre perception du goût. »¹¹

Paul PAIRET.



qu'une petite partie de l'ensemble de la consommation. Les acheteurs répondent au produit total. [...] L'une des caractéristiques les plus importantes du produit total est l'endroit où il est acheté ou consommé. Dans certains cas, le lieu plus précisément l'atmosphère du lieu, a plus d'influence que le produit lui-même dans la décision d'achat. Dans certains cas, l'atmosphère est le produit principal. »¹⁴

Philip KOLTER.

Si le gastrophysicien Charles Spence parle également de l'influence de l'atmosphère sur notre perception du goût des aliments, il précise, cependant que la plupart des études effectuées se concentrent pour le moment sur la musique. L'un des aspects les plus rapide et facile à mettre en place pour ébaucher une atmosphère. Pour comprendre les effets de ce phénomène le scientifique a choisi de mener une expérience sur un échantillon de sept cents personnes. Chacune d'entre elles devait déguster différents plats qui étaient accompagnés de différentes musiques. L'étude a révélé de surprenants résultats. Il semblerait que la musique aux sonorités pop – rock rendent les repas indiens plus épicés, tandis que la musique classique révèle davantage les saveurs de la cuisine italienne. Lors d'une interview adressée à la **BBC**, Charles Spence conclut qu'une musique possède le même effet qu'un assaisonnement, c'est ce qu'il appellera par ailleurs un « assaisonnement numérique ».

Néanmoins, il est également important de comprendre que notre environnement n'affecte pas uniquement le goût de nos plats, mais également nos comportements de table. Un concept assimilé par de multiples restaurateurs qui n'hésitent pas à utiliser divers stratagèmes pour augmenter leur profit. Par exemple, la chaîne de fast-food **Mc Donald's**TM est connue pour utiliser des chaises inconfortables afin que le client ne reste que peu de temps dans l'établissement. Ce comportement permet aux restaurateurs de pouvoir servir plus de clients, et d'obtenir ainsi un meilleur rendement. Une pratique commune dans l'univers de la restauration rapide. Un résultat similaire

peut-être aussi obtenu par le biais d'une musique assourdissante. Pour être témoin de ce fait, il nous suffit de nous rendre dans l'un des restaurants de la chaîne Hard Rock Café™.

En outre, l'atmosphère ne se constitue pas seulement du confort d'un lieu ou de la musique que l'on écoute en mangeant. Elle est également diffusée par ce qui se trouve sur nos tables. En particulier par les outils, que l'on utilise pour porter la nourriture à notre bouche qui peuvent altérer à leur tour notre perception du goût. C'est par notre sens du toucher que notre expérience gustative est ainsi enrichie, bien évidemment par notre bouche, mais aussi par nos mains qui caressent de multiples textures en amont de notre mastication. Si par notre culture occidentale, nous mangeons avec des couverts bien souvent en métal, dans d'autres régions du monde c'est tout d'abord avec les doigts que certains entament leur repas. En effet, pour certaines cultures utiliser des couverts ou des outils autres que leurs mains pour manger, dénature le goût des aliments. Par ailleurs, certains grands chefs de renommée mondiale n'hésitent pas à mettre sur leurs menus des plats qui se dégustent avec les mains, comme par exemple René Redzepi¹⁵ qui dirige la cuisine du restaurant *Noma*. De ce fait, manger redevient une activité beaucoup plus tactile, décuplant la sensualité de nos gestes tout en faisant appel à notre instinct primitif. Le désintérêt des grands chefs envers les couverts traditionnels lisses et froids, pousse les designers à s'interroger sur

Compter les moutons.
The Fat Duck. 2017.
© The Curious Pixie



leurs usages et notamment leurs textures. Est-ce qu'elles nous permettent d'apprécier davantage la cuisine que contiennent nos assiettes ?

Si les designers et les chefs qui se penchent sur ces questions sont encore peu nombreux, certains cherchent par ce biais à rendre nos repas mémorables en utilisant des matières surprenantes. C'est l'objectif, comme nous avons pu l'entrevoir précédemment, du chef Heston Blumenthal qui n'hésite pas à proposer à ses clients de savourer son dessert intitulé *Compter les moutons* avec une cuillère en fourrure. De



plus, les assiettes utilisées pour la recette du cuisinier sont toutes aussi surprenantes. Tout d'abord par la forme moelleuse de la première assiette, puis par la lévitation de la seconde qui reprend les traits d'un oreiller afin de mettre en avant la douceur du dessert.

Compter les moutons.
The Fat Duck. 2017.
© The Fat Duck

On peut alors affirmer que le chef Blumenthal offre aux mangeurs une expérience sensorielle réfléchie dans les moindres détails pour solliciter chacun de leurs sens et décupler ainsi leur plaisir gustatif. En effet, une fois que nous avons pris conscience de notre environnement et que certains de nos sens ont nourri notre désir, par l'attente, nous pouvons enfin savourer notre repas avec un plaisir non-dissimulé. L'expérience sensorielle se poursuit alors à l'intérieur de notre bouche par le biais de notre odorat et bien entendu par celui de notre goût.

Le fonctionnement du goût

Nous commettons fréquemment l'erreur de confondre les saveurs et les arômes, deux éléments indissociables qui donnent naissance à ce que l'on appelle le goût, autrement nommé par le gastronome Jean Anthelme Brillat-Savarin : « sens de la sapidité ». Pour le décomposer, il suffit de se pincer le nez. Ce que l'on ressent alors dans notre bouche fait partie de la famille des saveurs. Or si autrefois Aristote comptait sept saveurs principales, en 1864, le physiologiste allemand Adolph Fick réduira la liste au nombre de quatre : le sucré, le salé, l'amer, l'acide. Un petit nombre enrichi, par la suite, en 1908, par le scientifique japonais Kikunae Ikeda qui ajoutera une cinquième saveur pour dépeindre les aliments qualifiés de « savoureux » : l'*umami*.

Une saveur se définit alors, comme une qualité que l'on perçoit uniquement par notre organe gustatif, c'est-à-dire, notre langue. Tandis que les arômes d'un mets sont perçus par notre organe olfactif. Le chercheur Charles Spence explique, par ailleurs, que nous possédons deux types de perception olfactive : la voie ortho-nasale et la voie rétro-nasale. La voie ortho-nasale nous permet de sentir les odeurs provenant de l'extérieur et ainsi d'enrichir nos attentes, mais c'est la voie rétro-nasale qui produit l'intensité de nos dégustations. Contrairement à ce que nous avons l'habitude de penser ce n'est pas notre langue qui nous fournit le plus d'information gustative, mais notre odorat. Ce phénomène se nomme le transfert oral.

La voie rétro-nasale permet de goûter les odeurs provenant de l'intérieur de notre bouche, c'est-à-dire, les arômes libérés par les aliments qui remontent vers nos fosses nasales. Sans cette capacité notre dégustation serait presque insipide et nous ne pourrions plus distinguer correctement les aliments. Pour appuyer à nouveau son propos le chercheur britannique, Charles Spence, nous propose une expérience :

« Un jour où vous n'êtes pas enrhumé, il suffit de vous pincer le nez et de laisser quelqu'un vous donner à manger quelque chose sans qu'il vous dise ce que c'est. A moins que ce soit quelque chose de particulièrement épicé, vous ne saurez probablement pas si c'est un oignon ou une pomme, du vin rouge ou du café froid. Dans chaque cas, les caractéristiques aromatiques sont particulièrement difficiles à distinguer si le sens de l'odorat ne fonctionne pas. »¹⁶

Charles SPENCE.



De plus, contrairement à la théorie énoncée par le professeur de psychologie de l'université de Harvard Edwin Borning, en 1942, la « carte de la langue »¹⁷ n'existe pas. Les récepteurs de goût ne sont pas répartis de manière homogène, mais ils ne sont pas segmentés de manière strictement distinct non plus. Ce sont des bourgeons de goût qui nous permettent de sentir les différentes saveurs. Ils se trouvent généralement sur la partie antérieure et les côtés postérieurs de notre langue.

Néanmoins, nous ne possédons pas tous les mêmes facultés gustatives, c'est ce qui explique notamment le fait que nous n'apprécions pas tous les mêmes aliments. En réalité nous pouvons même affirmer que nos perceptions gustatives sont propres à chaque individu : *de gustibus non disputandum est*¹⁸. Notre univers gustatif se construit par notre culture, notre lieu de vie et nos gènes. Par exemple, une grande majorité d'individus vivants aux Proches Orient affirment distinguer un arrière-goût d'urine, aussi appelé « odeur de verrot », lorsqu'ils mangent un porc non-castré. Si aucune étude scientifique ne peut expliquer ce phénomène, il serait naïf de croire qu'il s'agit uniquement d'une pure coïncidence, sachant que cet aliment est interdit à cause de croyance religieuse au cœur de cette région du monde. D'autant plus, que certains semblent remarquer la présence de cette odeur aussi infime sa présence soit-elle.

La génétique influence tout autant notre perception du goût, en nous rendant plus ou moins sensible à tel ou tel arôme. Au début des années trente, le scientifique Arthur Fox découvre une molécule nommée *Phénylthiocarbamide*, soit le PTC, un goût amer présent par exemple dans les brocolis. Certaines personnes semblaient sensibles à cette amertume alors que d'autres y étaient insensibles. Toutefois, ce qui attire l'attention du scientifique, c'est que la sensibilité au PTC est dû à deux gènes, dont un est héréditaire. Un fait qui d'après le chimiste permet d'effectuer des tests de paternité par le biais de notre perception gustative.

En réalité, les personnes capables de percevoir une amertume dans certains aliments, alors que la plupart des individus ne la ressentent pas, sont ce que l'on nomme

des super-gouteurs. Ce nom leur est attribué parce que la plupart de ces mangeurs semblent posséder seize fois plus de papilles gustatives à l'avant de la langue.

Plusieurs scientifiques ont également pu remarquer que nous sommes tous anosmiques à certaines molécules, c'est-à-dire, que nous sommes incapables de ressentir certains composés chimiques. Par exemple, il semblerait qu'environ un pourcent de la population mondiale ne perçoit ni arômes, ni saveurs lorsqu'ils mangent une pâtisserie parfumée à la vanille. La perception du goût relève alors de l'intime, propre à chaque individu malgré un socle de saveurs commun. De plus si nous avons pu constater que le goût physiologique avait une grande incidence sur notre appréciation ou non d'un repas, ce qui se passe à l'intérieur de notre bouche ne se résume pas à de simples mastications. Tous nos sens restent en éveil, le toucher de notre langue permet notamment de sentir les différentes textures des aliments, mais également des outils que nous utilisons pour porter les aliments à notre bouche. Alors si en effet, certains designers se sont interrogés sur les différentes textures de nos couverts, comme nous avons pu le voir précédemment, d'autres repoussent les archétypes des arts de la table en essayant de créer des couverts capables de stimuler davantage notre langue par le biais d'une nouvelle expérience tactile.

Sensory Cutlery.
Jinhyun Jeon. 2012.
© Jinhyun Jeon.



C'est la démarche entamée, en 2012, par Jinhyun Jeon¹⁹ dans le cadre de sa thèse sur la relation entre la nourriture et les sens en créant *Sensory Cutlery*. Pour stimuler nos organes sensoriels, le designer a choisi plusieurs éléments qui influencent notre perception au quotidien : la couleur, la tactilité, la température, le volume, le poids et la forme. Chacun de ces éléments permettrait d'influencer notre perception du goût et nos comportements alimentaires. Par exemple, en dégustant du sucre à une température semblable à celle de notre corps cela lui procurerait un goût plus sucré. Les couleurs chaudes quant à elles, permettrait d'accentuer notre appétit. D'autres designers n'hésitent pas à remettre en



question tous nos archétypes par le biais d'expériences gustatives tel que Marije Vogelzang²⁰, une designer culinaire qui propose à plusieurs invités de déguster leur nourriture non pas avec des outils mais directement avec leur organe gustatif. Cette drôle d'expérience, intitulée *Granzing city scapes* offre aux individus de savourer autrement de délicieux mets en les touchant pour la première fois avec leurs langues.

Granzing city scapes.
Marije Vogelzang. 2016.
© APE Concept Ltd.

Cependant, si notre bouche a pu devenir l'organe multifonction que nous possédons aujourd'hui, c'est grâce à notre manière unique de nous alimenter. Contrairement, aux autres espèces animales, l'être humain a commencé au cours des siècles à transformer ces aliments avant de les manger. Il commence alors à cuisiner.

De nos jours, la cuisine est un terme qui est définitivement inscrit dans notre quotidien, c'est une pratique qui par ailleurs soulève toujours des questionnements réguliers au sein de notre société contemporaine. Influençant nos modes de vie, elle nous a permis de nous construire en tant qu'homme moderne psychologiquement et physiquement. Or, si aujourd'hui nous nous éloignons peu à peu de cette activité manuelle, notamment par l'usage de plats préparés, il me semble important de nous remémorer ce qui est à l'origine de notre existence. Comment est apparue cette alchimie qui va révolutionner le quotidien de nos ancêtres ?

Les racines de la cuisine

La cuisine comme acte alimentaire

La cuisine est un équilibre entre ce qui semble relever de l'alchimie et la culture, c'est-à-dire entre le domaine des sciences et le domaine des arts de la table qui témoigne des mœurs de notre société. Le chercheur, et commissaire scientifique du Musée de l'Homme, Christophe Lavelle²¹ la définira en quelques mots lors de l'exposition *Je Mange Donc Je Suis*²² : « C'est la culture qui transforme la nature »²³.

La cuisine dépasse sa fonction nourricière, c'est un art de transformation. Le gastronome Jean-Anthelme Brillat-Savarin précise dans son ouvrage *La physiologie du goût* que cet art ancien a permis l'évolution de notre espèce. L'Encyclopédie, elle caractérise cette activité manuelle comme un « art mécanique », c'est-à-dire, une activité utilitaire proche d'une science. L'emploi du mot « science » se rapproche de la définition établit par le *Trésor de la langue française* comme étant :

« La somme de connaissances qu'un individu possède ou peut acquérir par l'étude, la réflexion ou l'expérience ».

En réalité, la cuisine oscille entre pratique artisanale et pratique appartenant au domaine des Beaux-Arts. Ensemble ces deux pratiques forment : l'art culinaire. Un art qui traverse les siècles mais dont la définition est toujours en cours de construction. Apparue dès la maîtrise du feu, les premiers vestiges de la cuisine ont été retrouvés en Chine, plus précisément aux grottes de Zhoukoudian, un site archéologique à proximité de Pékin. Découvert accidentellement en 1930, suite à des travaux, des fouilles ont révélé les vestiges d'un feu allumé par celui que l'on surnomme désormais « *L'homme de Pékin* ». Si les recherches sont toujours en cours, l'homo erectus qui a vécu sur ces terres semble être âgé d'environ 450 000 ans. Le feu est une technique de cuisson que nous prenons toujours plaisir à utiliser lors des beaux jours comme le souligne le journaliste Michael Pollan :



« Un élément cuit sur un feu nous donne faim, cela a quelque chose de primitif »²⁴

Michael POLLAN.

C'est par ailleurs cette notion de cuisson qui compose l'étymologie du mot « cuisine ».

La domestication du feu est une technique qui permettra l'une des plus grandes évolutions de l'être-humain. Les aliments commencent à être cuits, c'est le début de la cuisine, qui permet alors de faciliter la digestion, tout en éliminant certains germes pouvant être porteur de maladie. Nos ancêtres peuvent alors consacrer une partie de leur énergie à d'autres tâches que celle de la mastication. Cette énergie permettra par la suite le développement de leur cerveau, ainsi que l'émergence d'un langage. Notre langage est ainsi sensiblement lié à notre alimentation. Le professeur en anthropologie Richard Wrangham²⁵ déclare, par ailleurs : « C'est la cuisine qui nous a fait devenir humain »²⁶, car en effet, nous sommes la seule espèce qui prépare ses aliments avec tant de soin.

Les habitudes de l'homme sont alors bouleversées par la connaissance et l'apprentissage du feu. Il n'est plus question de se coucher dès la tombée du jour, l'homo erectus peut veiller. Il souhaite également commencer à résider dans des zones climatiques plus froides, et commence une ascension douce vers l'Europe.

Les scientifiques estiment cependant que le premier européen n'est pas un homo erectus, mais un homme de Neandertal aussi surnommé « *L'homme de Denisova* ». Un homme qui maîtrise le feu et possède certains outils tel que le silex, en revanche, il ne possède pas encore une pleine maîtrise du langage. C'est l'homo sapiens qui commencera à maîtriser l'art de la parole et commencera à instaurer quelques règles de table tels que des horaires fixes et l'usage de certains crustacés en guise de couverts. Nos ancêtres commencent alors à organiser et réglementer leur alimentation. Une organisation qui ressemble aux prémices d'une société de plus en plus indépendante. L'écrivain français Jacques Attali²⁷ ajoutera à ce propos que :

« L'homo sapiens ne sera plus un parasite de la nature, il s'en veut le maître »

Jacques ATTALI.

En effet, quelques temps après vers -10000 avant J.C. l'homme se sédentarise peu à peu et commence à cultiver les plantes qui deviendront la base de notre alimentation, encore aujourd'hui : l'ancêtre du blé appelé l'amidonnier, l'engrais, l'orge, le pois cultivé, le pois chiche, le lin cultivé et les lentilles bâtardes. La pratique de l'agriculture fait naître la fermentation, un processus métabolique au cours duquel un aliment est soumis à certaines réactions chimiques qui transforment son état. Par ailleurs plusieurs historiens sont convaincus que l'homme a entrepris de pratiquer l'agriculture, afin de confectionner des boissons fermentées, c'est-à-dire, des boissons alcoolisées. En effet le premier breuvage fermenté de manière contrôlée date d'environ – 7000 avant notre ère, ces traces ont été identifiées en Chine. L'élevage est également une pratique qui témoigne d'une sédentarisation. L'homme souhaite alors pouvoir combler sa consommation de produit carnés sans chasser perpétuellement. L'homme souhaite s'émanciper de sa dépendance à ce qu'il trouve dans la nature. C'est ainsi que sa cuisine par le biais de différentes pratiques agricoles devient de plus en plus riche et variée, toutefois, elle reste malgré tout dépendante de son environnement plus ou moins propice à la culture et l'élevage.

On remarque également, au cours de la même période, l'apparition de régimes alimentaires destinés à faire honneur à certaines croyances religieuses. Par exemple, le régime végétarien apparaît en Inde suite à la pratique de la religion du *Jainisme*²⁸, une religion dont les principes sont fondés sur la non-violence et le respect envers les êtres-vivants. Un bon nombre de pratiquants s'interdisent alors la consommation de poissons, de viandes, œufs, miels, mais également certains fruits à graines et légumes-racines. L'anthropologue, spécialisé dans les questions liées à la religion, Mohammed-Hocine Benkheira²⁹ explique que les interdits alimentaires ont toujours été de pair avec des idéologies, des croyances ou des appartenances religieuses. Cela permettait notamment de montrer son allégeance à un dieu ou une communauté

à l'époque où les frontières étaient encore invisibles, c'est pour cela qu'ils sont présents dès les origines de la cuisine. Ces interdits ont permis ainsi de construire différentes cuisines en fonction, à la fois des zones géographiques et des individus. De plus, la cuisine n'est plus uniquement un acte qui permet de répondre à un besoin, elle se transforme en symbole identitaire d'une communauté et les denrées alimentaires deviennent des preuves à la fois de richesse et de pouvoir. La cuisine est alors la source d'un partage alimentaire, de savoir-faire, mais également un lieu de discussion.

La cuisine source d'échange

Comme nous l'avons établie la cuisine, permet de délier les langues. L'action de manger est liée à la prise de parole et à l'arrivée du langage. Par conséquent, les lieux de dégustation de cette cuisine, deviennent des lieux de discussion et d'échanges qui visent à construire les différentes civilisations. C'est sur le continent Mésopotamien que les historiens retrouveront les premières traces écrites qui témoignent de l'importance de la nourriture, de la cuisine et de son partage. Les repas partagés entre convives deviennent des lieux d'organisation sociale, comme le commente Jacques Attali dans son écrit *L'Histoire de l'alimentation* :

« La nourriture est [...] inséparable de la naissance du langage. Elle est un sujet de conversation, en même temps que le repas est une occasion de converser »³⁰

Jacques ATTALI.

Nous pouvons, en effet, constater le lien interdépendant de ces notions par le fait que l'on utilise le même organe pour parler et pour se sustenter. Les

Égyptiens présents en Egypte Antique témoignent de ce lien au sein de leur écriture. L'égyptologue britannique Alan Gardiner³¹ expliquera au sein de ces travaux que le hiéroglyphe illustrant un personnage assis portant une main à sa bouche signifiait à la fois manger et parler en fonction du contexte selon lequel il était employé. D'autant plus que les Égyptiens se réunissaient déjà autour d'une table avec des convives pour partager un repas. Une habitude reproduite durant la Grèce et la Rome Antique : c'est ce que l'on nomme la commensalité.

Par définition, la commensalité provient du terme commensal qui signifie « compagnon de table ». Claude Fischler, sociologue alimentaire, traduit alors la commensalité comme étant le fait de partager son repas avec un ou plusieurs hôtes habituels. Si ce comportement ne semble pas uniquement appartenir à l'homme, il semble être encré dans notre culture, tout autant, que dans notre nature.

C'est le propos qui sera également défendu par Michel Serres³² lorsqu'il mentionne le témoignage d'un forestier des Landes qui a vécu un fait digne d'un scénario hollywoodien. L'homme avait l'habitude de se rendre dans les forêts de l'équateur afin de cultiver des arbres hévéa. Afin de travailler de manière plus efficace, il avait choisi de dormir sur son lieu de travail. Or un jour un gorille est apparu et l'a observé en silence. Ce gorille est venu sur le campement pendant huit jours de suite. Le neuvième jour celui-ci est revenu en compagnie de sa guenon. D'un geste de la main la guenon a invité l'homme à les suivre jusqu'à un tronc d'arbre sur lequel était disposé plusieurs bananes. L'homme a été invité à dîner autour d'une table pour partager leur repas. Michel Serre conclut son exemple en affirmant que la culture du repas semble enraciner dans le cœur même de la nature. Alors si l'être humain semble être privilégié, il n'est pas le seul à manger en instaurant des rituels.

Le sociologue Claude Fischler³³ ajoutera, cependant, une précision supplémentaire à sa définition de la commensalité, en expliquant qu'aujourd'hui nous avons tendance à confondre la commensalité et la convivialité. Une confusion qui est dû au fait que nous associons souvent le partage d'un repas à un moment chaleureux. Or, partager un repas avec un compagnon de table, ne signifie pas que celui-ci est porteur de convivialité. Par exemple, certains banquets étaient organisés au temps de l'Antiquité pour assoir une domination, un pouvoir ou une hiérarchie et non pas pour partager un moment jovial.

Dans notre société contemporaine, nous pouvons également observer que tous nos repas partagés ne sont pas toujours conviviaux, par exemple, lors d'un repas professionnel.



De plus, si les hommes ont tout au long de l'histoire été friands de mets somptueux, la préparation culinaire est restée pendant des siècles une corvée réservée aux femmes ou à des professionnels masculins, lorsque celle-ci devait être exercée avec haut niveau d'exigence. Par exemple, durant l'Antiquité, le peuple romain ne cuisinait pas. Qu'ils soient aisés ou démunies, les Romains font appel à des marchands ambulants ou des cuisiniers professionnels pour s'alimenter. Les historiens remarquent d'ailleurs que la plupart d'entre eux ne possèdent pas de lieu pour cuisiner. Un comportement qui ne semble pas si éloigné de celui des mangeurs contemporains qui font appeler uniquement à des services de restaurations pour se nourrir et foule le sol de leur cuisine uniquement pour utiliser leur four micro-onde, pendant quelques secondes. Si ces habitudes ont été influencées par nos voisins américains, qui aujourd'hui font disparaître la cuisine de leurs appartements, nous pouvons à notre tour nous interroger sur l'avenir de ce lieu de partage et de confection.

La cuisine, un lieu de confection

La cuisine est un terme qui désigne également le lieu de préparation des aliments. Utilisé dans notre langage dès le 12^{ème} siècle, ce lieu a subi de nombreuses évolutions au fur et à mesure du temps.

Lors de l'Égypte Antique, la cuisine était souvent un simple feu d'extérieur qui permettait de cuire les aliments : un *foyer*.

Le terme *foyer* est, par ailleurs, utilisé pour signifier, à la fois, le lieu où l'on installe le feu au sein de la maisonnée, mais également la demeure familiale, un lieu où le feu occupait autrefois une place centrale au sein des habitations ; notamment, à partir du Moyen Âge. La cuisine devient alors un lieu intérieur. Cependant, elle reste souvent associée à l'unique point de chaleur de la demeure. A cette époque, les individus, les moins fortunés, n'ayant pas la possibilité d'avoir plusieurs pièces chauffées, ils adaptaient leur habitat en fonction des moments de la journée. Par exemple, l'expression « dresser la table » provient du fait qu'au moment du repas, une table devait être installée

pour pouvoir partager le dîner. Les plus fortunés avaient, quant à eux, la possibilité d'avoir de plus grandes habitations, comprenant plusieurs feux de cheminée. Une pièce pouvait alors être consacrée à la cuisine. Néanmoins, souvent dû à la crainte des incendies, celles-ci avaient l'habitude d'être éloignées des chambres en étant placées en sous-sol ou à l'extérieur des bâtiments principaux.

La cuisine de Franckfort.

Margarete
Schütte-Lihotzky, 1926.
© Christos Vittoratos.

Les cuisines équipées naissent à la fin du 19^{ème} siècle, après la Révolution Industrielle qui permettra peu à peu la banalisation de l'eau courante, du gaz et de l'électricité. Cependant, il faudra attendre 1926 pour qu'apparaisse la cuisine tel qu'on la connaît aujourd'hui et que cette pièce se démocratise en s'installant au sein de la plupart des habitations. Conçue par l'architecte Margarete Schütte-Lihotzky³⁴, cette cuisine toute équipée possède une superficie de 6,5m². Elle naît suite à une grande pénurie de logement ayant eu lieu après la première guerre mondiale, en Allemagne. La république de Weimar décide d'entreprendre la construction de logements sociaux, mais le manque de moyen entraine la conception d'appartements étroits.

C'est au sein de ce contexte qu'est construite la cuisine traversante de l'architecte autrichienne qui n'hésite pas à s'engager envers la cause féministe, en écrivant notamment : « Les gens tireraient bien plus de choses d'un évier dans leur logement que d'un ange sur leur toit ». La pièce réalisée contient alors une gazinière, un lavabo, un égouttoir, plusieurs placards de rangements, un plan de travail, une poubelle et un vide ordure afin de répondre aux besoins de la vie courante

des classes ouvrières. C'est la première cuisine qui sera produite de manière industrielle à une échelle de dix milles exemplaires. Aujourd'hui des versions originales de cette cuisine sont encore présentes en Allemagne et aux Etats Unis.

Par la suite, la marque américaine **Formica**TM rend populaire une cuisine tout équipée, construite avec des pan-

neaux stratifiés. Un matériau à bas coût qui rend l'achat de cette cuisine accessible à l'ensemble de la population entre 1950 et 1960. Toutefois, nous pouvons constater que si les cuisines entrent dans les habitations, elles restent pourtant une pièce cachée à destination des ménagères. La famille mange dans la salle à manger, tandis que les mères de familles s'apprêtent à préparer les différents repas de la journée. Ces pièces souvent étroites symbolisent leur rôle au sein du foyer. La femme est à cette époque encore considérée comme une mère nourricière. Or, on peut observer que l'évolution des cuisines est sensiblement liée à l'évolution du statut de la femme au sein de la société. L'arrivée des appareils électroménagers au sein des foyers, permet aux femmes de s'émanciper de certaines tâches ménagères et de s'investir dans d'autres activités comme par exemple une activité professionnelle. C'est l'ère de la mécanisation des ménages.

Une révolution qui n'est non pas portée par l'idée de libérer les femmes de leurs corvées, mais par l'industrie de l'armement qui après la seconde guerre mondiale souhaite investir leurs progrès techniques au sein des foyers afin de générer du profit. C'est ainsi qu'apparaît les Salons d'Arts Ménagers dont l'objectif est de faire connaître ces appareils innovants au grand publique. La première édition du *Salon des Arts Ménagers* aura lieu à Paris en 1923 sous la direction de Jules-louis Breton. Pourtant, il faudra attendre 1948 pour que le Salon, tenu désormais au Grand Palais, connaisse un véritable succès auprès des consommateurs. Une dizaine d'années supplémentaire s'écoulera, avant que les foyers français puissent s'offrir le confort domestique exposé lors du *Salon des Arts Ménagers*, par exemple, c'est en 1960 que le réfrigérateur domestique sera démocratisé. Claire Leymonerie, historienne spécialisée dans le design, précise que les *Salons d'Arts Ménagers* sont nés afin d'initier les générations d'après-guerre à découvrir un nouveau confort :

« La formule du Salon des Arts Ménagers tel qu'il s'est tenu dans les années 1950 correspondait à un besoin historique, celui d'un accompagnement à la consommation pour une génération qui après les rigueurs de la crise et de la guerre aspire à acquérir les outils du confort domestique ».

Claire LEYMONERIE





Cuisine manoir stuart.
1620. HomeAdvisor.
2020 © HomeAdvisor.
(Image A)

Cuisine victorienne.
1870. HomeAdvisor.
2020 © HomeAdvisor.
(Image B)

Cuisine intégrée.
1960. HomeAdvisor.
2020 © HomeAdvisor.
(Image C)

La découverte de ce nouveau confort entrainera par la suite une nouvelle consommation : la consommation de masse. Aujourd'hui, on ne compte plus les appareils qui hantent les placards de nos cuisines suréquipées, si bien que nous avons tendance à confondre l'art de la cuisine et ce que l'on pourrait nommer une cuisine d'assemblage où notre seul travail est d'ajouter, sans réfléchir, les ingrédients dictés par un autocuiseur.

Alors si les appareils d'électroménager rendent plus accessible des préparations complexes, ils sont également la cause de notre impatience en cuisine. Si bien qu'indirectement, ils entraînent la perte de certains savoir-faire, par exemple, la recette du *Pastis Gascon* demande une préparation de vingt-six heures avant de pouvoir être déguster. Un temps qui semble vertigineux et qui entraîne le désintérêt des pâtisseries amateurs pour cette recette traditionnelle occitane. D'autant plus, que cette recette ne peut être reproduite à l'aide d'une quelconque machine. La pâte fine qui compose ce gâteau peut être réalisée qu'à la main. Une contrainte qui fait fuir un bon nombre de cuisiniers et fait de ce savoir-faire : une recette uniquement connue d'un petit nombre d'érudits.

Le fait que le mangeur passe de moins en moins de temps derrière les fourneaux est un fait établi par la dernière enquête, publiée en 2012, de l'INSEE . Cette enquête met en évidence notre impatience :

« Entre 1986 et 2010, le temps quotidien moyen consacré à faire la cuisine s'est réduit de 18 minutes en métropole, passant de 1h11 à 53 minutes. »

Alors comment expliquer à contrario, que la cuisine soit devenue le cœur du foyer contemporain ? Un lieu détruisant l'image d'une corvée cachée, et laissant place dans nos esprits à la convivialité. Un lieu ouvert où la famille se réunit, mange et partage ; au détriment des salles à manger qui

servaient autrefois de lieux de réceptions et qui tendent désormais à disparaître. Le *Projet Avenue* présentée par Cuisine Steam est représentatif de ces bouleversements. Aucuns murs ne séparent la cuisine du reste de l'habitation. C'est un lieu sans délimitation qui constitue le cœur de la maison. C'est la disposition que l'on nomme aujourd'hui « la cuisine américaine », un espace harmonieux alliant à la fois un cadre apaisant à un lieu source



Projet Avenue.
Cuisines Steam. 2018.
© Mélanie Elliott.

de vie familiale. La designer Patrizia Giacomini explique avec ces quelques mots : « Les lignes sont floues entre la fin de la cuisine et le début du salon et l'espace est harmonieux, fluide et accueillant », le but du *Projet Avenue*. Un objectif illustrant le nouveau cahier des charges des cuisines contemporaines.

Si le *Projet Avenue* représente le portrait idéale de nos cuisines contemporaines, ce foyer familiale

ne cesse d'évoluer. Designers et ingénieurs ne cessent de penser son futur, en incluant notamment des outils connectés. Les cuisines sont, en voie de devenir des lieux ultraconnectés, capables d'anticiper ou d'optimiser nos habitudes. Un système qui peut être tout aussi vertueux que pernicieux. En effet, en cherchant à nous aider dans nos tâches ménagères, les outils connectés peuvent nous permettre de progresser dans notre pratique de la cuisine, mais également de consommer de manière plus responsable. Néanmoins, en souhaitant nous aider certains outils peuvent parfois nous infantiliser et nous entraîner davantage vers un comportement passif. Si bien, que nous pourrions être en proie à subir notre propre quotidien, plutôt qu'en être l'acteur principal. L'ajout d'outils connectés ne doit pas devenir une lubie. L'objectif n'est pas de concevoir des cuisines robotisées.

Par exemple, en 2015, le géant du mobilier suédois **IKEA™** en partenariat avec des étudiants en design de plusieurs écoles comme la Design Academy d'Eindhoven, présentent au Salon du mobilier de Milan : la *Concept Kitchen 2025*. Un projet prospectif qui illustre une cuisine interactive. En ajoutant des capteurs au sein du mobilier, l'enseigne **IKEA™** et les étudiants proposent une pièce plus respectueuse de l'environnement en aidant les habitants à recycler ou à trier d'avantage leurs déchets. Le plan de travail permettrait, en effet, d'accompagner les

utilisateurs dans la préparation de recettes par le biais de projections. Ce qui peut sembler plus étonnant, c'est la disparition du réfrigérateur remplacé par des boîtes hermétiques en terre cuite. Cette disparition serait dû à l'augmentation de la livraison de produit frais à domicile. Un futur qui se rapproche de notre réalité. L'objectif de ces nouvelles formes de consommation est d'éviter le gaspillage alimentaire. Pour compléter cette démarche, un compartiment permet aux habitants d'effectuer un tri minutieux des déchets. Un élément qui permet aussi le compostage des déchets alimentaires non-comestibles.

Toutefois, une question subsiste dans nos esprits : comment nos cuisines sont-elles devenues des lieux de plaisir ?



Kitchen Concept 2025.
IKEA™ en partenariat avec de multiples étudiants appartenant à différentes écoles de design.
2015 © **IKEA™**.

De la corvée au plaisir

Faire de la cuisine a longtemps été lié à une corvée, et non au plaisir. Ce n'était pas une activité optionnelle que l'on effectuait pour se détendre. C'était une charge mentale, au centre de l'attention de nombreuses mères de famille. Alors, comment avons-nous pu transformer une corvée domestique essentielle à notre survie en une activité de loisir ?

La naissance d'une nouvelle consommation

Ce changement de perception a été provoqué en grande partie par l'industrie influée par une pensée capitaliste importée des Etats Unis, après la seconde guerre mondiale. Tout commence par la démocratisation de la boîte de conserve. Si son invention remonte bien avant la seconde guerre mondiale, il faudra presque un siècle pour qu'elle soit intégrée à la consommation des ménages français.

En effet, c'est en 1795 que le confiseur français Nicolas Appert réussit à mettre au point les premiers pots de conservation. C'est la naissance de l'appertisation, une technique de conservation qui consiste à fermer hermétiquement des bocaux en verre avant de les stériliser en utilisant la chaleur. Les aliments peuvent désormais être conservés pendant plusieurs mois sans altérer leur goût ou leur apport en vitamine. Napoléon lui-même offrira au confiseur un financement pour perfectionner ses recherches. Il publiera par la suite un ouvrage pour diffuser et partager sa connaissance avec le monde. Par la suite, c'est l'anglais Pierre Durand qui déposera un brevet de la boîte de conserve en fer blanc, un produit de luxe en France qui est utilisé avant tout pour la conservation des sardines. C'est lors de la première guerre mondiale que son usage commencera doucement à se faire connaître grâce à la vie militaire et aux cantines scolaires.

Cependant, il faudra attendre la fin de la deuxième guerre mondiale et l'arrivée d'un mode de vie dit à l'américaine pour que cette invention se démocratise au sein des foyers français. Cette technique de conservation bouleversera le



quotidien des mangeurs qui étaient jusque-là encore habitués à des techniques ancestrales comme le séchage, la salaison ou encore la fermentation.

Influence de l'idéologie américaine donne également naissance à de nouveaux lieux de consommation : le supermarché. Le premier supermarché ouvre ces portes, en 1958, à Reuil-Malmaison, en banlieue parisienne. Conçu par l'entreprise **Goulet-Turpin**, la grande surface offre aux français un concept révolutionnaire, en lui permettant d'effectuer tous ces achats domestiques sous le même toit. C'est ce que l'on nommera les supermarchés « à la française ». Ainsi s'instaure la notion de libre-service. La consommation de masse commence alors à éclore. Si ce modèle de magasin inquiète certains, en réalité beaucoup de consommateurs n'hésitent pas à parcourir de grandes distances pour se rendre dans ces nouvelles enseignes de la distribution. L'historien Jean Claude Daumas³⁵ explique, par ailleurs, l'ambivalence des français face à ces nouveaux commerces :

« Certes les clients du supermarché apprécient les prix intéressants, le fait d'avoir tous les produits alimentaires sous la main, la propreté du magasin et la rapidité des courses, mais il leur faut se familiariser avec le préemballage des produits, et le maniement des chariots. Beaucoup déplorent l'attente aux caisses, l'absence de chaleur humaine et le stress inhérent au libre-service. ».

Jean Claude DAUMAS

Toutefois, malgré ces quelques reproches, les supermarchés et les hypermarchés s'inséreront rapidement dans nos habitudes d'achats, représentant vingt-cinq pourcents de la distribution alimentaire dès 1969. Ces nouveaux temples de la consommation étoufferont peu à peu les petits commerces et entraîneront la désertion des centres-villes.

La naissance de ces grandes surfaces a néanmoins été possible grâce à de nombreux progrès scientifiques qui permettent de poursuivre la recherche autour de la conservation des aliments. Des progrès qui feront ainsi éclore de nouvelles habitudes chez les consommateurs. L'apparition du plat surgelé est l'exemple le plus représentatif de ces nouveaux modes de conservation. Mis au point par deux américains à quelques années d'intervalle, cette technique de conservation sera brevetée, en 1924, par Clarence Birdseye³⁶. C'est après avoir observé les habitudes des Inuits du Labrador, que le biologiste trouve une

Première conserve.
Nicolas Appert.1795
© Jean-Paul BARBIER.
(Image A)

Usine d'haricot en boîte.
Wisbech, Angleterre.1934
© Inconnu.
(Image B)



Caissières du premier hypermarché Carrefour.
Sainte-Geneviève-des-Bois
1963 © Carrefour.
(Image C)

Premier hypermarché Carrefour.
Sainte-Geneviève-des-Bois
1963 © Carrefour.
(Image D)

*Express-Marché,
Goulet-Turpin.*
Rueil-Malmaison
1958 © Laurent Leroy.
(Image E)
(Image F)



technique permettant de conserver les aliments grâce au froid. Une découverte qui sera enrichie par William Leslie Maxson³⁷ qui mettra au point le premier plat cuisiné surgelé. Ces préparations seront notamment distribuées dans lors de longs trajets aériens. En France, c'est l'entreprise **Findus**TM qui entreprend de développer les premiers plats surgelés en proposant aux mangeurs des poissons cuisinés à la bordelaise ou à la provençale. Les produits surgelés permettent alors de démocratiser lentement l'usage du micro-onde, un appareil aujourd'hui considéré comme essentiel à toute cuisine. Cependant, l'historienne Aurélie Brayet³⁸ précise que l'usage de ces innovations était tout d'abord réservé à des familles aisées avant de se démocratiser peu à peu :

Par ailleurs, l'arrivée de ces bouleversements de consommations permet aux mangeurs de consommer des aliments hors saison. Notre alimentation s'émancipe alors définitivement du rythme de la nature. Les plats préparés prêts à l'emploi allègent la charge de travail des femmes au foyer, si bien que peu à peu, l'être humain n'a plus besoin de savoir cuisiner pour se nourrir.

Il peut assouvir sa faim de manière instantané, sans le moindre effort, réduisant ainsi son temps de salivation pourtant indispensable à la production de suc gastriques et par conséquent à sa bonne digestion.

L'industrie agroalimentaire alliée à celle de l'électroménager fait de la cuisine un acte optionnel, non obligatoire, au quotidien. Un phénomène qui s'est particulièrement accentué au cours des dernières années avec l'apparition de nouveaux services comme les plateformes de livraison à domicile : **Deliveroo**, **Uber eat**, **Just Eat**... Un secteur en expansion depuis 2013, qui offre au mangeur la possibilité d'acheter en quelques clics un plat préparé dans différents restaurants, bien souvent, issus de l'univers du fast-food. Ces nouvelles mouvances entraînent la distinction entre deux types de cuisines : la cuisine dite quotidienne qui s'apparente parfois au simple fait de réchauffer un plat commander ou d'ajouter un ingrédient

« Néanmoins, en France, le développement conjoint des marchés du micro-onde et des surgelés a d'abord été une spécificité urbaine de familles aisées [...]. Le micro-onde n'a pas pénétré les foyers ruraux, pourtant bien plus équipés en vastes congélateurs qu'il y a moins de dix ans »³⁹

Aurélien BRAYET



à des préparations alimentaires prêtes à emploi et la cuisine plaisir que l'on pratique à titre exceptionnel dans le cadre de préparatifs plus festifs. Une pratique entretenue par les amoureux du fait maison, de l'art de bien manger, qui prêtent souvent plus attention au contenu de leurs assiettes, par exemple lors de retrouvailles familiales. C'est cette perception de la cuisine qui sera projetée et popularisée par le biais de différents médias, transformant ainsi ce qui s'apparentait autrefois à une corvée cachée à un art minutieux pratiqué par des passionnés.

La cuisine s'affiche au petit écran

En 1953, en parallèle du *Salons des Arts Ménagers*, est diffusé la première émission culinaire : *Art et Magie de la Cuisine*. Le programme élève ainsi cette corvée au rang de divertissement, tout en contribuant à populariser l'image de la cuisine moderne, celle d'une cuisine tout équipée.

Dans un premier temps, l'émission est présentée par le comédien Georges Adet qui porte un tablier au-dessus de son costume. Elle rencontrera peu de succès auprès des téléspectateurs, c'est donc en 1954 que la **chaîne RTF**⁴⁰ confiera l'émission au cuisinier Raymond Olivier⁴¹ et à la présentatrice Catherine Langeais⁴². Le cuisinier fait connaître non seulement différentes techniques de cuisine professionnelle au grand public, mais également le prestige du métier de chef. Les différentes recettes présentées durant l'émission ne seront pas toujours accessibles aux cuisiniers amateurs, mais cela ne gêne en rien son succès. Le programme a pour objectif d'émerveiller le téléspectateur tout en l'instruisant sur ce que le chef dépeint comme de la haute gastronomie française.

Ces démonstrations feront alors naître un sentiment d'admiration chez les spectateurs. La cuisine appartient désormais aux arts du spectacle. On remarque, par ailleurs, que la présentatrice Catherine Langeais était chargée de vulgariser les propos du chef afin de les rendre familiers à l'oreille du téléspectateur. Une démarche qui fera peu à peu entrer certains termes professionnels dans le langage courant des cuisiniers amateurs.

De plus, si le public ciblé par ces émissions était tout d'abord un public de femmes au foyer, très vite celui-ci va s'élargir. Notamment au début du XXI^e siècle avec la création de l'émission **Oui chef !** présentée par Cyril Lignac⁴³, un chef qui est désormais encre dans le paysage audiovisuel français. Cette adaptation de l'émission britannique **Jamie's Kitchen**⁴⁴ fera apparaître un nouveau type d'émission de cuisine en faisant entrer la notion de compétition.

L'aspect pédagogique n'est donc plus l'objectif premier de ces programmes. L'objectif est de subjuguier et fasciner les Français qui deviendront par la suite de plus en plus friands de ces programmes, comme nous pouvons le constater encore aujourd'hui avec le succès retentissant de l'émission **Top Chef**, qui rassemblera en moyenne trois millions de téléspectateurs chaque mercredi soir en 2021.

Ainsi la perception de la cuisine évolue par ces moyens de diffusion, la cuisine n'est plus uniquement une activité manuelle, c'est un divertissement qui s'apprend à la télévision avec plusieurs égéries comme Cyril Lignac, Philippe Etchebest ou encore Joël Robuchon... Un média qui propulsera la cuisine loin de l'image des foyers et profitera à de nombreux géants de l'électroménager comme le **Groupe SEB** ou à des compagnies agroalimentaires tel que **Nestlé**TM.

Depuis quelques années, on peut néanmoins constater que la cuisine ne s'est pas uniquement emparée du petit écran. Aujourd'hui ce sont les réseaux sociaux, les blogs de cuisine et les podcasts qui nous dépeignent sa nouvelle image. Chacun peut désormais prendre la parole pour s'exprimer sur sa manière de faire, son régime ou ses astuces et recommandations.

L'alimentation s'est emparée de la toile par l'aspect fédérateur qu'elle génère chez chacun d'entre nous. L'un des exemples les plus caractéristiques de cette tendance est l'un des réseaux sociaux les plus utilisés : **Instagram**. Notre quotidien numérique est envahi d'images de mets diététiques, de photographies de dégustations, de plats réconfortants...



La cuisine construit son réseau

L'arrivée d'internet, au début des années 2000, a bouleversé notre société, et notamment notre manière de communiquer. L'information devient plus accessible et peut être transmise en quelques clics seulement. La médiatisation croissante de la cuisine dû à la télévision, fait naître très rapidement les blogs culinaires. Aujourd'hui, l'alimentation est l'un des sujets que l'on inscrit le plus dans la barre de recherche **Google**TM. Préparer un repas devient peu à peu un hobby qui rassemble un grand nombre de passionnés. Une enquête, réalisée par le blog culinaire **750 grammes**TM, illustre par ailleurs l'apparition d'une nouvelle forme d'amateurisme.

En effet, les bloggeurs ne se contentent pas d'écrire quelques astuces de cuisine une fois tous les six mois, ils s'investissent quotidiennement dans leur passion. Si en moyenne un Français passe environ une heure derrière les fourneaux, les bloggeurs culinaires s'exercent de manière intensive en accumulant une moyenne de trois heures par jour. Entretenir leurs pages internet d'un flux continu leur permet de s'améliorer, d'étendre leurs connaissances, mais avant tout de s'engager au sein d'un collectif d'initiés. Cependant, l'enquête établie, en 2011, révèle que l'une des premières motivations de ces journalistes de gastronomie amateurs est avant tout d'archiver leurs recettes personnelles afin de ne pas les égarer. L'envie de partage et d'échange est une motivation secondaire qui se développe en fonction du lectorat obtenu. Ces blogs de cuisines s'apparentent alors aux carnets de cuisines que l'on pouvait entretenir autrefois, la seule différence c'est qu'ils sont consultables par des inconnus. Les recettes ne sont donc plus des secrets que l'on transmet uniquement à nos proches, ou à notre cercle familial. Ce sont désormais des images qui se mettent en scène, surfant sur la démocratisation des réseaux sociaux.

En quelques années, les images alimentaires ont ainsi envahi notre quotidien numérique. Si bien qu'un plat ne doit plus seulement être bon en bouche, il se doit également d'être esthétique. Une exigence qui était certes déjà présente dans l'esprit des grands chefs, depuis les années 1960, mais encore absente dans celui du cuisinier

amateur. La notion esthétique de la cuisine contemporaine semble être apparue, plus précisément en 1964, lorsque Raymond Oliver observe l'harmonie de la cuisine japonaise exhibée aux des **Jeux Olympiques** de Tokyo. Le chef français Sebastien Lepinoy⁴⁵ précise néanmoins qu'avant cette période l'esthétique des mets ne faisait pas partie des prérogatives d'un cuisinier, qu'il soit professionnel ou amateur :

Ajouter de la notion d'esthétique dans nos assiettes semble alors être une habitude récente même aux restaurants. C'est pour cela que le dressage d'un plat apparaît encore régulièrement comme un art délicat réservé uniquement à la grande gastronomie.

En réalité, Antonin Carême⁴⁷, un cuisinier reconnu, au début du 19^{ème} siècle, cherche déjà à son époque à imposer la cuisine comme un art. Il sera par ailleurs le premier cuisinier à porter l'appellation « chef ». Abandonné par son père dès son jeune âge, il entrera au service d'un des plus grands pâtisseries de son époque, Sylvain Bailly, en tant qu'apprentie. L'atelier parisien se situe en face de la **Bibliothèque nationale**⁴⁸, un lieu particulièrement intrigant pour le jeune garçon. Au fur et à mesure de son apprentissage, il obtiendra l'autorisation pour à aller consulter les ouvrages de la bibliothèque afin de s'en inspirer.

Ayant quelques difficultés pour lire celui-ci va choisir de feuilleter chaque semaine de multiples ouvrages sur l'architecture classique afin dans comprendre les codes et les ornements. Emervillé par l'idée de la construction, il empruntera le style de cette architecture pour édifier des pièces montées, donnant ainsi naissance à de véritable sculpture culinaire. Précurseur de son époque, il publiera divers ouvrages sur les techniques de sa cuisine, mais également sur l'architecture. L'historien Pascal Ory⁴⁹ invité à la radio **France Culture** pour décrire le parcours de ce premier chef, conclura son récit en précisant que la démarche artistique défendue par Antonin Carême se rapproche bien plus des chefs d'aujourd'hui que ceux de son époque : « Carême est entrain de gagné, mais deux siècles après son combat »⁵⁰. Ainsi, Antonin Carême devient le père de ce que l'on nomme aujourd'hui l'art culinaire.

« La présentation française était pratiquement inexistante. Celui qui commandait un coq au vin dans un restaurant se faisait servir comme s'il l'avait lui-même préparé à la maison. Les plats étaient ce qu'ils étaient. La présentation était très basique »⁴⁶

Sebastien LEPINOY.

« Le beau a toujours fait partie de la cuisine, mais ce sont les saveurs, le goût qui l'ont façonné, la construisent. Avec Instagram, on est dans le domaine de l'éphémère, du copier-coller, du narcissisme : du paraître avant d'être. Mais les chefs qui savent être sont encore et toujours là. Une vraie cuisine d'auteur va et dure, au-delà de l'image. Alors que les petits Mozart disparaissent très vite »⁵³

Thierry MARX.

Or si cet art semble être un apprentissage, presque secret, réservé aux apprentis d'écoles spécialisées, l'apparition d'internet, puis des réseaux sociaux offrent la possibilité aux cuisiniers amateurs de se rapprocher des grands chefs par l'acquisition d'un nouveau savoir disponible en ligne. Les amoureux de la cuisine peuvent alors apprendre ou tenter d'imiter l'art culinaire de grands chefs qui choisissent de partager certaines recettes ou certaines images de leurs créations. Une démarche plus ou moins consenti par les professionnels qui permet toutefois à un public non-initié de découvrir ce que l'on nomme la haute gastronomie.

Selon Éric Frechon, chef cuisinier au restaurant parisien **Épicure**, c'est l'un des impacts positifs des réseaux sociaux sur les métiers de la bouche : « **Instagram**TM aiguise la curiosité, c'est aussi pour beaucoup une façon d'accéder à la magie des trois étoiles »⁵¹. Ceux qui n'ont pas la possibilité de se rendre dans les plus grands établissements de la gastronomie peuvent désormais la goûter en image sur **Instagram**. Une enquête menée par l'agence de communication **Sopexa**, souligne également que ces nouveaux réseaux sociaux ont remplacé les guides papiers auprès des jeunes générations. Nous sommes alors en droit de nous demander si d'ici quelques années la certification **Instagram**TM aura plus de crédit qu'une étoile dans le fameux **Guide Michelin** ?

Pour Thierry Marx⁵², l'une des figures de la cuisine française, les experts des guides papiers ne seront pas remplacés par les jolies images d'**Instagram**TM pour la simple et bonne raison qu'une belle image ne résume pas la cuisine d'un chef :

Cependant, certaines images culinaires n'ont pas nécessairement pour but de diffuser des recettes à but pédagogique ou faire connaître la haute gastronomie. En effet, les réseaux sociaux comme **Instagram**TM offre la possibilité à tout utilisateur lambda de se construire une identité artificielle. Une tendance qui est fortement enrichie par la publication

d'images de nourriture, sans pour autant que l'utilisateur soit un chef de restaurant, ni même un grand passionné de cuisine. L'objectif de ce phénomène est de paraître sous notre meilleur jour afin de susciter l'envie d'autres utilisateurs, appelé dans le langage courant les *followers*⁵⁴. Un exhibitionnisme alimentaire est né entraînant l'augmentation de ce que l'on appelle la « *gastropornographie* » ou le « *food porn* ». En 2021, *Instagram*TM recense plus de 445 millions de publications associées au mot-clé *#food*, 260 millions utilisent le *#foodporn* et 188 millions contiennent le *#foodie*. Des chiffres effarants qui témoignent d'une scopophilie gastronomique obsessionnelle.

Le terme *gastropornographie* a été utilisé la première fois par un critique gastronomique, en 1977, pour dépeindre le livre de Paul Bocuse, *French Cooking*. Inclus peu de temps après au sein du dictionnaire anglophone *Collins English Dictionary*, le terme est employé pour décrire « une représentation particulièrement sensuelle de la nourriture ». Le gastrophysicien Charles Spence constate, nous fait remarquer qu'il existe plusieurs astuces afin d'augmenter l'attractivité de notre alimentation. L'une des méthodes les plus efficaces consiste à mettre en mouvement des aliments. Le résultat sera d'autant plus probant s'il s'agit de protéine. Le laborantin insiste, notamment, sur le caractère pornographique d'une image d'un jaune d'œuf qui coule.

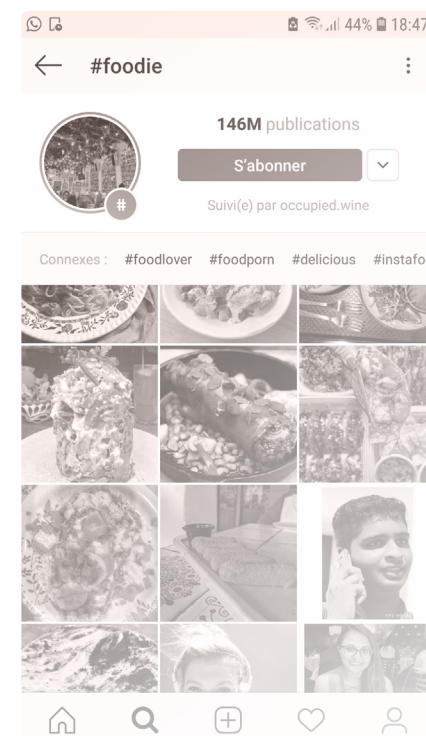
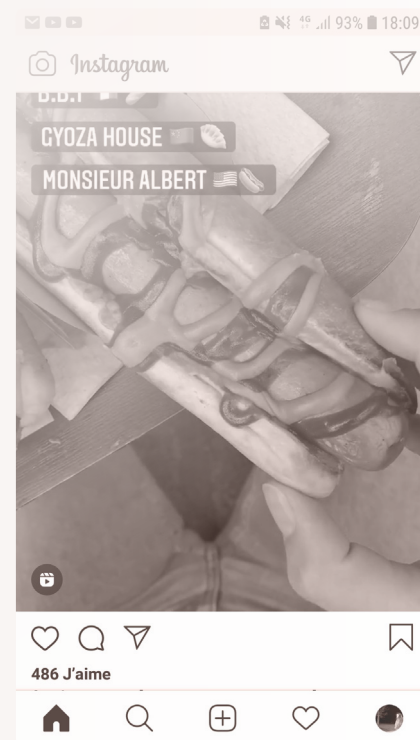
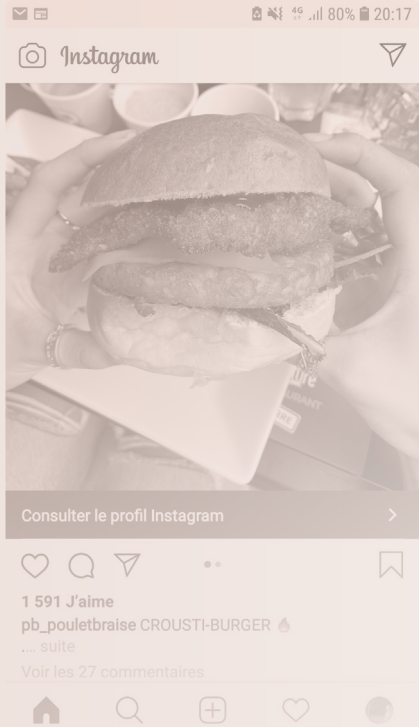
Notre quotidien est infiltré par des dizaines d'images gastropornographiques, une arme publicitaire redoutable qui augmente considérablement les ventes de produits alimentaires, bien souvent

industriels. La chaîne de magasin *Marks & Spencer*TM l'a bien compris et n'hésite pas à employer des images gastropornographiques afin d'améliorer ses ventes. En 2005, l'entreprise démarre sa campagne à succès *This is not just food*, les ventes augmenteront presque de 3 500 %. La campagne marquera tellement les esprits qu'une



This is not just food.
Charlie STEBBINGS
et Guy MANWARING.
©Marks&SpencerTM
(Image A) (Image B)
(Image C) (Image D)





Fil d'actualité Instagram™.

Paris. 2021

© Aurélia Bigard.

(Image A) (Image B)

(Image C) (Image D)

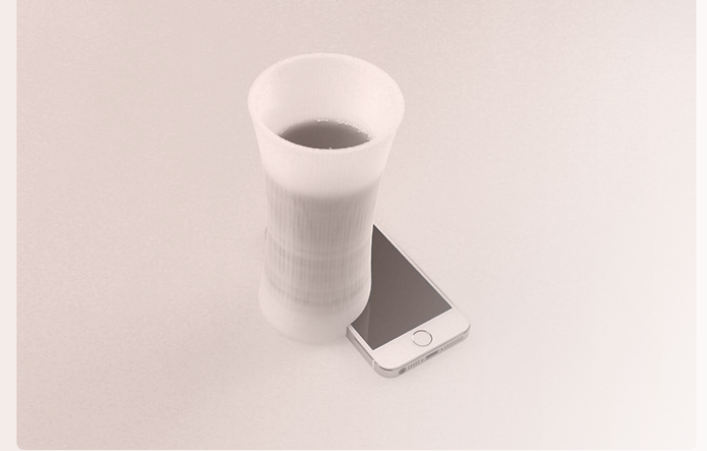
(Image E) (Image F)

Si à première vue la gastropornographie semble être une simple technique de marketing redoutable mais inoffensive, elle suscite plusieurs inquiétudes. Tout d'abord visionner des images dites *food porn* accroît la faim. En effet comme nous avons pu le voir précédemment un aliment se déguste avec l'ensemble de nos sens et pas seulement notre organe gustatif. Si autrefois, la vue permettait à nos ancêtres de trouver leurs aliments, aujourd'hui, elle nous permet d'ouvrir notre appétit en attisant notre envie. Un appétit qui est beaucoup plus attiré par des aliments malsains, lorsqu'il est soumis à la vision de ces images, souvent très caloriques. Cependant, l'une des plus grandes inquiétudes que l'on peut avoir lorsque l'on observe la croissance du *food porn* dans notre environnement concerne notre charge mentale. En percevant la représentation d'un plat notre cerveau effectue involontairement la simulation de sa dégustation sans faire de distinction entre une représentation appartenant au monde du réel ou celle d'une image virtuelle. La cuisine ne doit pas être considérée comme une simple image virtuelle. Or les réseaux sociaux sont solidement ancrés dans nos modes de communications, ce sont des médias qui possèdent désormais une forte influence sur notre consommation alimentaire par la valorisation de certains mets ou de certains régimes. Thierry Marx précisera, par ailleurs, que s'il est inimaginable de rejeter les réseaux sociaux, à l'heure actuelle, il faut garder à l'esprit ce qui fait la beauté de nos expériences culinaires :

Certains tentent toutefois de faire de la résistance face à ces nouvelles manières de table. Agacés par la prise de photographie constante lorsque le client reçoit son plat, plusieurs restaurants l'ont interdit. Le designer Mauricio Perrussi crée le verre *Offline*, pour le bar Salve Jorge, afin que tous les clients du bar se déconnectent de leur smartphone. Le designer souhaite alors éloigner les clients de leurs réseaux sociaux pour qu'ils puissent de nouveau partager un moment réel avec leur entourage ou même des étrangers. Par la suite, John Biggs⁵⁶ mettra à disposition les plans 3D en ligne afin qu'ils puissent être imprimés gratuitement. Toutefois, il est important de souligner que si ce projet

« Impossible de s'opposer à **Instagram**TM, c'est un outil très puissant. Parfois, on y découvre de petites pépites, mais en même temps, ça nous fragilise. Comme disent les japonais, la cuisine ça se regarde, ça se médite et ça se mange ! Il ne faut pas l'oublier ! »⁵⁵

Thierry MARX.



Offline.

Mauricio Perrussi. 2014.

© Mauricio Perrussi.

projet possède une bonne intention, il peut paraître très contraignant à la fois pour le client et les serveurs. Un verre renversé est si vite arrivé, d'autant plus qu'il ne peut être utilisé qu'avec certains smartphones uniquement. Pour le gastrophysicien Charles Spence, toutes ces manœuvres semblent être vouées à l'échec. En effet les réseaux sociaux ont imprégné tous les pans de notre alimentation, de la préparation à la consommation. Si bien qu'ils infiltrent même les cuisines de certains restaurants, qui s'inspirent des dernières publications des influenceurs ou autres journalistes amateurs à la mode.

Nous pourrions alors croire que la résonance d'internet et des réseaux sociaux au sein du monde de la cuisine entraînerait la disparition des formats papiers qui semblent aujourd'hui presque désuets. Pourtant d'après l'enquête menée par le site francophone **750 grammes**TM, que nous avons déjà évoquée, l'usage de livre de cuisine

« J'ai fait une brocante, j'en ai vendu parce que... Je ne sais pas, j'ai une penderie, haute comme ça [elle fait le geste], et c'est rempli de livres et j'ai des étagères remplies parce que je vais sur **eBay**TM et j'achète des bouquins de cuisine à un ou deux euros et je lis ça, je lis ça mieux qu'un roman »⁵⁷

Bloggeuse ANONYME.

reste très fréquent. Par exemple, un blogueur culinaire possède en moyenne une trentaine de livres concernant leur passion, une bloggeuse anonyme témoigne de son addiction à ces ouvrages illustrés :

L'évolution du livre de cuisine

À ce jour, le traité d'Apicius⁵⁸, *De re coquinaria*, est le premier livre de cuisine à avoir été retrouvé dans son intégralité. Publié au début du 14^{ème} siècle durant l'Antiquité romaine, il représente une référence dans le monde de la cuisine de l'époque, notamment chez les doges de Venise. C'est un recueil de recette qui sert de guide pour la confection de divers mets ou autres préparations comestibles.

Par la suite, si plusieurs traités de cuisine sont diffusés à travers l'Europe, c'est l'apparition de l'imprimerie qui révolutionnera la transmission de recettes. Le premier livre de cuisine imprimé est rédigé par le cuisinier du roi Charles V, Guillaume Triel⁵⁹, plus connu sur le surnom Taillevent. Intitulé *Le Viandier*, ce livre sera le plus diffusé au Moyen-Âge. Le titre est issu du terme latin *vivenda* qui signifie les « vivres », un terme qui sera ensuite employé pour concevoir l'étymologie du mot « viande ». Rédiger en ancien français, ce livre aborde de nombreux points communs avec les livres de cuisine rédigés au début des années 1930. L'objectif est d'instruire, ce sont des manuels de cuisine à la fois sérieux et précis. Ils ne possèdent aucune illustrations et sont bien éloignés de nos modèles actuels. A cette époque, les éditeurs français sont à la recherche de profils féminins pour devenir l'égérie de leurs futurs livres de cuisine. La maison d'édition **Albin Michel** choisira de publier le livre de Ginette Mathiot⁶⁰, une jeune femme spécialisée dans les arts ménagers, encore inconnue du grand public. Son livre intitulé *Je sais cuisiner* remportera un vif succès. Toujours édité il s'introduit ainsi dans de nombreux foyers français. Tandis que de son côté la maison d'édition **Hachette** emploie plusieurs personnes pour construire l'image de Françoise Bernard, une femme incarnée par le visage d'Andrée Jonquoy⁶¹, qui deviendra l'auteur du livre *Les recettes faciles*.

Ces égéries présenteront également au travers de leurs livres de nouveaux appareils ménagers. Par exemple en 1953, Françoise Bernard deviendra la représentante de la **cocotte-minute SEB** aux yeux de nombreux français. Ces livres permettront au lectorat de se familiariser avec ces nouveaux outils de préparation. Ils font gage de mode d'emploi, un concept toujours utilisé pour faire découvrir



aux cuisiniers amateurs les dernières technologies des arts ménagers. Par exemple, la styliste culinaire Séverine Augé s'associe à la marque **Moulinex™** pour mettre en avant les dernières innovations du **Groupe SEB** comme le **Cookeo Touch** commercialisé au cours de l'année 2020 dans différents livres de recettes.

Toutefois, une évolution s'observe. En effet au fil du temps, l'édition du livre de cuisine s'ouvre à plusieurs typologies. Témoin de notre société alimentaire, il représente un domaine encore fleurissant du monde de l'édition, malgré notre entrée dans l'ère du virtuel. En 2016, l'édition culinaire représente environ dix-sept millions des ventes annuelles en France, un chiffre non-négligeable.

Aujourd'hui si le livre de cuisine conserve parfois un aspect pédagogique, les auteurs introduisent souvent une pointe d'humour et d'indulgence dans leurs discours pour apporter un aspect plus léger aux livres. Un livre de cuisine dépasse la simple leçon d'apprentissage ménagère. Bien que certains ouvrages choisissent avant tout de rester pragmatique et accessible à tous, la forme du discours n'est pas l'unique changement que l'on peut observer. Le format de certains livres évolue également. La plupart se rapproche peu à peu du livre d'art. Les images sont presque plus importantes que les informations fournies par l'auteur. Les lecteurs feuilletent ces éditions de prestiges à la recherche d'inspiration. Ces ouvrages ne sont plus placés dans un placard de notre cuisine, ils sont fièrement exposés sur nos étagères à la vue de tous. Une mise en scène qui contribue au bouleversement de notre vision de la cuisine en la plaçant au rang des Beaux-Arts. On peut par ailleurs observer que chaque grand chef cuisinier publie une trace de son travail, un recueil qui ne regroupe pas uniquement leur recette, mais qui présente également leur démarche à la manière dont le ferait un artiste.

L'une des catégories souvent oubliée du livre de recette sont les carnets de recettes familiales. Autrefois, témoin des cours de cuisine enseignés aux jeunes femmes dans les écoles, ils symbolisent le fantasme d'une cuisine souvent bien éloignée de la pratique réelle de leurs propriétaires. Étudier la cuisine à l'école permettait de standardiser les

pratiques alimentaires et ainsi de façonner une identité patriotique et régionale. Le journaliste culinaire Éric Roux a fait le choix d'étudier ces carnets afin d'essayer de les comprendre. Il précise qu'il existe une multitude de carnets différents. Or si beaucoup apparaissent comme de faux témoignages, d'autres représentent l'identité intime d'une famille, révélant avec transparence leurs pratiques alimentaires. Le journaliste ajoute qu'entre ces deux extrémités se dessine le portrait d'une société culinaire à un moment T :

« On a tous des degrés de différence mais ces derniers sont intéressants, car c'est une photographie de pratiques alimentaires, tout à la fois d'une région, d'un milieu social et d'une période puisque la cuisine résonne avec son époque »⁶²

Eric ROUX.

En réalité, il faut prendre conscience que la plupart de ces carnets, écrits à la main, enferment des recettes familiales qui se transmettent de génération en génération. Eloignés de la cuisine de tous les jours, ce sont des recettes qui éveillent souvent le goût de l'enfance comme l'évoque la madeleine de Proust. C'est la conservation d'un goût familiale, un héritage que l'on transmet à notre entourage tout en l'adaptant à notre palais gustatif. La psychanalyste spécialisée dans la transmission intergénérationnelle explique qu'en essayant de cuisiner des recettes familiales à notre manière on renforce ainsi notre lien de filiation. L'une des fondatrices du podcast *Casseroles*, Zazie Tavitian⁶³ avouera au cours d'une interview qu'en cuisinant avec ces proches, elle a pu retrouver le goût de son enfance, tout en écoutant ces proches se confier. Ces carnets personnalisés illustrent alors un pan de notre histoire culinaire, et s'inscrivent dans notre héritage culturel. Cet héritage à la fois intime et collectif se partage et construit le paysage culinaire français.

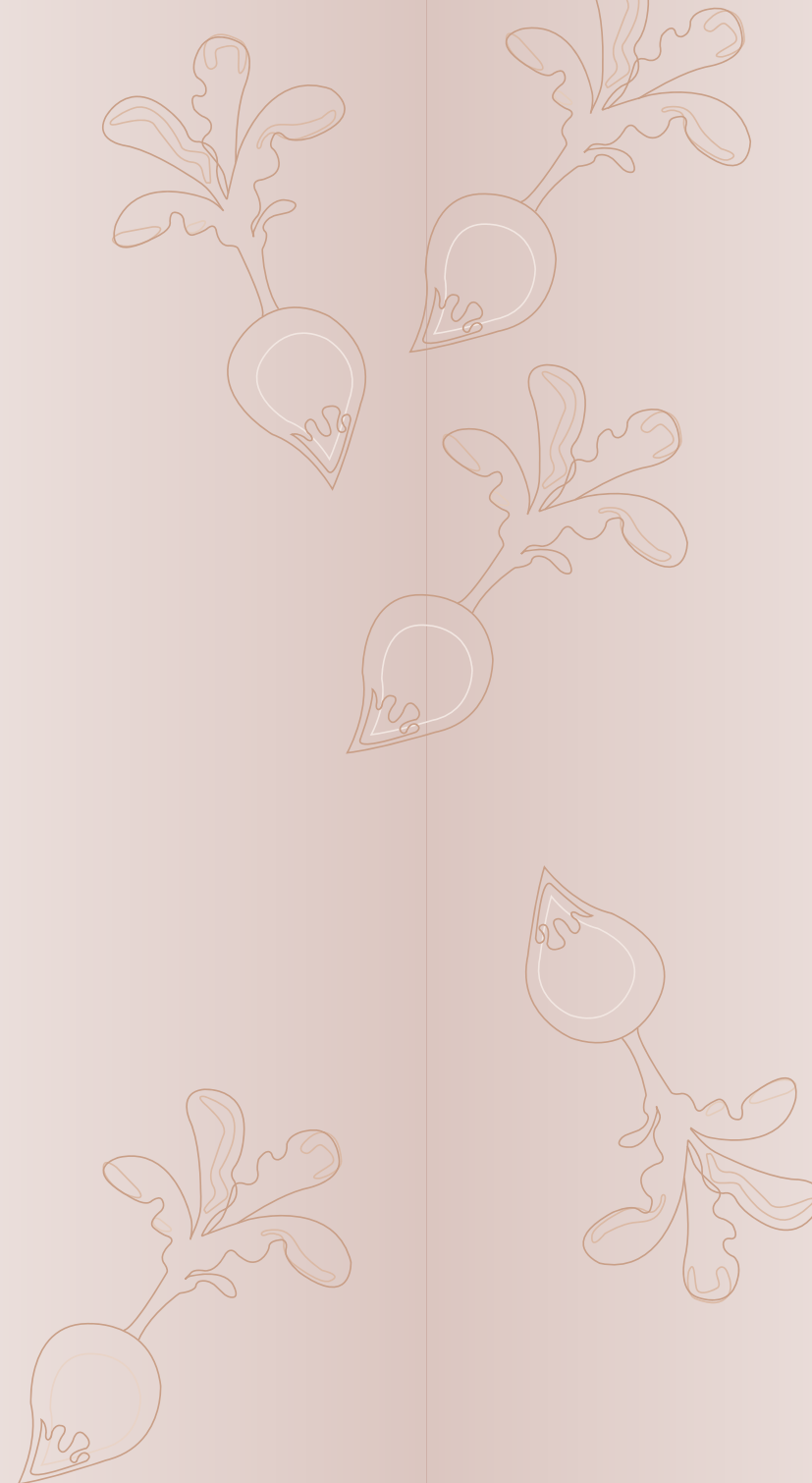


Alimentation : la construction d'un domaine d'étude

L'alimentation a souvent été délaissée par le domaine des sciences. Considérée comme un fait quotidien, c'est suite à l'apparition de différentes crises liées à nos assiettes et à notre santé, tels que la vache folles ou l'augmentation de l'obésité, que certains chercheurs choisissent d'orienter leurs études sur cette culture dite populaire. Au cours des années 1960, l'alimentation s'impose alors comme un thème d'un nouveau genre dans les universités francophones, mais également anglophones. Roland Barthes, Claude Lévi-Strauss et d'autres intellectuels avant-gardistes publieront rapidement des articles à ce sujet, avant que la plupart des recherches s'orientent principalement sur la place du goût dans notre société. Une problématique qui apparaît suite à l'émergence de la mondialisation et sera intellectualisée à l'**Institut français du goût** à partir de 1975. Sociologues et anthropologues analysent ainsi à la fois nos pratiques alimentaires et nos comportements. Cette approche socio-anthropologique française donne naissance à différentes disciplines indépendantes qui peuvent, néanmoins, se lier les unes aux autres. Une méthode de recherches qui à la même époque s'oppose fermement à la démarche pluridisciplinaire des **cultural studies** présente dans le monde anglophone.

Née en 1964 à Birmingham, ce nouveau champ de recherche entrainera la construction du **Centre for Contemporary Cultural Studies**, dont le manifeste intitulé *La culture du pauvre, étude sur le style de vie des classes populaires* en Angleterre, écrit par Richard Hoggart⁶⁴, dépeint l'alimentation d'un point de vue sociologique, ethnologique et littéraire. L'ouvrage se concentre davantage sur les cultures populaires et locales au sein de la vie quotidienne que sur les conflits entre les différentes classes sociales. Il dépeint ce que l'on nomme la subculture, c'est-à-dire, une culture locale, ethnique, de masse ou créée au travers des médias.

Ainsi l'objectif premier des **cultural studies** est de se préoccuper davantage des cultures communes et de s'éloigner



promptement des thèmes classiques d'une culture élitiste. La thématisation de l'alimentation rassemble par conséquent un grand nombre de penseurs, si bien que l'expression « **food studies** » sera employé dans un recueil collectif publié par Elisabet Furst, Ritva Prättälä, Marianne Ekström, Lotte Holm et Unni Kjaernes sous le titre *Palatable worlds. Sociocultural food studies*, en 1991.

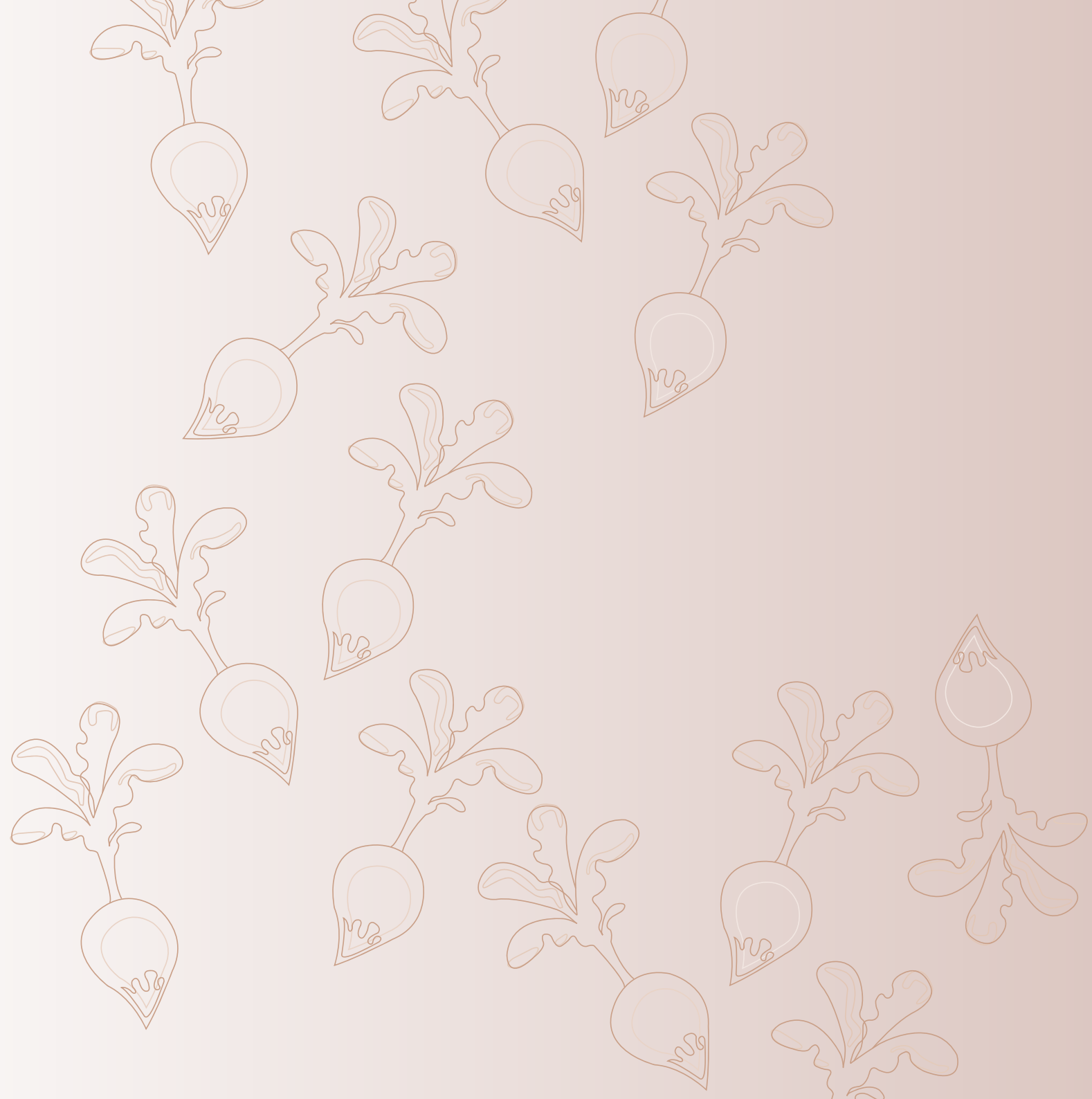
De plus, les **cultural studies** seront particulièrement populaires au sein de la division littéraire des Etats-Unis. Plusieurs intellectuels américains fascinés par cette démarche intégreront ce mouvement émergeant. À cette époque, règne également l'influence d'intellectuels français sur le monde universitaire américain, si bien que certains textes francophones seront traduits et publiés pour compléter les travaux de recherches des cultural studies.

Regroupés sous le nom de la **french theory**, ces textes deviennent de véritables références pour un bon nombre d'universitaires américains. Or si ces ouvrages sont en effet francophones, ils n'ont pas été publiés dans l'objectif de concevoir un ensemble cohérent, la création du mouvement est la conséquence d'un quiproquo. Beaucoup de chercheurs français refuseront, par ailleurs, catégoriquement d'être associés à ce mouvement qui ne témoigne d'aucune logique. D'autre part, la méthode de recherche pluridisciplinaire qui découle des **cultural studies** sera fortement critiquée notamment par le scientifique Alain Sokal⁶⁵ qui pointe du doigt, au travers d'un canular, le manque de rigueur dans la récolte des informations de certains de ces confrères. Un fossé sépare la sociologie alimentaire française et les travaux des **food studies** anglophones.

Durant nos recherches nous nous concentrerons plus particulièrement sur les chercheurs français qui nous ont permis de dessiner le paysage culinaire français. Ce choix nous permet d'analyser l'impact de l'alimentation sur une culture précise. En outre, pour contextualiser l'essor de la sociologie alimentaire, il faut se téléporter en 1981. Le parti socialiste représenté par François Mitterrand vient de remporter les élections présidentielles et la culture s'installe de manière exponentielle dans l'économie française, en suscitant l'apparition de nouveaux marchés

comme celui du tourisme, des activités de loisirs ou récréatives. La cuisine appartenant à la culture populaire ne fait pas exception et intègre de multiple marchés économiques comme celui de l'édition, du tourisme ou encore de la télévision. Comme nous l'avons présenté précédemment, ces différents marchés transformeront l'image de la cuisine et ainsi de l'alimentation dans notre quotidien et également au sein des centres universitaires. Les étudiants se passionnent alors pour des cursus autrefois délaissés comme la sociologie, l'histoire, la géographie et la psychologie, des districts où l'alimentation est un champ de recherches infini. Ce nouvel intérêt permettra l'ouverture de cursus spécialisés qui s'interrogent sur les origines de la gastronomie française, la mutation de nos pratiques alimentaires ou autre attrait de la sociologie alimentaire.

Pour mieux comprendre le paysage culinaire français, nous ferons appel à différentes études sociologiques qui ont été établies au cours des dernières années. Néanmoins, avant de nous pencher sur les différents visages de notre société alimentaire contemporaine, nous allons tenter de définir ses origines et son histoire.



L'art de vivre à la française : un héritage

Un art de vivre est un mode de vie qui est dépeint une manière de procéder au quotidien. Il encadre des valeurs, des coutumes et des habitudes entretenues par une communauté. Un art de vivre se parfait par une culture et localité. C'est un modèle de conduite, un savoir-être qui s'acquière parfois inconsciemment au fil de notre vie. La gastronomie est un savoir-faire qui appartient pleinement notre art de vivre.

La construction d'une gastronomie

La cuisine française est reconnue à travers le monde pour son excellence, ses mets somptueux et ses manières de table. Au-delà, de répondre à un besoin biologique, la grande cuisine française a pour ambition d'associer avec harmonie le goût des aliments d'un mets, et les vins ou autres boissons qui l'accompagnent. C'est ce que l'on nomme « la gastronomie ». Employé pour la première fois en 1801 dans le titre d'un poème lyrique de Joseph Berchoux⁶⁶ *La gastronomie ou l'homme des champs à table*, le terme est composé du mot grec « *gaster* » qui signifie « estomac » et du mot « *nomos* » qui correspond au mot « loi ». Cependant, c'est le gastronome Jean-Anthelme Brillat-Savarin qui dictera sa première définition, en 1825, dans son ouvrage *La Physiologie du goût ou Médiations de la gastronomie transcendante*. Un texte qui aujourd'hui encore est considéré comme une référence dans le domaine de la gastronomie. Selon lui, la gastronomie est une connaissance qui s'enrichit :

« La gastronomie est la connaissance raisonnée de tout ce qui a rapport à l'homme. [...] Son but est de veiller à la conversation des hommes, au moyen de la meilleure nourriture possible »⁶⁷

Jean-Anthelme BRILLAT-SAVARIN.

Poulain⁶⁸ dans son ouvrage *Sociologie de l'alimentation*,

Par la suite, en 1992, le *Dictionnaire historique de la langue française* définira la gastronomie comme l'art d'une haute cuisine qui permet de concocter un bon repas. Une définition qui sera affinée par le sociologue Jean-Pierre

en 2002. Une définition qui distingue également l'alimentation et la gastronomie en introduisant la notion d'esthétique à la préparation alimentaire. Cependant, cet art culinaire ne représente pas uniquement la notion d'esthétique de la cuisine, mais également les règles de bien-séance lors de la dégustation d'un mets :

Ainsi, si la gastronomie se place en fait sociale dans notre société, une question subsiste : pourquoi la gastronomie est-elle française ? Est-ce qu'en tant que citoyen français nous sommes capable d'explicité ce que l'on revendique souvent comme étant une part de notre patrimoine ? L'anthropologue anglophone Jack Goody⁷⁰ explique qu'en réalité peu de français parviennent à exprimer distinctement la complexité de la gastronomie française, c'est un fait qu'il intitule le « phénomène de la myopie ». Autrement

dit la gastronomie est un art qui semble si profondément ancré dans notre identité culturelle, qu'il semble évident à nos yeux. Par exemple, bien qu'il existe une multitude de préceptes qui encadrent la gastronomie, ils ont été abandonnés au quotidien. Certaines de ces règles nous sont inculquées dès l'enfance. La plupart d'entre nous a déjà été confrontée à l'expression « Couteau à droite ! Fourchette à gauche ! » lorsqu'il est temps de dresser la table. A force d'être répété, ce concept devient un réflexe, un acte que l'on effectue inconsciemment par habitude. La gastronomie est un fait qu'on n'a pas besoin d'intellectualiser, on est accoutumé. C'est un habitus qui selon notre éducation va de soi. Cela explique notre difficulté à la formuler.

« La gastronomie est une esthétisation de la cuisine et des manières de la table, un détournement hédoniste des buts biologiques de l'alimentation, cette activité très largement encadrée par des règles sociales et à l'exercice de laquelle nous sommes condamnés plusieurs fois par jour »⁶⁹

Jean-Pierre POULAIN.

Plusieurs historiens et sociologues ont tenté de comprendre pourquoi la gastronomie, soit ce que l'on qualifie comme de la grande cuisine, est un encreé dans le territoire français. Tout d'abord, il faut prendre conscience que la renommée de la cuisine française est apparue progressivement au fil des siècles. Lors de l'émergence des premières industries au 17^{ème} siècle, contrairement à ces confrères européens, la France choisi de conserver ses terres agricoles et ainsi son identité rurale. L'agriculture

destinée à l'alimentation est privilégiée et la cuisine française commence à rayonner dans toute l'Europe par le biais de différents livres de cuisine qui mets en avant une cuisine sophistiquée en contraste avec la cuisine d'autre culture qui sont considérées comme trop fidèle aux préceptes religieux. En effet, les cuisiniers français vont quant à eux se détacher doucement des contraintes imposées par l'église et proposer de nouveaux mets, l'art culinaire français rayonne notamment grâce à la cour de Versailles et la publication de nombreux livres de cuisine illustrant des plats prestigieux comme *Le Cuisinier François* rédigé selon les indications de Pierre de La Varenne⁷¹.

La cuisine française souhaite se distinguer des cuisine italienne ou arabe jugées trop pesantes sur l'estomac. Délaissant peu à peu les épices au goût trop prononcées, les cuisiniers se lancent à corps perdu dans la quête du goût des aliments, c'est-à-dire, qu'ils souhaitent valoriser avec douceur les saveurs des aliments qui composent leur plat. L'un des apprentis du cuisinier, Nicolas de Bonnefons, expliquera en 1654 la nouvelle ambition des cuisiniers au travers de cette quête du goût des aliments, dans un ouvrage intitulé *Les délices de la campagne* :

Une dynamique qui s'éloigne des pratiques culinaires moyenâgeuses où les épices étaient fréquemment employées pour assaisonner les mets.

Le sociologue Jean-Pierre Poulain précise qu'on dévie d'une cuisine masquer ou le goût est camouflé à une cuisine qui offre un nouveau regard sur les propriétés gustatives des aliments. C'est notamment la naissance de ce que l'on nomme en cuisine les fonds de sauces, c'est-à-dire, des bouillons qui serviront de fondation à de multiples sauces comme le roux, une sauce généralement utilisée pour la confection d'une blanquette de veau.

De plus, de nouveaux légumes s'introduisent dans nos assiettes grâce à l'agronome, Jean-Baptiste de La Quintinie chargé du potager du Roi Soleil, notre spectre comestible s'agrandit et offre une multitude de combinaisons

« Il faut, dit-il que le potage aux choux sente le chou ; aux poireaux, le poireau ; aux navets, le navet et ainsi des autres... Ce que je dis des potages, j'entends qu'il soit commun et serve de loi pour tout ce qui se mange »⁷²

Nicolas DE BONNEFONS.



différentes. Par exemple, une rumeur d'antan affirme que Louis XIV raffolait des petits pois, un aliment qui jusqu'à présent n'était pas proposé à sa majesté.

En outre, le rayonnement de cette nouvelle cuisine sera également renforcé par la politique du roi qui souhaite exposer sa puissance aux yeux du monde. Pour cela, il décide, en 1650, de renvoyer les cuisiniers italiens qui préparaient autrefois les festins de la cour et de les remplacer par des chefs français chargés d'illustrer le prestige de la cour française par des mets sophistiqués. Créant un véritable culte autour de sa personne, le Roi Soleil transforme l'heure du repas en un spectacle extrêmement codifié auquel seuls certains privilégiés peuvent assister. Ainsi, lors du « grand couvert » une multitude de plat défile en silence sous le regard attentif de plus de trois cents personnes. De surcroît, à chaque déplacement du Roi, plusieurs cuisiniers l'accompagnent pour faire découvrir l'une des caractéristiques de la culture française aux autres royautes et ainsi représenter la puissance de la France. Louis XIV souhaite par la nourriture étendre sa « supériorité » dans le monde entier. Par conséquent, de nombreux chefs cuisiniers seront embauchés par des nobles étrangers qui souhaitent pouvoir goûter une cuisine réservée à l'élite du 17^{ème} siècle. L'art de vivre à la française devient une marque de distinction qui permet aux nobles de se discerner des classes populaires.

En parallèle, les premiers restaurants apparaissent à Paris. Le concept est influencé par le modèle des tavernes anglaises qui sont destinées à un public aisé alors que les auberges françaises sont davantage fréquentées par les classes populaires, qui possèdent généralement peu d'argent. À cette époque, se rendre dans un lieu pour déguster un plat uniquement pour satisfaire son plaisir gustatif est une idée révolutionnaire.

En 1765, le terme « restaurant » désigne dans un premier temps, un bouillon médicinal servi par la maison Boulanger, rue des Poulies : c'est la naissance du premier restaurant. Le lieu est par ailleurs défini par une inscription inspirée de l'évangile selon Saint Mathieu « *Venite ad me, omite qui stomacho laboratis, et ego restaurabo vos* » qui se traduit littéralement par la phrase « Venez

à moi, vous dont l'estomac souffre et je vous restaurai ». L'établissement sera cependant contraint de déménager rue Saint Honoré à l'hôtel d'Aligre. Par la suite, le terme « restaurant » désigne un lieu où vient se restaurer avant tout pour le plaisir. Ces lieux ne sont plus destinés aux voyageurs ou individus démunis où un seul plat est distribué. Leur objectif n'est pas de répondre simplement à un besoin biologique, mais d'offrir une nouvelle expérience culinaire en dégustant une cuisine délicate. Le mangeur possède pour la première fois l'opportunité de choisir ce qu'il souhaite déguster en échange d'une valeur monétaire. Il possède également le luxe de pouvoir choisir ces compagnons de table.

Toutefois, si les restaurants sont apparus avant la Révolution française, c'est à l'époque des Lumières qu'ils connaissent un véritable essor. Les cuisiniers qui étaient autrefois au service des aristocrates, n'hésitent plus à quitter leur emploi pour ouvrir leur propre restaurant afin de faire découvrir leur cuisine au monde. Par exemple, *Le Procope*, l'un des restaurants les plus fréquentés, est décrit par Montesquieu dans son roman épistolaire intitulé *Lettres persanes*.

Quelques années plus tard, plusieurs restaurants ouvriront à l'étranger. Ce sont des vitrines qui revendiquent une identité française, le premier restaurant de Boston en est le parfait exemple. Le lieu reproduit avec minutie les codes des restaurants français que ce soit dans son service, où dans le choix des mets proposés. Aujourd'hui encore l'image de la gastronomie française est en grande partie véhiculée par le secteur du tourisme. En 2012, le secteur de la restauration représentait cinquante-deux pourcents de l'emploi salarial en France. Si la crise sanitaire qui a débuté en 2019, risque de faire chuter considérablement ces dernières statistiques, cela illustre parfaitement la place de la gastronomie en France.

D'autre part, Il n'est pas rare de croiser lorsque l'on se promène dans certains pays étrangers, des enseignes de restaurants français proposant des classiques de notre gastronomie. Mis en avant sur internet, ces restaurants attirent particulièrement l'attention. Par exemple, le cercle de la gastronomie française est particulièrement

présent au Japon. Notamment au cœur du quartier tokyoïte Ningyocho où se trouve le restaurant *Chez André du Sacré Cœur*, fondé par Laurence et Yoshio Masuwaka. L'établissement propose à la carte de son menu la célèbre recette du bœuf bourguignon, un mets classique de notre gastronomie. Les vidéastes français Benoît Theveny et Louis Zénjas, vivant au Japon, sont d'ailleurs particulièrement émus de déguster ce goût rempli de nostalgie heureuse, à l'image de la madeleine de Proust⁷³. La cuisine française possède en effet souvent une place particulière dans le cœur des Français. C'est un héritage que l'on intègre toujours régulièrement dans notre quotidien, par exemple, lorsque l'on choisit de cuisiner un gratin dauphinois le weekend ou un pot au feu en hiver. Ainsi c'est un patrimoine que l'on défend souvent inconsciemment de manière coutumière, contrairement à d'autres cultures où la nourriture n'est pas revendiquée comme une partie intégrante d'un art de vivre. Selon une enquête menée par INSEE⁷⁴, nous pouvons remarquer l'amour que porte la plupart des Français à la cuisine par le temps qu'il passe à table, soit en moyenne de deux heures et onze minutes par jour. Un temps très élevé quand on le compare à celui de leurs homonymes européens, notamment, les citoyens du Royaume Uni qui accordent seulement une heure et dix-huit minutes à la dégustation de leur repas.

De surcroît, si la gastronomie française a pu construire sa renommée à la suite de plusieurs innovations et événements historiques, elle est également due à l'intégration d'aliments étrangers qui lui ont permis d'enrichir ses saveurs. Chacun de ces aliments importés en France au cours des siècles a été incorporé à des techniques de préparations traditionnelles. Par conséquent, les explorateurs du 16^{ème} siècle ont permis d'étendre le registre de notre cuisine. Une cuisine qui est encore aujourd'hui l'une des plus variées. La cuisine française a été influencée par de multiples cuisines tout au fil de l'histoire pourtant elle n'en a pas pour autant perdu son identité culturelle. Par exemple, la cuisine provençale, s'inspira fortement de la cuisine italienne en intégrant la tomate venue d'Amérique à ses recettes.

Pourtant aujourd'hui, une recette provençale sans tomate semble presque inimaginable. C'est à cause de cet

attachement à la nourriture et à l'évolution de la gastronomie que de nombreux français s'emploient à protéger avec passion ce patrimoine. Transmis de génération en génération, c'est un héritage populaire qui s'adapte à son époque. Toutefois, il paraît nécessaire de s'attarder sur cette notion de patrimoine que l'on chérie tant ces dernières années. Pourquoi est-il important de préserver et de le transmettre ce patrimoine en guise d'héritage aux générations futures ? Comment s'effectue cette transmission dans notre quotidien ? Qu'est-ce qu'un héritage ? Possédons-nous une responsabilité face à celui-ci ?

Le patrimoine immatériel : un héritage populaire

Le mot « patrimoine », provenant du terme latin *patrimonium* qui signifie « héritage du père », regroupe actuellement une multitude de domaines ayant attiré à notre passé ou à des traditions ancestrales. L'historien Loïc Bienassis définit le patrimoine comme l'ensemble des « trésors du passé »⁷⁵. Plus précisément le dictionnaire du **CNRTL**⁷⁶ enrichit cette expression en ajoutant la notion de conservation dans le but d'une transmission d'une génération à une autre. Autrement dit le patrimoine culinaire est un concept qui est défini et validé au sein d'une communauté dans l'objectif de le faire perdurer dans le temps. C'est une notion qui n'existe pas tant qu'elle n'est pas déterminée par une tierce personne.

Par conséquent, tout bien qu'il soit matériel ou immatériel peut prétendre au titre de patrimoine et devenir un trésor à protéger du temps qui passe. Une histoire à transmettre. D'autant plus que les moyens numériques permettent parfois de faciliter cette transmission et la diffusion d'informations. Par exemple, durant l'année 2017, on décompte plus de quatre cent millions de documents mis à la disposition du public par des services d'archives et plus de deux milliards de pages ont été consultées en ligne. L'histoire construit une partie de notre patrimoine et devient de plus en plus accessible, elle n'est plus réservée à une élite. Gabriel Monod⁷⁷, l'un des fondateurs de la science historique déclara : « Notre siècle est le siècle de l'histoire »⁷⁸ pour qualifier la fin du XIX^e siècle. Un fait d'autant plus renforcé aujourd'hui. En effet, plusieurs



chercheurs décrivent notre époque comme étant l'ère de la patrimonialisation. Une époque en rupture avec l'idéologie postmoderniste qui a contrario souhaitait rompre tout lien avec le passé. En effet, notre société contemporaine ne cesse de proclamer le terme patrimoine comme la preuve d'une marque de distinction à l'image d'une labélisation. Cette étiquette collectivement admise permet de construire une identité commune à un pays, une communauté ou une famille. C'est un processus de construction qui dessine une mémoire par le biais d'une filiation individuelle ou collective. Souvent apparue en réponse à de grands bouleversements sociétaux, l'historienne et philosophe allemande Reinhart Koselleck⁷⁹ précise dans son écrit *Le futur passé* que notre société a tendance à se réfugier dans le passé pour se rassurer face à un avenir qui apparaît comme incertain. Cette idéologie sous-jacente permet d'établir à partir de 1837, la notion de patrimoine au sein d'un décret et la mise en fonction de la **Commission des Monuments Historiques**. Si le terme n'est pas encore prononcé à proprement parler, c'est la première fois que l'on qualifie officiellement l'idée d'un héritage commun. Il faudra néanmoins attendre cinquante ans avant que la première loi soit rédigée pour protéger ce que l'on appelle désormais les monuments historiques. Par la suite de nombreuses lois entrèrent en vigueur pour protéger certains sites des destructions abusives ou des dégradations.

Toutefois, ce n'est qu'en 1978, que le terme « *patrimoine* » est inscrit dans la constitution française, peu après la convention pour la protection du patrimoine mondial organisée par l'**UNESCO**⁸⁰ afin d'établir un traité pour protéger les sites environnementaux et les biens culturels. Le traité est actuellement adopté par plus de cent cinquante pays à travers le monde. Cependant la notion de patrimoine ne se résume pas aux lieux physiques ou aux biens matériels. Une coutume, un langage ou encore une recette de cuisine représente aussi notre identité culturelle et se transmettent également de génération en génération au sein de différents groupes. C'est pour cela que l'**UNESCO** organisera à nouveau une convention en 2002 afin d'étendre la définition du terme aux biens matériels :

« Le patrimoine culturel immatériel constitue un ensemble vivant et en perpétuelle recréation de pratique, de savoir et de représentation, qui permet aux individus et aux communautés, à tous les échelons de la société, d'exprimer des manières de concevoir le monde à travers le système de valeurs et de repères éthiques. [Il comprend] les traditions orales, les coutumes, les langues, la musique, la danse, les rituels, les festivités, la médecine et la pharmacopée traditionnelle, les arts de la table et les savoir-faire »⁸¹

Définition de l'UNESCO

Cette nouvelle définition permettra l'inscription du repas gastronomique français en 2010 en tant que pratique sociale récurrente représentative d'un art de vivre qui met en valeur une harmonie entre l'homme et la nature.

Néanmoins si notre gastronomie a été officiellement inscrite récemment, l'expression « patrimoine culinaire » est en réalité déjà mentionné dans l'ouvrage d'Edmond Richardin⁸² intitulé *La cuisine française du 16^{ème} au 20^{ème} siècle, l'art du bien manger*. Ainsi la cuisine française est un patrimoine vivant, dont nous héritons par le biais de notre culture.

Par ailleurs, si la notion d'héritage et de patrimoine est liée à notre histoire ce ne sont pas des concepts figés dans le temps. Ils doivent vivre et être adaptés à leur époque et non sacralisés dans un temps disparu. En France, la conservation du patrimoine est une part qui transparaît dans notre quotidien et qui est fortement enseignée dans le milieu scolaire sans doute pour pouvoir instaurer ce que les politiciens à la tête de notre pays considèrent comme des valeurs républicaines. L'enseignante Françoise Choay⁸³ nous mets en effet en garde dans son essai *Le patrimoine en question*, en expliquant que notre dévotion envers ce que l'on nomme notre patrimoine transforme notre héritage en un passé momifié. C'est pour cela qu'un héritage n'est pas figé dans le marbre de manière définitive, il est préservé, transmis et s'adapte à son temps en fonction des usages et modes de vie. L'histoire, le patrimoine et notre héritage sont des notions importantes qui nous aident à construire notre identité, cependant, elles ne doivent pas freiner notre évolution future. Notre devoir de mémoire ne doit pas freiner la création d'une nouvelle histoire.

De plus, comme nous l'avons énoncé précédemment, l'histoire et le patrimoine n'appartiennent pas uniquement à une société d'élite, mais font partie du bien commun que tout le monde s'approprie à sa manière. Chacun

est libre de faire vivre son héritage comme il le souhaite. L'historien Guillaume Mazeau⁸⁴ en illustre un exemple, en évoquant les festivités encore présentes dans certains villages :

En d'autres termes l'héritage se construit par le peuple pour le peuple. La collection est également une autre façon de faire vivre le patrimoine, et de s'approprier des objets du passé. D'autant plus que l'on peut s'imprégner d'un héritage immatériel sans toujours s'en rendre compte en le côtoyant au quotidien. Par exemple, le travail du chercheur en sciences de l'éducation Romain Vincent⁸⁶, démontre que jouer à des jeux vidéo qui abordent des thèmes historiques dans leur univers permet de redonner une nouvelle vie à notre passé. Tout comme le patrimoine qui est un processus de sélection, l'histoire subit une réécriture constante de manière collective. L'exemple le plus explicite est sans doute l'encyclopédie en ligne **Wikipédia**TM.

Dans le domaine alimentaire, de nombreuses associations tentent de protéger notre patrimoine par des labels. Ces marques de distinctions sont employées pour mettre en avant un savoir-faire ou une recette parfois exécutée selon des traditions ancestrales. Plus précisément un label est une appellation créée par un organisme qui garantit une qualité correspondant à des normes établies au préalable. Ces étiquettes sont particulièrement présentes sur les produits de bouche, l'une plus connus est l'appellation d'origine contrôlée (AOP). Cette certification garantie à l'acheteur un produit fabriqué selon les étapes d'un savoir-faire français. Nous pouvons le retrouver notamment lorsque l'on désire acheter des pommes du Limousin, ou des châtaignes d'Ardèche.

Bien entendu, il existe également de multiples certifications pour les restaurants, comme les étoiles décernées par le *Guide Michelin* ou le label du *Guide du Routard*. Sans compter l'apparition de multiples sites internet qui recensent et classifient les établissements en fonction de divers critères plus ou moins subjectifs. Désormais chaque

« Pour s'en apercevoir, il n'est pas besoin d'aller très loin. Derrière leur apparence immobile voire un peu craquelée, les plus anciennes fêtes de village ou de quartiers sont les laboratoires vivants d'une histoire collective qui se réécrit au ras du sol »⁸⁵

Guillaume MAZEAU

produit est classé et étiqueté pour revendiquer un savoir-faire, une qualité dite supérieure ou encore une idéologie environnementale. Particulièrement présent dans le domaine de l'alimentation, ces labels de distinction sont censés aider le mangeur à faire son choix parmi les centaines d'opportunités qui s'offrent à lui. Si certains de ces labels sont en effet conçus pour protéger également les métiers de la bouche, ainsi que des fabrications traditionnelles, d'autres ne s'apparentent qu'à une stratégie marketing destinée à accroître les bénéfices des ventes. Selon le journaliste Frédéric Denhez⁸⁷ les labels ont uniquement pour but d'attirer notre regard afin de nous pousser à la consommation, mais ils ne sont pas toujours synonymes de « bons produits ».

« Dès lors que le produit – que nous avons acheté parce qu'il est vendu sous la marque, le label, le dessin ou la typo classe qui nous avait tant attiré – nous a satisfait, nous y reviendrons sans plus jamais y réfléchir »⁸⁸

Frédéric DENHEZ.

Si le journaliste nous met en garde sur la labélisation de certains produits industriels, il tente également de pointer du doigt les dérives de notre industrie agroalimentaire. Une industrie responsable de nombreux dégâts environnementaux, mais aussi de notre isolation sociale. Comment la surconsommation a entraîné le déclin de notre nutrition ? Quels sont les impacts de cette production à outrance sur nos pratiques alimentaires ?



Une industrie : source de menaces et d'anxiété sociale

Un paysage industriel agroalimentaire en construction

Notre paysage industriel émerge à la fin du 19^{ème} siècle, la population française paysanne disparaît au profit de la révolution industrielle. L'exode rural contribue à la métamorphose de nos paysages urbains. Notre société devient peu à peu une société de consommation, c'est-à-dire, une société où chaque individu : « s'entoure d'objets qu'il n'a pas produits ou vus produire »⁸⁹. Ainsi, un nouveau mode de vie en opposition avec l'autarcie des communautés paysannes se déploie. Le troc entre voisins est remplacé par des transactions monétaires. L'argent prend place au cœur de notre société, en transformant le moindre bien en valeur marchande. La pensée capitaliste apparaît, il n'est plus question de produire pour répondre à ces besoins, il faut vendre au monde. Ce radical changement de comportement est dû notamment à l'usage d'une innovation majeure qui bouleverse considérablement nos déplacements : la locomotive à vapeur. Si l'une des premières machines est mise au point par Thomas Newcomen⁹⁰ au début du 18^{ème} siècle, par la suite, c'est James Watt⁹¹ qui fournira des améliorations aux recherches de son prédécesseur. Il déposera un brevet en 1769, pour les nombreux perfectionnements qu'il apportera.

Néanmoins, comme nous avons pu le constater, il faudra attendre le 19^{ème} siècle pour que cette innovation à grande vitesse soit adoptée par les industries françaises. Cette attente est notamment due au coût élevé de la mise en service d'un réseau ferroviaire. Dorénavant, les produits de luxe ne sont plus les seuls à parcourir de longue distance. L'hostilité de la nature n'empêche plus le transport massif de marchandise. Les marchands n'ont plus besoin de multiples efforts physiques et financiers pour distribuer des aliments exotiques ou des divers produits venus d'ailleurs. L'utilisation de ce nouveau mode de transport permet d'accroître non seulement la production, mais aussi la demande des consommateurs.

Par conséquent, en s'éloignant des moyens de fabrication des produits, nos ancêtres ont effacé peu à peu des rituels traditionnels transmis de génération en génération. Ils ont également bouleversé notre rapport aux objets du quotidien. Aujourd'hui il est désormais rare de connaître toutes les étapes nécessaires à la production des biens qui composent notre environnement. Or cette ignorance nous éloigne de la réalité du travail nécessaire à la production, par exemple, d'un aliment. Aujourd'hui nos marchandises alimentaires possèdent divers moyens de transport, des moyens qui permettent la distribution rapide de nos marchandises alimentaires et qui nous éloigne définitivement de leur contexte géographique. L'économiste Karl Marx⁹² explique en effet que nous ne connaissons plus le processus de conception d'un aliment ou d'un objet et nous ne nous préoccupons pas ou peu des conditions de production :

L'économiste nomme ce phénomène la fétichisation, une évolution des mœurs qui nous fait oublier le cycle de production de l'objet. Il en va de même pour la chaîne de production d'un aliment. Peu d'entre nous s'interroge sur la provenance, les conditions de travail des employés qui ont permis cette production, les différents moyens qui ont permis de nous présenter ce résultat... En effet, aujourd'hui la plupart du temps lorsque nous faisons nos achats dans des centres commerciaux, les articles qui sont alignés devant nous ne représentent pas à nos yeux la valeur du travail d'autrui, mais une marchandise que l'on peut consommer en échange d'une somme plus ou moins onéreuse. L'argent qui était jusque-là une ressource de secours devient la principale valeur d'échange.

« Pas plus qu'on ne découvre d'après le goût du blé la personne qui l'a cultivé, on ne voit dans ce procès les conditions dans lesquelles il s'est déroulé, si c'était sous le fouet brutal du surveillant d'esclaves ou sous l'œil inquiet du capitaliste »⁹³

Karl MARX.

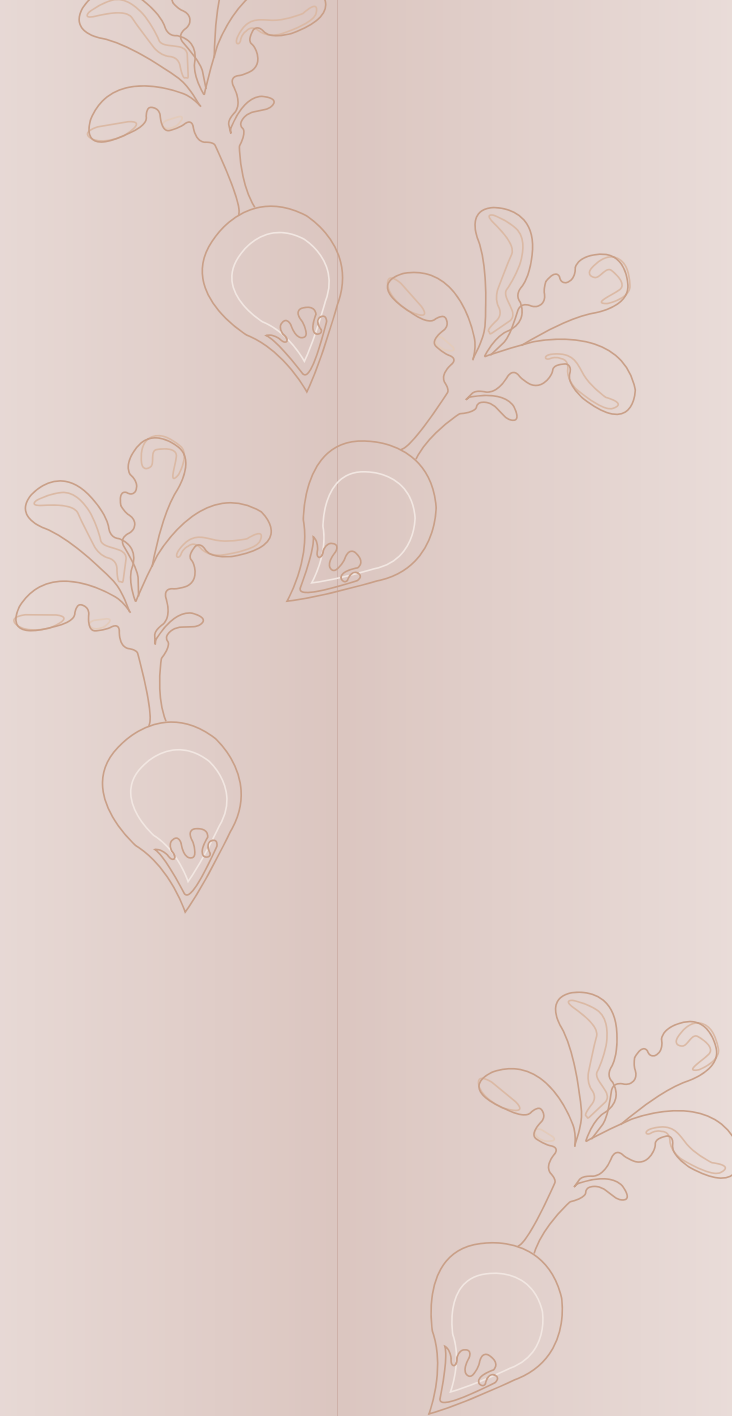
Dans le domaine de l'alimentation ce nouveau rapport au produit a entraîné notre désintérêt pour de nombreux rituels, pourtant essentiels à la consommation de nos repas. La viande en est l'exemple le plus significatif car au temps de nos ancêtres, il n'était pas rare d'assister ou participer à sa préparation. Autrement-dit, à l'abattage d'un animal comme le porc. Ce rituel réunissait, le temps d'un weekend, toutes les générations d'une famille

et parfois même des voisins. Les parents transmettaient non seulement des gestes ancestraux à leurs enfants, mais également la valeur de la vie. Faire de l'élevage ou de l'agriculture permettait ainsi de prendre conscience des différentes étapes de production essentielles à notre alimentation. Aujourd'hui, la viande vendue en barquette est dévitalisée pour faire oublier l'acte de mort qui se trouve derrière ces produits. Pire encore pour nous faire oublier la mort de l'animal qui compose notre assiette, nous utilisons un vocabulaire différent.

Par exemple, le cochon se transforme en viande de porc et la vache devient de la viande de bœuf. Cette vision dévitalisée est en partie la cause de notre surconsommation de produits carnés. Ainsi, ce qui appartenait jadis au domaine de la vie et de la nature n'est plus qu'une marchandise alors que paradoxalement l'animal domestique est sacralisé et personnifié. Cette distinction entre les animaux qui composent notre assiette et ceux qui deviennent nos camarades de vie est liée au sentiment de refoulement de la corporalité. Cette théorie est introduite dès 1939, par Norbert Elias⁹⁴. Le sociologue Jean-Pierre Poulain spécialisé dans le domaine de l'alimentation ajoute que notre société ne parvient pas à intégrer le meurtre qui nous permet de nous alimenter. Ce rapport aux biens matériels a permis l'éclosion de notre société de surconsommation.

De surcroît, nous n'avons dorénavant plus la nécessité de faire partie d'une communauté pour répondre à nos besoins. La production d'objets ou d'aliments n'étant plus nécessairement synonyme de travail collectif, chaque personne peut faire le choix de s'émanciper de sa collectivité. Notre esprit reste cependant souvent fortement influencé par l'image artificielle de nouveaux articles propagés par la publicité, notamment auprès des enfants ou des adolescents. En 2006, l'**Organisme Mondial de la Santé** pointe du doigt l'effet néfaste du marketing sur l'alimentation des plus jeunes et tente d'avertir les gouvernements sur la croissance exponentielle de l'obésité.

Auparavant, la collectivité supervisait l'individu constamment dans son quotidien jusque dans son intimité, allant jusqu'à vérifier la consommation d'un mariage le lendemain de la nuit de nocce. Dorénavant notre rapport à la



consommation offre à l'individu la possibilité de s'extraire du groupe en se tournant davantage vers une autonomie individuelle. Nous avons de moins en moins besoin d'un groupe pour répondre à nos besoins matériels, un fait qui n'échappe pas aux industriels qui n'hésitent pas à bâtir une grande partie de leur marché économique sur la notion d'individualité. Par ce détachement apparaît peu à peu la notion de vie privée et d'identité personnelle. Chacun est désormais libre de s'exprimer selon ses idéologies. Un comportement qui favorise l'expansion d'une société capitaliste qui rêve de bénéfice.

Ainsi, plongé dans une société d'abondance, le consommateur doit être séduit non pas uniquement par la fonction de l'objet ou, dans le cadre de l'alimentation, par ce qu'il va lui apporter comme bien fait nutritif, mais également par l'image de ce produit. L'idéologie représentée au travers d'une marque ou d'un article est désormais tout aussi importante, si ce n'est plus important, que le produit en lui-même. Elle permet au consommateur de se créer une identité au sein de sa communauté et aux entreprises de multiplier leurs bénéfices. Une identité de marque offre aussi la possibilité aux industriels de se démarquer de la concurrence.

Pour revenir au secteur de l'alimentation, l'identité d'un produit est non seulement dessinée par la marque, mais également par les labels. Actuellement au sein de nos grandes surfaces la labélisation la plus prisée est sans doute le label de l'agriculture biologique qui selon Frédéric Denhez sous-entend auprès du consommateur qu'il préserve son environnement, tout en mangeant plus sainement. Pour le journaliste, il s'agit d'un mensonge investi par de multiples enseignes agroalimentaires dans le but d'augmenter leurs ventes, loin de la solution miracle.

Pourtant ce marché, qui était autrefois un marché de niche fièrement opposé au consumérisme d'aliments néfastes, a été englouti par la pensée capitaliste de l'industrie agroalimentaire. Ces codes qui se revendiquaient, il y a encore quelques années en arrière, l'image anti-conformiste d'une alimentation saine proche de l'environnement, sont désormais assimilés par les industries agroalimentaires, des compagnies qui ne tergiversent

pas avant d'appliquer cette certification sur des produits ultra-transformés. Autrement dit, des plats minutes démunis de la moindre valeur nutritive favorable à notre organisme. C'est ce que l'enseignant Anthony Galluzzo⁹⁵ nomme le phénomène de la récupération. Une pratique qui enrichit davantage les dérives d'une surconsommation déjà étouffante.

Les dérives pernicieuses de la surconsommation alimentaire

Si la société de consommation a permis l'éclosion de l'individualité, il est important de s'interroger sur ses conséquences sur nos moeurs et nos modes de vie.

La naissance d'une société de profit

Le premier objectif de ce nouveau mode de production est avant tout d'engendrer du profit. Influencée par une vision sociétale américaine, la pensée capitaliste est fondée sur deux notions : la vie privée et la liberté d'entreprendre. Les industriels vont alors se lancer à corps perdu dans une course monétaire. Cependant tandis qu'aux États Unis se développent ces nouveaux comportements alimentaires influés par les mutations des modes de consommation, en France, il faudra attendre la fin de la seconde guerre mondiale avant que la révolution industrielle ne s'accapare pleinement le domaine de l'alimentation. En effet, au cours de la guerre les soldats américains, perçus comme des sauveurs, influenceront grandement la population française, notamment par les nouveaux aliments qu'ils consomment. Destinés à leur remonter le moral, ces aliments transformés possèdent une grande quantité de sucre comme le coca-cola ou le chewing-gum. C'est ainsi qu'apparaissent pour la première fois en France des produits ultra-transformés à consommation quasi immédiate.

De plus, les entreprises agroalimentaires françaises vont être soumises à un enjeu de taille, dès la libération de la France : nourrir une population affamée. Une population jusque-là rationnée qui rêve d'assouvir tous ces désirs et de goûter au plaisir. C'est ce qui explique l'augmentation progressive de la consommation de la viande ou encore

des produits laitiers qui était autrefois réservée à une élite. Pour y parvenir, une révolution technologique s'instaura. Le secteur de l'agroalimentaire utilise désormais des machines pour augmenter leur production. En parallèle, l'Union Européenne inaugure une politique agricole commune lors du traité de Rome en 1957, afin d'accéder à l'autosuffisance alimentaire européenne. Appliqué dès 1962, cette réforme offre à certains agriculteurs différentes primes afin de les inciter à produire davantage. Par la suite, l'Europe définit des quotas de production à respecter pour fixer certaines limites de productions. L'écrivain Jacques Attali ajoute que l'Europe n'est pas la seule à souhaiter instaurer l'autosuffisance alimentaire et ainsi la paix dans les esprits de ses habitants. C'est une démarche mondiale qu'il nomme : « la révolution verte », un changement bénéfique, notamment en Inde où l'on dénombre un nombre de suicide considérable chez les agriculteurs.

Ainsi, il faudra attendre seulement deux générations pour que le domaine de l'agro-alimentaire tienne sa promesse et subvienne aux besoins de sa population grandissante. Selon le sociologue Jean-Pierre Poulain, notre société ressent alors peu à peu un sentiment d'abondance. Bien que toutes les classes sociales ne dégustent pas toujours les mêmes plats, la nourriture ne manque pas. Les récoltes des agriculteurs parviennent à nourrir la population. Les industries alimentaires prennent de l'ampleur en proposant des produits proches de leurs états de consommation, comme les industries américaines. Il n'est plus nécessairement besoin de faire la cuisine pour se nourrir. Faire la cuisine perd doucement sa fonction sociale. Ces nouveaux modes d'alimentation seront lentement adoptés par la population qui reste méfiante vis-à-vis de certains produits qu'elle a du mal à identifier.

En 1996, la crise sanitaire de la « vache folle » liée à une maladie bovine accentuera ce sentiment d'insécurité alimentaire. Allant jusqu'à provoquer ce que le sociologue nomme l'angoisse de l'incorporation, en rappelant les mots de Claude Fischler prononcés peu de temps avant le scandale : « On ne sait plus ce que l'on mange. [...] On ne sait pas ce que l'on va devenir »⁹⁶. La population française a perdu le peu la confiance qu'elle avait envers

l'industrie agroalimentaire. Ce manque de confiance reste encore aujourd'hui persistant malgré les efforts fournis par les industriels qui tentent de réduire les risques de maladies ou de contamination pouvant toucher leur production. En outre, ses bonnes résolutions n'empêcheront pas l'apparition de nouveaux scandales sanitaires comme la viande chevaline des lasagnes Findus apparaissant en 2013. Des crises et un manque de confiance qui pourtant ne perturbent pas la croissance de ce que nous pourrions nommer aujourd'hui l'ère de l'hyperconsommation.

Cette croissance est en partie entretenue par un prisme émergent : la diététique. Aujourd'hui c'est un terme employé pour caractériser un régime alimentaire équilibré d'où l'expression « un corps sain pour un esprit sain ». Lors de son apparition, ce terme aux allures médicales permet avant toute chose de servir les intérêts des entreprises agroalimentaires. Dorénavant, la nourriture n'est plus jugée uniquement sur son goût, mais avant tout sur ces proportions nutritives. Une logique détournée qui permet de produire des aliments ou des plats-minutes à bas coût et d'augmenter considérablement le profit d'une entreprise tout en s'appuyant sur des avancées du monde moderne. C'est alors que naît la surproduction alimentaire. En effet, produire des aliments à bas coût permet de produire plus et d'influencer le consommateur à manger davantage, un comportement qui peu à peu a tendance à pousser à l'isolement du mangeur.

En opposition, si les mangeurs s'isolent de plus en plus, le marché entre dans la mondialisation. Les aliments voyagent d'un bout à l'autre du globe, offrant à la dégustation une variété d'alimentation immense. Aucune autre civilisation n'a eu l'opportunité de connaître un spectre alimentaire aussi large. La mondialisation permet le métissage de notre alimentation en intégrant des aliments venus des quatre coins du globe à notre gastronomie, un métissage qui suscite les débats chez nos cuisiniers en opposant la tradition à l'exotisme. Néanmoins, il semble important de mentionner que la gastronomie française est née grâce au mélange de nombreuses cultures culinaires. C'est ce qui en fait une cuisine aux multiples saveurs. Alors, comment pouvons-nous expliquer la standardisation de nos aliments ? Comment la mondialisation

impacte nos cultures culinaires locales ? Le sociologue anglais Stephen Mennell⁹⁷ explique que la pensée capitaliste qui a entraîné la mondialisation de notre alimentation provoque la régression de nos mets et ainsi de nos goûts. Il compare notamment le domaine de l'alimentation à la musique en reprenant les propos du musicologue Théodore W. Adorno⁹⁸ :

« Les programmes rétrécissent, et ces processus réducteurs n'excluent pas seulement les musiciens un peu moins bons, même les classiques reconnus subissent une sélection qui n'a rien à voir avec la qualité. En Amérique, la quatrième symphonie de Beethoven est une rareté. Cette sélection se reproduit elle-même dans un cercle vicieux : les morceaux les plus connus ont le plus de succès. Ils sont donc joués et rejoués, ce qui les rend plus familiers encore »⁹⁹

Théodore W. ADORNO.

de cinq variétés de tomates différentes. Pourtant, il en existe plus d'une centaine. Cependant, Claude Fischler apportera quelques nuances à ce propos en affirmant que selon lui, la massification alimentaire n'entraîne pas une véritable standardisation, mais agrandi le panel des identités alimentaires régionales. C'est la naissance d'une cuisine métissée qui mêle des codes ou des ingrédients

« Un restaurant vietnamien en France est sans doute plus déroutant pour un Vietnamien que pour nos compatriotes. Certes ce qu'on y mange ressemble un peu à ce que l'on mange au Vietnam, certes on y utilise bien des baguettes, mais que de transformations ont été nécessaires pour le rendre acceptable dans le modèle alimentaire français »¹⁰⁰

Jean Pierre POULAIN.

C'est donc par l'appréciation de la familiarité que nous pouvons déguster les mêmes mets, d'un bout à l'autre du globe, en mettant en lumière une dizaine de plats. Des plats auxquels le sociologue Jean-Pierre Poulain associe l'expression anglophone « best-sellers ». Ainsi si notre sentiment de familiarité nous rassure, mais entraîne de même la disparition de nombreuses espèces végétales moins renommées.

Un fait qui semble expliquer pourquoi une grande majorité d'entre nous ne peut pas énumérer plus

de cinq variétés de tomates différentes. Pourtant, il en existe plus d'une centaine. Cependant, Claude Fischler apportera quelques nuances à ce propos en affirmant que selon lui, la massification alimentaire n'entraîne pas une véritable standardisation, mais agrandi le panel des identités alimentaires régionales. C'est la naissance d'une cuisine métissée qui mêle des codes ou des ingrédients issus d'une cuisine proche d'une universalité à celle d'une cuisine locale. Un paysage alimentaire commun se dessine à travers le monde, mais conserve néanmoins quelques touches de diversité. Le sociologue Jean Pierre Poulain insiste sur ce fait en s'appuyant sur l'exemple suivant :

Effectivement, si une pizza japonaise peut être très éloignée d'une pizza italienne, nous sommes dans l'obligation de constater qu'elle conserve

un air de famille. Un fait que l'on peut observer dans le premier épisode de la série culinaire *Ugly Delicious* (« Délicieusement laid ») où le chef David Chang parcourt le monde avec l'objectif de goûter les différentes pizzas dont il regorge. Ainsi si chaque culture possède sa propre cuisine, un socle de connaissances alimentaires commun semble se démarquer. La mondialisation permet alors la standardisation de certains plats, faisant apparaître des mets dits transculturels. Un bouleversement culinaire qui permet ainsi au mangeur de voyager sans être complètement dépaycé. Reconnaître un plat familial peut s'avérer rassurant, lorsque l'on se trouve loin de son chez soi. La mondialisation se charge ainsi de présenter à nos estomacs des aliments présélectionnés.

Cependant, l'impact de notre industrie agroalimentaire n'entraîne pas uniquement une standardisation de notre alimentation. Elle est avant tout responsable d'une surproduction agricole qui entraîne des désastres écologiques sans pour autant parvenir à offrir la sécurité alimentaire à l'ensemble des nations. En effet, il serait naïf d'imaginer que notre production excessive actuelle réussit à nourrir la population mondiale. En réalité même si le conseil européen se réunit régulièrement pour pallier ce problème, certains d'entre nous continuent de souffrir de la malnutrition face à un paysage agricole qui s'essouffle.

Un désastre environnemental conséquent

Si autrefois nous n'étions pas assez attentifs aux signaux émis par notre planète, aujourd'hui il est temps de tirer la sonnette d'alarme. Les chaînes de productions les plus polluantes de l'agroalimentaire sont des entreprises d'élevage animalier, notamment des élevages bovins. En effet, la production de viande émet actuellement quatorze pourcents des gaz à effet de serre à échelle mondiale. Elle serait également responsable d'une grande partie de la déforestation de la forêt Amazonien. De surcroît, en plus de consommer une grande quantité d'eau, les industries d'élevage déversent de grandes quantités de produits chimiques dans l'océan tels que le nitrates et les phosphates. Autrement dit, des substances qui provoquent la prolifération d'algues vertes. Or si ces algues ne sont pas dangereuses en mer, en se décomposant au soleil elles



peuvent produire des gaz toxiques. Sur le territoire français, la consommation annuelle de viande pour un individu durant les années 1930, représentait 30 kg. Au cours des années 50 la consommation annuelle a augmenté à 50 kg par personne. Elle a continué d'augmenter, jusqu'à passer la barre des 100 kg par personne au tournant du 21^{ème} siècle. On compte en France un nombre impressionnant de maisons d'élevage, soit environ quatre cent milles, en vérité la plupart sont des petites structures qui ne peuvent pas entrer en concurrence avec les entreprises étrangères. Par ailleurs, nous consommons actuellement plus de viande que nous sommes capables d'en produire. Une consommation qui semble excessive, voir néfaste pour notre métabolisme.

En 1992, les **Nations Unies** se réunissent à une conférence afin de définir la notion de développement durable et de l'impact de notre société sur l'environnement pour la première fois. La plus grande préoccupation de la conférence fut entre autres de chercher des solutions afin de préserver nos ressources naturelles. Ce rassemblement des nations marque un premier tournant dans l'histoire de l'écologie.

L'un des problèmes énoncés concerne par ailleurs les entreprises d'élevage responsables de ce que l'on nomme le surpâturage, un phénomène dû à plusieurs éleveurs qui ne peuvent pas nécessairement choisir correctement le terrain adapté à leurs troupeaux. Si ce problème est souvent peu rapporté par les médias, il entraîne en réalité de graves conséquences environnementales, notamment la dégradation ou la perte d'une partie de notre biodiversité. Les géologues emploient le terme surpâturage lorsque le sol est inadapté aux animaux qu'ils l'occupent. Laisser paître des animaux durant une longue période sur un terrain inapte à leurs besoins est à la fois néfaste pour notre environnement mais aussi pour la santé des bêtes. Pendant cette période la végétation du terrain ne va pas parvenir à se renouveler ce qui risque de conduire à la désertification du sol occupé.

Or si ce phénomène a causé de nombreux ravages notamment en Mongolie, il n'est pas nécessaire de se déplacer à l'autre bout du globe pour en percevoir le funeste résultat.

Les Alpes du sud subissent régulièrement ces effets, allant jusqu'à provoquer des éboulements.

Cependant, il faut bien prendre en compte que l'élevage intensif n'est pas le seul responsable de la dégradation de notre environnement et notamment des sols qui composent l'essence de toute agriculture. Notre société matérialiste, bien qu'ayant entamé des démarches écologiques pour préserver notre environnement, se préoccupe peu de la qualité de ses sols. Effectivement certains agriculteurs n'hésitent pas à utiliser des pesticides ou des substances qui engendrent l'in fertilisation des sols et empêchent ainsi toutes cultures agricoles. Par exemple, dans les pays au climat aride, l'eau servant à l'irrigation des sols contient généralement du sel. Une substance qui empoisonne peu à peu nos sols allant jusqu'à occasionner la désertification des champs. L'usage de substance chimique impacte également les aliments des cultures et imprègne la peau des aliments et par ce biais notre alimentation. La pollution des sols a par ailleurs souvent contaminé nos assiettes entraînant de nombreuses maladies.

L'**Organisme Mondiale de la Santé** rappelle d'autre part que plus de mille pesticides sont employés dans le domaine de l'agriculture à échelle internationale et que chacun d'entre eux peut se révéler toxique pour notre organisme. De plus, certains pesticides dont l'emploi est aujourd'hui interdit, continuent de contaminer nos sols pendant plusieurs années. C'est le cas du lindane, un pesticide interdit en 2001, lors de la convention de Stockholm¹⁰¹. Ces pesticides employés pour protéger nos récoltes sont également souvent responsables de certaines maladies. Les chercheurs estiment notamment qu'environ vingt-cinq millions d'agriculteurs subissent un empoisonnement chaque année, soit plus de 40%. Un problème mondial qui entraîne le décès de plus de dix mille personnes chaque année.

Toutefois l'un des éléments qui illustre la négligence de notre société face aux sols de nos cultures, c'est ce que l'on nomme l'artificialisation de nos espaces. Il est courant dans notre société, que cela soit en France ou à l'étranger, de constater l'arrivée de nouvelles zones commerciales. Or il est important de prendre conscience que

bien souvent ces zones qui pullulent dans nos paysages, entraînent la perte de terre agricole. En effet, ces espaces avant leur construction sont généralement des terrains assez plats, soit idéaux à une pratique agricole. Une perte qui dans notre pays est estimée à 26 m² par seconde. C'est par cette construction abusive de zone bétonnée que l'on dénombre entre 1961 et 2003 une perte d'environ trente millions d'hectares de terres agricoles. Ces zones provoquent la disparition de notre biodiversité et diminuent la qualité de nos eaux, soit des ingrédients essentiels au bon fonctionnement de notre environnement. Entre 2006 et 2015, **France Nature Environnement**¹⁰², annonce :

Sans parler de la destruction de la faune, dont on ne compte plus les espèces en voie de disparition, un résultat qui n'est pas uniquement dû à la bétonisation des sols, mais également à toutes constructions ou

« La France a perdu quelques 65750 ha d'espaces naturels, semi-naturels et agricole en métropole et 314 ha en outre-mer »¹⁰³

France Nature Environnement

transformations de notre environnement. Effectivement, l'artificialisation des espaces aussi minime soit-elle, perturbe la biodiversité et mets en péril de nombreuses espèces. L'un des rapports de l'**Organisme international non gouvernemental WWF**¹⁰⁴, *Living planet*, affirme que la transformation induite par la main de l'homme des espaces naturels serait la première cause de la disparition des espèces en voie d'extinction.

En outre notre environnement cherche à alerter notre société sur sa dégénérescence et son réchauffement climatique, des signaux qui devraient nous faire réfléchir davantage à nos comportements face à cette nature qui nous permet de vivre. L'un des signes qui perturbe l'industrie agroalimentaire est l'érosion. Par définition, l'érosion est un procédé issu de l'eau de pluie, qui entraîne des ruissellements sur les terrains. Ces écoulements entraînent tout comme le surpâturage des détériorations de terrain. En France, on constate qu'environ dix-sept pourcents des champs sont touchés par les effets de l'érosion.

Si toutes ces conséquences environnementales ne sont pas toujours perçues lorsque nous passons à table, elles impactent notre comportement alimentaire au quotidien. Par exemple les empoisonnements dus à la crise sanitaire

Érosion de sol agricole dans la région du Limousin.

Clément Mathieu. 2020.

© Clément Mathieu.

(Image A)



Chantier d'autoroute responsable la destruction et de la stérilisation des sols agricoles.

Clément Mathieu. 2020.

© Clément Mathieu.

(Image B)



Vent de sable en région semi-aride d'Australie

L. Coutre-Picart. 2020.

© L. Coutre-Picart.

(Image C)



Conséquence du supâturage sur les sols agricoles du Chili.

Clément Mathieu. 2020.

© Clément Mathieu.

(Image D)



Compactage mécanique dans la région du Limousin.

Clément Mathieu. 2020.

© Clément Mathieu.

(Image E)



de la vache folle sont encore présents à l'esprit de nombreux consommateurs qui se disent aujourd'hui méfiants face à la consommation de certains produits industriels. L'agriculture intensive née avec la surconsommation n'est pas uniquement responsable de la dégradation de l'environnement, elle impacte également les comportements humains et notamment nos pratiques alimentaires. Il semble important de s'interroger sur l'émergence de ces comportements qui dessinent notre futur. Quels sont les pratiques alimentaires du mangeur d'aujourd'hui ? Comment ont évolué les rituels de la table française ?

Un mangeur désorienté

L'expansion de l'industrie alimentaire a permis à l'individu de se démarquer. Il s'affranchit davantage d'un groupe communautaire régi par divers dictâtes. Le sociologue Claude Fischler explique que le mangeur contemporain est inscrit dans ce qu'il nomme la « gastro-anomie », c'est-à-dire, une ère où les règles, qui définissent le spectre du mangeable, semblent absentes. Plus précisément, le terme « *gastro* » fait référence, à l'organe qui digère les aliments : l'estomac. Tandis que la racine « *anomie* » désigne l'absence de loi. Le scientifique Reynaud apportera quelques précisions au terme en 1995, en expliquant que la gastro-anomie n'est pas le symbole d'une absence totale de règles, mais l'affaiblissement de celles-ci. Le mangeur contemporain devient le seul responsable de son alimentation. Il est acteur de sa consommation individuelle, en étant de moins en moins soumis aux conventions sociales qui dictent les règles de son alimentation. Un phénomène qui multiplie les discours autour de l'alimentation, ainsi que les profils des mangeurs.

De plus, comme nous l'avons vu précédemment les nombreuses innovations, que ce soit dans le domaine des transports ou dans le domaine de la conservation, permettent l'approvisionnement rapide de nourriture et instaurent chez de nombreux consommateurs, notamment en France, un sentiment de surabondance. Tout semble à porter de main. Ce nouveau contexte sociétal entraîne la mutation de nos pratiques alimentaires et fait notamment apparaître le phénomène du grignotage hors de repas. Une tendance qui est influée, bien entendu, par



une industrie agroalimentaire qui souhaite gonfler ses bénéfices. Elle est particulièrement présente sur les certains lieux de travail qui disposent de distributeurs automatiques accessibles à toute heure de la journée. Ainsi, désormais, la nourriture se consomme à toute heure de la journée. Cette nouvelle habitude néfaste pour notre organisme est pourtant en constante augmentation. Néanmoins, malgré ces mutations comportementales, en France, la grande majorité d'entre nous garde des horaires fixes pour leur repas, et se retrouve à table vers 13h pour déjeuner. Ce n'est plus le cas dans la majorité des pays. Pour certains manger devient une perte de temps. Une pensée très éloignée de l'esprit français qui prend le temps de déjeuner autour d'une table souvent dans l'optique de partager un bon moment. Un système qui pour le sociologue Jean Pierre Poulain représente une gêne à l'extension de la consommation continue qui est mis en place par de nombreuses industries tels que l'industrie de la confiserie.

Le modèle alimentaire français semble donc faire une douce résistance aux avances de l'industrie agroalimentaire. Contrairement à la pensée du sociologue Claude Grignon, le repas d'un français du 21^{ème} siècle n'est pas complètement déstructuré. C'est un modèle ambivalent qui mélange ce que l'on pourrait qualifier de modèle alimentaire traditionnel et de modèle moins conventionnel. Ainsi le système alimentaire français fait cohabiter des pratiques alimentaires que tout oppose. C'est ce que révèle certaines études du CREDOC¹⁰⁵ réalisées en 2000. De surcroît, le modèle alimentaire d'un repas français type se simplifie. Notamment au moment du déjeuner où le repas « complet » type ne se compose plus toujours d'une entrée, d'un plat et d'un dessert.

D'autant plus qu'aujourd'hui même au sein d'une même culture, nous ne possédons plus les mêmes croyances alimentaires. Il n'est plus rare de trouver plusieurs plats sur la table lorsqu'une famille s'installe pour souper. Un fait qui complexifie le partage du repas et renforce la notion d'individualisme. Le gastrophysicien Charles Spence, spécialiste de l'alimentation que nous avons déjà évoqué au cours de notre recherche, affirme en effet que plus d'un quart de la population mange plus souvent son repas seul

qu'en compagnie d'autrui. Un changement de comportement qui donne une nouvelle image à ce que l'on nomme la solitude. Par exemple, la journaliste Nell Frizzell¹⁰⁶ écrit dans l'un de ces articles :

« Comme tous les autres grands plaisirs de la vie, manger est quelque chose que vous pouvez faire seul ; si vous voulez, vous pouvez n'utiliser qu'une main et vous allonger sur le canapé dans votre pyjama froissé. Il n'y a rien de solitaire, de mauvais goût ou de désespéré : c'est une célébration de l'existence. Cela nous maintient en vie, ni plus ni moins »¹⁰⁷

Nell FRIZZEL

amis, de notre famille ou de collègue accentuerait notre plaisir, en sollicitant nos endorphines :

« Manger ensemble stimule le système endorphinique dans le cerveau et les endorphines jouent un rôle important dans l'établissement de liens sociaux chez l'homme. En prenant le temps de manger ensemble, nous créons des réseaux sociaux qui ont un impact profond sur notre santé physique et mentale, sur notre bien-être et notre bonheur, et même sur le sens de notre vie »¹⁰⁸

Robin DUNBAR

en droit de nous demander si ces mangeurs solitaires sont véritablement seuls lorsqu'ils avalent leur repas ?

En observant davantage les terrasses des restaurants, nous pouvons nous rendre compte que peu de mangeurs semblent véritablement se contenter de leur seule compagnie à table. Les plus traditionnels tournent les pages d'un livre, tandis que les autres scrutent l'écran de leur téléphone. Ces divertissements enferment les mangeurs

Cette attitude s'avère pourtant néfaste pour notre métabolisme. En effet, il n'est pas rare de constater que le taux d'obésité diminue pour les enfants qui mangent fréquemment en compagnie de leur famille. Manger seul s'avère néfaste pour notre organisme, mais également pour notre esprit. Déguster son repas seul semble accentuer le sentiment nocif de la solitude. Un effet dévastateur sur les personnes âgées isolées dans des maisons de retraite. Le psychologue Robin Dunbar affirmera par ailleurs que manger en compagnie de nos

Ce fait semble inquiétant lorsque l'on constate que de plus en plus de personnes vivent seules. Charles Spence ajoutera dans son ouvrage qu'un repas est le premier lien social qui lie les individus entre eux en déclarant que : « la table est le premier réseau social ». D'autant plus que manger seul accentue nos travers et notre proportion à nous nourrir d'aliments gras. Le goût semble alors plus savoureux lorsque l'on partage à plusieurs. Néanmoins, si autrefois, il était rare de voir des personnes seules à la table d'un restaurant, aujourd'hui c'est un fait qui est courant. Nous sommes alors

contemporains dans un univers parallèle, en les isolant de notre réalité. Pourtant, lire ou rester connecter à notre smartphone nous relie artificiellement à autrui et atténue sans doute notre sentiment de solitude. Par exemple, lorsqu'un mangeur partage le contenu de son assiette sur ses réseaux sociaux, il entretient un échange virtuel. Une tendance qui a largement été pratiquée au cours des derniers mois à cause du contexte sanitaire de la crise du covid-19. De nombreuses familles séparées ont pratiqué ce que Charles Spence appelle le « skeating », une expression née de la contraction du nom de la marque « Skype™ » et « *eating* » (« manger »), c'est ainsi que se sont répandus les repas télématiques. Autrement dit, des repas qui se partagent via le biais d'un écran. Si cela a souvent été pratiqué lors des confinements instaurés par le gouvernement, un repas télématique ne peut pas remplacer l'échange et le partage d'un repas en présentiel. Les propos recueillis par le gastrophysicien en témoignent :

Effectivement, le partage physique de nourriture crée un lien entre les différents mangeurs. Une expérience menée par la designer Marije Vogelzang intitulé *Connexion Dinner* met en valeur ce lien en le matérialisant physiquement. Tous les mangeurs de l'expérience sont unis les uns aux autres par une nappe blanche. La matérialisation de ce partage permet de sentir tous les mouvements des autres mangeurs et de mettre en exergue la convivialité d'un repas partagé. Cette expérience a été mise en place plusieurs fois, notamment en 2005 pour le **Studio droog design**. Ce n'est pas la seule performance qui valorisera le partage de la nourriture, l'artiste Mella Jaarsma¹¹⁰ a proposé à un public de former des paires afin de se nourrir l'un l'autre. La performance, nommée *I Eat You Eat Me*, illustre la fonction sociale du repas, indispensable à l'appréciation d'un repas. Un partage fortement menacé par la crise sanitaire, malgré son aspect essentiel pour notre société.

C'est pourquoi, le **Studio Boir** a choisi de questionner les arts de la table en intégrant les nouvelles contraintes apparues avec le covid-19. Le studio a souhaité illustrer

« Je n'ai pas eu le sentiment de partager la nourriture avec les autres. Il me semblait que nous étions ensemble dans une pièce et qu'ils mangeaient dans une autre. Il n'y a pas eu de sentiment de partage »¹⁰⁹

Invité au test mis en place par Charles SPENCE.



Connexion Dinner.
Marije Vogelzang. 2005.
© Kenji Masunaga.
(Image A)

Connexion Dinner.
Marije Vogelzang. 2005.
© Kenji Masunaga.
(Image B)



I Eat You Eat Me.
Mella Jaarsma. 2001.
© Mella Jaarsma.
(Image C)

I Eat You Eat Me.
Mella Jaarsma. 2001.
© Mella Jaarsma.
(Image D)



The New Normal.
Studio Boir. 2020.
© Nikola Zelmanović.

la distanciation sociale à travers des objets sculptures nommés *The New Normal*. Cette collection représente une nouvelle norme à laquelle nous allons peut-être devoir nous accoutumer. Une contrainte qui accentuera sans doute davantage le fossé qui sépare les mangeurs. Un fait qui favorisera d'autant plus l'individualité et l'isolement.

Le fossé qui se crée entre les différents mangeurs d'une même culture est par ailleurs renforcé par l'émergence de nombreux régimes alimentaires qui se vantent de guider les mangeurs vers une pratique alimentaire responsable et équilibrée. Ces nombreux discours accentuent le sentiment d'anxiété du mangeur contemporain. Nous ne savons plus ce que contiennent nos assiettes, mais nous ne savons plus non plus les remplir. Diner à table avec des convives devient de plus en plus complexe. D'autant plus que déterminer son régime alimentaire est un acte lourd de sens qui projette une image politique aux yeux de notre entourage. Notre quotidien est désormais ponctué de plus en plus d'étiquettes, définissant avec précision ce que nous consommons. Des régimes alimentaires qui

Carniste. n. m.

Je mange uniquement des produits d'origines animales.

Omnivore. n. m.

Je mange tout types de produits comestibles.

Réductarien. n. m.

Je mange tous types de produits comestibles, mais j'ai choisi de réduire ma consommation de produits d'origines animales.

Fléxitarien. n. m.

Je mange quotidiennement uniquement des produits d'origines végétales, mais il m'arrive de manger des produits d'origines animales en fonction de la situation.

Pesco-végétarien. n. m.

Je ne que des produits d'origines végétales et parfois des produits de la mer.

Végétarien. n. m.

Je mange uniquement des produits d'origines végétales ou qui ne nécessitent pas la mort.

Végétalien. n. m.

Je mange uniquement des produits d'origines végétales.

Végan. n. m.

Je mange et je consomme, dans l'ensemble de mon quotidien, uniquement des produits d'origines végétales.

sont parfois revendus sans pour autant savoir s'ils sont réellement bénéfiques pour notre métabolisme ou pour notre environnement.

Aujourd'hui nous pouvons compter dans notre société plus de cinq régimes alimentaires différents : carniste, omnivore, réductarien, fléxitarien, pesco-végétarien, végétarien, végétalien et végan. Si la démocratisation de ces termes est considérée comme une mode pour de nombreux Français attachés à leur idéal gastronomique qui se rapproche d'une consommation omnivore. C'est une idée reçue de croire que ces régimes alimentaires sont récents. Par exemple, le véganisme prend ses racines en Afrique bien avant que Donald Watson, un enseignant anglais invente le terme en 1944, afin de se distinguer des personnes végétariennes. Ces différents régimes accentuent l'isolement social, si bien que certains individus ne mangent désormais plus qu'avec des personnes partageant la même alimentation afin d'éviter des situations complexes.

De surcroît, au travers de ces régimes alimentaires on observe différents comportements. Le sociologue Ledrut a alors pu répertorier au cours de ses recherches trois catégories de mangeurs. Les « complexés du trop » qui possèdent un sentiment d'angoisse très important lorsqu'il s'agit d'absorber le moindre aliment. Cette angoisse peut aller jusqu'à la pathologie obsessionnelle et provoquer des troubles alimentaires dans les cas les extrêmes. Les mangeurs complexés sont inquiets à la fois pour leur santé mais également pour l'image qu'ils projettent aux yeux de la société. Certains mangeurs qualifiés de « mangeurs complexés » sont aujourd'hui couramment appelés, par les médecins, les « *orthorexiques* ». Des mangeurs particulièrement obsédés par des aliments sains. Ils rejettent catégoriquement tous les produits qu'ils perçoivent comme néfastes. Ces individus trient leur alimentation, excluant définitivement certains aliments qu'ils pensent responsables de leur mal-être.

Le journaliste Frédéric Denhez qualifie ces pratiques alimentaires comme des régimes « sans ». Il ajoute que bien souvent, en rejetant certains ingrédients, les mangeurs sont souvent soumis à ce que l'on nomme l'effet nocebo,

c'est-à-dire, qu'en arrêtant de manger le produit qu'il considère comme la source de leur mal-être, peu importe si c'est véridique ou non, le mangeur se sentira mieux. La deuxième catégorie correspond aux mangeurs qui privilégient davantage une vision diététique de la nourriture en essayant tout du moins de trouver un équilibre entre la santé et le plaisir gustatif. La troisième catégorie décrit les mangeurs qui sont satisfaits uniquement lorsqu'ils ont le ventre bien rempli. Le sociologue les qualifie de mangeur traditionnel qui se délecte de féculents et de viandes. Il précise qu'il s'agit souvent de personnes âgées qui conservent dans leur mémoire le douloureux souvenir des restrictions alimentaires. Une quatrième catégorie, nommée les « *gastrolastress* », a été ajoutée par Rabelais pour dépeindre le portrait des mangeurs qui considèrent leur ventre comme sacré. Le terme trouve ses origines dans un mot inventé par Rabelais pour désigner les mangeurs qui selon lui « font de leur ventre un dieu » mais qui sont toutefois stressés par le poids de la vie moderne. Ces mangeurs alternent entre des repas rapides en semaine comme la livraison de plats à domicile ou du grignotage et des mets se rapprochant plus de notre cuisine gastronomique le weekend.

Pour conclure, nous pouvons constater que le mangeur contemporain, ne peut en aucun cas se résumer simplement. Du fait de la surveillance de la société, il devient le libre acteur de sa consommation. Tenté continuellement par une industrie agroalimentaire perfide, il lui devient pourtant difficile de faire un choix et de se fier aux divers discours publics.

Cependant, si certains tombent sous le charme des produits ultra-transformés, d'autres font le choix de s'interroger davantage sur leur nourriture, allant même jusqu'à militer par le biais de leur alimentation. Par cette protestation, beaucoup d'entre eux souhaitent, selon leurs argumentaires, protéger l'environnement, assurer un juste prix aux producteurs et lutter contre la maltraitance animale. Manger est donc un acte politique qui se revendique. Nous sommes néanmoins en droit de nous interroger sur ces mangeurs militants. Qui sont-ils ? Est-ce que ces mangeurs parviennent véritablement à bouleverser notre société de surconsommation ?

Des consciences émergentes

Les mangeurs militants : une tendance à la mode ?

Depuis quelques années, certains mangeurs clament leur opposition à l'industrie alimentaire et vantent les bénéfices de leur régime alimentaire qu'ils qualifient de sain et bon pour l'environnement. Le grand débat qui échauffe toutes les gorges est notamment la surproduction et la surconsommation de produit carné. En opposition à cette production défailante, le mouvement végan a pris de l'ampleur dans le monde entier. Si selon une étude réalisée de 2015 à 2017 par la professeur Geneviève Cazes-Valette, ce groupe ne représente que trois pourcents de la population, c'est un phénomène fortement représenté dans les médias. Ce mouvement né à Londres, comme nous l'avons évoqué précédemment, refuse toute absorption ou usage de matières animales. Ce rejet concerne ainsi les produits laitiers, la viande fraîche ou tous autres matières d'origine animale comme le miel ou les œufs. Il refuse également de porter des vêtements fabriqués à partir de peaux animales. Une pensée complètement opposée à la traditionnelle gastronomie française. C'est sans doute pour cela que ce mouvement provoque autant de débats. L'agronome et représentante de l'Institut de l'élevage, Elsa Delanoue, explique que la méfiance vis-à-vis de l'élevage est dû à quatre éléments :

En effet, il est indéniable que la production mondiale de viande est responsable d'une part importante de notre pollution. D'autant plus que comme nous l'avons déjà évoqué, notre consommation dépasse le taux de production des éleveurs français. Aujourd'hui, la consommation de produits carnés n'est plus réservée aux individus aisés. Nous pouvons constater que la tendance actuelle semble s'inverser. Les paniers domestiques des foyers financièrement aisés intègrent moins de viande et sont plus exigeants sur la qualité. Les représentations idéologiques changent. Les aliments que nous

« Quatre thématiques liées à l'élevage font l'objet de débat au sein de la société : l'impact sur l'environnement, la condition animale, le risque sanitaire et le modèle socio-économique de développement »¹¹¹

Elsa DELANOUE.

appréciions de manger autrefois lors de festins familiaux, ont désormais mauvaises réputations, comme le cheval, parce que le cheval est devenu un ami. Ce sont des phénomènes culturels très ancrés dans nos esprits. Ainsi la consommation de viande a baissé de douze pourcents au cours de ces dernières années. Or malgré cette baisse de la consommation, Geneviève Cazes-Valette affirmait, lors d'une interview dans les locaux de **France Culture**, que beaucoup d'entre nous ne sommes pas prêts à diminuer notre consommation excessive. Bien que certaines représentations changent, d'autres sont fortement présentes dans notre esprit. Effectivement, cinquante pourcents des Français déclarent manger de la viande parfois plusieurs fois par jour ou tous les jours. Un chiffre qui devrait diminuer dans les prochaines années avec l'augmentation du régime alimentaire fléxitarien, qui représentait en 2020 environ 35% de la communauté française.

Alors si les messagers des mouvements qui revendiquent un changement d'alimentation représentent une minorité souvent issue de milieux privilégiés, il semble important d'écouter leur message. Par exemple, le mouvement **Slow Food** fondé par l'italien Carlo Petrini, suite à l'arrivée des chaînes de **fast-food** tel que **Mc Donald's™** en plein cœur de Rome, sensibilise à une alimentation saine et de qualité produite dans un environnement qui ne dégrade pas la biodiversité et qui offre des conditions de travail respectable. Les trois termes revendiqués par leur action militante sont : bon, propre et juste. Carlo Petrini soulignera lors d'une interview dans la revue des vins de France que leur champ d'activité s'étend afin de « sauvegarder la diversité des cuisines à travers le monde »¹¹². L'association **Slow food** est désormais présente dans le monde entier, notamment en France à travers de nombreux évènements comme le festival virtuelle **Terra Madre** qui a débuté en 2020. L'objectif de ces évènements est de sensibiliser le public au goût des aliments et à l'agriculture soucieuse de l'environnement ainsi que de la valeur du travail.

D'autres mangeurs militants se rassemblent sous la bannière de l'**Association L214** éthique et animaux afin d'éveiller les consciences des consommateurs sur les conditions de vie et de mort de certains animaux d'élevages. L'association s'engage à vérifier les annonces qu'ils



Élevage porcin de Brie
Sébastien Arsac. 2021.
© Association L214

communiquent. Souvent porteur d'images chocs, ces portraits de notre société illustrent une industrie agroalimentaire en bout de course, comme l'élevage porcin de Brie.

Si la violence de ces images montre une réalité cruelle, nous ne devons pas exclure que cela ne représente pas l'ensemble des élevages. Certains éleveurs font leur métier de manière consciencieuse en essayant de fournir une vie agréable à l'animal. Ils peuvent également l'accompagner jusqu'à leurs derniers instants en faisant venir des abattoirs mobiles. Ce métier est loin d'être tendre mais, l'élevage est nécessaire au bien-être de certaines cultures et permet de préserver la biodiversité.

La culture de végétaux et l'élevage d'animaux, à petite échelles, sont deux activités qui se complètent et qui créent un cycle vertueux. L'animal est nourri par les plantes présentes sur le terrain et les animaux produisent de l'engrais favorisant les récoltes ou la diversité de la faune. Cette alliance permet également de sauvegarder la biodiversité de certaines espèces que l'on a tendance à omettre, comme les insectes. Ces petits êtres minuscules sont souvent chassés des terrains agricoles à cause de nombreux pesticides, entraînant ainsi leur disparition. Ainsi les fermes d'élevage à petite échelle qui travaillent dans le respect de l'homme et de l'animal n'est donc pas une activité à bannir comme le souhaiteraient certains militants extrémistes. De plus, comme le précise le journaliste Frédéric Denhez, contrairement à ce qui est affirmé par une petite minorité extrémiste du mouvement végan, manger de la viande n'est pas un fait uniquement culturel.

En effet, nous ne pouvons pas contredire le fait que notre métabolisme nous permet d'incorporer des produits d'origine animale. Contrairement aux êtres herbivores notre système digestif absorbe au cœur des produits carnés certains nutriments à la santé de notre corps. Par ailleurs, pour renouveler notre flore intestinale, notre corps utilise majoritairement des micro-organismes issus d'aliments carnés. Le journaliste conclut en affirmant alors que manger de la viande n'est pas qu'une question culturelle. Il avertit son lectorat que l'extrémisme des régimes « sans », n'est pas une solution miracle que ce soit pour notre environnement ou notre bien-être. En effet, si le

mouvement végan permet de réduire la consommation de viande de notre population, il n'impacte que très peu les taux de production des industriels. Il semble important de faire la distinction entre la production alimentaire et la consommation réelle de la population.

D'autant plus, que certains produits à destination de ces nouveaux régimes alimentaires, comme le véganisme ou le régime sans gluten, sont également issus d'une industrie agro-alimentaire ultra-transformée. Effectivement l'industrie agroalimentaire profite de la multiplication des régimes pour créer de nouveaux produits et augmenter ces bénéfices. Ces nouveaux produits ultra-transformés sont aussi polluants et dégradants que les autres, tout comme les produits affichant le **label Bio** ne sont pas non plus vertueux pour notre santé et notre biodiversité. Le bio, tout comme le véganisme ne sont pas des solutions miracles qui permettent aux mangeurs de consommer les yeux fermés. Autrement dit ce n'est pas parce que quelqu'un se targue d'appliquer un régime végan ou végétarien que c'est un régime bénéfique pour notre environnement. Cela peut l'être, mais tout dépend de comment

« Les docteurs que j'ai pu rencontrer, généralistes et nutritionnistes, sont plus que circonspects. Beaucoup sont en vérité un tantinet en colère, car les produits sans gluten sont souvent bourrés d'additifs dont la nocivité n'a plus vraiment besoin d'être démontrée. Quand on se coupe d'un ingrédient indispensable, il faut bien le remplacer par un autre, moins naturel. Pour apporter le moelleux ou le liant perdu, on ajoute des épaississants et des émulsifiants. Pour compenser au goût la perte en protéines, on multiplie le sucre et le sel. Pour palier... la perte de fibres... on ne fait rien »¹¹³

Frédérique DENHEZ.

avaient alors des gélules synthétisées en laboratoire fournies par notre industrie. Alors, d'une certaine façon ces mangeurs entretiennent une partie de notre industrie

il l'applique. Tout comme un régime sans gluten entrepris par quelqu'un qui n'y est pas véritablement allergique n'est pas nécessairement plus sain pour son organisme. Bien au contraire, le journaliste Frédérique Denhez relate, par exemple :

Ainsi, il est important de prendre conscience qu'en se soumettant à un régime végan ou végétarien, il est important de veiller à ne pas avoir de carences alimentaires, en prenant notamment des gélules de **vitamine B12**. Cette vitamine essentielle à notre organisme se trouve principalement dans les aliments de nature animale. Pour maintenir la santé de leur métabolisme, ces mangeurs

agroalimentaire. Briser les chaînes qui nous lient à l'industrie agroalimentaire semblent proche de l'impossible. Même en souhaitant parfois nous en détacher, sans y prêter attention nous restons sous son emprise. Connaître tous les rouages de l'industrie agroalimentaire est une activité à plein temps. Sensibiliser et diffuser la connaissance du monde alimentaire qui nous entoure semblent être la clé qui permet de promouvoir une alimentation saine et durable. Néanmoins le mangeur doit apprendre à débusquer les mauvaises informations ou les informations incomplètes.

C'est notamment là, le principal problème de l'élevage : l'ignorance du consommateur. Une ignorance ou un refus d'information qui est dirigé par une société de surproduction qui rêve d'une production continue. Ce phénomène d'ignorance n'est pas uniquement présent dans le domaine de l'élevage, il l'est aussi dans le cœur de la production maraîchère. Le consommateur lambda ne prend pas le temps de se soucier de son alimentation. Il ne sait plus ce qui compose son assiette. Comment est produit le steak qui compose son assiette ? Comment est cultivée la salade qu'il a choisi de manger ce midi ? Elsa Delanoue déplore, en effet, lors d'un entretien, l'ignorance de nombreux des Français face au travail des éleveurs :

Un triste constat que l'on pourrait étendre à tous les domaines de production de notre société. Ainsi comme nous l'avons déjà annoncé précédemment, l'une des tares du mangeur-consommateur provient de son détachement vis-à-vis de la nature. Une attitude parfois involontaire auquel on ne prête pas toujours attention dans notre quotidien et qui nous prive d'un savoir ancestral. Nous ne percevons plus les acteurs qui produisent les aliments. Pire, nous consommons désormais ce qui nous permet de vivre comme de vulgaire marchandise.

« La plupart des Français, les cinquante et un pourcents de progressistes connaissent mal l'élevage et ne le voient que par les médias qui sont plutôt critiques envers les élevages en ce moment »¹¹⁴

Elsa DELANOUE.

À mon sens, pour palier à cette éloignement grandissant, il me semble nécessaire de se rapprocher davantage des producteurs alimentaires pour pouvoir se projeter dans l'avenir. C'est le rôle qu'a choisi de porter l'un

des co-fondateurs de l'entreprise de distribution **Ah la vache**¹¹⁵, en permettant au mangeur de se rapprocher directement des éleveurs. Un travail primordial qui est également entrepris par le mouvement **Slow food** me semble primordial. D'un point de vue environnemental, la solution n'est donc pas de bannir tel aliment ou tel nutriment de notre alimentation, mais de reconstruire notre production à échelle humaine dans le respect de la terre et de la vie. Malheureusement, le débat alimentaire reste complexe, surtout depuis la multiplication des discours apparus au cours des dernières années. Sans compter qu'il ne soulève pas uniquement des problèmes environnementaux. Ils révèlent également des signes de misères sociales et de pauvreté financière. Pour le moment, dans la réalité des faits, tout le monde ne peut pas se tourner vers les producteurs locaux pour se nourrir. Si nous vivons dans une ère de surabondance, la pauvreté n'a pas disparu pour autant. Certains mangeurs n'ont pas d'autres choix que d'acheter leur aliment dans des grandes surfaces pour pouvoir bénéficier de produits discounts. Il ne faut pas le négliger. Rendre accessible une nourriture produite dans le respect et la bienveillance est un enjeu colossal pour de nombreuses associations tel que les restos du cœur.

Frédérique Denhez déplore la situation alimentaire actuelle, mais souligne que pour toutes les bourses, il est nécessaire de cuisiner afin d'améliorer son alimentation. Continuer de cuisiner est un premier pas vers une consommation durable.

Les alternatives pour une consommation durable : de nouveaux lieux savoureux

Si certaines initiatives peuvent être controversées en fonction de leurs pratiques, d'autres alternatives émergent aux quatre coins de la France afin de pouvoir mettre en place une consommation durable bien loin des grandes surfaces. L'une de ces alternatives est la mise en place de circuit-court afin de rapprocher concrètement le producteur et le mangeur. Une alternative qui selon mes observations semble l'une des plus pertinentes. Selon la définition émise par Paul Charlent, un circuit-court vertueux

est un circuit de distribution alimentaire qui se définit par plusieurs éléments. Premièrement, chaque système de distribution ne possède pas plus d'un intermédiaire entre le mangeur et le producteur. En ce qui concerne l'aliment, celui-ci doit être issu d'une agriculture biologique afin de limiter l'usage des pesticides toxiques qui se déversent dans notre environnement. Les producteurs doivent également respecter le cycle des saisons avant de distribuer localement leurs récoltes, c'est-à-dire, à moins de deux cents kilomètres.

Lors d'un podcast diffusé par **Écortable**, le fondateur du circuit-court **Alancienne**¹¹⁶ explique que tous les circuits-courts ne se valent pas. Pour savoir si un circuit-court est vertueux, Paul Charlent précise qu'il faut simplement avoir la curiosité de poser des questions. Comme nous l'avons souligné précédemment l'information semble être l'une des clés d'une consommation durable. Il se peut qu'un circuit court ne soit pas parfait dès les premiers mois de son inauguration. Il faut parfois offrir un peu de temps aux bonnes initiatives pour construire une logistique responsable. Si l'agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie affirme qu'il est préférable de se fournir à un endroit pour acheter la majorité de ses produits, plutôt qu'à droite puis à gauche, en réalité il existe des circuits courts qui permettent le rassemblement de différents produits locaux. Cet argument ne peut donc en aucun cas justifier la surabondance des grandes surfaces.

Cependant pour se diriger dans ses lieux émergents qui ressemblent à certains modes de distributions de nos ancêtres, il faut encore une fois être renseigné. Pour être renseigné, il est important d'être initié au goût des produits et à l'agriculture juste. Sensibiliser les plus jeunes semble alors apparaître comme une évidence bien qu'il soit aussi nécessaire de s'adresser à l'ensemble des générations.

L'association fondée par Camille Labro, intitulée **École comestible**, a choisi de sensibiliser les plus jeunes afin de toucher les parents par leur biais. Souvent nommées des éponges à savoir, les jeunes générations sont plus susceptibles d'acquiescer des pratiques alimentaires plus responsables. Les intervenants de l'**École comestible** se déplacent d'établissement en établissement afin de proposer



Atelier de l'École Comestible.
 École Comestible. 2019.
 © École Comestible.
 (Image A)

Atelier de l'École Comestible.
 École Comestible. 2019.
 © École Comestible.
 (Image B)



Atelier de l'association 4C
 Association 4C. 2019.
 © Jérémie Croidieu .
 (Image D)

L'Association Récho.
 Récho. 2019.
 © Récho.
 (Image D)



de multiples activités autour de l'alimentation telle que l'initiation à un potager et ainsi qu'aux cycles de la vie. Une intention qui fièrement expliquée dans leur manifeste, s'inspire ouvertement du mouvement *Slow food* initié comme nous l'avons vu par l'italien Carlos Pretini :

« Une alimentation « bonne, propre et juste » (la devise de *Slow food*) est le meilleur vecteur qui soit pour diffuser toutes ces valeurs d'attention, de soin, de partage, d'échange, d'intégration, mais aussi de plaisir, de création, d'imagination. On a oublié tout cela quand on va au supermarché pour acheter des plats tout faits, déconnectés du vivant. Il est urgent d'enseigner aux enfants, et aux parents à travers eux, d'où vient ce que l'on mange, comment se nourrir mieux, comment renouer les liens de la terre à l'assiette, comment cultiver les être au cœur de l'éducation, pour reconnecter les futures générations à leurs sens, à la nature et au bon sens »¹¹⁷
Camille LABRO, Manifeste de l'École comestible.

Ces initiatives permettent alors la transmission à la fois d'un savoir expliquant comment nous sommes devenus des êtres humains, mais également le partage d'un savoir-faire qui se transmettait autrefois de génération en génération. Ces gestes rendront par la suite possible la création d'un lien social, la valeur du travail de la terre mais également d'éduquer le palais des enfants à des aliments qui ne proviennent pas du supermarché. Si nous sensibiliser au monde agricole ne résolve pas tous les maux de notre société, cela permettra de faire perdurer la valeur du partage et de l'échange qui sont des valeurs fondamentales à toutes communautés humaines. La nourriture est un point commun qui rassemble, un moment

qui unit et qui a été trop longtemps négligé par nos sociétés où chaque minute doit mener au profit. C'est le cœur de chaque civilisation.

L'**Association 4C**, fondée en partie par Héléne Tavera, est destinée notamment à recréer du lien social entre les différentes cultures regroupées au quartier de la tête d'or de Paris. L'association souhaite offrir à ceux qui n'en ont pas toujours les moyens la possibilité de cuisiner à leur façon, selon leur héritage culinaire. Ainsi le collectif promouvait le partage des cultures et une bonne alimentation. La santé de ces nouveaux habitants souvent démunis est une grande préoccupation de l'association.

D'autres associations telles que le **Récho** utilisent la cuisine pour inclure des populations immigrées aux habitants souvent isolés du seizième arrondissement de Paris. Par exemple, un bénévole, un réfugié et un senior du quartier se retrouvent régulièrement pour partager un repas

préparé ensemble. Si chacune de ces initiatives semble uniquement agir de manière locale sur un petit groupe de personnes, c'est parce qu'elles prennent en compte que la production agricole doit redevenir une production à échelle humaine. De toute manière un changement quelque qu'il soit ne peut pas s'effectuer à échelle mondiale, il doit être initié par de petits groupes de personnes aux quatre coins du globe pour entraîner une avancée.

Ces démarches locales se construisent et agissent ainsi à échelle humaine. En intervenant dans le quotidien des mangeurs, les individus se sentent davantage concernés parce que le message leur est transmis directement en personne et non pas à une masse anonyme. Par exemple, **La Grenouille à Grande Bouche** est un restaurant participatif qui sollicite l'aide de bénévoles afin de proposer une cuisine conviviale tout en étant vecteur de lien sociale. Situé à Rennes, ce restaurant a pour objectif de devenir un lieu de rencontres et d'aider les associations de sa ville. L'idée n'est pas de faire du profit, mais de pouvoir vivre mieux ensemble, tout en mangeant correctement.

Cependant leur action de s'arrête pas là. **La Grenouille à Grande Bouche** c'est aussi une revue trimestrielle qui est distribuée par de nombreux libraires. Cette revue participative a pour but de transmettre le savoir d'un collectif de journalistes ou des différents métiers de la bouche afin de faire connaître ce qui composent nos assiettes, qu'elles étaient les pratiques d'autrefois ou encore qu'elles étaient véritablement le travail de ceux qui nourrissaient notre population. Au sein de sa démarche le collectif souhaite également exposer toutes les alternatives qui nous permettent de nous nourrir autrement. Diffuser des informations justes et vérifiées sur notre alimentation est une manière d'informer et d'éveiller les consciences des mangeurs contemporains.

Cependant, si la revue de **La Grenouille à Grande Bouche** a choisi de transmettre son savoir en utilisant un format papier, d'autres mangeurs militants ont choisi d'utiliser les médias numériques.

Le numérique au service de l'information

Pour retrouver confiance envers leur alimentation de plus en plus de mangeurs souhaitent être en mesure de percevoir une totale transparence sur la production des aliments qu'ils ingurgitent. C'est dans cette optique que sont nées des applications comme la célèbre **Yuka**TM. Cette plateforme numérique, fondée en partie par Julie Chapon, et utilisée quotidiennement par dix-sept millions d'utilisateurs au sein de huit pays différents est née après un constat relaté par le journaliste Laurent-David Samama. Ses propos retranscrivent l'histoire de l'application que l'on peut lire sur le site internet de la plateforme :

Cette plateforme numérique a été conçue pour permettre aux consommateurs d'identifier les produits « bons » pour leur corps et ceux qui contiennent des substances néfastes. L'application **Yuka**TM est une banque de données qui contient la composition de chacun des produits enregistrés dans sa mémoire. Délivrant une note plus ou moins élevée en fonction de leur composition. Néanmoins, l'application dont les critères ont été affinés de manière subjective possède quelques limites. L'algorithme ne permet pas encore d'évaluer les articles de manières partiales

et provoque quelques incohérences. Par exemple, l'application malgré ses généreuses intentions ne prend pas en compte le degré de transformation des aliments et ne mentionne pas certains nutriments essentiels à notre métabolisme. **Yuka**TM permet donc de faire une présélection au sein de notre liste de consommation. Cette liste reste cependant non-exhaustive et doit être réexaminée de manière minutieuse. D'autres applications telles que le **Marché Vert**^{TM119} sont nées pour faire connaître d'autres lieux d'approvisionnement que les grandes surfaces

« Benoît, l'un des cofondateurs et papa de trois enfants, avait envie d'acheter de meilleurs produits alimentaires pour sa famille. Perdu dans la lecture des étiquettes au milieu de toute cette jungle alimentaire, il se dit que ce serait pratique d'avoir un outil permettant d'analyser automatiquement la composition des produits. Il en parle à son frère François et à une amie, Julie, qui sont tous les deux séduits par le concept. Tous les trois, ils participent en février 2016 à un concours de start-up, le **Food Hackathon**. Ils y développent pendant tout un weekend le concept et finissent à la première place ! Convaincus que leur idée répond à un vrai besoin, ils se lancent pleinement dans le projet »¹¹⁸

Laurent-David SAMAMA.

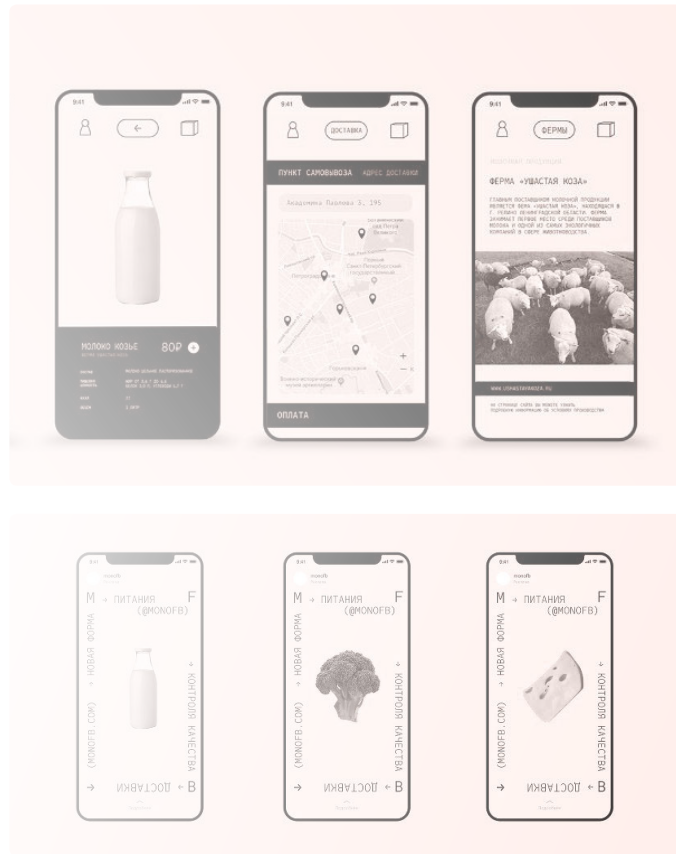
environnantes. L'objectif de ses quatre fondatrices est de créer une carte des petits producteurs aux productions vertueuses afin de les soutenir durant les périodes de confinement dû à la crise sanitaire du covid-19. Cette cartographie permet de mettre en évidence de multiples fermes ou amap¹²⁰ de proximité, des lieux parfois inconnus par des habitants locaux. L'application regroupe par ailleurs actuellement plus de deux mille points de vente partout en France.

La connaissance offre la possibilité de choisir notre mode de consommation. Ce choix est un choix politique, bien que souvent nous ne nous en rendions pas toujours comptes. Internet et notamment les applications numériques offrent un accès à la connaissance au plus grand nombre d'entre nous, ce qui permet ainsi à un plus grand nombre d'individus de découvrir de leurs petits producteurs de proximités. Selon le magazine alimentaire **BON, Les racines de l'esprit naissent dans l'estomac**, le **Marché Vert**TM est la démonstration d'une forte demande de produits propres et justes, mais également de l'offre implantée partout en France.

En vérité on ne compte plus les applications qui cherchent à pallier les maux de notre société. **Too good too go**^{TM121}, créée en 2015, complète ses consœurs en proposant un service afin de limiter le gaspillage alimentaire. Importé en France par Lucie Basch, en 2016, cette application est aujourd'hui utilisée par de nombreuses enseignes de petites et de grandes distributions. Néanmoins le journaliste Victor Coutard¹²² dénonce la démarche hypocrite de la part des grandes enseignes agroalimentaires qui sont actuellement en partie responsables de la surproduction.

De nombreux designers conçoivent de nombreuses plateformes pour aider notre société. Ces inventions numériques sont souvent pleines de bonnes intentions, comme la plateforme conçue par l'étudiante Sasha Kurilenko qui a conçu un service nommé **Mono.food.box** de livraison qui permet également de renseigner la provenance des produits en décrivant leur mode production. Néanmoins, ces outils semblent trop nombreux et apparaissent parfois comme des gadgets multifonctions. Or si nos smartphones possèdent déjà de nombreuses applications plus

Mono.Food.Box.
Sasha Kurilenko. 2020.
© Sasha Kurilenko.
(Image A)
(Image B)



ou moins utiles, il nous est impossible de toutes les télécharger. Un choix doit être fait. De plus, la sélection peut être rude dans un monde où il existe des milliers de plateformes numériques.

Alors, nous pouvons nous demander s'il n'existe pas d'autres solutions que de produire des applications pour répondre aux enjeux de notre société ? Est-ce que ces outils immatériels ne contribuent pas à nous conforter dans notre individualité ? Est-ce que tous nos rapports sociaux et alimentaires dans un avenir proche devront passer par l'intermédiaire d'un smartphone ? Néanmoins, en tant que designer, nous devons avant tout nous demander : comment le design peut-il aider à la transmission d'une culture ou d'un savoir-faire ? Devons-nous privilégier davantage les outils numériques pour transmettre aux générations futures ?





Le design social : un design engagé et citoyen

Qu'est-ce qu'un designer ?

Tout d'abord, nous devons répondre à une question qui peut paraître simple, mais qui pourtant soulève quelques complexités : qu'est-ce qu'un designer ? Ce questionnement se doit être entrepris dans toutes recherches liées au design, car si ce terme anglophone peut être traduit par le verbe « concevoir », en réalité chaque designer possède sa propre définition du terme. C'est à la fois un nom selon le designer Norman Potter¹²³ utilisé pour nommer un plan de conception. Par ailleurs, ces multiples définitions donnent un aspect flou au terme et entraînent bien souvent une incompréhension de la part d'un public non-averti. C'est pourquoi le mot design dans le langage courant est un mot que certains emploient régulièrement sans en comprendre le sens. L'expression « c'est design ! » en est l'exemple type. Toutefois, pour revenir à notre définition du terme, dans cette partie, nous allons évoquer un point de vue personnel qui peut ne pas correspondre à toutes les définitions émises par d'autres pairs.

Le designer italien Joe Colombo¹²⁴ décrit le design comme un moyen permettant de construire notre environnement en répondant à nos besoins vitaux. Une définition qui semble véridique, mais qui se doit, tout de même, d'être enrichie en fonction de son contexte. Car si la profession d'un designer évolue, sa définition également. Alors nous pouvons nous interroger sur le rôle d'un designer contemporain. Quel est le rôle d'un designer au 21^{ème} siècle ? A priori son rôle est toujours de concevoir, cependant, là où nous pouvons observer un changement, c'est qu'un designer contemporain ne semble plus pouvoir concevoir de la même manière qu'autrefois. L'époque, le contexte et notre environnement ont changé, nos besoins aussi. Notre société de surconsommation a marqué un tournant dans notre société qui a bouleversé l'idéologie de multiples designers. Ainsi actuellement un designer ne peut plus concevoir un énième bien de consommation sans se préoccuper de son impact social et

environnemental. L'apparition de nombreuses réglementations fait naître des nouvelles contraintes qui l'obligent, désormais, à mettre en place une démarche holistique. Cette démarche lui permet de s'interroger davantage sur la nécessité de sa création en étudiant chaque point de son projet sous plusieurs points de vue : Est-ce que ce projet est utile ? Est-ce qu'il peut être bénéfique pour notre société ? De quelle manière impact-il notre environnement ? Quelle technique peut être employée pour le réaliser ? Quel est le cycle de vie de ce projet ? Quelles conséquences aurait-il sur notre société ?

Le rôle d'un designer n'est donc plus de mener à bien la conception d'un produit, jusqu'à sa commercialisation. Il doit anticiper sa création dans son ensemble et penser l'entièreté de son cycle de vie.

C'est pourquoi, à mon sens un designer contemporain est un inventeur d'objet utile à la fois pour notre société, mais également pour notre environnement. Il n'établit pas un simple produit pour le plaisir de faire ou pour le bénéfice qu'il peut rapporter, il répond à un besoin vital en imaginant le cycle de vie d'un produit. Le designer peut prendre plaisir à créer, mais cela ne doit pas être sa première motivation. C'est-à-dire, que le métier de designer doit s'extraire d'une démarche de surproduction entraînée par la pensée capitaliste de la mondialisation. Il est dans l'obligation de s'émanciper de ce que le directeur du département de l'architecture et du design du **MoMA**, Arthur Drexler¹²⁵, décrit comme :

Un propos avant-gardiste lorsque l'on constate qu'il a été tenu dans un texte publié en 1957, au commencement de la folie du plastique et aux prémises des questionnements environnementaux. Un propos soutenu également par Norman Potter qui qualifie le design industriel d'inutile, face à certains enjeux de notre monde. En effet, le designer contribue au développement de la société. Il possède une part de responsabilité sur les maux qui frappent notre société et a en partie aidé à instaurer la surproduction de produits inutiles. Si

« Une armée de chercheurs, de *rendere*¹²⁶ et de réceptionnistes menés par un vendeur-en-chef impeccable et soigné, qui inonde le monde occidental et certains pays d'Asie, d'objets sphériques colorés inutiles, essentiellement en plastique »¹²⁷

Arthur DREXLER.

l'industrie préfère nous transmettre une image positive du métier de designer, l'image d'un inventeur, il est important de se rendre compte que cette profession n'est pas toujours porteuse de vertus.

C'est pourquoi, certains discours qui illustrent uniquement les bienfaits du design peuvent paraître parodique, voire mensonger. Le designer italien Michele De Lucchi¹²⁸ l'expose d'une manière plutôt ironique dans un poème intitulé *Discours d'un designer en général*. Il parodie allégrement les manifestes de certains designers qui s'illustrent en tant que héros de notre planète, tout en mettant en avant l'aspect politique du design. Un discours égocentrique qui tend à faire réfléchir chaque designer sur sa propre démarche.

Le designer n'est pas un sauveur, en effet comme nous l'avons évoqué précédemment il est parfois l'une des causes de la détérioration de notre société. Bien que souvent son souhait soit de créer afin d'améliorer notre quotidien. Il expérimente, imagine et réalise un produit pour ce qu'il croit être bénéfique à une communauté ou à un utilisateur. Un designer conçoit ainsi selon ses propres idéologies. Il met en place dans sa démarche de création une ligne de conduite, un schème, qui se compose à la fois d'une pensée éthique et vertueuse dont lui seul fixe les règles. Autrement dit, un designer défend un point de vue, un message et une croyance, tout comme le ferait un artiste. Ainsi aucun objet, aucune création ne peut être objectivement neutre. Norman Potter affirmera, en effet, tout au long de sa carrière qu'aucun projet ne peut être

« Ecoutez-moi – Ecoutez-moi !

Je suis un designer en général et en général, un designer !

Je donne au monde la beauté des choses utiles. Je suis payé pour que vous puissiez vivre parmi la beauté – parmi le confort – parmi la douceur – la fonctionnalité (le fonctionnel) – les couleurs – dans la joie.

Je suis à vos côtés dans la quête de l'équilibre et de l'harmonie entre la beauté artistique et la beauté de la nature.

Je meuble les villes – la campagne – le paysage – les routes – les immeubles – les maisons – les pièces – les salles de bain – les cuisines – les tables – les chaises – les fourchettes – les plats – la nourriture – les idées – les goûts – les pensées – la culture.

Je vous designe.

Moi, designer, j'aime la nature et je combattrai jusqu'à la fin de toutes mes forces pour défendre le bleu profond des océans – le vert des prairies – le blanc de la neiges – le genre humain, car vous aussi appartenez à la nature et votre vie se nourrit des fruits délicieux du verger, le lait des vaches qui broutent dans la fraîcheur des clairières.

Faites place et tracez chemin au designer.

Laissez-moi la technologie, car je sais en faire bon usage de sorte qu'elle soit utile et non-nocive. Confiez-moi vos problèmes, je vais les résoudre, moi, moi seul et ne faites confiance à qui que ce soit d'autre. »¹²⁹

Michele DE LUCCHI.

objectif. La conception d'un objet est guidée selon la pensée et la morale du designer, qui l'a imaginé. Par ailleurs, le théoricien du design Pierre-Damien Huyghe¹³⁰ ajoute, lors d'un entretien mené par Emmanuel Tibloux et retranscrit dans le texte *Design, mœurs et morale*, que toutes créations possèdent une dimension morale :

« Tout objet de communication – par exemple un téléphone portable – à une dimension morale, non pas parce qu'il engage des décisions d'ordre éthique mais parce qu'il organise des mœurs [...] »¹³¹

Pierre-Damien HUYGHE.

La dimension morale que se fixe alors le designer est dictée par une pensée pré-politique qui peut influencer sur l'organisation d'us et coutumes. Or tout inventeur n'est pas non plus à l'abri d'une erreur de jugement. Un designer peut commettre des erreurs et accentuer la dégradation, par exemple, de notre environnement sans même en être conscient.

Il ne peut également pas contrôler ce que deviendra son produit, une fois qu'il sera entre les mains d'un utilisateur. Il ne peut que projeter son impact. Il y a la fonction pensée par le designer, et la fonction que choisit de lui donner l'utilisateur. Des pensées qui peuvent être parfois à contrecourant. Bruno Latour¹³² explique notamment, dans un article intitulé *Where are the missing masses ? the sociology of a few mundane artifacts*¹³³, la relation complexe qui relie le designer, le produit et l'utilisateur. Le philosophe français relate une ambiguïté de l'usage d'un objet en affirmant qu'il possède souvent différents usages. Le premier est inscrit dans le produit par le designer, il le nomme « *inscription* », c'est un usage défini par le designer. Le second est baptisé « *prescriptions* » et concerne ce que l'objet permet à l'utilisateur. Tandis que le dernier usage est celui qui par opposition est défini par l'utilisateur en fonction de son interprétation, c'est ce que l'on nomme la « *subscription* ». Ce qui signifie que lorsqu'un designer conçoit un objet, il ne maîtrise pas réellement son avenir malgré tous les scénarios d'anticipations établis.

Néanmoins, à mon sens, un designer ne doit pas hésiter à s'engager pour essayer de résoudre les maux d'une société écorchée par la surconsommation, la surproduction et la détérioration de l'environnement. Toutefois sa pensée doit également être enrichie par d'autres acteurs qui permettront au designer de concevoir des outils utiles, car

en effet contrairement à la déclaration au ton ironique de Michele De Lucchi, un designer ne peut pas travailler seul. Il ne détient pas la juste vérité au creux de son esprit. C'est un métier qui a besoin des autres pour parvenir à créer de manière utile et vertueuse. C'est un « généraliste » qui consulte des spécialistes. Il s'entoure ainsi de multiple corps de métier pour chercher une vérité propre à un groupe d'individus. Un designer contemporain doit à mon sens porter la casquette d'un designer et partir à la recherche de solutions et d'indices semés par d'autres corps de métier. Parfois, son rôle consiste non pas à réinventer un énième objet, mais à mettre en relation divers acteurs pour parvenir à construire un projet « juste et propre ». C'est un médiateur qui sculpte les informations qu'il recueille de manière plus ou moins objective.

Ce rôle de chercheur-médiateur est souvent porté par des designers aux consciences éveillées qui choisissent désormais de concentrer leurs efforts afin d'essayer de résoudre, à échelle humaine, les problèmes critiques de notre société : c'est l'émergence du design social. Toutefois, il est important de définir cette expression afin de comprendre les ambitions qui animent ces designers engagés qui la revendiquent.

L'émergence du design social

L'expression « design social » n'est pas à traduire de manière littérale, le philosophe Jean-Hugues Barthélémy¹³⁴ le soulignera notamment lors du colloque international « *Design social, les nouvelles formes de convivialité* »¹³⁵. C'est une discipline qui possède plusieurs intentions. La première tente de faire évoluer notre société en fonction de son environnement, c'est-à-dire, de trouver des solutions afin d'adapter nos modes de consommations à une production plus respectueuse. Le design social est ainsi une pratique attentive à tous les grands maux qui frappent notre société contemporaine. C'est une tâche dans laquelle s'engagent de plus en plus de designers qui ne se soucient pas uniquement de l'utilisateur-consommateur. En effet, nombreux sont ceux qui, chaque année, prennent part à des projets soucieux de la détresse environnementale et sociale de notre planète. Pour parvenir à l'aboutissement de ces projets vertueux, le designer

sollicite d'autres corps de métier, s'entourer de multiples acteurs, offre au design social la possibilité d'atteindre ses objectifs, autrement dit de créer une symbiose durable entre notre organisation sociale et notre environnement. Un article publié en 2011 dans le journal du MIT, *Design Issues*¹³⁶, témoigne de cette idéologie naissante, qui revendique des projets porteurs de valeurs éthiques. Les trois professeurs en charge de l'article mettent par ailleurs l'accent sur cette idéologie et utilisent une expression « to do good for society » (« faire le bien pour la société ») pour définir chaque démarche entreprise. Néanmoins, si cette envie n'est pas nouvelle en soi, elle est fortement accentuée avec l'apparition de différentes crises sociétales qui pullulent depuis quelques années.

En réalité les prémisses de ce que l'on nomme le design social semblent remonter aux années 1970. Lorsque Victor Papanek¹³⁷, l'un des précurseurs de cette idéologie, commence à revendiquer un design utile et responsable envers la société. Dans son ouvrage, *Design pour un monde réel, écologie humaine* et changement, publié en 1971, le professeur dénonce avec virulence les designers industriels, qu'il trouve négligents. Pour lui, ils produisent sans se soucier de la conséquence de leurs actes :

Le père du design social re-proche à l'industrie son aspect spéculatif, un comportement qui selon lui est irresponsable. Il clame alors haut et fort qu'un nouveau design doit émerger et s'engager politiquement sous une nouvelle esthétique. Pour lui, le design est avant tout l'intention d'un projet et non la forme de celui-ci. Convaincu de se battre pour une noble cause, le designer rédigera, par ailleurs, plusieurs critères pour décrire la démarche idéale de toute designer. Le premier critère insiste sur la notion de durabilité. Tout objet doit pouvoir perdurer dans le temps, sans être victime d'obsolescence

« Peu de professions sont plus pernicieuses que le design industriel, il n'y a peut-être qu'une profession qui soit plus factice : le design publicitaire qui persuade les gens d'acheter les choses dont ils n'ont pas besoin [...] dans un environnement qui est visuellement, physiquement et chimiquement bloqué, ce que les architectes, les designers industriels, les planificateurs, etc. pourraient faire de mieux, c'est de cesser complètement leur travail. Dans toutes pollutions, les designers ont leur part de responsabilité. Mais dans ce livre, j'adopte une vision constructive : le design peut et doit devenir un moyen pour les jeunes de participer à l'évolution de la société »¹³⁸

Victor PAPANEK

programmée. Une création doit favoriser avant tout un processus tourné vers le développement durable. Un autre point abordé par Victor Papanek concerne la dimension éthique des démarches créatives menées par les designers. Il souhaite revendiquer des démarches bienveillantes envers l'environnement, mais également envers l'être humain. Pour cela, le designer explique que nous devons privilégier des projets qui se concentrent sur des actions locales, collectives et qui privilégient un travail à échelle humaine. Néanmoins, l'un des derniers critères énoncés décrit le besoin d'une participation active de la part des gouvernements et de l'industrie afin de promouvoir une production dite intelligente. En effet, le designer américain reproche différents lobbies d'entretenir un cycle pernicieux. Une pratique que l'on retrouve fréquemment dans l'industrie agroalimentaire :

« Les industries toutes puissantes, les gouvernements corrompus, les lobbies influents et les groupes d'intérêts forment une cabale et cherchent à nous persuader que tout va pour le mieux. Tout propos sur le mauvais état de santé du monde est jugé alarmiste »¹³⁹

Victor PAPANEK.

lui, un designer est avant tout un étudiant de la société qui guide les individus à travers une industrie nocive. Plus précisément, il accuse l'industrie moderne de nous stimuler continuellement à l'aide des péchés capitaux : l'avarice, l'envie et la cupidité. C'est en suivant les lignes directrices de ces deux hommes que le design social s'éloignera alors d'une production de masse et réintègrera une valeur spirituelle au cœur de chacun de ses projets, tels que le partage et l'échange.

Par la suite, le sociologue spécialisé dans le domaine du design, Ezio Manzini¹⁴⁰ continuera d'enrichir la définition de ce mouvement émergent en 2015, lors de la publication de son essai nommé *Design, when everybody designs : an introduction to design for social innovation*. Si cet ouvrage est récent, il permet d'entrevoir l'évolution du design et notamment les conséquences des propos de son prédécesseur. Tout d'abord un constat indéniable

Si cet essai sera fortement critiqué par ses confrères, il marquera les fondements du design social : une discipline qui souhaite réintégrer des valeurs humaines à sa pratique. Des propos qui seront enrichis par le designer anglais Norman Potter, dans son célèbre ouvrage *What is a designer ?*, publié en 1980. Selon

est établi : tout le monde conçoit et possède des facultés créatives. Effectivement le designer italien explique que chacun est le designer de sa vie et de son quotidien. Cependant, cela ne signifie pas que tout le monde est un designer pour autant. Un designer est avant tout un individu qui agit pour faire évoluer notre société. Le design est donc une capacité que tout individu semble empreint à posséder, mais que peu d'entre nous pratique professionnellement. Le développement de ce propos offre alors une toute autre dimension au métier de designer. Ainsi, il est essentiel de nous interroger sur cette nouvelle dimension : quel est le rôle du designer contemporain ?

A mon sens, un designer du 21^{ème} siècle n'est plus chargé de recréer des objets gadgets qui existent déjà, encore et encore. Plus précisément, il ne doit plus concevoir un énième produit contribuant à la surabondance commerciale. Notre société n'a plus besoin de produits kleenex pour répondre à des besoins futiles et faire vivre une économie trop gourmande. Nous sommes déjà continuellement entourés d'objets. Aujourd'hui, nous avons besoin de solution pour préserver notre environnement, défendre notre planète et donc ainsi protéger la vie. Pour cela, le designer porte désormais sur les épaules un rôle de médiateur, c'est-à-dire, que son objectif est de se joindre à des initiatives collectives afin de les aider à mettre en forme leurs idées. Le rôle du designer n'est pas d'imposer une manière de faire, mais de contribuer à instaurer un processus de création que nous pouvons attribuer à ce que l'on nomme le designer thinking. Le design thinking est un processus de création qui prend place au sein d'un groupe de différents acteurs qui s'interrogent sur l'être humain et son avenir. Un avenir qui se construit au sein d'un environnement, c'est-à-dire un contexte. Ainsi, le designer aide à guider le groupe dans son processus de pensée. Cependant, ce n'est pas à lui d'imposer ses idées ou de manager le collectif. Le designer Olivier Gilson précise ainsi lors d'une interview que le design social est avant tout une discipline collective :

« Avec le design social, chacun se met autour de la table, avec ses compétences propres pour déterminer, collectivement, un cahier des charges et construire quelque chose ensemble. L'idée est de se mettre au service de l'intelligence collective et d'améliorer la société »¹⁴¹

Olivier GILSON.

Cependant, il faut prendre en compte que pour permettre l'éclosion de projet de design social, il faut faire connaître ces processus de création et ainsi le rôle du designer dans le monde de l'entrepreneuriat. Ainsi, en devenant médiateur, le designer diffuse également autour de lui la culture du design de recherche. Ezio Manzini précise, d'ailleurs, lors d'une conférence, que diffuser la notion de design auprès du grand public permet de faire connaître la fonction d'un designer et aide ainsi à anticiper davantage l'évolution de notre société. En effet, cela peut entraîner des rencontres qui seront peut-être à l'origine de nouvelles initiatives sociales et environnementales. Sans oublier que faire connaître une profession permet également de susciter des vocations chez les nouvelles générations. Parler de design, c'est parler d'une conception d'avenir qui permet de remettre en question certains acquis de notre société.

Le design social correspond ainsi à un design qui revendique une prise de position politique sur les enjeux qui frappent notre société. Autrement dit, c'est une discipline au regard militant dont le but est de convaincre notre société à instaurer un changement. C'est avec cette volonté de provoquer un changement qu'aujourd'hui des designers revendiquent leur idéologie à travers leur projet. Une idéologie souvent tournée vers l'écologie et la valorisation des liens sociaux.

Certain de ces projets apparaissent comme des projets fictifs ou prospectifs, conçus pour éveiller les consciences du public. Par exemple, le **Studio Superflux**¹⁴² a tenté d'illustrer notre avenir au sein d'un appartement témoin, ce projet s'intitule *Migration of Shock*. Sous forme d'exposition, le visiteur est transporté dans le temps pour atterrir en 2219. Cette expérience avait déjà été proposée au Centre de culture contemporaine de Barcelone en 2018, avant d'être reproduite à Singapour lors d'une exposition intitulée *2219 : Futures Imagined*. L'objectif du studio n'est pas de terroriser le public, mais de tenter de fournir des représentations d'un avenir possible, un avenir qui sera fortement impacté par notre environnement et la démographie galopante. Chaque élément construisant ces habitations a été pensé pour retranscrire l'un des visages de notre futur quotidien. Le studio s'est appuyé sur les

prédictions de nombreux scientifiques pour émettre de multiples théories et interroger chaque pend de nos habitudes. La nourriture est par ailleurs l'une des questions majeures. Que mangerons nous dans le futur ? Quelles seront nos nouvelles pratiques alimentaires ?

Tant de questions dont nous ignorons encore les réponses. Anab Jain et Jon Arden, les designers co-fondateurs de ce studio ont tenté d'imaginer la cuisine du futur en mettant en scène divers objets : boîtes de conserves, livres de cuisines, petit potager intérieur... Si cette cuisine reprend des traits familiers, elle est à l'opposé de ce que nous connaissons. Dans cette représentation l'image de la surabondance a été remplacée par celle de la restriction. Sur une étagère, un livre de cuisine est intitulé *Cook in a Time of Rarecity* (« Comment cuisiner en temps de pénurie ? »). Les aliments qui composaient autrefois notre quotidien sont consignés sous clés et nous pouvons remarquer une carte de rationnement distribuée par le gouvernement. Ces changements alimentaires révèlent ainsi des évolutions de productions et de consommations.

La nourriture qui apparaît dans notre société comme une simple activité, apparaît désormais comme une quête. L'appartement abrite de nombreux objets ou ingrédients à destination d'expérimentations culinaires tels que des champignons, des plantations qui s'inspirent de la permaculture, des vers de farine... L'appartement abrite ainsi tout un écosystème éclairé par différentes lumières afin d'imiter les rayons du soleil. Ces nouvelles pratiques bouleversent complètement les liens sociaux et proposent aux individus de se reconnecter avec la nature. Cette restitution de leur recherche n'a pas pour but de démoraliser, mais d'explorer tous champs du possible.

La co-fondatrice Anab Jain déclara avec optimisme : « C'est peut-être la fin du monde tel que nous le connaissons, mais d'autres mondes sont possibles »¹⁴³. Ce projet prospectif sensibilise le spectateur à des questions d'avenir, en lui faisant découvrir des pratiques vertueuses pour notre environnement et notre société. L'appartement *Migration of Shock* réunit les grandes problématiques du design social. C'est le décor d'un parti pris politique qui souhaite sensibiliser, sans effrayer.



Migration of Shock.
Studio Superflux. 2019.
© Studio Superflux.
(Image D)



Migration of Shock.
Studio Superflux. 2019.
© Studio Superflux.
(Image E)



Migration of Shock.
Studio Superflux. 2019.
© Studio Superflux.
(Image A)



Migration of Shock.
Studio Superflux. 2019.
© Studio Superflux.
(Image B)

Migration of Shock.
Studio Superflux. 2019.
© Studio Superflux.
(Image C)



D'autres projets prétendent interroger des solutions d'avenir en mettant en place des discours remplis d'une bienveillance mensongère. Sous couverture d'un design social, leur projet cache un but bien moins vertueux. C'est le cas du projet fictif *In Vitro Meat* mené par Koert Van Mensvoort¹⁴⁴. L'artiste néerlandais s'est interrogé au travers de ses recherches sur notre consommation excessive de produits carnés. Une consommation qui va devoir réduire dans un avenir proche si nous souhaitons conserver notre environnement. De ce fait, Koert Van Mensvoort est parti à la recherche de solution envisageable pour parvenir à ce but. Selon ces déductions, la solution la plus efficace serait d'arrêter toutes consommations animales, néanmoins cela paraît peu plausible à l'heure actuelle alors l'artiste a fait le choix de se diriger vers une autre option : la viande in vitro, autrement dit, la viande de synthèse produite en laboratoire.

Son équipe et lui-même ont ainsi imaginé des recettes à base de viandes artificielles, vendues au sein d'un livre de cuisine ou sur le site d'un restaurant fictif. Cette viande pourrait être réalisée à partir de cellules animales prélevées sur les muscles et des hormones contenues, par exemple, dans le sérum de fœtus bovin. Une viande qui soulève néanmoins plusieurs problèmes éthiques. Notamment, celui d'abattre des animaux en pleine gestation pour pouvoir prélever les ingrédients nécessaires. Pour pouvoir produire cette viande en Europe, il faudrait également obtenir une rectification de la législation qui interdit pour le moment, l'incorporation de ces hormones à tous produits consommables. Nous pouvons constater que ces problèmes n'ont pourtant pas freiné la recherche de nombreux chercheurs tel que le scientifique Mark Post, qui proposera à la vente le premier steak in vitro en 2013. Pourtant après quelques années, certains scientifiques choisissent de nous mettre en garde contre la production de ce nouvel aliment. Il semblerait qu'en réalité cela ne serait qu'une fausse solution et accélérerait sur le long terme la dégradation de notre environnement en augmentant la production de gaz à effet de serre.

L'artiste ne s'attarde pas sur ces questions et son projet bien que fictif ne revendique pas un futur glorieux. Il ne remet pas en cause notre façon de consommer, mais



Rustique in vitro.

Koert Van Mensvoort. 2016.

© Bristrot In Vitro.

(Image A)



Foie gras convivial.

Koert Van Mensvoort. 2016.

© Bristrot In Vitro.

(Image B)



Pépites dodo.

Koert Van Mensvoort. 2016.

© Bristrot In Vitro.

(Image C)

propose simplement un autre produit pour enrichir notre société de surconsommation. Ce projet qui en apparence ressemble à un projet de sensibilisation, proche d'une démarche du design social, semble en réalité jouer sur une tendance afin de créer un buzz. C'est l'une des grandes controverses qui entoure le design social. Une stratégie déplorable, souvent employée par des individus malhonnêtes à l'égo démesuré. C'est ce que dénonce la designer Henriette Waal¹⁴⁵ lors d'une conversation avec le sociologue Michael Kaethler :

De surcroît, le design social est également accusé de produire du **greenwashing**. C'est-à-dire, d'employer des stratégies marketings mensongères afin de promouvoir une fausse image écologique. Une pratique souvent utilisée par des grands groupes industriels qui souhaitent faire oublier certains méfaits passés. Si l'univers de la **fast-fashion** est souvent pointé du doigt pour l'usage abusif de ces pratiques fallacieuses, le domaine de l'agro-alimentaire n'est pas en reste. L'un des exemples les plus dénoncés au cours de ces dernières années implique l'enseigne **Mc Donald's™**.

En effet, le géant du **fast-food**, souvent accusé de gaspillage alimentaire et de proposer des aliments nocifs pour notre organisme, a souhaité transformer son image en changeant l'une des couleurs de son logo. Le fond rouge qui faisait partie de l'identité de la marque a été remplacé par un vert. Un choix de couleur bien loin d'être anodin. Sachant que le vert est souvent utilisé en communication pour revendiquer une image responsable aux idéaux écologiques.

Ces stratégies mensongères se retrouvent également au sein du domaine social, c'est ce que l'on nomme désormais le socialwashing. L'objectif est de créer l'image d'une collectivité conviviale ouverte à l'innovation sociale alors qu'en réalité cette stratégie masque souvent d'autres pratiques moins honorables. Ces tendances fallacieuses

« I take issue with social design practices when they claim to solve problems but in fact end up using the problem to make a name for themselves : they become more about the designer and end up reproducing structural inequalities »

Henriette WAAL.

(« Je suis en désaccord avec les pratiques du design social, lorsqu'elles clament résoudre des problèmes, alors qu'en réalité elles utilisent le problème pour se faire un nom : elles mettent en avant davantage le designer et finissent par reproduire des iniquités structurelles. »)¹⁴⁶

Henriette WAAL.

n'hésitent pas à s'appuyer sur certains grands préceptes du design social, entachant alors son image et provoquant l'indignation de nombreux designers. Ses partisans apparaissent alors comme des optimistes aux idéologies naïves. Pourtant à mon sens, revendiquer des actions sociales et durables, n'a rien de naïf. Même si, en réalité, le design a toujours attiré au domaine social, certains d'entre nous semblent l'avoir quelque peu oublié. Le design social est alors apparu pour revaloriser ces valeurs essentielles à notre communauté.

Bien que la définition de ce mouvement se construit au fil du temps et semble toujours incomplète ou inachevée, le professeur en design Jan Boelen décrit le voile qui entoure ce terme comme une chance. En effet, ce flou théorique permet d'enrichir continuellement la définition, tout en continuant de questionner le rôle d'un

designer dans son ensemble et non uniquement le rôle d'un designer dit « social ». De plus, il ne faut pas oublier que certains designers forment des initiatives qui empruntent des principes du design social, sans nécessairement le revendiquer. Leur action se veut avant tout bienveillante. Ils ne souhaitent pas se donner l'image d'un super-héros mais souhaitent simplement apporter leur pierre à l'édifice en toute modestie. C'est pourquoi si la « bienveillance » est un terme d'une franchise candide, il résume cependant parfaitement la volonté qui se cache derrière le design social. Plus précisément, la volonté de faire le bien et le bonheur de notre société. Le designer Dick Van Hoff¹⁴⁷ décrira sobrement cette intention de bienveillance sociale :

« Good design is inherently social in the same way being a good human is. And in the same way that one should be aware of the social consequences of their actions, designers should be responsible with what and how they make. All design should be responsible in how it affects the world around us – environment, people, animals, and so forth »

Dick VAN HOFF.

(« Un bon design est intrinsèquement social de la même manière qu'un bon humain l'est. Et de la même manière que l'on doit être conscient des conséquences sociales de ses actions, les concepteurs doivent être responsables de ce qu'ils fabriquent et comment. Toute conception doit être responsable de la manière dont elle affecte le monde qui nous entoure - environnement, personnes, animaux, etc. »)¹⁴⁸

Dick VAN HOFF.

Pour conclure, le design social est une pratique collective et bienveillante, qui aspire à la fois le bien-être de notre environnement et de l'espèce

humaine. C'est une démarche qui ne s'apparente pas uniquement à une tendance, bien que certain la revendique uniquement pour attirer l'attention. C'est le nouveau visage du design contemporain. Tout du moins tel qu'il devrait être. Celui dont notre société semble avoir besoin.

Toutefois, pour inscrire ces initiatives au sein de notre société et changer peu à peu nos mœurs, le projet doit convaincre les utilisateurs. Une tâche qui peut s'avérer souvent complexe pour des projets à dimension sociale. Persuader n'est pas toujours une chose aisée, surtout lorsque l'intention est d'instaurer un changement dans nos habitudes. C'est pourquoi les designers emploient différentes stratégies afin d'influencer ou de suggérer de nouveaux comportements responsables.

Comment le design s'inscrit-il au sein de la collectivité ?

Une démarche participative : le co-design

Comme nous l'avons défini précédemment un designer essaie, à l'aide de différents acteurs, de guider la société vers des comportements vertueux pour notre environnement, mais également pour l'espèce humaine. Pour cela, il utilise différentes stratégies pour construire un projet cohérent pour notre société contemporaine. Un designer ne possède jamais toutes les clés nécessaires à la construction d'un projet. C'est au sein de la collectivité que son rôle prend tout son sens. Il doit apprendre à observer et comprendre le contexte qu'il souhaite explorer, une étape déterminante pour l'élaboration de tout projet.

D'autant plus, lorsque les problématiques abordées bouleversent nos habitudes ou nos mœurs. Il est difficile d'instaurer un changement chez un individu, il l'est d'autant plus lorsqu'il s'agit d'une collectivité. C'est pourquoi, le design s'inscrit de plus en plus dans des démarches collaboratives, non seulement avec d'autres corps de métier, mais également avec les futurs utilisateurs. C'est ce que l'on nomme notamment le co-design, une pratique interdisciplinaire souvent complexe à mettre en place qui alterne sans cesse autour des enquêtes de terrains et des études sociologiques ou anthropologiques. L'objectif est

de parvenir à faire participer les utilisateurs concernés au projet en les inscrivant dans le processus de création. Si cette méthode ne peut garantir aucun résultat, elle permet d'inscrire chacun des acteurs dans l'élaboration de l'objet, du lieu ou du service. Ce qui par le biais de négociations peut entraîner le succès immédiat de certaines initiatives car la société et ces utilisateurs sont directement impliqués et donc par conséquent concernés. Cette pratique doit s'exercer sans idée reçue de la part du designer. Dans un premier temps celui-ci doit se laisser guider afin d'apprendre. Le spécialiste des sciences humaines Marcelo Svirsky précise, en effet, que pour mettre en place un processus de co-design, le rôle du designer doit apprendre à travailler avec ce qu'il nomme le matériel social, c'est-à-dire, des enquêtes, des échanges et des observations. C'est l'une de ses tâches principales.

Mettre en place une démarche de co-design permet de s'imprégner pleinement d'un contexte et d'en connaître les moindres recoins. Néanmoins, c'est un processus long, qui demande de nombreux échanges, un investissement de tous les acteurs et certaines concessions au cours des négociations. Sans ces trois éléments la démarche entreprise a peu de chances d'aboutir à un projet concret, et encore moins à un projet réellement utile. C'est pour cela que le co-design est sans doute l'une des méthodes les plus aléatoires. Personne ne peut en prédire le résultat à l'avance. Ces processus de participation collective sont néanmoins souvent mis en place dans des lieux d'échanges créatifs tel que les fablabs ou d'autres laboratoires créatifs. Cette démarche est souvent utilisée pour résoudre des problèmes de société.

Par exemple, le projet **ekSHELTER** est né de la collaboration d'un groupe de sans-abris indiens, du collectif **mHS CITY LAB**¹⁴⁹ et le **Studio Social Design Collaborative**¹⁵⁰. L'objectif était de concevoir un abri pour les individus sans logement qui vivent dans la rue. Les constructions permanentes ou semi-permanentes sont interdites par le gouvernement indien, les sans-abris sont alors sans aucune protection. L'association et le groupe de sans-abri se sont alors rencontrés à plusieurs reprises pour concevoir un abri avec des matériaux que l'on peut acquérir facilement. Après la réalisation de premiers prototypes,



ekSHELTER.

Design social collab. 2016.

© Design social collab.

(Image A)

le collectif **mHS CITY LAB** a pu alors distribuer leurs premiers abris à une centaine de familles, vivant à Dehli, afin qu'ils puissent les tester et par la suite permettre des améliorations. Ainsi par la collaboration de deux mondes, une solution provisoire a pu être mise en place afin d'offrir une protection à des individus vulnérables. Ce projet a permis également au studio de connaître davantage le contexte politique, ce qui par la suite donnera naissance à d'autres initiatives sociales. Des actions qui permettent, à Delhi, l'amélioration du quotidien de la communauté indienne.

Si ce projet généreux a été bénéfique, c'est parce qu'il a été conduit par différents acteurs, et également parce qu'il s'est inscrit sur un site précis. Un projet local est un projet porteur d'engagements. Connaître son interlocuteur ou le futur utilisateur offre la possibilité de tisser des liens humains et ainsi émotionnels. Les designers apprennent à connaître l'être humain qu'ils aident, tout comme ces collaborateurs l'aident dans leur processus de création. C'est une association à échange égal qui fait naître un processus de création. Chacun possède autant de poids dans la balance du projet.

Un équilibre parfaitement représenté par le projet **ek-SHELTER**. Le designer épaulé dans sa tâche entame souvent à la manière du **Studio Social Design Collaboration**, une démarche anthropologique. C'est-à-dire, une démarche qui collecte, analyse et classe des informations,

ekSHELTER.

Design social collab. 2016.

© Design social collab.

(Image B)



des documents, des histoires relatives à une culture ou à un événement de notre société. Une pratique inspirée des sciences sociales qui permet aux créateurs de toucher l'être humain émotionnellement, propos soutenu par la designer Matali Crasset¹⁵¹ qui explique lors d'une interview radiophonique :

« J'aime beaucoup quand on parle du design comme une anthropologie appliquée. C'est ça, je crois qu'au cours des siècles on a ajouté des couches de complexité. Notre travail c'est de retirer la complexité et de toucher ce qui est humain »¹⁵²

Matali CRASSET.

Une volonté partagée par une grande partie des designers soucieux des enjeux sociaux et environnementaux. Si bien que si la mise en place d'une démarche collaborative n'est pas toujours possible. C'est à l'aide des bottes du designer chercheur que ce dernier emploie d'autres stratégies afin d'intégrer son projet à notre société. Les designers doivent parfois utiliser d'autres stratagèmes pour convaincre ou initier de bons comportements. Cependant, il faut bien prendre en compte que les stratégies que nous allons évoquer n'ont pas pour but d'être employées à mauvais escient.

L'objectif d'un designer est encore une fois de faire émerger des projets vertueux porteurs de sens. Une notion essentielle à la construction d'un service utile.

L'influence du design sur notre comportement

Selon l'article *Design for Socially Responsible Behavior : A Classification of Influence Based on Intended User Experience*¹⁵³, le design peut nous influencer de différentes manières : un objet peut nous séduire « *seductive* », nous persuader « *persuasive* », nous contraindre « *decisive* » ou nous obliger « *coercive* ». Pour pouvoir percevoir l'influence d'un projet, l'article nous propose de l'analyser par le biais d'un tableau, regroupant ces quatre types d'influences.

Ainsi nous pouvons constater que suivant le choix du designer, il peut plus ou moins interférer dans notre liberté d'usage. Par exemple, un objet de contrainte nous astreint à nous comporter d'une certaine façon de manière directe. C'est le cas des dos d'âne placés sur nos routes qui forcent les automobilistes à ralentir pour leur sécurité. Cet objet a été conçu pour nous contraindre de manière franche. L'automobiliste a conscience que cet objet a été conçu dans le seul but de le faire ralentir, ce n'est pas un but caché. Contrairement à d'autres objets ou conceptions qui nous obligent à adopter certains comportements de manière indirecte. Par exemple, lorsque l'on choisit de déjeuner dans un *fast-food* tel que l'enseigne du géant **Mc Donald's**TM, il est rare que l'on s'installe pour y passer un long moment. Un comportement qui n'est pas anodin et qui est en réalité fortement influencé par l'inconfort du mobilier. Tout est mis en place pour que le client mange son repas rapidement afin de pouvoir augmenter les bénéfices de l'établissement. Une stratégie qui semble certes efficace, mais qui reste néanmoins discutable. Elle est souvent employée à des fins spéculatives.

La séduction est une autre façon d'influencer notre comportement sans que nous en ayons toujours conscience. Une stratégie qui est fortement présente dans le domaine du design. La séduction permet de convaincre ou d'attirer l'utilisateur sans qu'il comprenne réellement pourquoi. Cette stratégie est souvent provoquée par une esthétique plaisante aux yeux de l'utilisateur ou par un aspect ludique. C'est un concept qui cherche à provoquer de l'émotion. Une stratégie que nous pourrions rapprocher de ce que l'on nomme la *Nudge théorie*, autrement

appelée par son créateur la théorie « coup de pouce ». Ce concept, établi en 2003 par l'économiste Richard Thaler et le philosophe Cass Sunstein, a pour objectif d'influer un bon comportement chez un utilisateur, sans qu'il se sente contraint. Pour cela, les designers à l'initiative de certains projets, sollicitent nos biais cognitifs. Certains projets n'hésitent pas à employer des semi-illusions pour influencer le comportement de l'utilisateur. L'exemple le plus célèbre se situe dans certains urinoirs d'Amsterdam. Une mouche a été peinte dans les toilettes afin d'inciter les hommes à uriner proprement. Un projet qui permet aux hommes de se soulager dans un environnement plus agréable, mais qui a été conçu avant tout pour faciliter le nettoyage. Si cette incitative apparaît comme fantaisiste, elle a pourtant fait ces preuves en réduisant de quatre-vingts pourcent les dépenses liées à l'entretien.

Les deux designers Karin Ehrnberger et Loove Broms ont souhaité appliquer ce concept aux objets de notre quotidien afin de favoriser l'économie d'énergie dans le milieu domestique. La série d'objet *Aware* joue notamment avec nos sens et notre goût pour la symétrie. Par exemple, la poignée du radiateur proposée joue sur la notion d'ergonomie. Il devient alors plus confortable de baisser le chauffage, plutôt que de l'augmenter.



Poignée Aware.
Karin Ehrnberger
et Loove Broms. 2009.
© Karin Ehrnberger
et Loove Broms.
(Image A)



Poignée Aware.
Karin Ehrnberger
et Loove Broms. 2009.
© Karin Ehrnberger
et Loove Broms.
(Image B)

La **Nudge théorie** semble permettre d'inciter l'utilisateur à adopter un comportement vertueux qui sert l'intérêt commun de notre société, un concept qui est toutefois controversé lorsqu'il engage uniquement un choix par défaut. C'est-à-dire un choix déjà pris pour nous, qui nous rend passif et nous engage dans certains choix sans que l'on y prête attention. Proposer des choix par défauts peut être favorable à l'intérêt général de notre société, mais fait apparaître cependant des questions d'ordre éthique. Par exemple lorsqu'un site internet nous propose d'accepter leurs conditions générales par défaut, cela sert uniquement leur intérêt et non celui de la société ou de l'utilisateur. Dans ce cas on ne parle plus de **Nudge théorie** mais de **Sludge**, soit la théorie du « cambouis ». Le directeur des Sciences Humaines de l'**Université américaine George Mason**, William Glod n'hésite pas à partager ses craintes face à cette nouvelle pratique qui rend passif face à certaines situations :

L'universitaire insiste également sur le respect de la liberté individuelle et l'autonomie d'un individu. Pour lui, il est plus qu'important de laisser le libre choix à tout un chacun. Selon mon opinion, l'usage de la Nudge théorie est à juger cas par cas. Elle peut être bénéfique, tout comme dévastatrice. Rejeter l'entière responsabilité des projets proposés me semble être une erreur. Cependant il me semble en effet important de favoriser la prise de conscience des individus plutôt que de leur suggérer des choix par défaut.

Une pensée qui est en accord avec la persuasion, une stratégie qui souhaite davantage sensibiliser l'utilisateur au sens de l'objet qu'à son aspect esthétique. Une stratégie qui ne possède bien souvent que peu d'influence sur les choix de l'utilisateur mais qui semble être la stratégie la plus transparente. Elle ne prive pas l'utilisateur de son libre arbitre et souhaite simplement l'informer ou le sensibiliser. Cette stratégie sert souvent des porteurs de sens ou de revendications éthiques. C'est pour cela qu'elle est implicitement employée dans la plupart

« Je suis inquiet que les nudgers ne soient pas transparents dans la manière dont ils nous influencent. L'idée est de rendre les citoyens conscients, en fournissant toutes les informations nécessaires à une prise de décision éclairée. Mais les nudgers sont eux aussi influencés car ce sont des humains, alors comment être sûr de cette transparence »¹⁵⁴

William GLOD

des projets appartenant au design social. La persuasion apparaît alors comme une stratégie honnête, une ouverture au choix actif et à l'échange avec l'utilisateur. Par exemple, aujourd'hui, un bon nombre d'entre nous passe plusieurs heures par jour derrière un écran. Ce qui entraîne peu d'activité physique et peut entraîner des répercussions sur notre santé. C'est pourquoi plusieurs applications numériques tels que **Netflix™** propose à l'utilisateur au bout d'un certain temps de faire une pause dans son visionnage pour pouvoir faire une autre activité. L'utilisateur garde le choix d'accepter ou non, tout en étant informé. Cette stratégie reste cependant beaucoup plus efficace lorsqu'elle s'adresse de manière individuelle à une communauté ou un individu. Cependant, cette démarche est très difficile à mettre en place sur du long terme, c'est pourquoi, elle est souvent associée à une stratégie de séduction.

Par exemple, nous pouvons remarquer que la designer Marjan Van Aubel¹⁵⁵ travaille en construisant un discours persuasif tout en incorporant une esthétique séduisante à ses projets. Sa démarche consiste à valoriser l'énergie solaire dans notre quotidien. C'est ainsi qu'elle conçoit des fenêtres élégantes à partir de panneaux de verre composés de cellules solaires à colorant. Les couleurs de ces cellules composent un vitrail capable de produire un courant électrique et ainsi de charger les appareils de notre quotidien tels que nos smartphones. Utilisant une technologie inspirée du processus de photosynthèse de certains végétaux, la designer crée comme elle l'aime l'appeler la **Current Window** (« fenêtre actuelle »). Un projet dont la forme valorise la fonction et ainsi le message qu'elle souhaite communiquer.

Maintenant que nous avons défini le design contemporain, le rôle d'un designer au 21^{ème} siècle et les stratégies qu'il peut employer pour construire son projet et le communiquer au sein de notre société. Il semble important de faire une typologie du design dans le domaine de l'alimentation. Comment le design peut-il valoriser une alimentation responsable et durable ? Sous quelle forme peut-on le percevoir ?



Current Window.

Marjan Van Aubel. 2016.

© Wai Ming Ng, Amy Gwatkin

et Sasa Stucin.

(Image A) (Image B)

(Image C) (Image D)

Le design culinaire : partenaire du design social

À la recherche de notre futur gustatif

Le design investit de nombreux domaines. Le domaine culinaire ne fait pas exception. Propice à la création, la nourriture est une matière qui comme nous l'avons vu précédemment est au centre de nombreux enjeux de notre société. C'est elle qui nous permet de vivre et fait de nous des êtres-humains. C'est pourquoi de nombreux designers s'interrogent sur son avenir et expérimentent cette matière organique afin de résoudre certains maux de notre communauté contemporaine. Beaucoup sont à la recherche de ce qu'ils appellent la nourriture du futur. Or si nous avons déjà pu apercevoir la vision prospective du Studio Superflux sur notre avenir alimentaire, certains designers cherchent des solutions en manipulant directement des matières comestibles, une démarche qui s'éloigne de la fiction raconter lors de l'exposition **2219 : Future Imagined**. Bien souvent accompagné par des scientifiques ou des chefs cuisiniers, un designer culinaire tente d'expérimenter et d'ouvrir de nouvelles possibilités d'exploration dans le domaine du comestible. Ce ne sont pas des cuisiniers ou des experts gustatifs, ce sont des chercheurs à la recherche d'une voix inexplorée qui naviguent entre de multiples univers.

La designer culinaire Marije Vogelzang, à la tête du département food à la **Design Academy d'Eindhoven**, explique

« Quand je pense à la nourriture, je pense à quelque chose de bien plus grand que la cuisine. [...] La nourriture, c'est l'agriculture, la biologie, la psychologie, le transport, la connexion humaine, la connexion animale, les déchets, la santé, l'éducation, la nature, la science et aussi la gastronomie »¹⁵⁶

Marije VOGELZANG.

lors de la présentation du nouveau département, qu'il est presque impossible de définir distinctement la notion de design culinaire. C'est une discipline qui ne regroupe pas seulement la transformation d'un aliment, mais l'ensemble de son cycle de vie :

C'est pour cela que la designer ne prend pas en compte l'aptitude culinaire de ces étudiants. Selon sa vision, le designer culinaire n'est pas

uniquement destiné à jouer les apprentis cuisiniers. La combinaison des goûts et des saveurs n'appartient pas à son domaine de compétences, son rôle n'est pas de créer des recettes et de remplacer le rôle d'un chef cuisinier, mais de contribuer au changement de notre perception de l'alimentation et inciter l'évolution des mœurs de notre société. Le designer explore l'alimentation à la recherche d'un avenir durable afin d'anticiper les bouleversements environnementaux qui se préparent. C'est pourquoi, plusieurs designers n'hésitent pas à passer derrière les fourneaux pour conceptualiser de nouveaux goûts culinaires. Cette cuisine conceptuelle se compose bien souvent d'ingrédients surprenants, bien loin de notre quotidien alimentaire français. Pourtant, peut-être dans un futur proche, ces aliments seront consommés couramment. La designer Carolien Niebling¹⁵⁷ choisi par exemple de collaborer avec le chef cuisinier Gabriel Serero de Lausanne et le boucher Herman Ter Weele de Cene pour mettre au point le projet **The Futur Sausage**, c'est-à-dire, la saucisse du futur. La saucisse est un produit carné qui se consomme quotidiennement dans de nombreux pays européens, c'est une préparation de viande hachée contenue dans un boyau. Carolien Niebling explique par ailleurs dans un article de la revue **Étape**, qu'elle a choisi d'élaborer avec ces acolytes une recette mettant en scène différentes saucisses afin de faire perdurer des traditions qui se rapprochent de la préparation traditionnelle ;

Au travers de son travail, Carolien Niebling essaie de faire perdurer un savoir-faire tout l'adaptant à des problématiques contemporaines. Elle fait perdurer un héritage culinaire.

Collaborer avec un maître boucher a permis à la designer de valoriser chacune des protéines animales préservées en temps de crise alimentaire. **The Futur Sausage** présente diverses saucisses qui ne sont pas uniquement composées de viande, mais également de fruits, d'insectes, etc.

« Aujourd'hui la saucisse demeure un élément de base de notre culture gastronomique. À elle seule, l'Angleterre compte plus de quatre cent-soixante-dix sortes de saucisses différentes pour le petit déjeuner, et, en Allemagne, il y a même des lois qui concernent les saucisses avec des spécifications réglementaires sur leur fabrication. De nos jours selon l'**Organisme des Nations unies** pour l'alimentation et l'agriculture, nous sommes confrontés à une pénurie d'aliments riches en protéines. La viande en particulier, va se raréfier, en raison de la surconsommation, en partie : à notre époque, nous consommons trop de produits d'origine animale. Je me dis que la saucisse pourrait bien, à nouveau, constituer une solution »¹⁵⁸

Carolien NIEBLING.



The Futur Sausage.
 Carolien Niebling, 2017.
 © Carolien Niebling.
 (Image A)



Unseen Edible.
 Julia Schawrz, 2018.
 © Julia Schawrz.
 (Image B)



Cela permet de goûter de nouvelles associations gustatives ou de goûter autrement des nutriments qui sont parfois négligés. L'objectif est donc d'essayer d'agrandir notre spectre du mangeable et nos habitudes.

Cette démarche est aussi adoptée par la designer Julia Schawrz qui s'intéresse au cours de ses recherches à un drôle de champignon, jusque-là quasi inconnu de notre palais gustatif : le lichen. Ce champignon, à la texture mousseuse, pousse régulièrement sur les végétaux. On le trouve fréquemment en forêt. Cet ingrédient est décrit par la designer comme facile à cultiver. Ce qui lui confère une qualité indéniable si notre planète entre dans une ère de pénurie. D'autant plus qu'il existe une grande variété de lichens différents. Ce qui nous offre à l'avenir de multiples saveurs à découvrir. Ce champignon a par ailleurs déjà été utilisé en temps de famine pour agrémenter le repas de nos ancêtres. La designer ajoute également qu'il possède plusieurs vertus médicinales. Cet aliment pourrait alors d'ici peu entrer dans notre alimentation quotidienne. C'est tout du moins le futur qu'imagine la designer en concevant une gamme de produits essentiels à toute forme de cuisine : **Unseen Edible**. Ce projet nous montre que certaines solutions oubliées, peuvent peut-être nous aider à palier des enjeux présents. Encore une fois ce projet est fondé sur un héritage ancestral. À croire que toutes les solutions que nous cherchons sont inscrites dans notre histoire et dans notre nature.

Contrairement aux expérimentations biologiques entretenues par de nombreux scientifiques qui s'évertuent à vouloir contrôler la nature au lieu de l'écouter, notamment en s'entêtant à vouloir créer des substituts d'aliments existant, entraînant la création d'aliments ultra-transformés d'un nouveau genre, qui s'apparentent, bien souvent, à une fausse idée de la vertu. Comme nous avons pu le voir précédemment à travers l'apparition de la viande in vitro.

Cependant, comme le précise la célèbre designer culinaire Marije Vogelzang, le design culinaire ne concerne pas uniquement la préparation alimentaire. Ce n'est pas uniquement de la cuisine. C'est une pratique sociale qui concerne tous les pans qui englobent notre système alimentaire : de l'agriculture au tri des déchets alimentaires.

Au service de l'agriculture durable

L'agriculture est le commencement de notre cycle alimentaire. C'est elle qui est responsable de l'évolution de l'espèce humaine. Sans agriculture, aucune ne peut se construire. C'est l'un des fondements de notre société. C'est pourquoi, la culture de la terre et l'élevage sont des activités essentielles. Elles répondent à nos besoins vitaux, des activités qui construisent notre société et ses pratiques. Au fur et à mesure des siècles l'homme, plus précisément l'agriculteur, a réussi à dompter la nature et à instaurer un sentiment d'abondance au sein de nos esprits. Une prouesse, qui comme nous l'avons vue précédemment, est responsable de nombreux dégâts sociaux et environnementaux. Cependant, cette discipline complexe reste soumise à certains dictats de la nature, ainsi qu'à la pression de l'industrie agroalimentaire qui impose de fort taux de rendement à bas coût. Afin de faciliter le taux de rendement des récoltes agricoles, ce domaine est vecteur d'innovations technologiques.

Toutefois, suite aux différentes crises qui ont frappé notre société, les ingénieurs et designers emploient désormais des techniques avant-gardistes afin de favoriser davantage une production bienveillante. Leur objectif n'est pas d'entretenir une agriculture aux taux de production destructeur, mais de tendre à une agriculture durable. Par exemple, le groupe coopératif agricole français souhaite installer son logiciel **SMAG** au sein des cultures d'un tiers des agriculteurs français avant 2025. Leur objectif est de se diriger vers ce que l'on nomme la « smart agriculture ».

Des entreprises telles que **The Green Data™** ou **InVivo™** annonçait en 2020, vouloir employer la technologie afin de favoriser une agriculture durable et faciliter l'exploitation des terres agricoles. C'est pour tendre à cette durabilité que l'usage de capteurs ou de colliers connectés sont de plus en plus employés. Par exemple, des vignerons espagnols ont remarqué l'amélioration de leur récolte et la réduction de leur consommation de pesticides de près de vingt pourcents, depuis qu'ils utilisent un système d'irrigation intelligent. Le PDG de **The Green Data™** déclare qu'utiliser la collecte de données numériques permet d'optimiser toutes cultures agricoles :

« Le champ d'application des données agricoles est très vaste. [...] Le numérique et la donnée vont transformer l'agriculture en une industrie beaucoup plus mesurée et maîtrisée »¹⁵⁹

Jérémie WAINSTAIN.

C'est une démarche qui est également employée dans le domaine de l'élevage. L'entreprise **Biopic™** propose par exemples des colliers connectés pour les animaux afin de surveiller leur santé, leur position géographique, leur activité et leur reproduction. Cela permet ainsi de renforcer le bien-être des animaux d'élevages et d'améliorer leur condition de vie. Cette méthode est également utilisée pour surveiller les espèces en voie de disparition afin de les protéger. Comme nous pouvons le voir la robotisation est mise en place pour soutenir les formations agricoles. Les robots ne sont donc là pour remplacer les agriculteurs mais pour les accompagner dans leurs tâches quotidiennes. Néanmoins, il ne faut pas omettre la dure réalité de ces professions qui sont souvent soumises à de rudes conditions de travail. Peu de maraîchers ou d'éleveurs peuvent équiper leur ferme avec ces nouveaux équipements, sachant qu'en 2015, un tiers des agriculteurs avait une rémunération inférieure à moins de trois cent cinquante euros par mois, un montant désolant qui n'est pas en adéquation avec le travail fourni par ces professions. Des métiers pourtant à l'origine de notre société. Nous pouvons donc nous demander si toutes ces innovations technologiques sont réellement accessibles à l'ensemble des agriculteurs ?

D'autres designers font le choix de redessiner à petite échelle un modèle de production, notamment en proposant des cultures intérieures à usage domestique. Des projets qui réintègrent non seulement la nature au sein de nos espaces intérieurs, mais qui nous reconnecte aussi à l'agriculture, à l'image des potager individuels présents chez certains particuliers. C'est ce qu'illustre **EcoLogicStudio**¹⁶⁰, cette année, à la **Biennale d'architecture de Venise** en présentant l'exposition **Bit.Bio.Bot**. Une présentation qui permet aux visiteurs de découvrir deux manières de cultiver des algues en intérieur et d'en goûter les saveurs. L'objectif est de sensibiliser les individus à



Bit.Bio.Bot.

EcoLogicStudio. 2021.
© Marco Cappelletti.
(Image A)



BioBombola.

EcoLogicStudio. 2020.
© NAARO.
(Image B)



BioBombola.

EcoLogicStudio. 2020.
© NAARO.
(Image C)



d'autres aliments, des aliments qui feront, comme nous l'avons déjà évoqué, peut-être parti de notre quotidien d'ici quelques années. Exploitant la science des micro-organismes ces architectures ont également la capacité de purifier l'air en consommant de grandes quantités de dioxyde de carbone. Au cœur de ces structures chaque individu peut observer la culture de la spiruline platensis ou de la chlorella, deux algues, de plus en plus utilisées comme complément alimentaire.

Le studio créera également en parallèle un kit permettant de réaliser une culture d'algue domestique pour permettre aux enfants de découvrir l'univers de l'agriculture. Ce kit offre la possibilité de découvrir l'univers de la biologie, de la cuisine tout en étant sensibilisé aux questions environnementales qui préoccupent notre futur. Ce projet intitulé **BioBombola** s'inscrit dans la démarche globale du studio, il est conçu pour être facile à installer et à entretenir. Il doit simplement être placé à proximité d'une fenêtre ou d'une lampe de culture. Ces nouveaux ustensiles agricoles manipulent et font naître une nouvelle matière comestible. Une matière qui s'ouvre à de nouvelles créations culinaires tout en permettant de faire évoluer nos pratiques alimentaires et agricoles. Cela permet aussi de nous réinterroger sur nos us et coutumes.

Dans notre imaginaire l'agriculture est une activité qui se situe en zone rurale, où nous pouvons observer des champs à perte de vue. Une image fortement menacée par l'expansion de nos villes, la bétonisation de notre environnement et la difficulté des métiers agricoles. Par conséquent, les terres agricoles deviennent de plus en plus rares. Une question s'installe alors peu à peu face à ce constat dans l'esprit de différents agriculteurs, ingénieurs et designers : Comment produire des denrées alimentaires sans terre agricole ?

Une question qui raisonne dans l'esprit de la designer Marjan Van Aubel, dont nous avons déjà évoqué le travail

précédemment. Elle a travaillé sur une serre capable de produire à la fois de la nourriture et de l'électricité. Utilisant encore une fois la technologie du verre solaire, ces serres se placent sur le toit des bâtiments et permettent d'alimenter les habitants d'un immeuble tant en nourriture qu'en électricité. Intitulé **Power Plant**, ce projet souhaite contribuer à l'avenir à l'épanouissement d'une agriculture durable. Composé d'un système hydroponique alimenté par l'énergie solaire, ce projet sensibilise les mangeurs à un nouveau type d'agriculture : l'agriculture urbaine. Une culture vertueuse qui permettrait d'économiser jusqu'à quatre-vingt-dix pourcents d'eau par rapport à une agriculture plus traditionnelle. Cette serre permet également de stimuler une cohésion collective au sein d'un quartier ou d'un immeuble. Ce nouvel espace de

vie offre la possibilité à une communauté locale de tisser des liens les uns avec les autres et ainsi de rompre avec l'individualisme.

Par ailleurs, nous pouvons constater que l'initiative de Marjan Van Aubel n'est pas unique. Certaines villes tentent également d'intégrer de nouvelles structures au sein de leur communauté urbaine. C'est le cas de la mairie de Romainville qui entreprend de construire une Cité Maraîchère au sein du quartier Marcel-Cachin, en

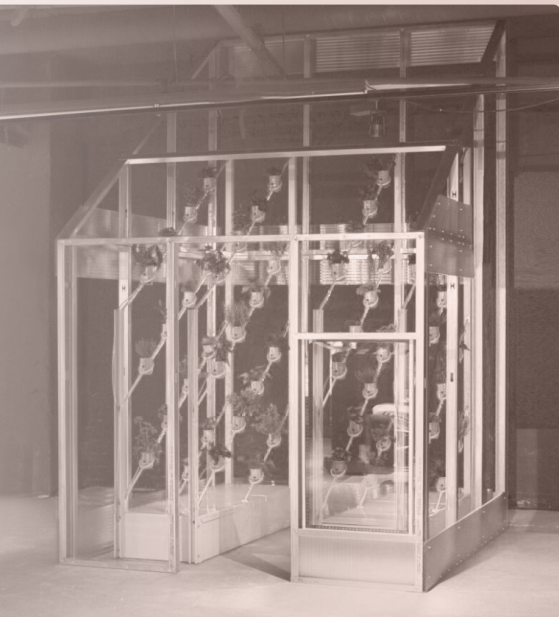
confiant la réhabilitation d'un bâtiment au cabinet d'architecture **Ilimelgo**. Cette serre citadine souhaite proposer à ces visiteurs de valoriser le passé agricole de cet ancien quartier. L'établissement a pour objectif de proposer des aliments sains à une population qui n'a pas toujours les moyens d'acheter des aliments frais issus d'une agriculture responsable. Le lieu permet aux habitants du quartier de découvrir la vertu des circuits-courts en plus de promouvoir des emplois et des ateliers pédagogiques. Cette initiative locale souhaite répondre des problématiques sociales et locales : c'est un service public. Un lieu pédagogique qui a pu naître suite à la **COP 21**, une conférence internationale sur l'environnement qui réunit chaque année différents pays, ayant approuvé avec la convention des Nations unies. Ce projet mené par la municipalité de Romainville, n'est pas la seule exception. L'agriculture urbaine fleurit peu à peu à travers le monde. Si elle n'a pas pour objectif de prendre la place de l'agriculture traditionnelle, le fondateur de l'**Écho-village de Santes** affirme avec détermination :

Guillaume DEKONINCK.
L'objectif de ces nouveaux systèmes de production agricole est de rendre chaque ville, commune ou quartier

« L'agriculture urbaine ne remplacera pas l'agriculture conventionnelle ou biologique mais elle a son rôle à jouer »¹⁶¹

d'avantage autonome face à leur consommation alimentaire. Empruntant la démarche du design social, chacune de ces initiatives s'inscrit dans une localité précise. Si certain modèle est reproductible chaque initiative est personnalisée en fonction de son lieu d'application afin de réintégrer des valeurs humaines. L'Écho-village fondé il y a tout juste quelques années en est l'un des exemples. C'est aujourd'hui la ferme aquaporine la plus grande d'Europe. La culture aquaporine est un système de culture qui réunit l'élevage de certains poissons et la culture de végétaux. Chaque culture est bénéfique et permet à l'autre de s'étendre. C'est un écosystème qui peut facilement être mis en place au sein de ces nouvelles fermes.

Pour promouvoir l'arrivée d'une nouvelle agriculture, les designers du bureau d'étude Permaculture Design, entreprend un rôle de médiateur en proposant différents outils de communication afin de sensibiliser les mangeurs



Power Plant.

Marjan Van Aubel, 2019.

© Emma Elston et Britt Berden.

à des systèmes agricoles responsables revendiquant notamment les principes de la permaculture. C'est-à-dire, une méthode agricole qui respecte à la fois l'être-humain, la terre et la biodiversité. Le bureau d'étude souhaite ainsi sensibiliser mais également susciter l'envie d'agir à notre tour en concevant par exemple notre propre potager permaculture.

Une démarche que souhaite également promouvoir le **Collectif BAM**¹⁶² au travers d'un projet intitulé **Cuisine Low-Tech**. La cuisine est composée de modules contenant des technologies utiles et durables. En effet, le collectif emploie uniquement une carte électronique **Arduino** pour rendre cette cuisine fonctionnelle. Un concept emprunter au mouvement **Low-Tech** qui souhaite répondre à nos besoins vitaux par l'usage de technologies accessibles et respectueuses de notre environnement. La **Cuisine Low-Tech** permet ainsi de produire des aliments durablement en utilisant le principe de l'aquaponie, qui permet de créer un petit écosystème. Un procédé qui offre ainsi la possibilité de cultiver de légumes, d'élever des poissons ou écrevisses et de faire germer des graines comestibles. Un autre module permet l'élevage de vers de farine, des insectes qui pourrait remplacer une partie de notre consommation de produits carnés. L'ensemble des recherches mené par le collectif est disponible en ligne et reste ainsi accessible à tous. Le choix de proposer un projet en **open-source**, permet au collectif de partager et d'échanger avec d'autres individus afin d'enrichir le projet. C'est également un moyen de faire connaître des alternatives durables que chacun peut mettre en place au sein de son foyer.

En résumé, au sein de l'agriculture le design aide à mettre en forme de nouvelles initiatives vertueuses. Proche de la démarche employée par l'ingénieur, le designer souhaite avant tout explorer des solutions peu rependues ou encore inexplorées. Toutefois, certaines initiatives, telles que celle d'**EcoLogicalStudio** ou du bureau d'étude **Permaculture Design**, souhaitent avant tout sensibiliser un public parfois non-initié aux enjeux majeurs du monde de l'agriculture. Une démarche que l'on retrouve auprès de nombreux designers qui eux font le choix de valoriser ce que l'on s'apprête à jeter.

*Cuisine Low-Tech,
module aquaponique.*
Collectif BAM. 2018.
© Collectif BAM.
(Image A)



*Cuisine Low-Tech,
Vers de farine.*
Collectif BAM. 2018.
© Collectif BAM.
(Image B)



À la recherche de notre futur gustatif

Le gouvernement français a décidé de s'engager depuis quelques années à réduire ces déchets alimentaires. Chaque année en France, dix millions de tonnes de nourritures comestibles sont gaspillés, ce qui équivaut à environ cent cinquante kilogrammes par habitant sur une année¹⁶³.

Un chiffre affolant qui illustre le comportement irresponsable de notre société de surconsommation. Certains designers souhaitent s'interroger sur ce gaspillage démesuré, une denrée alimentaire gaspillée alors que certains habitants du monde souffrent encore de la famine ou de la malnutrition. La designer Júlia Roca choisira par exemple de valoriser les déchets alimentaires encore comestibles. Plus précisément, les oranges jetés dans nos bennes à ordures uniquement pour des questions esthétiques. Selon la designer cela correspond au sort d'un tiers des fruits produits en Europe. Souhaitant utiliser et valoriser toutes les propriétés de ces fruits, la designer espagnole réalisera une collection de cosmétiques : **Lleig**. Pour faire prendre conscience de la valeur de ces produits alimentaires, elle entreprend alors de construire un rituel autour de ces produits cosmétiques. Un rituel semblable au bain holistique de l'Antiquité



Lleig. grecque. L'utilisateur peut alors s'hydrater, se parfumer et se laver le visage grâce aux huiles essentielles présentes dans le fruit, puis boire le jus de l'orange. Son souhait est ainsi de diminuer les déchets alimentaires et diminuer le gaspillage de fruit en parfait état.

Le designer japonais Kosuke Araki choisira quant à lui de s'intéresser aux déchets alimentaires non-comestibles, autrement dit, ceux qui restent après notre repas. Contrairement au projet de la designer Júlia Roca, il n'inscrit pas son projet **Anima** au début de notre cycle alimentaire, mais à la fin en récoltant les déchets alimentaires qui composent notre poubelle ménagère. Ainsi, il ne crée pas un produit à partir de fruit frais, mais revalorise une matière organique souvent méprisée.



Utilisant des méthodes de compostage, le designer a collecté différents déchets alimentaires non-comestibles. Coquilles, peaux végétale ou écorces sont carbonisés avant de se transformer en charbon de bois. Une matière qui sera assemblée par une colle animale conçue à partir d'os et d'autres déchets de produits carnés. Kosuke Araki a voulu explorer une matière injustement inutilisée afin de la valoriser à travers une collection de contenant en céramique. Les déchets se transforme ainsi en une matière élégante en incarnant des objets précieux.

En 2019, le designer choisi de poursuivre ces recherches afin de concevoir un service de vaisselle uniquement à base de déchets alimentaires végétales et d'Urushi, une laque traditionnelle japonaise. Cette laque est une laque végétale que nous pouvons régulièrement observer sur des œuvres d'art traditionnelle. Une technique qui apporte une élégance à une matière négligée. Cette série n'est par ailleurs plus composée de déchets carbonisés, mais de déchets en poudre. Le service à thé, conçu pour valoriser cette nouvelle matière, a été exposé à l'exposition triennale de Milan, **Broken Nature : Design Takes on Human Survival**, réalisée par Paola Antonelli. Puis au sein de l'exposition **Food : Bigger than the Plate** à Londres. Aujourd'hui chacun d'entre nous peut venir admirer ce service au sein de la collection permanente du **MoMA**.



Collection Anima.
Kosuke Arashi. 2018.
© Kosuke Arashi.
(Image A)

Récolte de déchets.
Kosuke Arashi. 2018.
© Kosuke Arashi.
(Image B)

Toutefois, un autre type de déchet préoccupe également les designers : les déchets d'emballages alimentaires. Des déchets que l'on retrouve de plus en plus échoués sur le bord des plages. Par exemple, en 2019, des millions de bénévoles appartenant à l'ONG **Ocean Conservancy**, récolteront plus de quatre millions d'emballages alimentaires à travers le monde. Des enquêtes récentes ont par ailleurs démontré qu'il est désormais plus fréquent de trouver des déchets d'emballages alimentaires dans la nature que des mégots de cigarettes. Un résultat tout aussi terrifiant que ceux du gaspillage alimentaire.



Alors certains créateurs ont choisi de s'interroger sur l'usage de ces emballages alimentaires. C'est alors qu'une question a commencé à émerger dans leurs esprits : Est-ce que ces emballages sont toujours nécessaires ? Si oui, comment pouvons-nous concevoir des emballages durables ?

Des questions, qu'on du aborder les trois designers italiens Simone Caronni, Pietro Gaeli et Paolo Stefano Gentile, lorsqu'ils ont élaboré le projet **Peel Saver** : un cornet de frite composé à partir de peau de pomme de terre. Constatant que les emballages alimentaires distribués dans la rue avaient une durée d'utilisation bien moindre que tous autres packagings alimentaires, ils ont souhaité créer un packaging durable pour remplacer les emballages papiers et plastiques. C'est au cours de leurs recherches qu'ils ont choisi d'orienter plus précisément leur choix sur le cornet de frites.

En effet, ils ont découvert que les grandes industries spécialisées dans la production de frites rejettent une grande quantité de pelures de pommes de terre. Suite à cette découverte, les trois designers font un choix singulier en décidant d'utiliser ces déchets afin de concevoir un packaging durable et biodégradable. Après plusieurs essais, ils parviendront à réaliser un cornet de frites

Peel Saver.

Simone Caronni, Pietro Gaeli et Paolo Stefano Gentile. 2019.
© Simone Caronni, Pietro Gaeli et Paolo Stefano Gentile.

entièrement en pelures de pomme de terre. Leur procédé de fabrication est simple, il suffit de laisser macérer et sécher les pelures avant de les mouler. Les propriétés des pelures de pomme de terre sont assez résistantes pour éviter l'usage de toutes colles. Ainsi ils ont atteint leur objectif en valorisant toutes les caractéristiques de la pomme de terre. La peau qui protégeait autrefois la chair de la pomme de terre protège désormais les frites que nous allons déguster. Autrement dit les frites de pomme de terre se suffisent à elles-mêmes et n'ont pas besoin d'artifices pour être dégustées. Une formule qui pourrait sans doute être applicable également pour déguster d'autres mets à emporter puisque cet emballage est entièrement biodégradable. D'autant plus, qu'après usage ces packagings pourraient être récoltés afin de servir d'engrais et ainsi réintégrer le cycle biologique.

La designer polonaise, Roza Janusz, a également choisi de questionner les emballages alimentaires et leurs usages, toutefois elle préféra s'intéresser à ceux que nous utilisons pour protéger et stocker nos aliments secs ou semi-secs. Son objectif est de parvenir à créer une matière compostable. Pour cela, Roza Janusz expérimente une matière appeler Scoby. Cette matière est composée d'une

membrane construite à partir de bactéries et de levures générées par le processus de la fermentation. Isolant l'aliment de notre environnement, ce packaging permet de conserver certains aliments pendant quelques temps. Une alternative durable aux emballages plastiques qui selon la designer pourrait être cultivée à échelle industrielle. D'autant plus que ce packaging pourrait par la suite, également être



Scoby.

Roza Janusz. 2018.
© Roza Janusz.

réintégré dans le cycle biologique des cultures ou bien être consommé. En effet, la designer parvient au cours de ces recherches à créer un matériau bio-composite comestible. Si le goût de cet emballage n'est pas spécifié,

cette innovation permettrait à l'avenir d'éliminer les packagings nocifs pour notre environnement et ainsi qu'une partie de nos déchets. Ces différentes initiatives pourraient ainsi bouleverser nos modes de consommation, si les industries s'engageaient à leur prêter un peu d'attention, en apportant à ces démarches les moyens financiers qu'elles méritent. En attendant, tous ces créateurs transmettent un message d'alerte aux mangeurs en essayant de les sensibiliser à notre dure réalité. Si nous avons pu remarquer quelques différences dans leurs approches, leur volonté est identique.

Chacun souhaite à sa manière réinscrire des valeurs humaines porteuses de sens dans leur projet. L'application du design culinaire s'inscrit dans une pensée politique bienveillante afin de prendre soin de notre environnement mais également la santé de l'être humain. En effet, de nombreuses études, menées par des ONG, telle que **Génération Futures**, ont dénoncé l'usage de substances toxiques dans la composition de certains emballages alimentaires. Certaines de ces substances ont notamment éveillé de nombreux débats cette année : les **perfluoroalkylés** (PFAS). Ce sont des molécules chimiques fréquemment employées afin de protéger l'aliment de l'humidité ou protéger le packaging des tâches de graisses. Des caractéristiques particulièrement appréciées par l'industrie du **fast-food**. Les ONG pointent particulièrement du doigt les enseignes responsables de la production d'un lot incalculable d'emballages telles que **Mc Donald's™** ou **Domino's Pizza™**.

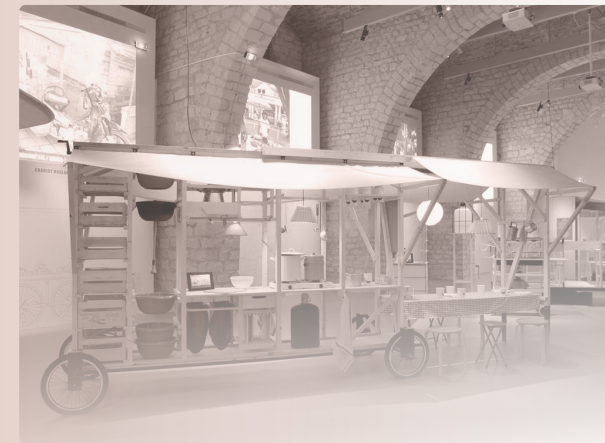
Le messenger d'une pratique humaine : les cuisines collectives

Le design culinaire est une pratique qui peut parfois être associée à la notion de design social. Tout au long de notre recherche, nous avons pu observer diverses initiatives correspondant à la description de ces deux disciplines. Or si nous avons pu observer l'insertion du design dans chaque pend de notre cycle alimentaire, nous n'avons pas encore évoqué comment le design pouvait-il intervenir lors de la préparation alimentaire. Plus précisément, comment le design peut-il redessiner l'image de nos cuisines afin qu'elles retrouvent leurs dimensions sociales en proie à

un avenir durable ? Comment le designer peut-il aider à retranscrire les valeurs humaines de la cuisine ? Des valeurs qui aujourd'hui semble être en voie de disparition : le partage, l'échange et la transmission.

Pour cela, certains designers choisissent de concevoir de nouvelles cuisines, bien loin des archétypes qui composent nos foyers : les cuisines mobiles. Ces cuisines permettent d'échanger, de pratiquer la cuisine et d'apprendre des autres. Ce sont des espaces mobiles qui se déplacent. C'est tout du moins le souhait que réalise le **Kollectif Stadtpark** en conceptualisant une cuisine mobile afin de parcourir l'Autriche. Les deux designers Anna Rosinke et Maciej Chmara, les fondateurs du studio, nommerons cette cuisine la **Mobile Gastfreundschaft** (« l'hospitalité mobile »). L'ensemble du mobilier, sur roulettes, est conçu avec de simples tasseaux de bois. Un mobilier fonctionnel qui a pour unique fonction de rassembler les individus autour d'un repas et ainsi de susciter l'échange.

Une ambition présente également au sein du projet **Ramène ton bol**, réalisé en 2013 à l'occasion du **Concours de microarchitecture** sur le thème de la cuisine de rue. Conçu par trois étudiantes de l'**École Boule**, cette cantine sur roulette voyage d'un marché à l'autre en compagnie d'une association solidaire. Elle propose aux marchands un échange de services afin de pouvoir récupérer quelques légumes. Par la suite, ces produits bruts permettront de préparer un potage à partager pour le midi : une économie circulaire se met en place. D'autant plus, que ce véhicule itinérant crée un espace d'échange et de partage, autour d'une cuisine atypique au goût de tradition. Par ailleurs son esthétique se rapprochant du projet mené par le **Kollectif Stadtpark**, retranscrit parfaitement l'esprit populaire des marchés,



Mobile gastfreundschaft.
Kollectif Stadtpark. 2014.
© Kollectif Stadtpark.
(Image A)

Ramène ton bol.
Célia Derijard, Clémence Rouge,
Yvonne Fandke. 2013.
© Gaston F. Bergeret
(Image B)

transformant le véhicule en guinguette mobile. Ces deux projets ont été conçus avec pour objectif d'inventer un espace de transmission conviviale. Une notion qui tend peu à peu à disparaître à cause d'une industrie qui pousse à l'isolement social. Toutefois, *Ramène ton bol* évoque également la notion d'entraide, un terme qui nous rappelle que tout n'est pas une question d'argent et que parfois aider quelqu'un nous apporte bien plus en retour qu'un simple merci.

C'est par cette volonté d'aider des personnes en difficulté que le **Collectif BAM** a créé à son tour leur projet de *Cuisine Mobile*. Destinée à un centre d'hébergement d'urgence, cette cuisine imaginée avec les habitants au cours d'une journée de co-conception. L'enjeu était de parvenir à représenter la cuisine idéale aux yeux des habitants. Une représentation qui peut varier d'une culture à l'autre et qui par conséquent entraîne de nombreuses discussions.

Ainsi quatre modules ont été créés pour répondre aux différentes fonctions de la cuisine : un point d'approvisionnement en eau, un espace de stockage alimentaire, un espace de cuisson et un barbecue. La cuisine rassemble et fédère les cultures, malgré des situations complexes. Concevoir une cuisine avec des individus de différentes

origines permet alors d'entrevoir une autre conception du monde. Chacun se transmet son savoir, ses connaissances et ses préférences. En observant attentivement le travail du collectif, nous pouvons constater que l'ensemble de leur démarche se concentre sur cette volonté de créer un échange, une transmission et de susciter l'entraide. Il réinterroge les archétypes de nos espaces de cuisine en replaçant au centre nos valeurs humaines, c'est-à-dire, la solidarité, l'entraide, la bienveillance,



Cuisine Mobile.

Collectif BAM. 2016.

© Collectif BAM.

l'empathie, l'écoute et le respect des uns des autres. De grands termes qui pourtant reflètent les fondements de toute vie en communauté.

Ces espaces mobiles valorisent la notion de transmission, une notion qui permet l'apprentissage d'une histoire, d'un savoir-faire ou d'une culture en utilisant la nourriture comme point d'échange. L'un des seuls points communs qui rassemble l'ensemble de l'espèce humaine. Chacun peut échanger sur les plats qu'il apprécie, sa manière de faire telle ou telle recette, etc. Autrement dit, la pratique de la cuisine nous aide à préserver notre lien social. C'est également une pratique qui nous permet d'en apprendre davantage sur notre culture ou sur une communauté qui nous est étrangère. C'est un héritage que l'on a le devoir d'adapter à notre société pour faire perdurer notre identité. C'est pourquoi par exemple, il était essentiel pour les habitants du centre d'hébergement d'urgence de participer à la conception de la cuisine. Une nourriture familière nous procure souvent un sentiment de sécurité, nous donnant presque l'impression d'être chez nous. Un sentiment rassurant lorsque l'on est loin de chez soi.

Par ailleurs, Charlotte, la fondatrice du blog Mangeuse en herbe, nous explique lors d'une interview, que durant la période coloniale africaine, les colons forçaient les peuples africains à changer leur alimentation et à s'adapter aux normes occidentales. Un comportement qui détruira tout un pan de leur patrimoine. Un héritage qui a malheureusement aujourd'hui presque entièrement disparu. Une perte qui entraîne la disparition de repères et d'identités. Dégradant par la même occasion nos liens sociaux et ainsi notre communauté. La cuisine est donc un héritage à préserver. C'est pour cela que certains designers s'emploient à sensibiliser le mangeur au rôle de la cuisine dans notre société. Si ceux que nous venons de présenter le font en nous installant autour d'une table au sein de l'espace public, d'autres choisissent d'autres moyens. Sensibiliser le grand public à notre héritage culinaire, nous permet de transmettre différents savoir-faire, ainsi qu'une part de notre culture. Une culture qui nous permet de tisser des liens sociaux. Comment le designer peut-il alors préserver notre héritage ? Comment peut-il sensibiliser le mangeur à notre patrimoine culinaire ?

Design éducatif : transmission d'un héritage

Le livre de cuisine : premier outil didactique

Autrefois, comme nous avons pu l'observer, le livre de cuisine était le seul média de la cuisine. C'était également le seul support pédagogique des cuisiniers. Il s'apparentait à un véritable mode d'emploi, et transmettait nos us et coutumes de génération en génération. Parfois rédigé à la main, certains s'apparentaient à des véritables musées familiaux. Or si certains designers choisissent de faire perdurer ce support afin de transmettre une nouvelle version de notre héritage culinaire, comme Carolina Moyano l'auteur du *Cookinography*, l'objectif de ce livre de cuisine est d'expliquer les recettes de cuisine sans utiliser une seule photographie. En illustrant le livre à l'aide de dessins, chaque recette devient accessible à n'importe quel cuisiner, qu'il soit expert ou débutant. Ils peuvent exécuter les recettes présentes sans complexe. Le cuisinier peut alors s'approprier les recettes présentées dans l'ouvrage et ajouter ses commentaires ou quelques précisions en bas de chaque page. Le livre se transforme ainsi en outil didactique personnalisable.



Cookinography.
Carolina Moyano. 2020.
© Carolina Moyano.

Magda Sabatowska crée un kit de préparation culinaire intitulé *Social Oven*. Sous forme de coffret, l'objet propose aux personnes âgées de cuisinier pour leur entourage géographique. Une démarche qui leur permet de s'intégrer davantage au sein de leur voisinage. Le kit contient différents éléments dont un panneau pour afficher le menu proposé, un carnet de recettes, des informations de préventions contre les allergènes, des cartes sans-contact et un chargeur capable de collecter les paiements. Les voisins peuvent alors s'inscrire auprès de la personne âgée afin d'échanger un service ou de l'argent contre un repas

fait-maison. Le kit de cuisine redevient source de lien social. D'autant plus que le kit *Social Oven* permet de transmettre à d'autres générations un héritage culinaire propre à leur culture.

Néanmoins, si le livre de cuisine était jusque-là le seul outil pédagogique permettant d'acquérir et de transmettre notre héritage culinaire, aujourd'hui d'autres moyens sont fréquemment utilisés pour préserver notre culture gastronomique et étendre notre champ de connaissances. Ces multiples dispositifs offrent notamment la possibilité de toucher un plus large public. Ce sont des dispositifs appartenant au design éducatif. Une discipline qui par définition a pour but de favoriser l'apprentissage, l'éducation et la transmission par le biais d'outils didactiques. Introduite par l'expression anglaise *Learning design* (« conception pédagogique »), c'est une discipline qui connaît un véritable essor à partir des années soixante. Un moment charnière où l'éducation souhaite diversifier ses supports d'apprentissages suite à des bouleversements politiques. Au cours de ce chapitre, nous allons nous interroger sur les dispositifs d'apprentissages actuels.

Social Oven.
Magda Sabatowska. 2018.
© Magda Sabatowska.



Expositions et lieux de préventions

Comme nous avons pu l'analyser au cours de nos recherches, notre société s'inscrit dans l'ère de la patrimonialisation. Une ère où tout chose peut être considéré comme un héritage ou un trésor du passé à faire perdurer. Ainsi, afin de protéger notre héritage, une nouvelle science a commencé à émerger : la muséologie. Selon le **CNRTL**, c'est une science qui concerne la conservation, la sélection et la scénographie de notre culture au sein de musées publics ou privés. La démocratisation du tourisme a, par ailleurs, entraînée l'augmentation de ces établissements partout dans le monde. Si on en comptait autrefois un peu plus de vingt milles musées en 1975, aujourd'hui, l'**UNESCO** en recense plus de quatre-vingt-dix milles.

Néanmoins, si ces établissements regroupent de nombreux pans de notre passé, cela ne signifie pas qu'ils sont figés dans le temps. En effet, les musées ne sont pas des lieux uniquement dédiés à la conservation d'une culture. Ils possèdent également le devoir de sensibiliser les esprits du grand public aux problématiques de demain. Leur exposition réinterroge ainsi régulièrement nos us et coutume afin d'adapter notre héritage à notre société. Par ailleurs, on peut remarquer que de nombreux musées contiennent désormais des expositions qui interrogent notre futur au travers de notre héritage. Une démarche particulièrement utilisée dans le domaine de l'alimentation. Plusieurs expositions récentes ont souhaité interroger notre nourriture, son évolution à travers le temps et son avenir. Par exemple, en 2020, le **Musée de L'Homme** présente l'exposition **Je Mange Donc Je Suis**, afin de sensibiliser les visiteurs non seulement à l'histoire de la cuisine française, mais également aux nouveaux enjeux qu'elle suscite, notamment d'un point de vue écologique. Le musée et ses expositions deviennent alors des outils de communications qui offrent l'accès à un apprentissage souvent théorique. Des lieux où le design est fortement impliqué. Dans un premier temps, il permet de guider, de raconter et d'immerger le visiteur au sein de



Je Mange Donc Je Suis.
Atelier Maciej Fiszer. 2019.
© J.C. Domenech.



Je Mange Donc Je Suis.
Atelier Maciej Fiszer. 2019.
© J.C. Domenech.

la thématique du lieu. Nous pouvons remarquer que de plus en plus de musée font appel à des scénographes, des designers d'espaces afin de faciliter la compréhension de l'exposition. L'objectif du scénographe est d'utiliser des formes esthétiques afin de servir le sens. Le designer met alors en scène le savoir de spécialistes. Par exemple, l'**Atelier Maciej Fiszer**¹⁶⁴ qui met en scène les quatre cent cinquante objets appartenant à l'exposition **Je Mange Donc Je Suis** permet aux visiteurs de découvrir la cuisine et notamment la cuisine française par le biais de différents points de vue. La mise en scène de ces différentes visions permet aux spectateurs de s'immerger et d'appréhender autrement les différentes problématiques de l'exposition.

Le but étant de leur offrir un aperçu global de notre système alimentaire et de son histoire au travers de trois espaces différents. L'immersion permet alors de sensibiliser davantage un public à un héritage, dans le cas présent à un héritage culinaire. Autrement dit, la scénographie permet d'illustrer un propos. Une scénographie des musées subira par ailleurs de nombreuses évolutions, le visiteur n'est plus un simple spectateur, il prend désormais physiquement part aux expositions. Souvent autorisé à toucher ou à manipuler, le visiteur devient acteur de sa visite, ce

qui favorise l'immersion. La scénographie captive et saisit émotionnellement le visiteur. Le musée devient alors un terrain de jeu.

Un concept qui comme nous l'avons observé précédemment est poussé à son paroxysme par le **Studio Superflux**. En effet, le duo n'hésite pas à concevoir plusieurs appartements témoins afin d'illustrer ces différentes réflexions. Une démarche qui dépasse largement le cadre d'une simple exposition et qui transpose la notion d'héritage dans un avenir incertain. Ces projets prospectifs saisissent par leur caractère réaliste. Plongé dans l'avenir, le spectateur est alors impliqué émotionnellement dans la visite des lieux. C'est en utilisant l'émotion que le studio souhaite influencer une réflexion dans l'esprit du visiteur. Une émotion qui rendra cette exposition mémorable dans l'esprit du spectateur. Ainsi, la réflexion du designer permet l'émergence d'un lieu de prévention. Le directeur du studio de design **Kaibutsu** choisit également d'employer la

notion d'immersion afin de sensibiliser à son tour le mangeur à sa consommation et plus précisément à la malnutrition provoquée par les *fast-foods*.

Le lieu *Fast Food Aid* a été conçu à l'image d'une clinique futuriste. Exposant de nombreux piluliers, c'est une clinique préventive tenue par des membres du domaine médical, qui propose des compléments alimentaires pour palier à la mauvaise qualité des repas vendus par les enseignes des *fast-foods*. Distribuer gratuitement en échange d'un ticket de caisse d'un restaurant de fast-food, chacun des

piluliers exposés en vitrine correspond à un repas. Par exemple, après la consommation d'un hamburger, le personnel donne aux mangeurs vingt comprimés en plus de conseil médical. Alors si ce lieu n'est pas à proprement parler un musée, ni une exposition, il se dessine à son tour comme un centre de prévention. Plus précisément un centre d'aide qui transmet aux mangeurs l'importance d'une bonne alimentation en lui permettant de visualiser ce qui manque à son organisme. L'objectif de *Fast*



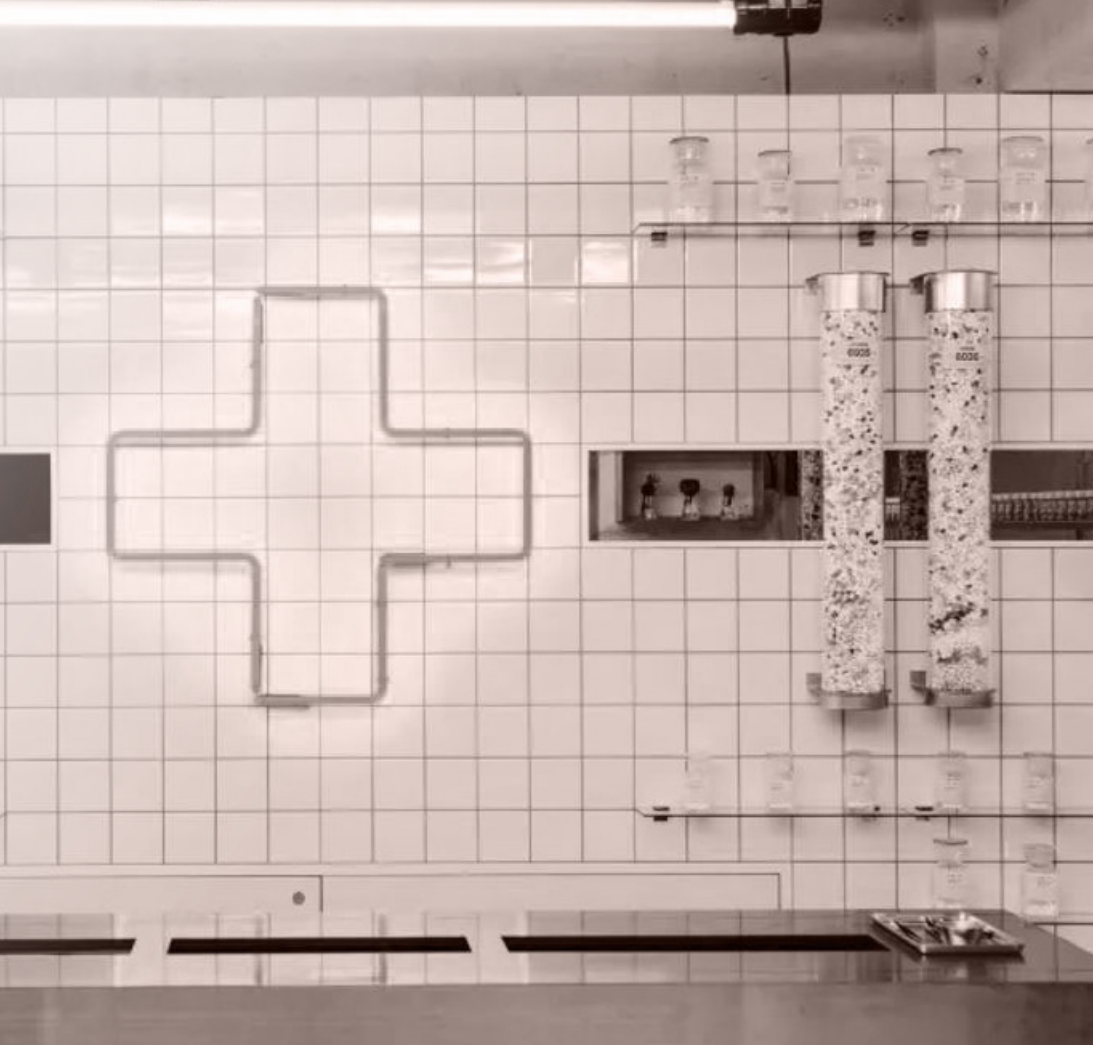
Fast Food Aid.
Studio Kaibutsu. 2016.
© Kaibutsu.



Food Aid, n'est donc pas d'encourager la consommation de la malbouffe, mais de faire comprendre l'impact nocif qu'elle peut avoir sur notre organisme.

Fast Food Aid.
Studio Kaibutsu. 2016.
© Kaibutsu.

C'est un magasin pédagogique qui souhaite attirer les jeunes mangeurs afin de les éduquer à une bonne hygiène de vie. C'est pour cela que le projet à souhaiter s'implanter dans l'un des quartiers les plus populaires de Tokyo, le quartier d'Harajuku, fortement fréquenté par la jeunesse nippone. Un exemple qui illustre à nouveau l'importance de l'immersion, de créer une ambiance afin de véhiculer son message. Ici, les lignes strictes et froides qui structurent l'image d'une propreté clinique renforce le sérieux du discours du personnel médical. La forme valorise le sens du projet par le biais d'une atmosphère presque austère. *Fast Food Aid* sensibilise ainsi à une alimentation vertueuse pour notre organisme, soit une alimentation opposée à celle que nous propose l'industrie agro-alimentaire. Ce projet de sensibilisation pointe du doigt les dangers des aliments ultra-transformés et



Fast Food Aid.
Studio Kaibutsu. 2016.
© Kaibutsu.
(Image A)

Fast Food Aid.
Studio Kaibutsu. 2016.
© Kaibutsu.
(Image B)



Fast Food Aid.
Studio Kaibutsu. 2016.
© Kaibutsu.
(Image C)

Fast Food Aid.
Studio Kaibutsu. 2016.
© Kaibutsu.
(Image D)



semble indirectement valoriser la pratique de la cuisine. Ainsi, ce centre de prévention, sensibilise par le biais de la bienveillance envers autrui. Une valeur humaine très présente dans le caractère de la population japonaise. Nous pouvons donc constater à travers ce projet, qu'un héritage ne s'apparente pas uniquement à la transmission d'un savoir-faire, de coutumes passées ou d'objet historique. Il peut également transmettre une manière de penser, un art de vivre et un trait de caractère. Autrement dit, transmettre des valeurs humaines, dans ce cas c'est la notion de bienveillance qui semble être transmise, une bienveillance humaine et alimentaire. Si la notion de transmission d'héritage de ce projet peut paraître minime, d'autres

designers en fond le fondement de leur démarche en créant de véritables objets-musées.

C'est le cas du projet *Smart Replica* proposé par le studio Maaïke Roozenburg qui utilise la réalité augmentée pour rendre vie à des répliques historiques reconstituées par le biais d'une impression 3D. En partenariat avec le musée **Boijmans Van Beuningen** de Rotterdam, la designer souhaite sensibiliser le grand public à l'histoire de ces pièces historiques afin de préserver un patrimoine

culturel. L'objet âgé de quatre siècles peut alors être ré-introduit dans le quotidien, c'est une pièce qui témoigne d'un héritage culturel mais également d'un usage et d'une fonction. L'objet proposé par la designer est alors à la fois un court d'histoire ludique et un objet dont l'usage peut être quotidien. C'est un objet à double narration.

Autrement dit, le designer peut ainsi aider la transmission de notre héritage par le biais de la conception de lieux pédagogiques, mais également par le biais d'objets narratifs, des médiums didactiques qui favorisent l'apprentissage théorique. Toutefois, ce n'est pas la seule manière de sensibiliser le mangeur à son héritage culinaire. La pratique manuelle permet également de remettre au goût du jour notre héritage culinaire.



Smart Replica.

Maaïke Roozenburg, 2013 – 2015.

© Studio Maaïke Roozenburg.

L'expérience : la pratique d'un héritage

La pratique manuelle est un apprentissage qui s'effectue par l'action. C'est par le biais de la reproduction que nous parvenons à acquérir certain savoir-faire et à les faire perdurer dans le temps. Une méthode utilisée depuis des siècles dans le domaine de l'artisanat. Notamment dans le domaine de la peinture, par exemple, (exemple de le titien). A cette époque, le maître avait le devoir de transmettre son savoir, un héritage immatériel précieux. Une transmission qui lui permettait de faire perdurer son art au travers le pinceau d'un autre. Le savoir se transfère alors de main en main et s'acquière peu à peu grâce à l'expérience du geste. Selon la définition du **CNRTL**, le terme expérience est apparu au cours du 18^{ème} siècle est un fait vécu, plus précisément :

Ainsi, par définition, nous semblons vivre des expériences de manière quotidienne. Toutefois, si nous demandons à un individu de nous raconter ses expériences, il ne nous restituera pas chacun des faits qu'il a vécus, mais les faits qui sont ancrés dans sa mémoire. L'expérience est ainsi plus qu'un simple fait vécu, c'est un fait dont on se souvient et dont on a tiré une ou plusieurs connaissances. Pour qualifier un fait d'expérience, il est donc nécessaire de parvenir à prendre de la distance face à ce fait. La sociologue Joël Cadière précise qu'une expérience est un fait auquel on accorde une signification, une pratique ou une réflexion utile que l'on peut réemployer dans l'avenir. L'expérience est un outil contenu dans notre mémoire qui nous permet de construire notre présent ou notre futur.

Par ces mots le philosophe américain John Dewey¹⁶⁷ nous explique l'aspect essentiel de l'expérience pour la construction de l'individu et de son esprit. Cependant, il faut bien prendre en compte qu'une expérience peut évoluer, peut être complétée ou enrichie... Il ne s'agit pas toujours d'un seul fait vécu à un moment T, mais parfois d'une addition constituant un ensemble, un ensemble

« Le fait d'acquérir, volontairement ou non, ou de développer la connaissance des êtres et des choses par leur pratique et par une confrontation plus ou moins longue de soi avec le monde »¹⁶⁵

Définition CNRTL

« L'homme préserve ses expériences passées. Ce qui a lieu dans le passé est vécu à nouveau dans le souvenir. Ce qui se passe aujourd'hui évoque un flot de pensées concernant des choses similaires vécues jadis »¹⁶⁶

John DEWEY.



qui se compose par ailleurs d'éléments cognitifs (comme l'odorat, le goût, la vue...), également de l'action à un moment T et de l'état émotionnel de l'individu. Par son essence, l'expérience est un fait que l'on traduit de manière subjective dans notre esprit. Par conséquent d'un premier abord on peut penser que l'expérience est uniquement individuelle. Mais cette affirmation est-elle véridique ? Est-ce que l'expérience peut être collective ?

Une expérience est un fait qui peut se partager dans la mesure où plusieurs individus peuvent partager le même instant. Par exemple, la designer Amalia Shem Tov, a créé une série d'ustensiles afin de faire redécouvrir les méthodes de préparation primitives. Inspirée des techniques de nos ancêtres, la série **Roots** permet de transmettre à des cuisiniers, plus ou moins aguerris, des gestes témoins de notre patrimoine. Adaptée à notre société, cette série d'ustensiles permet de concevoir un pain « à l'ancienne ». Ces outils semblent pouvoir être utilisés seuls ou à plusieurs. Effectivement, diviser les gestes, au sein d'une série d'objet, semble inciter les cuisiniers à travailler en équipe. Nous pouvons, par ailleurs, remarquer que dans la vidéo de présentation de la collection **Roots**, les outils sont utilisés par un binôme et non un seul individu. Un détail qui traduit la volonté de la designer.

Roots.
Amalia Shem Tov. 2018.
© May Elimelech

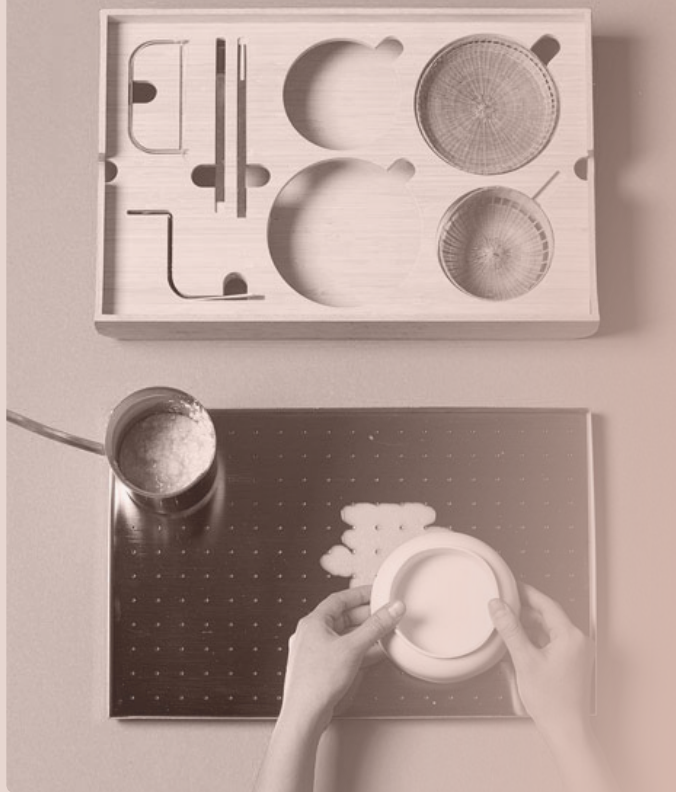
Alors si l'expérience peut se partager dans une certaine mesure, elle peut également être partiellement transmise d'un individu à l'autre, plus précisément une pratique peut être transmise. Dans l'ouvrage *Expérience, activité et apprentis*, l'auteur nous explique que dans le cadre d'un apprentissage, l'expérience est transmise en tant que produit et non plus comme un processus subjectif relié à notre mémoire.

Pour illustrer cette nuance du terme nous pouvons observer le projet du designer italien Alessandro Ambrosini, **Mani In Pasta**, qui souhaite transmettre l'expérience d'une pratique culinaire au travers d'une activité. Il souhaite faire perdurer une pratique au travers du temps et des générations. Toutefois, pour qu'une pratique puisse se transmettre il faut que le sujet, par exemple l'apprenti, soit en condition de recevoir cet apprentissage afin de construire sa propre expérience subjective. En outre le terme expérience peut à la fois signifier un processus subjectif qu'un processus strictement individuel et une pratique qui peut s'acquérir, se partager et se transmettre. C'est cette nuance qui fait la complexité de ce terme. Un

Mani In Pasta.
Alessandro Ambrosini. 2016.
© Alessandro Ambrosini



Slow Tofu.
Weiwei Wang. 2018.
© Weiwei Wang.
(Image A)



Slow Tofu.
Weiwei Wang. 2018.
© Weiwei Wang.
(Image B)



Slow Tofu.
Weiwei Wang. 2018.
© Weiwei Wang.
(Image C)



designer peut donc proposer une expérience produit, une pratique, qui offre les conditions à l'utilisateur de se construire une expérience subjective, un souvenir rempli de connaissances qui restera ancré dans la mémoire, mais il ne peut pas lui transmettre une expérience subjective. Parvenir à susciter une expérience subjective qui restera dans la mémoire de l'utilisateur est aujourd'hui un challenge pour un designer. Cette expérience permettra à l'utilisateur de créer une relation particulière avec l'objet, notamment un sentiment d'attachement, si l'objet représente pour lui de bonnes expériences. Ces expériences peuvent devenir par la suite source d'un apprentissage et permettre ainsi la transmission de notre héritage culinaire.

Une transmission qui s'effectue par le geste. Un geste technique qui témoigne avant tout d'un rituel. Sophie A. de Beaune explique par ailleurs que bien souvent nous sommes plus naturellement attirés vers des beaux gestes plutôt que des gestes efficaces. Dans son ouvrage *L'esthétique du geste technique*, la chercheuse explique que nous pouvons observer ce phénomène au sein de plusieurs tribus. Par exemple, la tribu Mossi du Yatenga présente au sein du Burkina Faso utilise la musique pour rythmer son travail. Ainsi cette tribu favorise une esthétique d'un beau geste. Un phénomène que l'on retrouve également dans le projet *Slow Tofu* du designer Weiwei Wang. Le designer choisi en effet de privilégier une esthétique du geste pour valoriser la fabrication du Tofu. Une technique traditionnelle remise au goût du jour avec l'augmentation des régimes sans viande. Ce projet a pour destination de promouvoir des produits frais et faits maison, plutôt que des produits ultra-transformés. Un beau geste peut alors être en proie à favoriser la création d'expérience mémorable, et ainsi un apprentissage. Un apprentissage qui peut perdurer et transmettre un héritage culinaire.

Néanmoins, une esthétique du geste n'est pas le seul moyen de favoriser un apprentissage par le biais d'une bonne expérience. Une dimension ludique peut également aider la transmission de notre héritage culinaire par le biais de la convivialité et de l'amusement.

Le jeu comme outil de transmission

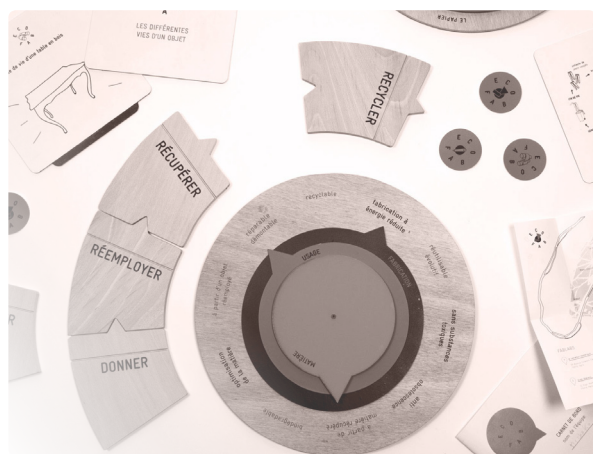
Le jeu est un moyen d'apprentissage utilisé depuis des siècles au sein des établissements scolaires. Par exemple, en 1534, l'écrivain Rabelais proposait d'apprendre les mathématiques grâce à un jeu de carte de sa propre invention, nommé *Gargantua*. C'est à partir du 19^{ème} siècle, que le jeu de société intègre pleinement la notion de jeu au sein de l'éducation nationale. De cette volonté naît le mouvement de l'Éducation Nouvelle, dont les membres fondateurs souhaitent privilégier des méthodes d'apprentissages actives et l'interaction sociale. L'un des pionniers de ce mouvement, Roger Cousinet valorise alors davantage les travaux de groupes. Néanmoins, la pédagogie qui inscrira définitivement le jeu comme un outil didactique, dans le domaine de l'éducation, est Pauline Kergomard. Elle désignera la place du jeu comme étant le premier moyen d'apprentissage de l'enfant.

De nombreux enseignants favorisent le jeu comme moyen d'apprentissage car c'est un outil qui ne provoque aucun stress, aucune appréhension, tout en permettant la création d'un lien sociale. D'autant plus qu'apprendre en s'amusant permet de pratiquer, sans la peur de commettre des erreurs. C'est un dispositif qui nous permet également de ressentir du plaisir, de nous créer des souvenirs et des expériences sociales. Le philosophe chinois Confucius l'expliquait déjà en son temps : « J'entends et j'oublie. – Je vois et je me souviens. – Je fais et je comprends »¹⁶⁸. D'autant plus que les jeux suscitent l'implication sociale, par le biais d'un sentiment d'engagement vis-à-vis des autres joueurs. Le jeu est donc un outil qui aide à la transmission d'apprentissage, un dispositif qui peut alors être mis au service de multiples domaines. Il peut notamment permettre de sensibiliser un public aux grands enjeux de notre société tel que le développement durable.

EcoFab.

Fleur Moreau. 2015.

© Fleur Moreau.



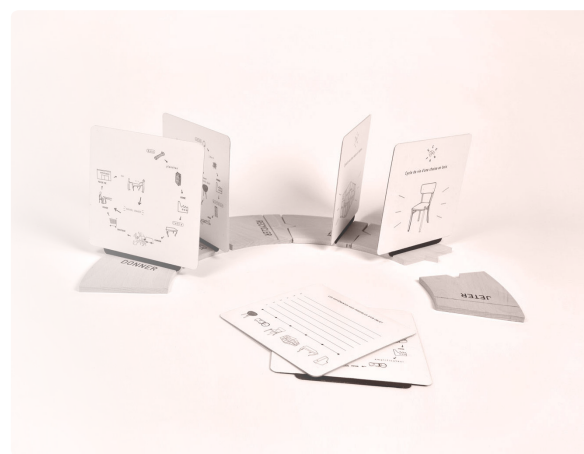
C'est le cas du Kit *EcoFab* conçu par Fleur Moreau. Ce kit est un jeu pédagogique qui a pour objectif de sensibiliser les jeunes générations à la consommation et la fabrication d'objets écoresponsables. Le jeu s'établit en trois temps : la découverte, la recherche et la réalisation. Par le biais d'un jeu de plateau, le kit expose une vision globale de la conception responsable. C'est en groupe que les enfants appréhendent l'un des grands enjeux de notre société de consommation. En sensibilisant les enfants, l'objectif est qu'à leur tour ils sensibilisent leur entourage.

Dans le domaine de l'alimentation, peu de jeu semble mettre en avant notre héritage culinaire. Si certains jeux pédagogiques semblent interroger la composition de nos assiettes et apprendre aux enfants la composition équilibrée, peu d'entre eux éduquent les enfants aux goûts des aliments. Par exemple, le jeu intitulé *À table !* créé par la **Fondation APRIL** propose un jeu pour aider l'enfant à découvrir les aliments et aider les enfants à composer des repas équilibrés dans leurs assiettes. Disponible gratuitement sur internet sous la forme de carte à imprimer chez soi, ce jeu s'adresse uniquement aux enfants en bas à âge et ne se préoccupe pas des enjeux qui pèsent sur le monde agricole. D'autant plus que l'enjeu de l'alimentation ne s'adresse pas uniquement aux enfants. Toutes les générations sont concernées et doivent être sensibilisées à la pratique de la cuisine et à une alimentation durable. Le jeu *Ludobio* réinterprétera également cette démarche sous la forme d'un jeu de société, composé d'un plateau, de pièces de puzzle et de cartes.

EcoFab.

Fleur Moreau. 2015.

© Fleur Moreau.



Le jeu s'exporte également à travers nos écrans, un domaine où le thème de l'alimentation est

devenu populaire. Nous ne comptons plus le nombre de jeux vidéo à l'image du jeu *Overcooked* qui utilisent la cuisine pour stimuler et fédérer des joueurs ou des jeux qui, à l'image des émissions télévisées, nous apprennent à composer des recettes comme Dans mon assiette. Le

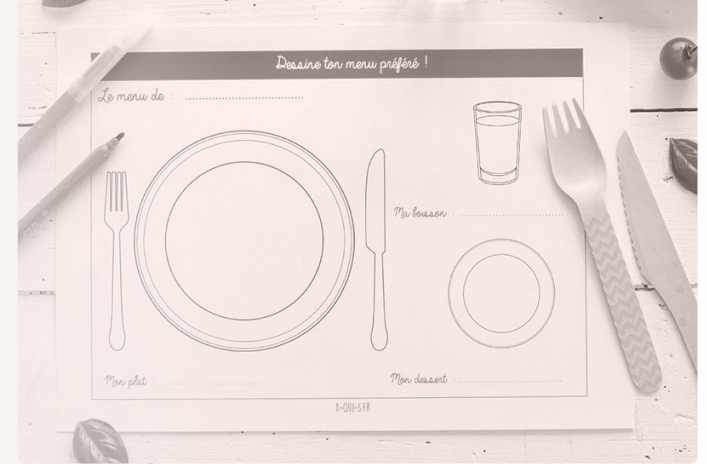


Jeu de société
Ludobio. version 2018.
 © Ludobio.
 (Image A)

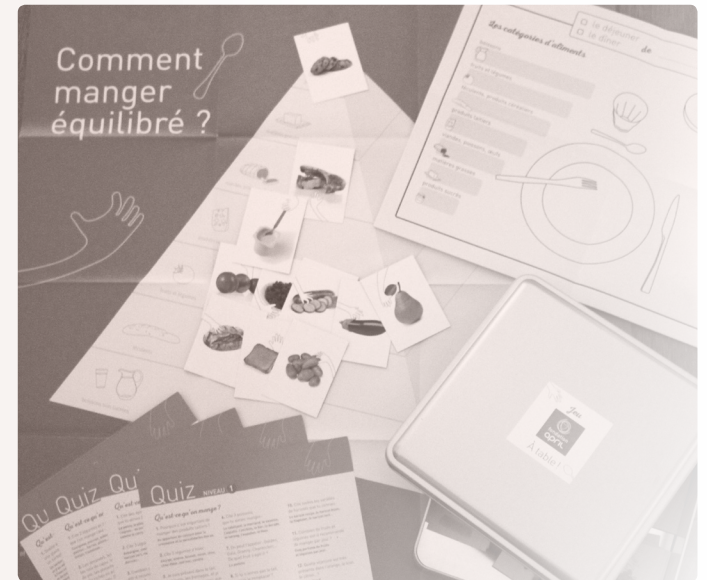
Kasscrouit.
 UPA. 2020.
 © UPA.
 (Image B)



À Table !
 Fondation APRIL. 2018.
 © Fondation APRIL.
 (Image C)



À Table !
 Fondation APRIL. 2018.
 © Fondation APRIL.
 (Image D)



À Table !
 Fondation APRIL. 2018.
 © Fondation APRIL.
 (Image E)



panel des jeux vidéo s'agrandit, intégrant également l'objectif de sensibiliser ses joueurs aux maux de notre société. Dans le domaine alimentaire, le jeu virtuel **Kasscrout** lancé par l'**Union des producteurs agricoles** du Canada a, par exemple, souhaité avertir le grand public aux difficultés du monde agricole. Le jeu vidéo propose alors aux joueurs de parcourir la carte du Canada à la recherche de missions. L'objectif de ces missions est de récupérer les ingrédients de différentes recettes pour aider les chefs de cuisines rencontrés au fil de la partie. Conçu pour séduire les enfants d'une dizaine d'année, à la fin de chacune des missions, le jeu offre la possibilité aux joueurs de poursuivre ses recherches sur le monde agricole, à l'aide d'une fiche de vocabulaire sur les différents aspects des métiers qu'il regroupe. L'initiative de ce jeu virtuel a été félicité par le ministre de l'agriculture canadienne, André Lamontagne :

« Je félicite l'UPA pour ce projet original, ludique et éducatif, qui s'inscrit en continuité avec les efforts du gouvernement du Québec de promouvoir les aliments d'ici. L'achat local est plus important que jamais et les Québécois et les Québécoises souhaitent savoir comment sont fabriqués leurs aliments. Avec Kasscrout, jeunes et moins jeunes sont sensibilisés au travail qui se retrouve dans chacune de leurs bouchées. C'est une bonne façon de leur faire prendre conscience ou de leur rappeler qu'en achetant un aliment québécois, ils soutiennent leurs concitoyens et concitoyennes qui œuvrent chaque jour à les nourrir »¹⁶⁹

André LAMONTAGNE.

d'isolement que certains designers font le choix de présenter des jeux entre ces deux mondes pour créer des jeux participatifs à la fois dans le monde réel et virtuel tel que le jeu **Koski** conçu par Vaclav Mlynar.

D'autres designers font le choix de se concentrer uniquement sur des jeux de société « à l'ancienne » afin de promouvoir une façon de jouer loin des écrans, mais peut-être également pour permettre à toutes les générations

Le jeu éducatif, qu'il soit virtuel ou sous forme d'un jeu de plateau, est un moyen privilégié pour apprendre sans se sentir contraint. C'est un dispositif qui semble associer la théorie et la pratique tout en stimulant la cohésion sociale. Les jeux de plateaux physiques permettent notamment de stimuler une cohésion sociale en présentiel, contrairement à certains jeux vidéo qui suscitent uniquement la création de lien virtuel, un lien invisible qui laisse le joueur dans une certaine forme d'isolement. C'est pour palier à cette forme

de jouer sans difficulté. D'autant plus, que les écrans numériques ne sont pas toujours nécessaires à la conception d'un jeu et peut rendre son fonctionnement plus complexe. Par exemple, ces jeux nécessitent obligatoirement l'usage d'un smartphone ou d'une tablette, des outils qui ne sont pas fournis avec les jeux. Alors même si ces outils sont fortement démocratisés et souvent à portée de main, ils ajoutent une contrainte non-négligeable. De nombreux designers n'hésitent pas à l'employer uniquement le jeu de société, sous forme de plateau, afin de : fédérer, éveiller, stimuler ou éduquer son utilisateur aux enjeux de notre monde. Certains chefs de restaurants l'intègrent également au menu de leur restaurant afin de contribuer à l'élaboration d'un moment conviviale à chacune des tables de leurs clients.

Par exemple, le restaurant Bocuse appartenant à l'**Institut culinaire des États Unis**, propose à chaque table un jeu de carte afin de connaître davantage l'univers de l'alimentation et de déridier ces convives à l'aide de quelques blagues culinaires. L'objectif est de créer une atmosphère conviviale afin de faire vivre une expérience mémorable pleine de bonne humeur dans l'esprit des clients. Une démarche voisine du jeu de société Superyum !, conçu par le designer Jiaqi Wang qui nous fait découvrir de multiples spécialités internationales. Le jeu propose à plusieurs joueurs de s'affronter afin de choisir le repas qu'ils vont déguster lors du dîner parmi différentes cartes. Chacune des cartes représentent une spécialité culinaire d'un pays spécifique et leurs méthodes de préparations.

En résumé, le jeu est un outil de communication qui permet de favoriser la naissance d'expériences conviviales et mémorables. Des expériences qui peuvent être employées afin de faciliter la transmission d'un savoir-faire, d'un message ou d'une connaissance. L'aspect ludique généré par les jeux peut ainsi aider les designers à sensibiliser le grand public aux grands enjeux de notre société, sans les culpabiliser ou les accuser. Dans le domaine alimentaire, c'est un moyen non seulement de transmettre notre culture alimentaire, mais également de fédérer des individus. La transmission par le jeu peut alors être un moyen d'influer en douceur de nouvelles habitudes aux mangeurs ou à l'utilisateur.

Conclusion

Un héritage est en perpétuelle mouvance. Le temps l'interprète et le réécrit, avant de le transmettre aux générations futures. En effet comme nous avons pu l'étudier, un héritage n'est pas figé à un moment T, c'est un savoir-faire, des connaissances qui s'enrichissent avec les années. Néanmoins, sans attention, un héritage peut être amené à disparaître. Ainsi de nombreux événements particuliers sont créés avec pour objectif de faire vivre certains héritages. Toutefois, notre héritage culinaire n'est pas un héritage comme les autres. C'est lui qui construit notre société. Présent au sein de notre quotidien, il est la source de notre alimentation, une source à l'origine de l'espèce humaine. C'est pour cela que comme nous l'avons observé, il est important de le préserver et de l'adapter aux nouveaux enjeux de notre société. Plusieurs designers n'hésitent pas à bousculer notre quotidien afin d'éveiller nos consciences face aux grands enjeux alimentaires de notre société.

Effectivement, au cœur de chacun de notre quotidien, nos pratiques alimentaires soulèvent de nombreuses interrogations. Faisant partie de notre identité culturelle, c'est un héritage vivant qui témoigne de notre histoire, de notre passé, mais également de notre avenir. Un art qui se pratique et s'enseigne. Un art qui orchestre toute notre société ; un art qu'il ne faut plus prendre à la légère. Un art qui nécessite de la patience et le partage de connaissances.

Une patience qui s'est évaporée avec l'arrivée de l'industrie agroalimentaire. Un phénomène qui a provoqué la perte d'une partie de notre héritage culinaire et qui a renforcé notre fainéantise. Une fainéantise, que l'on pourrait qualifier aujourd'hui d'irresponsable puisque nous ne connaissons même plus les produits qui composent nos assiettes. Responsable de nos changements de pratiques alimentaires, cette dictature industrielle est non seulement la cause de la perte d'un art culinaire, mais également d'un art de vivre. Dénaturant nos comportements, la cuisine et la dégustation d'un mets qui étaient autrefois des activités fédératrices sont désormais considérées

par certain comme une perte de temps. Pourtant comme nous avons pu le comprendre au cours de notre étude, l'alimentation n'est pas un sujet de second plan, c'est une pratique qui influe sur notre bien-être, notre plaisir ou notre joie.

Autrement dit, la nourriture est l'un des chemins qui peut nous conduire au bonheur, ou tout du moins nous en approcher. Alors pour répondre à notre problématique : « comment le design peut-il aider à transmettre notre héritage culinaire et ainsi préserver notre lien social ? » plusieurs voies sont possibles. Si certains designers ont choisi de mettre en place une démarche de co-conception pour parvenir à restituer l'importance de la cuisine au cœur de notre société et ainsi induire un échange entre plusieurs individus. D'autres designers ont décidé de préserver notre héritage culinaire en valorisant l'apprentissage de savoir-faire afin de fédérer de nouveau une communauté, ainsi que la notion de transmission. Pour cela, le sujet de l'alimentation est investi au travers de nombreux outils pédagogiques : expositions, musées, livres, jeux...

Des outils qui souhaitent sensibiliser avec douceur à la pratique de la cuisine, mais qui souhaitent également véhiculer des valeurs humaines tels que le respect, la bienveillance et le partage. Par ailleurs, nous avons pu remarquer que ces notions qui ne s'appliquent par uniquement au sein de nos rapports humains, sont également employées face à notre environnement, jusqu'ici trop souvent négligé. Le rôle du designer est désormais celui d'un médiateur. Il facilite notre retour à une vie remplie de sens et non de futilités. Son rôle n'est pas de prêcher la bonne parole, tel un prophète, mais d'aider ou d'influer une prise de conscience face aux enjeux de notre société, comme par exemple nos comportements alimentaires. C'est pour cela que les outils pédagogiques conçus n'ont pas pour objectif de faire émerger un sentiment de culpabilité aux mangeurs, mais de lui permettre de comprendre davantage le monde alimentaire qui l'entoure. L'objectif est de faire renaître un monde alimentaire fédérateur et bienveillant. Autrement dit, un héritage culinaire qui se compose d'un doux mélange entre la tradition de nos savoir-faire et les ingrédients de notre temps présent.

Pour cela, des designers tentent de susciter une expérience utilisateur mémorable chez le mangeur afin de favoriser un apprentissage. Plus précisément, un moment qu'il conservera au creux de notre mémoire. Un repère qui lui permettra d'aiguiller son comportement. Pour parvenir à rendre un moment mémorable, l'outil éducatif qui semble alors le plus adéquate est sans doute le jeu. Effectivement, comme nous avons pu le constater, notre esprit se souviendra davantage d'une expérience ludique que d'une leçon rébarbative. En conclusion, pour parvenir à sensibiliser le grand public à un message d'envergure politique, un aspect ludique doit donc être induit. L'outil ludique n'a pas pour but de dédramatiser le message véhiculé, mais de faciliter sa transmission. Dans le domaine de l'alimentation, nous avons pu constater qu'il permet de favoriser l'apprentissage d'un savoir-faire en suscitant l'intervention d'un groupe familiale ou amicale. Le jeu permet alors de préserver notre héritage culinaire et le lien social qui l'entoure.





notes

(1). Jean Anthelme BRILLAT-SAVARIN (1755 – 1826) est un gastro-nome et écrivain français dont son ouvrage le plus célèbre est *La physiologie du goût* ou nommé également *Méditations de gastronomie transcen-dante*, publié en 1825.

(2). Lisa G. Smithers, Rebecca K. Golley, Murthy N. Mittinty, Laima Bra-zionis, Kate Northstone, Pauline Emmett and John W. Lynch. European Journal of Epidemiology. vol. 27, n°7. « *Dietary patterns at 6, 15 and 24 months of age are associated with IQ at 8 years of age* ». 2012, p.525 - p.535.

(3). Charles Spence dirige le laboratoire de recherche multimodal d'Oxford. Il est l'un des spécialistes de la gastrophysique, en plus d'être à la tête de *Crossmodale Reaserch*. Il publie *Gastrophysique : une nouvelle science pour éclairer nos choix alimentaires* en 2020 chez la maison d'édi-tion les novateur.e.s.. Un ouvrage qui obtient le *Grand Prix de la culture gastronomique* de l'Académie Internationale de la Gastronomie en 2019.

(4). La gastrophysique est une science qui étudie l'ensemble des éléments qui composent nos expériences gustatives. Elle regroupe plusieurs do-maines d'études : la psychologie expérimentale, les neurosciences co-gnitives, les sciences sensorielles, la neuro-gastronomie, le marketing, l'économie comportementale et le design.

(5). Charles SPENCE. *Gastrophysique : une nouvelle science pour éclairer nos choix alimentaires*. éd. les novateur.e.s. éd. 2019. traduit par Joseph MEDINA. chap 1. « *Goûter* ».

(6). La science multimodale étudie l'influence qu'un sens peut avoir sur les autres. Par exemple, en regardant la couleur d'un plat, notre organe gustatif s'attend à un goût particulier.

(7). La science multisensorielle étudie nos perceptions sensorielles, c'est-à-dire, lorsque plusieurs de nos sens sont sollicités au même instant. Par exemple, lorsque l'on déguste une pomme le croquant que produit notre mastication allier au doux et sucré, nous procure une sensation de fraîcheur et de gourmandise.

(8). Massimiliano ZAMPINI est un scientifique qui collabore réguliè-rement avec le gastrophysicien Charles SPENCE.

(9). Heston BLUMENTHAL est un chef cuisinier britannique reconnu pour une approche scientifique de la cuisine et sa volonté de remettre perpétuellement en question sa cuisine. Il est également le propriétaire du restaurant *The Fat Duck*, situé à Bray, dans le Berkshire, auquel le *Guide Michelin* à accorder trois étoiles. Il dirige aussi la chaîne *Dinner by Heston Blumenthal* qui est installé dans plusieurs pays.

(10). Paul PAIRET est un cuisinier français qui a choisi de s'expatrier à Shanghai pour ouvrir trois restaurants d'ambiances différents. Le plus renommé est l'*Ultraviolet*, un établissement de cuisine expérimental, qui allie l'alimentation aux technologies multisensorielles. Ayant reçu trois étoiles de la part du *Guide Michelin*, il fait partie des cinquante meilleurs restaurants du monde depuis 2015.

(11). Charles SPENCE. *Gastrophysique : une nouvelle science pour éclai-rer nos choix alimentaires*. éd. les novateur.e.s. éd. 2019. traduit par Jo-seph MEDINA. chap 1. « *Goûter* ».

(12). Anthony ATHANAS (1911 – 2005) est sans doute l'un des restau-rateurs les plus célèbres des Etats Unis. Personnage ambitieux, il ouvre plusieurs établissements avant de rencontrer un grand succès à Boston en 1963, lors de l'inauguration de son restaurant *Pier Four*. Le restau-rant obtiendra une renommée nationale qui lui permettra de devenir non-seulement l'un des restaurants les plus rentables des États Unis, mais également l'un des plus populaire encore à l'heure actuelle.

(13). Philip KOLTER est un professeur américain de stratégie marke-ting et de marketing international qui a enseigné à l'Université de Nor-thwestern. Il participera à diverses conférences internationales et in-terviendra en tant que consultant au sein de nombreuses entreprises.

(14). Philip KOLTER. Journal of Retailing n°49. « *Atmospherics as a marketing tool* ». hiver 1974. p48 – 64.

(15). René REDZEPI est un célèbre chef de cuisine danois. Propriétaire du restaurant *Noma*, à Copenhague, de nombreux articles le qualifient de génie culinaire en faisant l'éloge de sa cuisine révolutionnaire. Par ailleurs, son restaurant a été élu « meilleur restaurant du monde » à plusieurs reprises.

(16). Charles SPENCE. *Gastrophysique : une nouvelle science pour éclai-rer nos choix alimentaires*. éd. les novateur.e.s. éd. 2019. traduit par Jo-seph MEDINA. chap 2. « *Sentir* ». p.59.

(17). « La carte de la langue » est d'une confusion lorsque le profes-

seur de psychologie Edwin BORING lu en 1901, le compte rendu d'un étudiant allemand au sujet de la sensibilité gustative de notre langue. Malheureusement, le professeur a eu quelques difficultés à traduire ce document, ce qui a eu pour conséquence de mener Edwin BORING à de fausses conclusions. Des conclusions qui seront mises en doute en 1974, par la chercheuse Virginia COLLINGS après la relecture des données allemandes.

(18). *De gustibus non disputandum est* : est une maxime latine qui signifie « le goût, ça ne se discute pas ».

(19). Jinyun JEON est une designer diplômée de la Design Academy d'Eindhoven, spécialisée dans les arts de la table, qui conçoit la collection *Sensory Cultery* en 2012.

(20). Marije VOGELZANG est diplômée de la Design Academy d'Eindhoven, spécialisée dans le domaine du design culinaire. Après la fin de ses études, elle rencontre Piet HEKKER avec qui elle fondera un restaurant qui allie la cuisine et le design, nommé *Proef*. C'est en 2011, qu'elle choisira de créer son studio centré sur le design culinaire. Aujourd'hui, elle dirige le département *New Food No Food* de la Design Academy d'Eindhoven.

(21). Christophe LAVELLE est un biophysicien français, chercheur pour le *Centre national de la Recherche Scientifique* (CNRS), il enseignera dans de multiples universités. Il est l'un des co-fondateurs du laboratoire de recherche spécialisé sur l'alimentation du futur : *Food 2.0 Lab*, penser l'alimentation de demain. <<https://food20.fr/>>.

(22). *Je Mange Donc Je Suis*, est une exposition présentée au Musée de l'Homme du 16 octobre 2019 au 31 août 2020. Le rôle du commissaire d'exposition est confié à Marie MERLIN, tandis que celui du commissaire scientifique est remis à Christophe LAVELLE. <<https://www.museedelhomme.fr/>>.

(23). Citation extraite de l'ouvrage : Christophe LAVELLE. *JE MANGE DONC JE SUIS, petit dictionnaire curieux de l'alimentation*. éd. Muséum National d'Histoire Naturelle. éd. 2019. imprimé à Nexé Impressions, situé à Barcelone en Espagne. chap « *cuisine* ». p. 72.

(24). Michael POLLAN est un journaliste travaillant pour le *New York Times Magazine*. Cuisinier aguerri, il est également reconnu pour avoir écrit de nombreux livres sur l'alimentation et ses origines dont *Cooked*, un ouvrage qui sera par la suite adapté par *Netflix* en série

documentaire sous le même nom. Chaque épisode retrace l'histoire d'un des éléments qui a permis le développement de notre cuisine et alimentation : le feu, l'eau, l'air et la terre. La série télévisée fut réalisée par Alex GIBNEY et tournée exclusivement aux Etats Unis, en 2016.

(25). Richard WRANGHAM est un anthropologue anglais spécialisé sur le comportement des primates et l'évolution des premiers hommes. Il a enseigné à l'Université d'Oxford et l'Université de Cambridge. Une partie de ses recherches se concentrent sur la place de la cuisine dans l'évolution humaine. Il en fera la retranscription dans son essai *Catching Fire : How Cooking Made Us Human*, publié en 2009.

(26). Propos recueillis par Michael POLLAN, lors de l'enquête qu'il mènera pour écrire son livre *Cooked*.

(27). Jacques ATTALI. *Histoires de l'alimentation : de quoi manger est-il le nom ?*. éd. Fayard éd. France Culture. éd. 2019. Imprimé par CPI Brodard & Taupin, situé à La Flèche. Chap. 1. « *Vivre du monde, en marchant*. ». p.29. Jacques ATTALI est un écrivain, économiste et haut fonctionnaire franco-algérien qui enseignera notamment à l'École Polytechnique de Paris, à l'Université Paris-Dauphine et à l'École des Ponts et Chaussées. Il écrira de nombreux essais tournés vers la dimension d'avenir.

(28). La religion Jaïnisme est née en Inde et se distingue de l'Hindouïsme. La doctrine possède trois grands principes : la foi, la connaissance et la conduite. L'une de ses particularités est qu'elle ne croit en aucune divinité, mais en la conscience humaine. Proche de la pensée athée, le Jaïnisme considère la vie et la mort comme l'œuvre de la science. Ainsi plus proche d'une philosophie de vie, les Jaïns s'engagent à respecter l'Ahimsa (le vœu de non-violence) envers tous les jivas, c'est-à-dire ceux qui ont une âme. Un vœu qui explique leurs nombreux interdits alimentaires.

(29). Mohammed-Hocine BENKHEIRA est un anthropologue français, directeur d'étude à l'École Pratique des Hautes Études au sein de la section des sciences religieuses. C'est également l'un des membres du Groupe Société Religions Laïcités du CNRS (Centre National de Recherche Scientifique). Il a été interviewé par la journaliste Laurianne MELIERRE pour le podcast *Manger* « *Pourquoi la religion se mêle-t-elle autant de ce qu'il y a dans nos assiettes ?* », distribué par Louie Média, en janvier 2020.

(30). Citation extraite de l'ouvrage : Jacques ATTALI. *Histoires de l'ali-*

mentation : de quoi manger est-il le nom ?. éd. Fayard éd. France Culture. éd. 2019. Imprimé par CPI Brodard & Taupin, situé à La Flèche. Chap. 2. « *Maîtriser la nature pour la manger* ». p.40.

(31). Alan Henderson GARDINER (1879 – 1963) est un égyptologue britannique qui a permis d'effectuer de nombreuses avancées dans la compréhension de l'Égypte Antique.

(32). Michel SERRES (1930 – 2019) est un philosophe, écrivain, épistémologue, membre de l'académie française et professeur à l'Université de Stanford.

(33). Claude FISCHLER est un sociologue français, spécialisé dans l'alimentation humaine. Il est également le co-responsable du Centre d'Études Transdisciplinaires. Il publiera *L'Honnivore, le goût la cuisine et le corps*.

(34). Margarete SCHÜTTE-LIHOTZKY (1897 - 2000) est l'une des premières architectes autrichiennes. Au cours de ses études, elle se sensibilise au problème de logement par le biais de son professeur Oskar STRNAD. Après ses études, elle travaille sous la direction d'Adolf LOOS et s'intéresse particulièrement aux espaces de logement afin d'aider les femmes dans leurs tâches quotidiennes. Par la suite, c'est en répondant à l'appel d'Ernst MAY et qu'elle décide de s'installer à Francfort. Durant la seconde guerre mondiale, elle n'hésite pas à entrer dans la résistance pour lutter contre la pensée nazie. Un courage qui la condamnera à quinze ans de prison après son arrestation en 1941. Elle sera libérée cinq ans plus tard à la fin de la guerre. L'architecte restera une femme engagée tout au long de sa vie en militant également pour la cause de femme, par exemple lors d'un discours prononcé en 1953, pour encourager les femmes à sortir de l'ombre de leur foyer : « Planifier et construire, femmes cela vous concerne. Nous formons la plus grande partie de la population et pourrions exercer une influence bien plus grande. Il suffit que nous prenions conscience de notre force ».

(35). Jean Claude DAUMAS est un professeur d'histoire contemporaine, qui préside également l'**Association française d'histoire économique** (AFHE).

(36). Clarence BIRDSEYE (1886 – 1956) est un biologiste américain, considéré comme le père de la congélation.

(37). William Leslie MAXSON (1898 – 1947) est un inventeur américain qui perfectionnera la technique de congélation des plats cuisinés à des-

tinuation des services de transport aérien.

(38). Aurélie BRAYET est une doctorante spécialisée dans l'histoire des techniques et travaille régulièrement sur l'histoire des arts ménagers.

(39). Citation extraite de l'article : Isabelle BELLIN. Les Echos. « *Les micro-ondes, des radars antiaériens à la cuisine* ». <<https://www.lesechos.fr/>>. 30 juil. 2009. (Consulté le 28 avr. 2021).

(40). **Radiodiffusion-télévision française**, est née en 1949. C'est la première chaîne télévisée française appartenant au service public de l'audiovisuel.

(41). Raymond OLIVER (1909 – 1990) est un cuisinier français, ancien disciple du célèbre cuisinier Auguste Escoffier. Il est le premier chef à co-animer une émission de cuisine à la télévision française, intitulé *Art et magie de la cuisine*. L'émission sera diffusée pendant treize ans.

(42). Catherine Langeais (1923 – 1998) est une présentatrice de la **Radiodiffusion-télévision française** (RTF). Engagé par le président Mitterrand, elle participera amplement à la construction du paysage télévisuel français de 1945 jusqu'en 1975. Tout au long de sa carrière, la présentatrice animera de multiples émissions.

(43). Cyril Lignac est un cuisinier et pâtissier français. Propriétaire de plusieurs restaurants, il est aussi l'animateur de nombreux programmes télévisuels appartenant à la chaîne du Groupe M6 tels que *Top Chef*, *Le Meilleur Pâtissier*, *Chef contre Chef*...

(44). *Jamie's Kitchen* est une émission de cuisine britannique diffusée en 2002, par la chaîne Channel 4. Présentée par le chef Jamie OLIVER et Mark HALLILEY, c'est une compétition où plusieurs jeunes cuisiniers, issus de milieux défavorisés, s'affrontent pour avoir l'opportunité de gagner un emploi, au sein du restaurant *Fifteen*.

(45). Sebastien LEPINOY est un chef français à la tête d'un prestigieux restaurant de Singapour, Les Amis, couronné de trois étoiles par le *Guide Michelin*. Ancien chef exécutif de l'*Atelier Joël Robuchon*, il travaille l'esthétisme de ces plats avec une grande minutie.

(46). Citation extraite de l'ouvrage : Charles SPENCE. *Gastrophysique, une nouvelle science pour éclairer nos choix alimentaires*. éd. les novateur.e.s. éd. 2019. traduit de l'anglais (Royaume-Uni) par Joseph MEDINA. Imprimé en Turquie. Chap. « *Voir* ». p.98.

(47). Antonin Carême (1784 – 1833) est un pâtissier et chef cuisinier français, réputé pour être décrit comme « le roi des chefs et le chef des rois ». Jules GOUFFE est décrit, par Alexandre DUMAS, comme étant « l'apôtre de la cuisine décorative ».

(48). La **Bibliothèque nationale** de France a été renommée le 30 mars 1995 : **Bibliothèque nationale de la République Française**. Issue de ce qui était autrefois la librairie du roi, elle a été créée par Charles V dans la tour de la Fauconnerie du Louvre. Aujourd'hui c'est un établissement administratif public qui est entretenu par le ministère de la Culture.

(49). Pascal ORY est professeur d'histoire à l'Université de la Sorbonne.

(50). Citation extraite de l'émission radiophonique produite par France Culture : Pascal ORY. Entrevue radiophonique avec Alain KRUGER. *On ne parle pas la bouche pleine ! « Le cas Carême : le grand architecte de la cuisine française »*. 24 avr. 2017. Paris. France Culture. <<https://www.franceculture.fr>>. (Consulté le 28 mai. 2021).

(51). Citation extraite de l'article : Marie-Catherine DE LA ROCHE. LE FIGARO. « *Sur les réseaux sociaux, la cuisine doit être belle avant d'être bonne* ». <<https://www.lefigaro.com>>. 19 fév. 2018. (Consulté le 27 mai. 2021).

(52). Thierry MARX est un chef cuisinier français engagé, qui dirige les cuisines d'un des plus célèbres restaurants français, le *Mandarin Oriental Paris*. Animateur de l'émission télévisée *Top Chef!*, il pratique une cuisine inventive issue de nombreux horizons. C'est avec l'aide du physicien Jérôme BIBETTE, qu'il pratique la cuisine moléculaire.

(53). Citation extraite de l'article : Marie-Catherine DE LA ROCHE. LE FIGARO. « *Sur les réseaux sociaux, la cuisine doit être belle avant d'être bonne* ». <<https://www.lefigaro.com>>. 19 fév. 2018. (Consulté le 27 mai. 2021).

(54). *Followers* est un anglicisme utilisé pour définir les utilisateurs qui suivent les publications de certains comptes, sur les réseaux sociaux tels que **Instagram™** ou **Twitter™**.

(55). Citation extraite de l'article : Marie-Catherine DE LA ROCHE. LE FIGARO. « *Sur les réseaux sociaux, la cuisine doit être belle avant d'être bonne* ». <<https://www.lefigaro.com>> 19 fév. 2018. (Consulté le 2 mai. 2021).

(56). John BRIGGS est écrivain et programmeur du média spécialisé sur les nouvelles technologies **TechCrunch™**.

(57). Citation extraite de l'article : Sidonie NAULIN. Bibliothèque nationale de France, Revue de la B.N.F. n°49. « *Pourquoi partager sa passion de la cuisine sur internet ?* ». <<https://www.cairn.info>> 2015. (Consulté le 29 mai 2021).

(58). Marcus Gavius APICIUS (25 av. J.C. – 37 ap. J.C.) est un chef cuisinier romain qui fut au service de plusieurs empereurs. Son ouvrage *De re coquinaria* est un livre de cuisine organisé par ingrédients. En 1498, la naissance de l'imprimerie permet d'augmenter sa diffusion dans toute l'Europe.

(59). Guillaume TIREL (1310 – 1395) cuisinier au service de l'aristocratie française, puis du roi Charles V.

(60). Ginette MATHIOT (1907 – 1998) est une enseignante des arts ménagers et auteure de plusieurs livres de cuisines.

(61). Andrée JONQUOY est une auteure de livre de cuisine, elle travaillera également chez l'ancêtre de la radio **RTL**, nommé la **Radio Luxembourg**.

(62). Citation extraite de l'article : Charlotte HERVOT. La Grenouille à Grande Bouche, la société à travers ce que l'on mange n°7. « *Les cahiers de recettes racontent bien plus que l'histoire familiale* ». éd. La Grenouille à Grande Bouche SCIC SAS. oct. 2020. imprimerie : Cloître. p.71 – 73.

(63). Zazie TAVITIAN est une journaliste qui produit plusieurs podcasts qui s'interrogent notamment à la place de l'alimentation dans notre société tels que *Casseroles* ou *À la recherche de Jeanne* qui obtient le prix du documentaire de la Société civile auteurs multimédia (SCAM) en 2020.

(64). Richard HOGGART (1918 – 2014) est un sociologue et historien qui s'est particulièrement intéressé à la culture populaire britannique.

(65). Alan SOKAL est un physicien et qui a enseigné à l'Université de New York.

(66). Joseph BERCHOUX (1760 – 1838) est un poète français.

(67). Citation extraite de l'ouvrage : Christophe LAVELLE et Marie

MERLIN. *JE MANGE DONC JE SUIS, petit dictionnaire curieux de l'alimentation*. éd. Muséum National d'Histoire Naturelle. éd. 2019. imprimé par Nexa Impressions, situé à Barcelone en Espagne. chap. « *gastronomie* » écrit par Christophe LAVELLE. p.101.

(68). Jean-Pierre POULAIN est un chercheur en sciences humaines spécialisé dans la sociologie de l'alimentation. Il est également enseignant à l'Université de Toulouse Jean Jaurès.

(69). Citation extraite de l'essai : Jean-Pierre POULAIN. *Sociologies de l'alimentation*. 4e éd. « Quadrigue ». PUF. éd. 2e tirage. 2018. imprimé en France par JOUVE, situé à Mayenne.

(70). Jack Goody (1919 – 2015) est un anthropologue britannique reconnu pour son intérêt culinaire. Il dirigera le département d'anthropologie de l'Université de Cambridge à partir de 1984.

(71). Pierre de LA VARENNE (1618 – 1678) est le cuisinier du marquis d'Uxelles, Nicolas CHALON DU BLE.

(72). Citation extraite de l'ouvrage : Jean-Pierre POULAIN. *Sociologies de l'alimentation*. 4e éd. « Quadrigue ». PUF. éd. 2e tirage. 2018. imprimé en France par JOUVE, situé à Mayenne. part. 2. chap. 5 « *La sociologie de la gastronomie française* ». p.210.

(73). En effet au cours d'une de leurs vidéos, les deux amis se rendent au restaurant *Chez André du Sacré Cœur*, pour évaluer la gastronomie française présente sur le territoire japonais. Benoît THEVENY, Louis ZENJAS. Tev & Louis. « *On note un restaurant français au Japon* ». Tokyo : Youtube. 29 mars. 2020. 16 min. <<https://www.youtube.com/>> (Consulté le 30 mai. 2021).

(74). Thibault DE SAINT POL et Layla RICOCH. INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques). « *Le temps de l'alimentation en France* ». <<https://www.insee.fr>> oct. 2012. (Consulté le 3 fév. 2021)

(75). Christophe LAVELLE et Marie MERLIN. *JE MANGE DONC JE SUIS, petit dictionnaire curieux de l'alimentation*. éd. Muséum National d'Histoire Naturelle. éd. 2019. imprimé par Nexa Impressions, situé à Barcelone en Espagne. chap. « *patrimoine* » écrit par Loïc BIENASSIS. p.159 – 160.

(76). Centre National de Ressources Textuelles et Lexicale (CNRTL).

<<https://www.cnrtl.fr/>> (Consulté le 4 juil. 2021).

(77). Gabriel MONOD (1844 – 1912) est un historien et professeur d'université français, qui fut membre de l'académie des sciences morales et politiques.

(78). Citation extraite de l'ouvrage : Guillaume MAZEAU. *Histoire*. éd. anamosa. éd. 2020. imprimé par Corlet, situé à Condé-sur-Noireau. chap. « *introduction* » 5p.

(79). Reinhart KOSELLECK (1923 – 2006) est un historien et philosophe allemand moderniste et contemporain considéré comme l'un des historiens les plus importants de sa génération.

(80). **Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture** (UNESCO). <<https://ich.unesco.org/fr/>> (Consulté le 4 juil. 2021).

(81). Propos recueillis sur le site de l'**Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture** (UNESCO). <<https://ich.unesco.org/fr/>> (Consulté le 4 juil. 2021).

(82). Edmond RICHARDIN (1846 – 1917) est un cuisinier français.

(83). Françoise CHOAY est une historienne des formes urbaines et architecturales ainsi que professeur en université.

(84). Guillaume MAZEAU est un historien français reconnu pour ces travaux sur la Révolution française.

(85). Guillaume MAZEAU. *Histoire*. éd. anamosa. éd. 2020. imprimé par Corlet, situé à Condé-sur-Noireau. chap. « *Quand les peuples s'approprient l'histoire* ». p.52.

(86). Romain VINCENT est un enseignant à l'Académie de Créteil, spécialisé dans l'histoire médiévale et les jeux vidéo. Il anime également une chaîne Youtube™, nommée *Jeux Vidéo & Histoire*.

(87). Frédéric DENHEZ est un journaliste régulier de la radio **France Inter**. Il anime quotidiennement l'émission *CO₂, mon amour*.

(88). Citation extraite de l'ouvrage : Frédéric DENHEZ. *Alimentation stop à la désinformation ! Toute la vérité sur notre système alimentaire*. éd. rustica. éd. 2020, imprimé à Péronnas. chap. « *Le bio est-il bon à tout faire ?* ». p.15.

(89). Citation extraite de l'ouvrage : Anthony GALLUZZO. *La fabrique du consommateur, une histoire de la société marchande*. éd. La Découverte, collection Zones. éd. 2020. imprimé en France. chap. « *L'incarnation de la marchandise* ». p.7.

(90). Thomas NEWCOMEN (1664 – 1729) est un mécanicien britannique. C'est avec l'aide de Thomas SAVERY qu'il développera la première machine à vapeur en 1712.

(91). James WATT (1736 – 1819) est un ingénieur écossais qui utilisera les travaux de Thomas NEWCOMEN et Thomas SAVERY afin de les améliorer. C'est par la suite en 1769, qu'il déposera un brevet d'invention pour protéger son travail. Il sera l'associé de Matthew BOULTON pour concevoir ces machines.

(92). Karl MARX (1818 – 1881) est un homme de savoir qui possède de multiples casquettes : philosophe, sociologue et économiste.

(93). Citation extraite de l'ouvrage : Karl MARX. *Livre premier*. éd. PUF. éd. 2014. imprimé en France. p.207.

(94). Norbert ELIAS (1897 – 1990) est un sociologue reconnu pour être l'un des pères de la sociologie historique. Il publiera de nombreux ouvrages et enseignera également dans de plusieurs universités.

(95). Anthony GALLUZZO est maître conférencier en science de gestion, il enseigne également le marketing à l'université. Il publie en 2020 l'ouvrage *La fabrique du consommateur, une histoire de la société marchande*.

(96). Citation extraite de l'ouvrage : Jean-Pierre POULAIN. *Sociologies de l'alimentation*. 4e éd. « Quadrigue ». PUF. éd. 2e tirage. 2018. imprimé en France par JOUVE, situé à Mayenne. 269p.

(97). Stephen MENNELL est un sociologue anglais, qui publiera de nombreux ouvrages portant sur l'alimentation, dont *The Sociology of Food: Eating, Diet, and Culture* (« La sociologie alimentaire : manger, régime et culture »). Il enseigne également à l'Université de Dublin.

(98). Théodore W. ADORNO (1903 – 1969) est un sociologue et musicologue allemand qui enseignera également à l'École de Francfort.

(99). Citation extraite de l'ouvrage : Jean-Pierre POULAIN. *Sociologies de l'alimentation*. 4e éd. « Quadrigue ». PUF. éd. 2e tirage. 2018. imprimé en France par JOUVE, situé à Mayenne. 269p.

mé en France par JOUVE, situé à Mayenne. 269p.

(100). Citation extraite de l'ouvrage : Jean-Pierre POULAIN. *Sociologies de l'alimentation*. 4e éd. « Quadrigue ». PUF. éd. 2e tirage. 2018. imprimé en France par JOUVE, situé à Mayenne. 269p.

(101). La convention de Stockholm, ayant eu lieu en 2001, a été organisée par l'**Organisme mondiale de la santé** dans le but de définir des règles strictes pour restreindre ou interdire l'usage de certaines substances toxiques fréquemment employées dans le domaine de l'agriculture.

(102). La **Fédération Française des Associations de Protection de la Nature et de l'Environnement**.

(103). Propos recueillis sur le site de la **Fédération Française des Associations de Protection de la Nature et de l'Environnement** : <<https://fne.asso.fr>> (Consulté le 4 juil. 2021).

(104). **World Wide Fund for Nature** (« Fonds mondial pour la nature ») est une organisation apparue en 1961 qui se consacre à la protection de la faune et la flore en sensibilisant notre société au développement durable. Dirigée par Marco LAMBERTINI, c'est l'une des organisations non-gouvernementales internationales les plus présentes dans notre société.

(105). Le **Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie**.

(106). Nell FRIZZELL est une journaliste britannique qui écrit pour de nombreux magazines tels que *The Guardian*, *VICE*, *The Telegraph*, *The Observer*...

(107). Citation extraite de l'ouvrage : Charles SPENCE. *Gastrophysique*. éd. les novateur.e.s. éd. 2019. traduit de l'anglais (Royaume-Uni) par Joseph MEDINA. Imprimé en Turquie. chap. « *Le repas comme expérience sociale* ». p.197.

(108). Citation extraite de l'ouvrage : Charles SPENCE. *Gastrophysique*. éd. les novateur.e.s. éd. 2019. traduit de l'anglais (Royaume-Uni) par Joseph MEDINA. Imprimé en Turquie. chap. « *Le repas comme expérience sociale* ». p.202.

(109). Citation extraite de l'ouvrage : Charles SPENCE. *Gastrophysique*. éd. les novateur.e.s. éd. 2019. traduit de l'anglais (Royaume-Uni) par Jo-

seph MEDINA. Imprimé en Turquie. chap. « *Le repas comme expérience sociale* ». p.212.

(110). Mella JAARSMA est une artiste hollandaise reconnue pour son travail de costumes atypiques, illustrant les maux de notre société. Après avoir étudié dans différentes écoles d'art à travers le monde, elle a choisi de s'installer en Indonésie.

(111). Citation extraite de l'article : Damien HARDY. Réussir, nourrir votre performance. « *Des arguments pour défendre l'élevage* ». <<https://www.reussir.fr/patre>> 1 janv. 2018. (Consulté le 7 juin. 2021).

(112). Propos recueillis sur le site internet du mouvement *Slow Food* : <<https://slowfood.fr/>>. (Consulté le 4 juil. 2021).

(113). Citation extraite de l'ouvrage : Frédéric DENHEZ. *Alimentation stop à la désinformation ! Toute la vérité sur notre système alimentaire*. éd. rustica. éd. 2020, imprimé à Péronnas. chap. « *Manger sans, manger mieux ?* ». p.46.

(114). Citation extraite de l'article : Damien HARDY. Réussir, nourrir votre performance. « *Des arguments pour défendre l'élevage* ». <<https://www.reussir.fr/patre>> 1 janv. 2018. (Consulté le 7 juin. 2021).

(115). **À La Vache** est un distributeur de produits du terroir. Un circuit-court qui promouvait une production de produits frais et cultivés au sein d'entreprise aux valeurs humaines et durables.

(116). **Alancienne** est un distributeur de produit frais et local installé en région parisienne et lyonnaise, c'est un circuit-court qui propose la livraison de produits dont le prix est fixé par l'agriculteur. Il a été créé par Paul CHARLENT après ses études aux États Unis avec Livio GALAS, Augustin RENOUL et Alexis PARAKIAN. <<https://www.alancienne.co/about/>>. (Consulté le 7 juin. 2021).

(117). Camille LABRO. BON, Les racines de l'esprit naissent dans l'estomac n°1. « *MANIFESTE. Enseignons le BON produit à l'école* ». éd. L'Observatoire. nov. 2020. imprimerie : Sepec. p.90 – 99.

(118). Laurent-David SAMAMA. BON, Les racines de l'esprit naissent dans l'estomac n°1. « *Yuka, philosophie d'une (r)évolution* ». Éd. L'Observatoire. nov. 2020. Imprimerie : Sepec. p.76 – 79.

(119). Le **Marché Vert**TM est une application conçue au cours du premier confinement lié à la crise sanitaire apparu au cours du printemps 2019.

Ses quatre fondatrices se nomment Jill COUSIN, Zazie TAVITIAN, Anne-Claire HERAUD et Céline MAGUET.

(120). Une amap est une association qui permet aux mangeurs de soutenir et de rentrer directement en contact avec le ou les agriculteurs de proximité.

(121). L'application **Too Good To Go**TM a été créée à Copenhague, en 2015, par Brian CHRISTENSEN, Thomas BJØRN MOMSEN, Stian OLESEN, Klaus BAGGE PEDERSEN et Adam SIGBRAND. En France, c'est par Lucie BASCH que l'application sera développée. Désormais, présente dans différents pays d'Europe, l'application est aujourd'hui associée à de nombreuses enseignes telles que **Starbuck**TM ou **Intermarché**TM.

(122). Propos relatés dans l'article : Victor COUTARD. BON, Les racines de l'esprit naissent dans l'estomac n°1. « *Exercice d'Application* ». Éd. L'Observatoire. nov. 2020. Imprimerie : Sepec. p.72 – 75.

(123). Norman POTTER (1923 – 1995) est un designer et ébéniste britannique, célèbre pour son ouvrage : *Qu'est ce qu'un designer ?*. Anarchiste et fortement impliqué dans la politique, il sera arrêté à plusieurs reprises pour ses actions.

(124). Joe COLOMBO (1930 – 1971) est un designer italien qui collabora avec de grande maison d'édition comme Alessi ou Kartell. Il décédera prématurément à l'âge de 41ans.

(125). Arthur DREXLER (1925 – 1987) a été le directeur du musée **MoMA** à New York à partir de 1956. Il travaillera au sein du musée durant trente années, et organisera de multiples expositions, tout en publiant de nombreux ouvrages sur le design et l'architecture.

(126). **Renderer** est un terme anglophone qui ne possède pas d'équivalence dans la langue française. Il est employé pour définir les techniciens qui effectuent des rendus, bien souvent des rendus d'images ou des dessins techniques. Aujourd'hui ces rendus sont souvent des images numériques obtenues à l'aide de logiciel de modélisation 3D.

(127). Citation extraite de l'ouvrage : Arthur DREXLER. *George Nelson, problems of design*. éd. Whitney Publications. Éd. 1957. Traduit par Catherine GEEL. chap. « *Avant-propos* ». p.7 à 9.

(128). Michele DE LUCCHI est un architecte et designer italien, notam-

ment connu pour revendiquer le design radical, un mouvement italien influant au cours des années soixante. Par la suite, il rencontrera son confrère Ettore Sottsass, le fondateur du Groupe *Memphis* et deviendra l'un des piliers de ce mouvement durant les années quatre-vingt.

(129). Michele DE LUCCHI, Fiorella BULEGATO et Sergio POLANO. *Michele de Lucchi : from here to there and beyond*. Texte « *Discours d'un designer en général* ». Éd. Electra Architecture. Éd. 2005. Traduit par Catherine GEEL.

(130). Pierre Damien HUYGHE est un philosophe spécialisé dans le domaine du design. Il est également enseignant à l'Université de la Sorbonne de Paris.

(131). Emmanuel TIBLOUX et Pierre-Damien HUYGHE. Azimuts n°30. « *Design, mœurs et morale* ». <<https://revue-azimuts.fr>> 2008. (Consulté le 3 avr. 2021).

(132). Bruno LATOUR est un sociologue et philosophe français, ayant un attrait pour le design et l'écologie. Il a également enseigné à l'École des Mines de Paris.

(133). Bruno LATOUR. MIT Press. « *Where are the missing masses ? The sociology of a few mundane artifacts* ». <<https://www.open.edu>> 1992. (Consulté le 12 juin 2021).

(134). Jean-Hugues BARTHELEMY est un philosophe et professeur d'université français, spécialisé dans l'histoire des sciences et des techniques. C'est également le directeur du centre d'information pour un développement solidaire (CIDES). Ce centre contribue à encourager le développement durable et la sensibilisation aux actions solidaires.

(135). Le colloque international « *Design social, les nouvelles formes de convivialité* », organisé par l'École Supérieure d'Art et de Design de Valenciennes, a eu lieu en avril 2014.

(136). Nynke TROMP, Paul HEKKERT et Peter-Paul VERBEEK. Design Issues Vol 27. « *Design for Socially Responsible Behavior : A Classification of Influence Based on Intended User Experience* ». <<https://www.mitpressjournals.org/loi/desi>> juil. 2011. (Consulté le 18 fév. 2021).

(137). Victor PAPANÉK (1923 – 1998) est un design austro-américain. Engagé contre l'industrie de son temps, il publiera de nombreux ouvrages pour dépeindre le nouveau portrait du design tels que *Design*

pour un monde réel, écologie humaine et changement ou *The green imperative*. Ce sont les prémisses du design social.

(138). Citation extraite de l'ouvrage : Victor PAPANÉK. *Design pour un monde réel, écologie humaine et changement*. Éd. Mercure de France. Éd. 1971. Traduit par Robert LOUIS et Nelly JOSSET. 362p.

(139). Citation extraite de l'ouvrage : Victor PAPANÉK. *Design pour un monde réel, écologie humaine et changement*. Éd. Mercure de France. Éd. 1971. Traduit par Robert LOUIS et Nelly JOSSET. 362p.

(140). Ezio MANZINI est un sociologue italien spécialisé dans le domaine du design qui publiera de nombreux ouvrages sur ce thème, notamment *Design, when everybody designs : an introduction to design innovation*. Il enseignera également à l'école Polytechnique de Milan où il sera à la tête de l'unité de recherche Design et Innovation Durable.

(141). Propos recueillis au sein de l'article : Cédric VALLET. Alter Echos, L'actualité sociale avec le décodeur. Volume n°450. « *Olivier Gilson : le design social, 'pas là pour faire du beau, mais pour faire du juste* ». <<https://www.alterechos.be>> août. 2017. (Consulté le 20 juin 2021).

(142). Le **Studio Superflux** souhaite éveiller les consciences par le biais de projets illustrant la précarité de notre société. Fondé en 2009 par le duo de designers Anab Jain et Jon Arden, ce studio a eu l'occasion de participer à plusieurs expositions, tout en collaborant avec de grandes enseignes tels que Sony, Samsung ou Microsoft Research.

(143). Propos recueillis sur la page internet du **Studio Superflux**. <<https://superflux.in>> (Consulté le 25 juin 2021).

(144). Koert VAN MENSVOORT est un artiste et philosophe néerlandais qui s'interroge sur notre futur et publie de nombreux ouvrages à ce sujet.

(145). Henriette WAAL est une designer-chercheuse qui aime s'investir dans des projets interculturels qui se préoccupent des nouveaux enjeux sociaux et environnementaux.

(146). Citation extraite de l'ouvrage : Jan BOELEN, Michael KAETHLER (eds). *Social matter, social design : for good or bad all design is social*. éd. Valiz. 2020. imprimé en Europe. 198p. chap. « *Doubts and dilemmas, a between Social Design mentors* ». p.209.

(147). Dick VAN HOFF est un designer néerlandais qui souhaite réaliser des objets utiles à notre société.

(148). Citation extraite de l'ouvrage : Jan BOELEN, Michael KAETHLER (eds). *Social matter, social design ; for good or bad all design is social*. éd. Valiz. 2020. imprimé en Europe. 198p. chap. « *Doubts and dilemmas, a between Social Design mentors* ». p.210.

(149). **mHS CITY LAB** est une entreprise sociale qui se compose de multiples corps de métier : designers, sociologues, économistes et architectes travaille main dans la main pour lutter contre la pauvreté urbaine. Fondé en 2009 par Rakhi MEHRA et Marco FERRARIO, ce laboratoire créatif est situé à Delhi.

(150). Le **Studio Social Design Collaborative** a été fondé par l'architecte indienne Swati JANU. Situé à Dehli, le studio se préoccupe avant tout des projets liés problèmes de logements et à la diffusion de l'information auprès d'un public défavorisé.

(151). Matali CRASSET est une designer française qui a étudié à l'Ecole Nationale Supérieur de Création Industrielle, diplômé en 1991. Au début de sa carrière, elle travaillera notamment sous la direction de Philippe Stark avant de fonder sa propre structure en 1998. Certaines de ses créations seront présentées en 2019 à la galerie **The Muse** de Venise en 2019.

(152). Citation extraite de l'émission radiophonique : Matali CRASSET. 2018. Entrevue radiophonique avec la participation de Arnaud LAPORTE et Sandrine TREINER. Les Masterclasses. « *Matali Crasset : " Le design comme une anthropologie appliquée "* ». 1 juil. 2018. Paris. France Culture. <<https://www.franceculture.fr>> (Consulté le 25 sept. 2020).

(153). Nynke TROMP, Paul HEKKERT et Peter-Paul VERBEEK. Design Issues Vol 27. « *Design for Socially Responsible Behavior : A Classification of Influence Based on Intended User Experience* ». <<https://www.mitpressjournals.org/loi/desi>> juil. 2011. (Consulté le 18 fév. 2021).

(154). Citation extraite de l'article : Anissa DUPORT-LEVANTI. ID, L'info durable. « *La théorie du nudge : pour inciter les citoyens à mieux agir ?* ». <<https://www.linfordurable.fr>> 16 juil. 2019. (Consulté le 14 juin 2021).

(155). Marjan VAN AUBEL est une designer néerlandaise qui a déjà

remporté de nombreux prix pour son travail autour de l'énergie solaire, notamment le prix du design néerlandais en 2019, et le *Défi Action Climat* en 2018. Diplômée du **Royal College of Art** en 2012, elle travaille désormais pour de nombreuses marques tels que **Timberland** ou **Swarovski**. En 2020. Elle a conçu le toit du pavillon néerlandais de l'Exposition universelle de Dubaï.

(156). Foires MARCUS. Dezeen. « *La nourriture est " la matière la plus importante au monde " déclare Marije Vogelzang* ». <<https://www.dezeen.com>> 8 juil. 2014. (Consulté le 12 mars 2021).

(157). Carolien NIEBLING est une designer culinaire qui s'intéresse particulièrement aux aliments que nous allons peut-être consommer dans quelques années comme les algues ou les champignons.

(158). Citation extraite de l'article : Isabelle MOISY et Marion DUMAS. Étape, hors-série. « *Ecole cantonale des arts de Lausanne, Suisse : Master design produit* ». Éd. Presse Pro. oct. 2018. Imprimerie : Imago Publishing Limited. Paris. p.162 – 163.

(159). Citation extraite de l'article : Cap Digital et Usbek & Rica. Étape, hors-série. « *Le futur de l'agriculture s'invente maintenant, Agri-tech* ». Éd. Presse Pro. oct. 2018. Imprimerie : Imago Publishing Limited. Paris. p.70 – 71.

(160). **EcoLogicStudio** est un studio de design, fondé en 2005, par le couple Claudia PASQUERO et Marco POLETTO Spécialisé dans les sculptures biophiles ou les architectures vivantes, en 2018, le duo choisi de rejoindre le **Laboratoire de Paysage Synthétique** et le **Laboratoire de Morphogenèse Urbaine** pour créer l'entreprise **PhotoSynthetica™**.

(161). Citation extraite de l'article : Louise KATZ et Nathanaël SIMON. La Grenouille à Grande Bouche, la société à travers ce que l'on mange n°5. « *Nourrir la ville, une question politique* ». Éd. La Grenouille à Grande Bouche SCIC SAS. janv. 2020. Imprimerie : Cloître. p.27.

(162). **Collectif BAM** est un collectif de design français qui s'interroge sur la forme politique de l'autonomie. Il souhaite rendre les utilisateurs autonomes en construisant un quotidien durable.

(163). Propos recueillis sur le site de l'**Agence de la transition écologique**. <<https://www.ademe.fr>> (Consulté le 13 juillet 2021).

(164). L'Atelier Maciej Fiszer est un atelier de scénographie qui a l'habitude de mettre en scène les différentes expositions des musées parisiens.

(165). Définition du Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales (CNRTL) extraite du site <<https://www.cnrtl.fr/>> (Consulté le 16 mars 2020).

(166). Joël CADIERE. Cairn. « *Introduction : qu'est-ce que l'expérience ?* ». 2017. p. 8 à 12. (Consulté le 18 mars 2020).

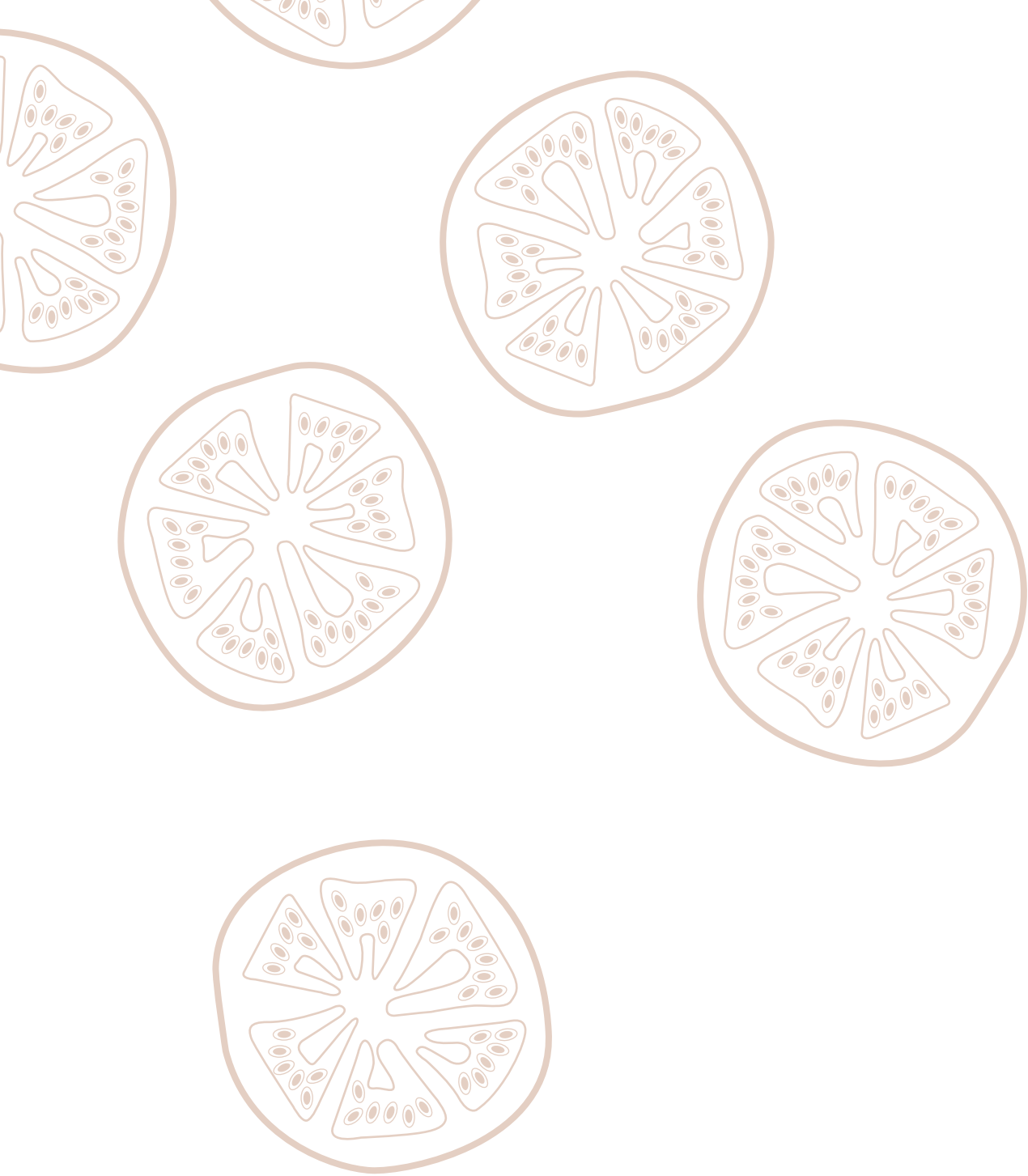
(167). John DEWEY est psychologue et philosophe américain. Prenant part au courant philosophique pragmatiste initié par Charles S. PIERCE et William JAMES. Il choisit de s'investir dans le domaine de la pédagogie, c'est ainsi qu'il en devient un des penseurs référents

(168). Propos extrait de l'article : Gamelearn Team. Gamelearn. « *Comment faire pour apprendre plus facilement ? En s'amusant* ». <<https://www.game-learn.com/>> (Consulté le 15 juil. 2021).

(169). Citation extraite de l'article : UPA. UPA. « *L'Union des producteurs agricoles lance un jeu vidéo gratuit pour découvrir l'agriculture d'ici* ». <<https://www.upa.qc.ca/>> 9 déc. 2020. (Consulté le 25 juil. 2021).







glossaire

Alimentation. n. f. Ensemble des aliments comestibles qui permet à un être-vivant de se nourrir. Chaque culture ou espèce possède sa propre alimentation.

Apprentissage. n. m. Action d'apprendre quelque chose.

Cuisine. n.f. Lieu de préparation des repas.

Cuisiner. v. L'action de préparer avec harmonie des ingrédients qui vont composer un repas.

Expérience. n. f. Un fait que nous avons vécu, dont on se souviens et qui nous a apporté inconsciemment ou consciemment, une forme d'apprentissage ou certaines émotions.

Design culinaire. n. m. Démarche de conception qui s'intéresse à tout ce qui a trait à la nourriture et notre alimentation ; des déchets au mets de dégustation.

Design social. n. m. Démarche de conception qui respecte à la fois l'environnement et les valeurs humaines. Ce processus souhaite aider notre société à s'adapter à son environnement. Le design social questionne à la fois les enjeux environnementaux de notre société et les enjeux sociaux.

Héritage. n. m. Patrimoine qui nous est transmis par les générations précédente.

Industrie agroalimentaire. n. f. Activité de production de produits alimentaires pour la masse de consommateurs.

Jeu. n. m. Activité diversifiante, déterminée par des règles ou non, pratiquée à tout âges. Facilite l'apprentissage.

Patrimoine. n. m. Biens que l'on transmet de générations en générations afin de conserver une part de notre identité.

Sensibilisation. subst. f. Action de valorisation d'une cause auprès d'un public.

Transmission. subst. f. Action de faire passer quelque chose à son prochain.



design : articles [en ligne]

Clément ARBRUN. Terrafemina. « *Qui était Margarete Schütte-Lihotzky, pionnière des cuisines modernes et voix féministe ?* ». <<https://www.terrafemina.com>>. 17 mars. 2021. (Consulté le 15 avr. 2021)

Jean-Hugues BARTHELEMY. ESAD, école supérieure d'art et design de Valenciennes. « *Design social : une analyse critique* ». <<https://www.esad-valenciennes-recherche.com/textes>> 2014. (Consulté le 22 fév. 2021).

Anissa DUPORT-LEVANTI. ID, L'info durable. « *La théorie du nudge : pour inciter les citoyens à mieux agir ?* ». <<https://www.linfordurable.fr>> 16 juil. 2019. (Consulté le 14 juin 2021).

Alain FINDELI. « Le Design Social ». <<http://www.sfe-asso.fr>> date inconnue. (Consulté le 22 fév. 2020).

Tau ULV LENSJOLD, Sissel OLANDER et Joachim HALSE. Design Issues Vol 31. N°4. « *Minor Design Activism Prompting Change from Within* ». <<https://www.mitpressjournals.org/loi/desi>> 2015. (Consulté le 02 mars 2021).

Gamelearn Team. Gamelearn. « *Comment faire pour apprendre plus facilement ? En s'amusant* ». <<https://www.game-learn.com/>> (Consulté le 15 juil. 2021).

Hubert GUILLAUD. Le Monde. « *Le design social n'est pas si simple* ». <<https://www.lemonde.fr>> oct. 2010. (Consulté le 1 juin 2021).

Renaud MACHART. Le Monde. « *" Le Pouvoir du design " sur Arte, ses enjeux politiques et écologiques* ». <<https://www.lemonde.fr>> 28 avr. 2021. (Consulté le 29 avr. 2021).

Jessica MAIRS. Dezeen. « *Marjan van Aubel's 'stained glass window' harvests solar energy to charge mobile phones* ». <<https://www.dezeen.com>> 8 juil. 2015. (Consulté le 23 mars 2021).

Ezio MANZINI. Design Issues Vol 30. « *Making Things Happen : Social Innovation and Design* ». <<https://www.mitpressjournals.org/loi/desi>> déc. 2014. (Consulté le 25 fév. 2021).

Emmanuel TIBLOUX et Pierre-Damien HUYGHE. Azimuts n°30. « *Design, mœurs et morale* ». <<https://revue-azimuts.fr>> 2008. (Consulté le 3 avr. 2021).

Nynke TROMP, Paul HEKKERT et Peter-Paul VERBEEK. Design Issues Vol 27. « *Design for Socially Responsible Behavior : A Classification of Influence Based on Intended User Experience* ». <<https://www.mitpressjournals.org/loi/desi>> juil. 2011. (Consulté le 18 fév. 2021).

Cédric VALLET. Alter Echos, L'actualité sociale avec le décodeur. volume n°450. « *Olivier Gilson : le design social, " pas là pour faire du beau, mais pour faire du juste "* ». <<https://www.alterechos.be>> août. 2017. (Consulté le 20 juin 2021).

Jonathan VENTURA et Jo-Anne BICHARD. International Journal of Design Creativity and Innovation. « *Design anthropology or anthropological design ? Towards " Social Design "* ». <<https://www.tandfonline.com/loi/tdci20>> 10 oct. 2015. (Consulté le 22 fév. 2021).

Don-Mathieu SANTINI. Revue Française des sciences de l'information et de la communication. « *Valorisation d'un objet du patrimoine immatériel par l'outil transmedia : design d'une expérience participative* » <<http://journals.openedition.org/rfsic/2612>> 01 janv. 2017. (Consulté le 24 fév. 2021).

Joëlle STOLZ. Médiapart. « *Femmes autrichiennes (2) : l'architecte Margarete Schütte-Lihotzky* ». <<https://blogs.mediapart.fr>> 6 juin. 2020. (Consulté le 15 avr. 2021).

alimentation et design : articles [en ligne]

India BLOCK. Dezeen. « *EcoLogicStudio makes DIY algae kit for children learning at home in lockdown* ». <<https://www.dezeen.com>> 3 juil. 2020. (Consulté le 6 déc. 2020).

Jennifer HALN. Dezeen. « *Julia Roca turns food waste into skincare* ». <<https://www.dezeen.com>> 15 fév. 2021. (Consulté le 13 mars 2021).

Natashah HITTI. Dezeen. « *" We all have a stake in the futur of food " say curators of V&A's bigger than the plate exhibition* ». <<https://www.dezeen.com>> 16 mai. 2019. (Consulté le 12 mars 2021).

Natashah HITTI. Dezeen. « *Marjan van Aubel's rooftop 'greenhouse of*

the future' aims to solve food shortages ». <<https://www.dezeen.com>> 31 oct. 2018. (Consulté le 14 mars 2021).

Natashah HITTI. Dezeen. « *Peel Saver is an ecological packaging for fries made from potato skins* ». <<https://www.dezeen.com>> 26 sept. 2021. (Consulté le 12 mars 2021).

Foires MARCUS. Dezeen. « **La nourriture est " la matière la plus importante au monde " déclare Marije Vogelzang** ». <<https://www.dezeen.com>> 8 juil. 2014. (Consulté le 12 mars 2021).

Augusta POWNALL. Dezeen. « *Solein protein powder " 100 times more climate-friendly " than other food* ». <<https://www.dezeen.com>> 3 juil. 2019. (Consulté le 12 mars 2021).

Katie TREGGIDEN. Dezeen. « *Food machine by PJADAD encourage la cuisine collaborative* ». <<https://www.dezeen.com>> 8 juin. 2014. (Consulté le 18 mars 2021).

UPA. UPA. « *L'Union des producteurs agricoles lance un jeu vidéo gratuit pour découvrir l'agriculture d'ici* ». <<https://www.upa.qc.ca/>> 9 déc. 2020. (Consulté le 25 juil. 2021).

Gunseli YALCINKAYA. Dezeen. « *Roza Janusz grows edible food packaging* ». <<https://www.dezeen.com>> 21 mai. 2018. (Consulté le 12 mars 2021).

Gunseli YALCINKAYA. Dezeen. « *Kosuke Araki turns food waste into tableware* ». <<https://www.dezeen.com>> 25 mai. 2018. (Consulté le 16 mars 2021).

Anna WINSTON. Dezeen. « *Bistro in Vitro is a virtual restaurant serving the artificial meat dishes of the future* ». <<https://www.dezeen.com>> 11 mai. 2015. (Consulté le 12 mars 2021).

alimentation : articles [en ligne]

Léo BOURDIN. Vice. « *Une histoire française des émissions de cuisine à la télé* ». <<https://www.vice.com/fr>> 2017. (Consulté le 28 avr. 2021).

Fabienne CHARRAIRE. BALISES. Le magazine de la BPI. « *50 ans d'histoire des hypermarchés, Retour en arrière* ». <<https://balises.bpi.fr/50-ans-dhistoire-des-hypermarches/>> 12 juin. 2013. (Consulté le 29 avr. 2021).

Marie-Catherine DE LA ROCHE. LE FIGARO. « *Sur les réseaux sociaux, la cuisine doit être belle avant d'être bonne* ». <<https://www.lefigaro.com>> 19 fév. 2018. (Consulté le 27 mai. 2021).

Thibault DE SAINT POL. Institut national de la santé et de la recherche médicale. Inégalités sociales de santé en lien avec l'alimentation et l'activité physique. « *Déterminants sociaux et culturels de l'alimentation* ». <<https://www.inserm.fr/>> 2014. p.187 – p.197. (Consulté le 22 fév. 2021).

Thibault DE SAINT POL et Layla RICROCH. INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques). « *Le temps de l'alimentation en France* ». <<https://www.insee.fr>> oct. 2012. (Consulté le 3 fév. 2021).

Michèle EVIN. La voie du loup. « *Les effets du surpâturage dans les Alpes du Sud : impacts sur la biodiversité et la torréfaction* » <<http://www.cap-loup.fr>> 2005. (Consulté le 18 juin. 2021).

Virginie FELIX. Télérama. « *"Cooked", la série culinaire de Netflix : "Manger est un acte politique, cuisiner aussi"* ». <<https://www.telerama.fr/>> 24 nov. 2016. (Consulté le 15 sept. 2020).

Damien HARDY. Réussir, nourrir votre performance. « *Des arguments pour défendre l'élevage* ». <<https://www.reussir.fr/patre>> 1 janv. 2018. (Consulté le 7 juin. 2021).

Alice HUOT. LADN Tendances. « *Tendances 2018 : la food investit la com'* ». <<https://www.ladn.eu>>. 13 avr. 2018. (Consulté le 27 mai 2021).

Claire LEYMONERIE. Presses de Science Po. « *Les Salons des arts ménagers dans les années 1950, théâtre d'une conversion à la consommation de masse* » <<https://www.cairn.info/>> 2006. (Consulté le 20 avr. 2021).

Sidonie NAULIN. Bibliothèque nationale de France, Revue de la B.N.F. n°49. « *Pourquoi partager sa passion de la cuisine sur internet ?* ». <https://www.cairn.info> 2015. (Consulté le 29 mai 2021).

Clément MATHIEU. Planet Vie. « *La dégradation des sols en France et dans le monde, une catastrophe écologique ignorée* ». <<https://planet-vie.ens.fr>> 15 mai. 2020. (Consulté le 18 juin. 2021).

Stéphane MANDARD. Le Monde. « *Des polluants "éternel" dans les emballages à usages unique de la restauration rapide* ». <<https://www.le-monde.fr>>

monde.fr/> 20 mai 2021. (Consulté le 10 juil. 2021).

Coralie SCHAUB. Libération. « *Au rapport des ONG européennes sonnent l'alarme sur les perfluorés toxiques dans les emballages alimentaires* ». <<https://www.liberation.fr/>>. 20 mai 2021. (Consulté le 10 juil. 2021).

alimentation : articles [papier]

Fanny AMAND et Louise KATZ. La Grenouille à Grande Bouche, la société à travers ce que l'on mange n°5. « *Les aliments du futur* ». éd. La Grenouille à Grande Bouche SCIC SAS. janv. 2020. imprimerie : Cloître. p. 58 – 61.

Anne-Elisabeth BERTUCCI. La Grenouille à Grande Bouche, la société à travers ce que l'on mange n°5. « *Mangerons-nous encore ensemble demain ?* ». éd. La Grenouille à Grande Bouche SCIC SAS. janv. 2020. imprimerie : Cloître. p.80 – 83.

Stéphanie BONVICINI. Papiers, la revue de France Culture n°33. « *Les sens cachés de nos repas* ». éd. Exils. juil. 2020. imprimerie : Graphius. p.89 – p.97.

Mélanie CHALANDON. Papiers, la revue de France Culture n°33. « *Steak des prés ou steak d'usine ?* ». éd Exils. juil 2020. imprimerie : Graphius. p.113 – p.119.

Victor COUTARD. BON, Les racines de l'esprit naissent dans l'estomac n°1. « *Exercice d'Application* ». éd. L'Observatoire. nov. 2020. imprimerie : Sepec. p.72 – 75.

Nathalie HELAL. La Grenouille à Grande Bouche, la société à travers ce que l'on mange n°7. « *Ginette et Françoise, les classiques de l'édition culinaire* ». éd. La Grenouille à Grande Bouche SCIC SAS. oct. 2020. imprimerie : Cloître. p.75 – 77.

Charlotte HERVOT. La Grenouille à Grande Bouche, la société à travers ce que l'on mange n°7. « *Les cahiers de recettes racontent bien plus que l'histoire familiale* ». éd. La Grenouille à Grande Bouche SCIC SAS. oct. 2020. imprimerie : Cloître. p.71 – 73.

Charlotte HERVOT. La Grenouille à Grande Bouche, la société à travers ce que l'on mange n°7. « *Très chers repas de famille...* ». éd. La Grenouille à Grande Bouche SCIC SAS. janv. 2020. imprimerie : Cloître. p.28 – 29.

Virginie JOURDAN. La Grenouille à Grande Bouche, la société à travers ce que l'on mange n°5. « *Demain, y aura-t-il encore des paysants ?* ». éd. La Grenouille à Grande Bouche SCIC SAS. janv. 2020. imprimerie : Cloître. p. 12 – 15.

Louise KATZ et Nathanaël SIMON. La Grenouille à Grande Bouche, la société à travers ce que l'on mange n°5. « *Nourrir la ville, une question politique* ». éd. La Grenouille à Grande Bouche SCIC SAS. janv. 2020. imprimerie : Cloître. p.24 – 29.

Camille LABRO. BON, Les racines de l'esprit naissent dans l'estomac n°1. « *MANIFESTE. Enseignons le BON produit à l'école* ». éd. L'Observatoire. nov. 2020. imprimerie : Sepec. p.90 – 99.

Laurent-David SAMAMA. BON, Les racines de l'esprit naissent dans l'estomac n°1. « *Yuka, philosophie d'une (r)évolution* ». éd. L'Observatoire. nov. 2020. imprimerie : Sepec. p.76 – 79.

design : articles [papier]

Isabelle MOISY et Marion DUMAS. Étape, hors-série. « *École cantonale des arts de Lausanne, Suisse : Master design produit* ». éd. Presse Pro. oct. 2018. imprimerie : Imago Publishing Limited. Paris. p.162 – 163.

Cap Digital et Usbek & Rica. Étape, hors-série. « *Le futur de l'agriculture s'invente maintenant, Agri-tech* ». éd. Presse Pro. oct. 2018. imprimerie : Imago Publishing Limited. Paris. p.70 – 71.

alimentation : documentaire [en ligne]

Pierre BOURSAUS, Jean Roger CADET et Jean COHEN. « *Lessor de la Grande Distribution* ». France : INA. 20 oct. 1969. 2 min 41s. <<https://www.ina.fr/video/I12248851>> (Consulté le 29 avr. 2021).

Benjamin BRILLAUD. NOTA BENE. « *80 milliards de boîtes par an, histoire de la conserve* ». France : Youtube. 19 déc. 2019. 14 min. <<https://www.youtube.com>> (Consulté le 26 avr. 2021).

Alex GIBNEY. Cooked. « *Le feu* ». s1. ép. 1. Etat Unis : Netflix. 2016. 58 min. <<https://www.netflix.com>> (Consulté le 18 fév. 2020).

Alex GIBNEY. Cooked. « *L'eau* ». s1. ép. 2. Etat Unis : Netflix. 2016. 50 min. <<https://www.netflix.com>> (Consulté le 19 fév. 2020).

Alex GIBNEY. Cooked. « *L'air* ». s1. ép. 3. Etat Unis : Netflix. 2016. 53 min. <<https://www.netflix.com>> (Consulté le 19 fév. 2020).

Alex GIBNEY. Cooked. « *La terre* ». s1. ép. 4. Etat Unis : Netflix. 2016. 51 min. <<https://www.netflix.com>> (Consulté le 22 fév. 2020).

Morgane NEVILLE. Ugly Delicious. « *Home Cooking* ». s1. ép3. Etat Unis : Netflix. 2018. 48 min. <<https://www.netflix.com>> (Consulté le 3 avr. 2020).

Morgane NEVILLE. Ugly Delicious. « *Menu enfant* ». s2 ép.1. Etat Unis : Netflix. 2020. 52 min. <<https://www.netflix.com>> (Consulté le 4 avr. 2020).

Benoît THEVENY, Louis ZENJAS. Tev & Louis. « *On note un restaurant français au Japon* ». Tokyo : Youtube. 29 mars. 2020. 16 min. <<https://www.youtube.com/>> (Consulté le 30 mai. 2021).

Koert VAN MENSVOORT. TEDx Talks Amsterdam. « *Meat the Future* ». Amsterdam : Youtube. 28 nov. 2017. 13 min. <<https://www.youtube.com/>> (Consulté le 30 mai. 2021).

Siyi CHEN. QUARTZ. « *The sausage of the futur* ». Hollande : Youtube. 22 juin. 2017. 3 min. <<https://www.youtube.com/>> (Consulté le 30 mai. 2021).

alimentation : essais [papier]

Jacques ATTALI. *Histoires de l'alimentation*. éd. Fayard éd. France Culture. éd. 2019. imprimé par CPI Brodard & Taupin, situé à La Flèche. 305 p.

Frédéric DENHEZ. *Alimentation stop à la désinformation ! Toute la vérité sur notre système alimentaire*. éd. rustica. éd. 2020, imprimé à Péronnas. 86 p.

Tom HUNT. *Cuisine pour le plaisir, les autres et la planète. La cuisine végétale zéro déchet et éthique*. éd. ulmer. éd. 2020. imprimé en Italie. 240 p.

Christophe LAVELLE et Marie MERLIN. *JE MANGE DONC JE SUIS, petit dictionnaire curieux de l'alimentation*. éd. Muséum National d'Histoire Naturelle. éd. 2019. imprimé par Nexa Impressions, situé à Barcelone en Espagne.

Jean-Pierre POULAIN. *Sociologies de l'alimentation*. 4e éd. « Quadrigu ». PUF. éd. 2e tirage. 2018. imprimé en France par JOUVE, situé à Mayenne. 269p.

design et alimentation : essai [papier]

Charles SPENCE. *Gastrophysique*. éd. les novateur.e.s. éd. 2019. traduit de l'anglais (Royaume-Uni) par Joseph MEDINA. Imprimé en Turquie. 310 p.

design : essai [papier]

François CHEVAL, Thierry FOURNIER, Christophe LECLERCQ, Marie-Sylvie POLI, Astrit SCHMIDT-BURKHARDT et Sean TAKATS, collectif sous la direction de Gilles ROUFFINEAU. *Transmettre l'histoire, contribution du design à la production des savoirs*. éd. B42. 2013. Imprimé par Lecturis, situé aux Pays Bas. 230p.

Philippe BIHOUIX. *L'âge des low tech, vers une civilisation technique soutenable*. éd. Anthropocène seuil. 2014. Imprimé par Normandie Roto Impression S.A.S, situé à Lonrai. 330p.

Michele DE LUCCHI, Fiorella BULEGATO et Sergio POLANO. *Michele de Lucchi : from here to there and beyond*. éd. Electra Architecture. éd. 2005. Texte « *Discours d'un designer en général* ». Traduit par Catherine GEEL.

Arthur DREXLER. *George Nelson, problems of design*. éd. Whitney Publications. éd. 1957. Traduit par Catherine GEEL. chap. « Avant-propos ». p.7 à 9.

Jan BOELEN, Michael KAETHLER (eds). *Social matter, social design ; for good or bad all design is social*. éd. Valiz. 2020. imprimé en Europe. 198p.

Steven Heller, Véronique Vienne. *Citizen Designer, Perspectives on Design Responsibility*. éd. Heller & Vienne. 2018. Imprimé aux Etats-Unis. 292p.

Victor PAPANÉK. *Design pour un monde réel, écologie humaine et changement*. éd. Mercure de France. éd. 1971. Traduit par Robert LOUIS et Nelly JOSSET. 362p.

héritage et patrimoine : essai [papier]

Guillaume MAZEAU. *Histoire*. éd. anamosa. éd. 2020. imprimé par Corlet, situé à Condé-sur-Noireau. 99p.

Anthony GALLUZZO. *La fabrique du consommateur, une histoire de la société marchande*. éd. La Découverte, collection Zones. éd. 2020. imprimé en France. 238p.

design : émission de radio [en ligne]

Citation extraite de l'émission radiophonique : Matali CRASSET. 2018. Entrevue radiophonique avec la participation de Arnaud LAPORTE et Sandrine TREINER. Les Masterclasses. « *Matali Crasset : "Le design comme une anthropologie appliquée"* ». 1 juil. 2018. Paris. France Culture. <<https://www.franceculture.fr>> (Consulté le 25 sept. 2020).

alimentation : émission de radio [en ligne]

Grégory COHEN, Flavia MAZELIN SALVI, Nathalie HELAL, Pascal LARDELLIER, Rémy OUDGHIRI. Thibaut de SAINT MAURICE. Entrevue radiophonique avec Ali REBEIHI. Grand bien vous fasse ! « *Le plaisir de cuisiner* ». 2 mai. 2019. Paris. France Inter. <<https://www.franceinter.fr>> (Consulté le 15 sept. 2020).

Claude FISCHLER. Entrevue radiophonique avec Marie RICHEUX. Pas la peine de crier. « *Le repas (1/5) : Manger ensemble* ». 26 mai. 2014. Paris. France Culture. <<https://www.franceculture.fr>> (Consulté le 15 sept. 2020).

Pascal ORY. Entrevue radiophonique avec Alain KRUGER. On ne parle pas la bouche pleine ! « *Le cas Carême : le grand architecte de la cuisine française* ». 24 avr. 2017. Paris. France Culture. <<https://www.franceculture.fr>> (Consulté le 28 mai. 2021).

alimentation : podcast [en ligne]

Fanny GIANSETTO. 2019. Entrevue radiophonique avec la participation de Paul CHARLENT. Podcast Sur le grill. « *Les circuit-courts sont-ils vraiment vertueux ?* » Diffusé le 15 oct. Ecotable. <<https://podcast.ausha.co/sur-le-grill-d-ecotable>> 25 min. (Consulté le 25 fév. 2021).

Emilie LAYSTARY. 2020. Entrevue radiophonique avec la participation de Fabien GOUBET, Alexander DUKE et Sylvain CLAES. Podcast BOUFFON n°88. « *Qui respecte les recettes ?* ». Diffusé le 8 avr. Nou-

velles Ecoutes. <<https://nouvellesecoutes.fr/podcast/bouffons/>> 35 min. Consulté le 12 déc. 2020).

Emilie LAYSTARY. 2019. Entrevue radiophonique avec la participation de Tatiana LEVHA et FULGUROPAIN. Podcast BOUFFON n°73. « *Fait maison (et avec amour)* ». Diffusé le 25 déc. Nouvelles Ecoutes. <<https://nouvellesecoutes.fr/podcast/bouffons/>> 42 min. (Consulté le 6 déc. 2020).

Emilie LAYSTARY. 2020. Entrevue radiophonique avec la participation de Vincent MARCILHAC et Anto COCAGNE. Podcast BOUFFON n°104. « *Cuisine française : la meilleure du monde, vraiment ?* ». Diffusé le 30 sept. Nouvelles Ecoutes. <<https://nouvellesecoutes.fr/podcast/bouffons/>> 45min. (Consulté le 2 janv. 2021).

Emilie LAYSTARY. 2021. Entrevue radiophonique avec la participation de Laurence Ossipow et Mangeuse d'Herbe. Podcast BOUFFON n°118. « *Pour en finir avec le veganisme blanc* ». Diffusé le 6 janv. Nouvelles Ecoutes. <<https://nouvellesecoutes.fr/podcast/bouffons/>> 42 min. (Consulté le 20 fév. 2021).

Zazie TAVITIAN. 2018. Entrevue radiophonique avec la participation de Tommaso MELILLI, Céline MAGUET et Jill COUSIN. Podcast Casseroles n°1. « *À table – Existe-t-il de vraies recettes ?* ». Diffusé le 13 sept. Binge Audio. <<https://www.binge.audio/podcast/casseroles>> 44 min. (Consulté le 2 déc. 2020).

Zazie TAVITIAN. 2019. Entrevue radiophonique avec la participation de Vanessa KRYCEVE et Hélène TAVERA. Podcast Casseroles n°19. « *À table – Tables solidaires, recettes du lien social* ». Diffusé le 23 sept. Binge Audio. <<https://www.binge.audio/podcast/casseroles>> 44 min. (Consulté le 12 déc. 2020).

Zazie TAVITIAN. 2019. Entrevue radiophonique avec la participation de Camille LABRO, Céline MAGUET et Jill COUSIN. Podcast Casseroles n°21. « *À table – Mieux manger, ça veut dire quoi ?* ». Diffusé le 20 juin. Binge Audio. <<https://www.binge.audio/podcast/casseroles>> 59 min. (Consulté le 19 déc. 2020).

Marion VERRONNEAU et Farah HARRICHE. 2019. Entrevue radiophonique avec la participation de Jean-Louis PEYRAUD et Arnaud BILLON. Podcast Popotes. « *L'héritage culturel et enjeux éthiques : le paradoxe de la viande* ». <<https://podcastfrance.fr/podcasts/cuisine/popotes/>> 58 min. (Consulté le 25 fév. 2021).

Remerciment

Je souhaite ajouter un peu d'encre sur cette dernière page pour remercier ceux qui m'ont accompagné durant cette année, en présentiel ou à distance.

Comme un enfant, je vais tout d'abord remercier mes parents pour avoir lu et relu de nombreuses pages durant leur mois de juillet. Je vous remercie pour cette preuve d'amour et votre patience.

Je remercie mon petit frère qui n'a lu aucune page de ce mémoire, relevé aucune faute d'orthographe, mais qui à petite dose m'a encouragé tout au long de l'année.

Je remercie mes professeurs pour leur aide et leur investissement, malgré les contraintes d'une année semi-confinée.

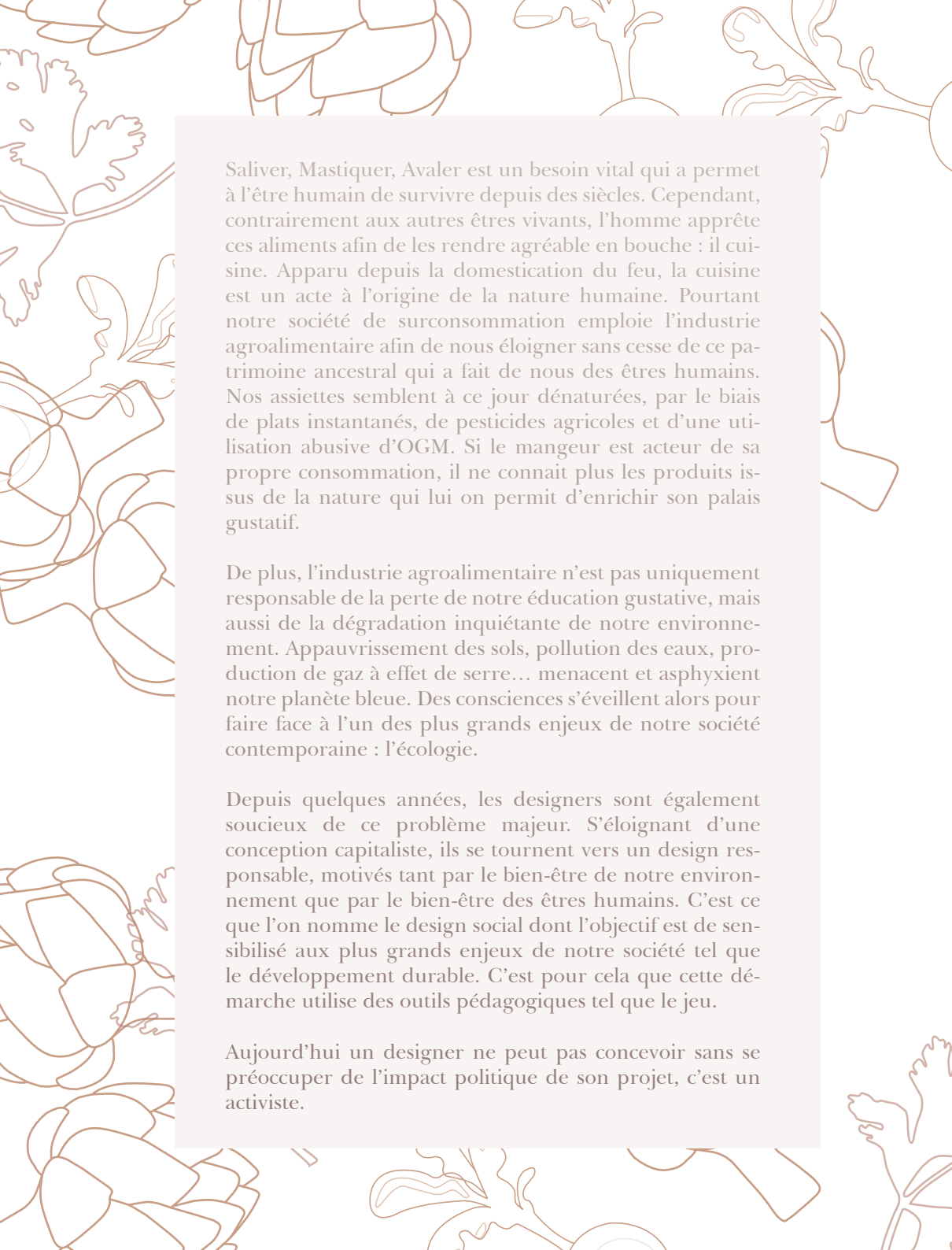
Je remercie Manuel Pogu pour son écoute, sa patience sans limite et sa culture sans infini. Un maître de la référence qui mérite toute ma reconnaissance.

Je remercie mes camarades de classe Marine, Naomi et Cynthia pour leur soutien moral et nos séances d'études toujours studieuses.

Pour finir, ce petit monologue, je tiens à remercier mon Hector Potter, mon fidèle compagnon de voyage.

Sans oublier les futurs lecteurs qui auront eu le courage de tourner ces deux cent vingt-cinq pages.





Saliver, Mastiquer, Avaler est un besoin vital qui a permis à l'être humain de survivre depuis des siècles. Cependant, contrairement aux autres êtres vivants, l'homme apprête ces aliments afin de les rendre agréables en bouche : il cuisine. Apparu depuis la domestication du feu, la cuisine est un acte à l'origine de la nature humaine. Pourtant, notre société de surconsommation emploie l'industrie agroalimentaire afin de nous éloigner sans cesse de ce patrimoine ancestral qui a fait de nous des êtres humains. Nos assiettes semblent à ce jour dénaturées, par le biais de plats instantanés, de pesticides agricoles et d'une utilisation abusive d'OGM. Si le mangeur est acteur de sa propre consommation, il ne connaît plus les produits issus de la nature qui lui ont permis d'enrichir son palais gustatif.

De plus, l'industrie agroalimentaire n'est pas uniquement responsable de la perte de notre éducation gustative, mais aussi de la dégradation inquiétante de notre environnement. Appauvrissement des sols, pollution des eaux, production de gaz à effet de serre... menacent et asphyxient notre planète bleue. Des consciences s'éveillent alors pour faire face à l'un des plus grands enjeux de notre société contemporaine : l'écologie.

Depuis quelques années, les designers sont également soucieux de ce problème majeur. S'éloignant d'une conception capitaliste, ils se tournent vers un design responsable, motivés tant par le bien-être de notre environnement que par le bien-être des êtres humains. C'est ce que l'on nomme le design social dont l'objectif est de sensibiliser aux plus grands enjeux de notre société tel que le développement durable. C'est pour cela que cette démarche utilise des outils pédagogiques tel que le jeu.

Aujourd'hui un designer ne peut pas concevoir sans se préoccuper de l'impact politique de son projet, c'est un activiste.