

Lyon, Métropole de la gastronomie

- Synthèse par Ludovic Viévard -

La gastronomie lyonnaise, c'est quoi ?

Quelle place la gastronomie lyonnaise¹ tient-elle dans l'identité de la métropole ? Est-ce un trait de notre histoire commune suffisamment prégnant pour distinguer l'agglomération et rassembler ses habitants ? « Bien manger » est-il toujours une réalité locale, et seulement locale ?

Toutes ces questions autour de la gastronomie lyonnaise en tant qu'emblème de la métropole ne peuvent trouver de réponse avant qu'ait été éclaircie la notion même de gastronomie lyonnaise. Or celle-ci est aujourd'hui pour le moins brouillée, en particulier parce qu'elle est constituée de plusieurs courants pas toujours convergents, et dont les plus distingués ne sont pas les plus innovants. On retiendra ainsi des courants traditionnels et fortement identitaires de l'agglomération, représentés par la cuisine des « mères » et celle des « bouchons ». Ce sont eux qui, pour une bonne partie, font la réputation de la gastronomie lyonnaise. Mais il faut également compter avec la cuisine des chefs. Même si, dans sa forme contemporaine, elle fut initiée par un habitant de l'agglomération, Paul Bocuse, qui de surcroît fit ses classes au Col de la Luère chez la mère Brazier, la cuisine des chefs n'est pas spécifiquement lyonnaise. Malgré cela, les chefs comptent bien parmi l'identité de la gastronomie locale et pour au moins deux raisons : ils prêchent un renouvellement de la tradition, sur laquelle ils s'appuient, et reflètent deux des traits traditionnels de la gastronomie locale, « qualité des produits de base et sophistication de la préparation », autrement dit, sa tradition d'excellence.

En définitive, on retiendra pour circonscrire la gastronomie lyonnaise, qu'elle est caractérisée par :

- ☞ la diversité de l'offre (« mères », « bouchons », cuisine de chefs et concepts) ;
- ☞ l'importance déterminante du « produit » — dont le vin, puisque nous sommes au croisement de régions viticoles ;
- ☞ sa tradition d'excellence.

Aujourd'hui, il est important de mettre en valeur les aspects les plus traditionnels de la cuisine tout en donnant plus d'audience au discours des chefs qui proposent de revisiter le passé culinaire en s'appuyant davantage sur les produits locaux que sur les recettes d'hier.

Gastronomie : quelles tendances, quelles perspectives ?

☞ **Les lieux**

Un rapide tour d'horizon montre l'hétérogénéité du secteur de la restauration et des genres qui entrent dans ce qu'on a appelé la « gastronomie lyonnaise ». Les « mères » ont disparu, la question de la pérennité de la cuisine qu'elles ont initiée est posée. Les « bouchons » sont un label renommé et donc convoité car il permet d'attirer une clientèle de passage. Sur la soixantaine de bouchons que compte l'agglomération, moins de la moitié appartiendrait réellement à cette catégorie. La question d'un label protégeant l'appellation est posée.

Du côté des cuisines qui s'inscrivent dans la création, les chefs s'installent de plus en plus nombreux dans l'agglomération. Ils revendiquent leur appartenance à l'identité locale et s'inscrivent

¹ Lorsque nous parlons de gastronomie lyonnaise, il faut entendre l'adjectif dans son sens large, comme dans région « lyonnaise ». Il ne désigne pas la gastronomie de Lyon, mais celle que l'on trouve dans l'agglomération, voire dans l'aire urbaine de Lyon.

dans la tradition, même si ce n'est que pour mieux la renouveler. En ce sens, les chefs ont un discours critique sur l'alimentation et sont nombreux à faire passer un « message » par leur cuisine. Prétendants à la succession de Paul Bocuse, ils sont en mal de notoriété et ont besoin d'accéder plus largement aux médias, notamment nationaux. Il est par ailleurs urgent de leur donner plus de place dans le paysage de l'identité gastronomique locale.

Reste les « concepts », cette cuisine qui surfe sur une idée tendance. Probablement vite démodée (?), cette cuisine phénomène propose quelques bonnes idées et participe à dynamiser la variété de l'offre.

☞ **Les modes de consommation**

Malgré une conjoncture difficile, le secteur de la restauration devrait se développer encore grâce aux aides allouées par l'État. Dans l'agglomération, la restauration résiste bien. L'offre de restauration est relativement bien répartie et présente des concentrations qui constituent des zones bien identifiées pour le tourisme. D'autres pôles de l'agglomération naissant, il est probable que la géographie de l'offre de restauration sera modifiée, reste à l'anticiper et à l'organiser.

Sous l'influence de l'IAA, les goûts subissent une uniformisation, notamment vers les saveurs salées et sucrées. Une uniformisation qui peut pourtant ne pas s'installer si on respecte la saisonnalité des aliments, si on travaille à l'éducation aux goûts. Cela implique notamment de veiller à préserver la diversité alimentaire. Or il s'agit d'une perspective qui n'est pas à négliger. On constate en effet, que le « produit » et sa qualité sont une valeur montante, tandis que de plus en plus de produits sont disponibles en provenance de l'étranger. Rarement la diversité alimentaire n'aura été aussi importante qu'aujourd'hui.

L'importance croissante donnée à l'alimentation dans les problématiques de santé publique pèse sur les modes de consommation : aliments « bio », cuisine légère, régime méditerranéen, etc., sont mis en avant. Quels effets ces tendances peuvent-elles avoir sur la cuisine locale ?

☞ **L'importance donnée aux produits**

Qu'ils s'agissent de vins, de produits — bruts ou transformés par les artisans locaux —, l'idée de production locale de terroir s'impose de plus en plus. Elle est synonyme « d'authenticité » et permet d'affirmer la spécificité des régions.

L'attention portée au produit est également née sous la pression des questionnements provoqués par les crises de la « vache folle », de listériose, etc. La traçabilité est une notion attachée aux produits, non aux recettes ou aux plats. Ce sont les aliments non transformés ou les produits dont la fabrication est labellisée qui rassurent le consommateur, surtout s'ils sont issus de l'agriculture biologique. Cette dernière représente en effet une tendance forte de l'évolution des attentes des consommateurs.

L'enjeu lié aux produits, qu'ils soient « bio » ou qu'ils suivent d'autres filières de labellisation, est également celui de la pérennité de l'agriculture régionale et des artisans. La métropole est un point de diffusion de toute cette production, dont la spécificité n'est pas encore tout à fait connue ou reconnue.

☞ **Dire qui l'on est**

Pour que la gastronomie lyonnaise soit un emblème de la métropole, l'enjeu est donc d'en proposer une image cohérente, malgré sa diversité. Il s'agit bien sûr d'un enjeu d'image mais également un enjeu d'identité locale.

Pour ce qui concerne cette dernière, il est important de réaffirmer notre lien au « bien manger » et, au-delà, au « bien vivre », pour le revendiquer comme constitutif de notre identité. La question de la transmission est donc primordiale : Comment transmettre les savoir-faire culinaires alors que nous passons de moins en moins de temps à cuisiner chaque jour ? Comment faire le lien entre gastronomie locale et cuisine familiale ? Par ailleurs, la cuisine est un reflet de la aujourd'hui, il y a dans l'agglomération une place pour une cuisine innovante à côté de la cuisine traditionnelle, c'est aussi que l'agglomération a changé, qu'elle est elle-même plus innovante et moins prisonnière de son histoire.

L'identité, c'est certes ce que l'on est, mais c'est aussi ce que l'on en dit. C'est pourquoi il est important de faire rayonner l'image de la gastronomie lyonnaise dans toute sa complexité. De ce point de vue, l'événementiel est un outil bien adapté comme le montre le Sirha dont il conviendrait sûrement d'accroître la visibilité auprès du grand public.

Quelles problématiques envisager pour maintenir la gastronomie lyonnaise au rang d'image distinguante ?

☞ Problématique 1 : comment définir « l'emblème » ?

Comment aider un secteur fortement marqué par la diversité, présentant certains objectifs contradictoires et reposant sur des comportements différents ? Comment préserver l'image de la cuisine traditionnelle tout en poussant l'innovation et la créativité des jeunes chefs ?

☞ Problématique 2 : Comment démocratiser la haute cuisine ?

Chère et accusée d'élitisme, la cuisine gastronomique souffre parfois d'un défaut d'image. Comment répondre à cette critique ? Est-il possible de proposer des opérations permettant de rendre plus accessible la haute cuisine (goût, discours, etc.) qui prennent également en compte les problématiques de santé publique et de sensibilisation à l'hygiène alimentaire ?

☞ Problématique 3 : Comment assurer la transmission des savoir-faire ?

Dans l'imaginaire collectif et dans les sources anciennes, Lyon, ville de gastronomie, signifie non seulement qu'on trouve à Lyon une pléiade d'étoilés mais également que les restaurants « classiques » y sont meilleurs qu'ailleurs, que les Lyonnais sont gourmets et qu'ils cuisinent bien. Autrement dit, Lyon capitale de la gastronomie, c'est l'idée d'excellence jusque et y compris chez l'habitant. Comment affirmer le lien entre gastronomie et cuisine individuelle ?

☞ Problématique 4 : Comment soutenir les produits et les mettre en valeur ?

Les produits sont un élément central de la cuisine. Privilégier les produits régionaux aurait pour conséquence à la fois de valoriser la région et les productions locales et d'offrir des débouchés à de nombreux producteurs et artisans locaux qui s'engagent dans des productions de qualité.

☞ Problématique 5 : Quelles sont les ressources et comment les utiliser ou les organiser ?

Qu'il s'agisse de création (restaurants, concours), de formation ou de promotion (événements, structures inter-syndicales, guides et médias), Lyon compte de nombreuses ressources qui œuvrent autour de la gastronomie. Peuvent-elles mieux s'organiser pour diffuser l'image de « Lyon, métropole de gastronomie » ?

☞ Problématique 6 : un emblème, un lieu ?

Il est paradoxal que l'agglomération ait un emblème, mais aucun lieu pour l'incarner et refléter la volonté de l'agglomération d'investir le secteur de la gastronomie pour en faire un symbole commun. Par ailleurs, un lieu ressource consacré à la gastronomie permettrait de fournir des moyens logistiques à l'intervention publique sur les points cités plus haut. Enfin, un tel lieu serait un message fort adressé à l'extérieur ; un outil de communication indéniable et le moyen de faire rayonner la gastronomie de la région.

À l'image de l'art contemporain, un lieu gastronomique symbolique ouvert au grand public pourrait être un lieu ressource fonctionnant de manière similaire à celle des centres d'art et capable d'associer la convivialité des cuisines traditionnelles à la réflexion à laquelle nous invitent certaines cuisines contemporaines. Articulé notamment autour d'un restaurant, et d'un lieu d'exposition, un tel lieu pourrait accueillir bien d'autres ressources :

- un lieu-ressource permettant éventuellement de développer une recherche scientifique via des partenariats (Universités, Isara, Inserm, etc.) ;
- une bibliothèque (recettes, études stratégiques du secteur, etc.) ;
- un chef français ou étranger en résidence sur une durée pré-définie ;
- des expositions / attractions ;
- des ateliers de pratique culinaire (à destination des jeunes et des moins jeunes) dirigés par des chefs ;
- des cours d'œnologie ;

- l'organisation d'un événement d'agglomération ;
- l'organisation sur l'année d'actions de sensibilisation et d'éducation au goût hors les murs ;
- l'organisation d'actions en partenariat avec les ressources de l'agglomération (carte blanche à...).