

# Université « Saveurs & Savoirs » 2004

## « Alimentation et repères pour l'imaginaire »

*Jeudi 9 décembre 2004*

### Alimentation et traditions



*Ont participé à cette conférence-débat :*

*Dominique CHARDON, Président de Sopexa*

*André VALADIER, éleveur en Aubrac, vice-président de l'INAO*

*Jacques PUISAIS, nutritionniste, fondateur de l'Institut français du Goût*

*Christian VALETTE, éleveur et restaurateur*

*Cette conférence-débat était animée par François GROSRICHARD, journaliste au Monde.*

## **Dominique CHARDON**

Bonsoir à tous. Nous continuons aujourd'hui cette Université, où se croisent des journalistes, des chercheurs, des nutritionnistes, des restaurateurs et des paysans. Nous avons le plaisir de vous accueillir à cette conférence-débat sur le thème : « Alimentation et traditions ». Nous évoquerons la relation des Français à leur alimentation et nous nous interrogerons sur la notion de culture alimentaire.

La culture alimentaire est constituée de traditions, de savoir-faire et d'histoires. A propos de ces dernières, soit les produits parlent d'eux-mêmes (les aliments bavards, chers à Jacques Puisais), soit un intermédiaire (producteur, restaurateur ou commerçant) est nécessaire pour nous aider à les appréhender. Nous touchons là l'un des sujets essentiels de cette Université : la transmission. En effet, sans transmission, tout s'éteint. Les désordres alimentaires en témoignent, qu'il s'agisse de l'obésité, de l'anorexie ou des carences alimentaires.

Il est donc important de repérer où se transmet le savoir sur l'alimentation, par exemple à la maison ou à l'école. Mais les parents cuisinent de moins en moins – c'est un constat, pas un jugement et l'école se contente de dispenser des principes de nutrition. Nous devons aujourd'hui absolument trouver le moyen d'intéresser les jeunes générations aux terroirs et à l'histoire.

Aujourd'hui, avec les nouveaux rythmes de vie et la nécessité de manger vite, la notion de plaisir tend à disparaître. C'est pourquoi nous voulons réfléchir avec vous sur le rêve, la convivialité, la découverte, la rencontre et le lien social. Nous voulons par exemple réhabiliter le temps du repas.

### **I. Tradition et modernité**

#### **François GROSRICHARD**

Les questions relatives à la culture alimentaire sont passionnantes, puisqu'elles touchent à l'imaginaire, à la réalité, au temps, à l'espace et aussi à la créativité.

Ainsi, la manière de transmettre change avec les époques. La transmission implique la nécessité d'inventer, de moderniser et de communiquer différemment, ce qui est possible, entre autres, grâce à la science.

L'alimentation convoque certes l'imaginaire, mais aussi et surtout, aujourd'hui, les questions sensibles d'hygiène et de traçabilité. A notre époque industrielle, il est salutaire d'oublier un peu les aspects techniques et quantitatifs de l'alimentation, afin de resituer cette dernière dans la psychologie, la sensibilité et la culture. Nous avons notamment à trouver des voies nouvelles pour que l'alimentation soit à nouveau associée au plaisir, et non plus uniquement à des questions de santé.

Par exemple, Sopexa a organisé, au mois d'avril dernier, une opération mondiale : l'Apéritif à la Française. Sopexa a ainsi pu démontrer que l'apéritif est un moment convivial, de fabrication de lien social et de créativité, dans nos sociétés qui sont trop éclatées.

La tradition est une valeur. Nous devons chercher comment l'adapter à l'époque moderne.

**André VALADIER**

Dans mon Aubrac natal, j'ai pu m'appuyer sur des repères issus de la tradition et d'une forte culture locale. La tradition a toujours consisté à valoriser ce territoire par l'énergie animale, renouvelable, la production fromagère, la capacité d'accueil et de partage.

Cette situation a été mise en péril le jour où la population a intégré le tracteur. L'Aubrac est l'une des dernières régions à s'être modernisée. Elle a longtemps résisté à la mécanisation, puisque tout y fonctionnait déjà bien. Les attelages abattaient le travail et les produits locaux avaient une notoriété établie.

Ensuite, la région s'est engagée à produire pour nourrir, puis selon les recommandations de la PAC, à produire pour produire. Mais très vite, nous avons pris conscience que cette voie, orientée vers la productivité de matières premières, était en fait une impasse.

**François GROSRICHARD**

L'exode rural et le vieillissement de la population n'ont-ils pas été des facteurs plus déterminants ?

**André VALADIER**

Non, la consigne était avant tout d'éviter la pénurie. La référence principale était la vitesse de croissance des animaux.

Selon nous, le savoir n'est pas là. Nous avons donc pris des dispositions pour redevenir des « élaborateurs de produits ». Nous nous sommes à nouveau penchés sur notre patrimoine. Nous avons redécouvert un plat local : l'aligot, qui a huit siècles d'ancienneté.

Aujourd'hui, nous pensons que retrouver la tradition est porteur d'avenir, à condition que la tradition ne signifie pas l'inertie.

**François GROSRICHARD**

En Aubrac, quels sont les produits issus d'une longue tradition, et aussi valorisés à l'extérieur de la région ?

**André VALADIER**

Nous pouvons ici citer :

- les produits issus de la race bovine Aubrac ;
- toute la production fromagère ;
- l'aligot.

*(André Valadier raconte l'histoire de l'aligot – du latin aliquid qui signifie aliquot en occitan et aligot en français, quelque chose (à manger) – que les pèlerins pouvaient trouver chez des moines du village d'Aubrac sur le chemin de Saint Jacques de Compostelle).*

## **II. Plaisir du goût et santé**

**François GROSRICHARD**

Ce qui est bon au goût est-il bon pour la santé ?

**Jacques PUISAIS**

Dans un aliment, la partie visée par le politique est constituée par la nutrition et l'hygiène : c'est la sécurité. La société doit cette part aux citoyens. L'autre partie de l'aliment est le plaisir du goût, qui correspond à une dimension culturelle.

Le produit alimentaire a un contenu émotionnel qu'il doit être capable d'exprimer. En quelque sorte, le produit doit être « bavard ». Il faut des siècles pour obtenir un discours riche sur un produit. La nutrition et l'hygiène sont certes une sécurité nécessaire, mais le contenu émotionnel permet de concevoir l'acte alimentaire dans toute sa dimension artistique.

**François GROSRICHARD**

Nous sommes obligés de nous interroger sur le niveau de vie des consommateurs. Aujourd'hui, tous n'ont pas les moyens d'accéder au plaisir, puisqu'ils sont dans le besoin.

**Jacques PUISAIS**

Nous devons surtout arrêter de médicaliser l'alimentation. Pour les nutritionnistes, l'essentiel est de tendre vers la diversité, c'est-à-dire de s'appuyer sur l'accent des régions et des saisons. Le consommateur actuel oublie les rythmes saisonniers, qui évitent pourtant la monotonie. Il doit réapprendre les saisons et les régions.

Chacun doit être son propre nutritionniste, son propre goûteur.

**François GROSRICHARD**

Avec la mondialisation, nous nous sommes habitués à consommer tous les produits, à tout moment et n'importe où.

**Jacques PUISAIS**

Le risque est d'aller vers une société banalisée, où la population manque de jugement de goût. Si vous mangez une viande de l'Aubrac, vous vous nourrissez de la géographie de l'Aubrac. Le point fondamental est de passer de la nutrition à l'alimentation.

**François GROSRICHARD**

Que peut apporter la notion de tradition à l'agriculture ?

## **Jacques PUISAIS**

Tout produit disparaît dans les deux ou trois ans s'il ne s'appuie pas sur une histoire, une tradition ou une notoriété.

Le plaisir est lié au cerveau droit. Manger avec plaisir, accueillir en soi des éléments qui ont une histoire, ne peut être que bénéfique, y compris du point de vue nutritionnel. Enfin, il est à noter que l'alimentation a une dimension poly-sensorielle, car tous les sens sont sollicités en même temps. La tradition permet donc une valorisation maximale des produits.

### **III. Production traditionnelle et stratégies commerciales**

#### **Christian VALETTE**

Je suis éleveur en Aubrac et restaurateur à Paris, rue Marbeuf, à la Maison de l'Aubrac. J'ai voulu mettre en harmonie les produits dont je savais parler et dont j'étais fier, les produits de ma région, avec ma clientèle. Depuis cette initiative, le nombre de clients a été multiplié par trois au niveau du restaurant.

Nous sommes spécialisés dans le bœuf, dont nous proposons tous les morceaux : paleron, foie, plat de côte, etc. Nous adaptons la tradition grâce aux techniques modernes de préparation. Nous pouvons ainsi offrir toutes les vieilles recettes aux clients, qui n'ont pas forcément le temps de les cuisiner chez eux.

#### **François GROSRICHARD**

Comment vous différenciez-vous par rapport aux autres régions bovines ?

#### **Christian VALETTE**

La bonne viande existe dans toutes les races, si les animaux sont nourris, élevés et conduits de manière bonne. En Aubrac, le climat est par ailleurs propice à cet élevage. De plus, chez nous, au restaurant, le consommateur sait d'où provient la viande.

#### **François GROSRICHARD**

Essayons d'élargir le sujet, et de ne pas trop focaliser sur la viande. Qu'en est-il par exemple du vin ? Nous connaissons tous la crise d'identité que traverse la viticulture, accentuée par les campagnes de publicité contre l'alcoolisme. En quoi les produits, quels qu'ils soient, ont-ils un avantage sur les autres, s'ils viennent d'un terroir, d'une tradition et de pratiques ancestrales ?

#### **André VALADIER**

Vous rappelez très justement les difficultés actuelles de la viticulture. Evaluer le cheminement accompli par les viticulteurs depuis un siècle éclaire notre sujet. Les viticulteurs ont su valoriser

d'autres qualités que le volume réhydratant ou le degré d'alcool. De là, une règle se dégage, que nous pouvons appliquer à tous les produits : la mise en valeur dépend de la mise en saveur.

Nombre de territoires et de produits ont de l'avenir, dans la mesure où sont mis en valeur des éléments sensoriels, émotionnels, culturels et esthétiques. Aujourd'hui, nous disposons d'outils permettant d'organiser l'élaboration du produit afin de tendre vers cet objectif.

Certaines conditions techniques sont à remplir, qui réhabilitent le producteur dans toute sa responsabilité. L'origine et l'identité du producteur sont aujourd'hui reconnues par le consommateur comme éléments de valeur. La volonté de transparence doit aller jusqu'à la mise en avant d'un « CV » du produit.

### **François GROSRICHARD**

L'ancienneté du produit et de ses méthodes de préparation représentent-elle un gage de qualité ?

### **André VALADIER**

Nous comprenons maintenant l'utilité de nous concentrer sur les raisons de la durabilité d'un produit. Un produit dure s'il est en adéquation avec la vocation d'un milieu naturel, et avec le plaisir des consommateurs. Un produit ne peut tomber dans l'oubli si les constituants de sa spécificité sont éloquents. Nous apprécions en fait que le produit « prenne la parole ».

## **IV. Politique et éducation**

### **François GROSRICHARD**

Outre le fait de trouver de nouvelles niches, les producteurs et les restaurateurs cherchent à élever le niveau de qualité des produits. L'essentiel est d'éviter l'uniformisation, par la spécialisation et la promotion de l'Histoire, de la culture et des traditions. Avez-vous le sentiment que les politiques vous soutiennent dans cette orientation ?

### **Dominique CHARDON**

Plutôt que des niches, nous constatons aujourd'hui la segmentation des marchés. Certaines niches concernent des dates, des lieux et des habitudes particulières, qui appellent des réponses spécifiques.

Vis-à-vis de la qualité, l'attente du consommateur dépasse aujourd'hui ses aspects de base.

Concernant la culture alimentaire, tous les pays sont inquiets face à la menace d'uniformisation. Ils interrogent leurs ressources et leur volonté, afin de pouvoir conserver ce qui établit leur différence : les terroirs, les territoires, les savoir-faire et les temps de préparation.

Face à l'importation massive de produits industriels, la politique doit trouver les moyens de sauver la culture dans toute sa diversité. Le tour de France des produits permet en effet une approche

multiculturelle, puisque chaque produit porte le nom d'une région. Enfin, la diversité culturelle permet la biodiversité ; il faut le rappeler.

La volonté affirmée par les agriculteurs est de maintenir ces diversités, tout en créant une économie viable. Elle doit être soutenue par les politiques.

### **François GROSRICHARD**

Les enjeux sont eux aussi multiples pour le pays : économie, emploi, occupation du territoire, exportation, valeur ajoutée, créativité, technologie, etc.

### **Dominique CHARDON**

Le souci du respect de la tradition ne s'oppose en rien aux conditions et aux méthodes modernes de fabrication. Regardez la coopérative d'André Valadier : c'est une petite usine « aux normes ».

### **François GROSRICHARD**

Qui, parmi le public, souhaite intervenir dans le débat?

### **De la salle**

Je travaille à la fabrication d'un fromage : le Comté. Cela représente tout de même 2 000 ans d'Histoire. Ensuite, le défi technique est de transformer un liquide fragile en solide. Cela implique la mise en place de microstructures locales, afin de prendre en charge le lait des producteurs. Dans ma région, nous avons installé 180 points de fabrication : des fruitières et des « fructeries ».

Nos méthodes traditionnelles permettent d'obtenir, non pas un Comté, mais des Comtés qui expriment chacun des saveurs et des situations géographiques différentes. Notre politique est d'apporter au consommateur l'inverse de la mondialisation, c'est-à-dire la re-localisation et l'enracinement.

### **François GROSRICHARD**

Dans tous les villages, les fruitières sont des lieux de rencontre et de lien social actifs. La population s'y rend plus souvent qu'à la Mairie. Dans ce cadre, le développement touristique est aussi possible. Des ballades sont organisées à partir de produits ou de lieux de production particuliers.

### **De la salle**

Dans le contexte de la désertification des campagnes, lorsque le bistrot a fermé, la fruitière reste le dernier lieu de vie dynamique...

**De la salle**

Je représente un petit fromage de chèvre des Cévennes : le Pélardon. Pour nous, le produit est lié au territoire. Grâce à l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), le produit est ramené sur le territoire. Cette reconnaissance permet de faire vivre des gens sur un territoire difficile, où nous essayons d'adapter le produit aux exigences de la modernité. La tradition ne peut exister sans la modernité, tout comme la modernité perd son sens, sans la tradition. Ces deux facteurs sont en effet indissociables.

En outre, il est impératif d'assurer l'enseignement de l'Histoire des cultures et des terroirs auprès des jeunes. Cela manque encore. Nous sommes tous responsables du savoir des jeunes générations, en matière de tradition alimentaire.

**François GROSRICHARD**

Un certain nombre d'initiatives de l'Education Nationale est à noter (classes vertes, visites à la ferme, semaine du goût), mais leur développement reste encore insuffisant.

Concernant le lien entre tradition et modernité, le restaurateur est-il obligé d'innover, dans ses menus et recettes, pour attirer la clientèle ? Comment concilier l'inventivité et la tradition ?

**Christian VALETTE**

Nos clients ne nous demandent pas d'innover ; ils recherchent les recettes anciennes. Par contre, nous sommes contraints d'évoluer à cause des nouvelles normes de sécurité, de plus en plus strictes.

**François GROSRICHARD**

Quelles méthodes préconisez-vous pour l'éducation des enfants ?

**Jacques PUISAIS**

Nous avons mis en place un programme d'éducation au goût dans les écoles, qui touche 100 000 enfants en France. Je regrette que les maires ne s'intéressent pas assez à l'éducation au goût de l'enfant. Si vous proposer aux maires de choisir d'investir pour 10 mètres de bordure de trottoir et 4 classes d'éducation au goût, il choisit trop souvent les 10 mètre de trottoir...

Pourtant, les agriculteurs nous proposent des produits qui ont une histoire et qui permettent de renouer le lien du consommateur avec l'Histoire.

Les aliments sont en outre porteurs de langage. Nous avons compté 350 mots pour parler de la famille des Comtés. L'enjeu étant d'améliorer le vocabulaire des enfants, tout en les initiant au goût.

En fait la société ne pense qu'à la sécurité, et pas à grandir l'homme avec son propre vécu.

## **V. Tradition et science**

### **François GROSRICHARD**

La tradition, en tant que valeur et saveur, est-elle conciliable avec la science moderne, et notamment avec la recherche d'aliments plus résistants : les OGM ? La science n'est-elle pas destructrice de tradition ?

### **André VALADIER**

Concernant les produits de terroir, nous n'avons pas encore pris conscience qu'ils représentent une action. Celle-ci s'appuie sur des usages, du patrimoine, de la tradition, mais elle dépend aussi de la capacité d'adaptation aux règles de la science.

Aujourd'hui, les directives nationales et européennes n'intègrent pas suffisamment le soutien au développement des terroirs.

Concernant les OGM, nous n'avons pas la prétention d'aller au-delà des apports scientifiques en la matière. Par mesure de précaution, l'AOC ne teste pas les produits issus d'OGM. Pour autant, il serait présomptueux de porter un jugement définitif sur ce qui est en cours d'analyse scientifique.

La position actuelle est celle de la prudence et de la réserve par rapport aux effets induits. Notre vigilance est permanente, pour éviter que les fondements d'une appellation d'un produit de terroir ne soient altérés.

### **François GROSRICHARD**

Qu'attendez de la science et des chercheurs ?

### **André VALADIER**

Nous pouvons accentuer la rigueur traditionnelle. Aujourd'hui, grâce à la science, nous pouvons identifier l'ensemble des composants d'un produit. En outre, nous pouvons intervenir sur les composants les plus intéressants, afin de conduire le produit à son apogée. La science nous apporte donc des informations aussi précises que précieuses.

### **Gilles FUMEY**

En tant que chercheurs, notre travail est aussi de montrer que l'agriculture traditionnelle est en difficulté : en effet, les producteurs ne se rencontrent plus entre eux. Il est urgent que les organisations jouent leur rôle de soutien, sans quoi, en France, la moitié des ateliers va périr.

Par ailleurs, la référence au passé ne suffit pas à sauver le produit. Les organisations professionnelles doivent réaliser un vrai travail et prendre en compte le facteur humain à toutes les étapes de la chaîne.

## **De la salle**

Je souhaiterais vous entendre à propos de « chimie alimentaire » ?

### **Jacques PUISAIS**

La chimie alimentaire nous ramène à des questions cruciales : l'homme évoluera-t-il vers la nature ou l'artifice ? La société est-elle en mesure de retrouver les rythmes fondamentaux, ainsi qu'une alimentation ayant du sens ? Nous devons choisir entre deux conceptions de l'homme : une machine fonctionnelle ou un être pensant. Nous ne nous rendons pas compte à quel point l'aliment nourrit l'homme dans sa connaissance et sa relation aux autres.

Le repas, trois fois par jour, est un instant qui accompagne l'homme et qui lui permet d'éprouver des sensations toujours différentes. En outre, le repas, qui autorise la formation du groupe, favorise la convivialité. L'homme doit réapprendre le plaisir de passer au minimum une demi-heure à table.

S'il n'y a pas de perspectives de plaisir, il ne s'assoira pas à table !

### **François GROSRIEARD**

Tout le monde n'a pas le loisir de prendre du temps pour manger. De plus en plus, les pressions de la vie moderne concourent à la suppression des repas, sur le modèle américain.

### **Jacques PUISAIS**

Les habitudes alimentaires restent encore enracinées en France. J'ai enseigné, aussi bien aux Etats-Unis qu'au Japon, l'art de déguster les mets et les vins. J'y ai rencontré des populations heureuses de recevoir cet art de vivre. Or cet apprentissage est impossible avec des produits insignifiants.

## **De la salle**

Pour revenir au débat sur la science, celle-ci se manifeste surtout par la sévérité des contrôles qu'elle nous impose. L'information circule beaucoup sur les risques à consommer certains produits. Je pense qu'il serait bienvenu d'inverser la tendance et de communiquer davantage sur ce que peuvent apporter nos produits en éléments positifs. Nous ne possédons ni les moyens ni les compétences pour l'exprimer. Il appartient à la science d'apporter des éclairages nouveaux sur nos produits, pour les rendre attractifs.

### **Dominique CHARDON**

Les agriculteurs sont confrontés au problème de la perte de sens. Ils ne savent plus exactement quel est leur rôle social et leur légitimité. Une agriculture administrée conduit à une perte de lien.

La perte de sens est induite par la perte de la reconnaissance : sans reconnaissance, le sens est en effet absent. Cela aboutit en définitive à une perte d'humanité, liée à la beauté du vivant. La fierté de l'agriculteur est de recevoir des éléments de reconnaissance de ses produits. Ceci passe aussi par la reconnaissance économique.

**François GROSRICHARD**

Merci à tous.

**Dominique CHARDON**

L'Université « Saveurs et Savoirs » est importante, car elle permet à tous les acteurs de la chaîne, ici présents, de se rencontrer à nouveau. C'est une démarche indispensable, pour travailler à retrouver du sens.

A présent, nous convions le public à une dégustation de mets et de vins préparée tout spécialement par Christian Valette.▲