

2011

# La Déformalisation de la Restauration

Trevor Felch  
*Claremont McKenna College*

---

## Recommended Citation

Felch, Trevor, "La Déformalisation de la Restauration" (2011). *CMC Senior Theses*. Paper 172.  
[http://scholarship.claremont.edu/cmc\\_theses/172](http://scholarship.claremont.edu/cmc_theses/172)

This Open Access Senior Thesis is brought to you by Scholarship@Claremont. It has been accepted for inclusion in this collection by an authorized administrator. For more information, please contact [scholarship@cuc.claremont.edu](mailto:scholarship@cuc.claremont.edu).

**CLAREMONT MCKENNA COLLEGE**  
**LA DÉFORMALISATION DE LA RESTAURATION**

SUBMITTED TO

PROFESSOR MARIE-DENISE SHELTON  
AND  
PROFESSOR ERIC HASKELL

AND

DEAN GREGORY HESS

BY

TREVOR FELCH

FOR

SENIOR THESIS

SPRING 2011  
APRIL 22, 2011



## La Table des Matières

Introduction.....	6
Les Chapitres	
I. Vers La Haute Cuisine Quotidienne.....	10
II. La Cuisine du Terrior: les ingredients.....	15
III. La Fusion.....	18
IV. Le Hamburger Gastronomique.....	20
V. L'Élévation de la Cuisine Américaine.....	24
VI. La Déformalisation de l' Atmosphère et le Service Dans la Salle à Manger.....	28
VII. La Nouvelle Clientèle.....	34
VIII. Les Nouvelles Idées du Rapport Entre les Boissons et de la Cuisine au Restaurant.....	38
IV. Les Restaurants Qui Existent...De Temps en Temps.....	43
La Conclusion.....	48
Les Citations.....	51
La Bibliographie.....	53

Pour mes parents, mes grandparents, et mon frère,  
Les meilleurs chefs du monde  
Et la meilleure famille.  
À un futur plein de gâteaux du chocolat Holzheimer's  
Et beaucoup plus de délicieux repas!

À M. Froli,  
Allez-y à Rick's pour un cornet de glace!

À M. Shelby,  
J'ai eu le toutou !

Merci à Professeur Marie-Denise Shelton,  
À Professeur Eric Haskell, à Jennie Tavé,  
À S. Irene Virbila, à Lesley Suter et à Dan Perlman,  
Vous méritez un repas chez Bocuse pour vos  
Conseils et votre enthousiasme  
Au cours de ce processus de thèse.

*Si vous avez peur de beurre, utilisez de la crème.*

---Julia Child

*La bonne cuisine est la base du véritable bonheur.*

---Auguste Escoffier

*Il y a seulement dix minutes dans la vie  
De poire quand il est parfait pour manger.*

---Ralph Waldo Emerson

*Les américains aujourd'hui comprennent  
L'importance de bien manger à tous les prix,  
Si c'est un hamburger ou un repas chez Thomas Keller.*

---Bobby Flay

Le restaurant traditionnel suit une formule sur laquelle les dîneurs peuvent toujours compter pour leur repas. Les dîneurs entrent dans la salle à manger, souvent avec une réservation, et le maître d'hôtes leur montre la table. Puis ils regardent la carte et commandent les plats qu'ils veulent au serveur. Les convives à table discutent de la vie ou du travail pour le reste du repas. Le restaurant décoré et arrangé selon un thème qui crée une ambiance dans la salle. Il y a des serveurs et des serveuses pour faciliter le rapport entre les chefs et les personnes à table dans la salle. Après un plat, ou deux, ou trois, le repas est fini et l'expérience au restaurant est finie quand les dîneurs retournent à leurs vies quotidiennes hors du restaurant. Le restaurant est vraiment une expérience, même si c'est pour un déjeuner rapide ou un repas de cinq heures à un restaurant de la haute gastronomie.

Depuis les années dix-neuf cent soixante, les idées de la restauration changent toujours à une grande vitesse, partout dans le monde. Dans cet âge de la modernité et de la technologie, un restaurant n'a plus besoin de suivre la formule classique. L'âme d'un restaurant est la cuisine. Les autres parties sont mobiles. On mange au restaurant, ça c'est obligatoire. C'est la seule règle d'un restaurant. Avec l'évolution du restaurant en l'année 2011, c'est souvent difficile de savoir si un restaurant est un bar ou un restaurant parce que beaucoup de chefs maintenant décident de brouiller la ligne entre les deux. Les gens qui vont au restaurant aujourd'hui préfèrent en général une atmosphère décontractée. Ils préfèrent manger un hamburger au lieu d'un tournedos Rossini, mais ils veulent leurs hamburgers de la qualité d'un filet mignon avec la sophistication d'un tournedos Rossini. Ils préfèrent les vins et les bières et les cocktails de luxe mais sans l'air de luxe. Cette bataille entre les goûts traditionnels et les goûts décontractés a marqué le début des

mouvements énormes actuels des restaurants qui fonctionnent comme restaurant et bar. Les gastropubs, les wine-bars, et les cocktails-restaurants ne sont pas des restaurants et ils ne sont pas des bars. Ils sont un genre complètement unique.

La culture du monde d'aujourd'hui va dans une direction moins formelle. C'est possible d'aller à l'opéra ou à un restaurant gastronomique, mais l'opéra peut figurer sur une musique de rock et la carte du restaurant gastronomique peut comprendre du foie gras fourré dans un cheeseburger. Les spectateurs et les dîneurs parlent sur leurs téléphone à l'opéra ou au théâtre et ils envoient des textos au restaurant. Ce n'est pas juste le public qui facilite le déclin de la formalité. Les restaurants peuvent servir la haute cuisine d'Escoffier avec des serveurs qui portent des jeans et des t-shirts et les tables peuvent être en bois nu et la musique rock dans l'arrière-plan peut donner aux dîneurs l'idée que c'est un restaurant ou un club pour danser. Qu'est-il arrivé aux brigades de serveurs et aux uniformes des chefs dans les cuisines des restaurants ? C'est plus probable que les chefs aujourd'hui portent l'uniforme de leur équipe de baseball plutôt qu'une tenue de chef et une toque.

À l'âge des blogs, de Facebook, de Twitter, et de toutes les autres technologies qui ont été inventées, la capacité de concentration des adultes est très faible. Ce monde de la technologie a créé une culture où l'idée qui est à la mode aujourd'hui, sombre le lendemain dans l'histoire. Les restaurants connaissent ces technologies et ils reconnaissent l'importance aujourd'hui de contacter les dîneurs prospectifs avec ces nouvelles formes de technologie. Les chefs font souvent des repas à thèmes spéciaux pour être uniques un soir par semaine parce qu'un soir unique montre au public que c'est un restaurant différent aujourd'hui du restaurant d'hier. Avec ces nouvelles formes de

communication, les chefs qui pourraient être des chefs dans les grands restaurants du monde décident d'ouvrir des charrettes et des camions ou de créer des « pop-ups » et des restaurants secrets. Exactement comme les chansons de pop, le restaurant populaire du moment change chaque semaine et le chef doit être unique pour garder un public. C'est un art que d'être un chef de qualité mais en l'année 2011 c'est aussi une entreprise.

Avec l'évolution des restaurants, l'entreprise du restaurant a évolué aussi. Les grandes chaînes sont partout, pour un repas de la restauration rapide à *McDonald's*, un repas avec des portions gigantesques au *Cheesecake Factory* ou un repas à la jungle au *Rainforest Café*. Cependant, la gastronomie n'a jamais été plus populaire qu'aujourd'hui. On voit cette popularité avec les vedettes du « Food Network » que le public traite comme les vedettes à Hollywood. Heureusement, de plus en plus de jeunes chefs se rebellent contre les chaînes et ouvrent leurs petits bistros avec une bonne cuisine et beaucoup de charme et de personnalité. Le restaurant d'aujourd'hui est très différent de celui d'hier ; la formule classique n'est pas obligatoire. Ces nouvelles formes de restaurants assurent que l'âme délicieuse du restaurant vit encore mais les idées de ce qu'est un restaurant ont changé, pour le meilleur ou pour le pire.

Dans les pages suivantes, on va découvrir les causes de la déformalisation de l'expérience de la restauration au cours des cinquante dernières années. De la cuisine à la française à la nouvelle cuisine américaine d'aujourd'hui, on assiste à une réelle révolution des moeurs et de l'art de la table. Le premier chapitre explique la transition de la haute cuisine vers une cuisine moins formelle et moins compliquée et familiale. Le deuxième chapitre raconte le début de la cuisine californienne qui donne importance aux ingrédients bio et frais. Ensuite, on examine l'émergence de la fusion pendant les années

dix-neuf cent quatre-vingt. Les deux chapitres suivants racontent l'histoire de l'élévation de la cuisine américaine où les chefs créent des hamburgers et des pizzas gastronomiques. Puis, les sixième et les septième chapitres examinent les changements vers l'informalité dans les salles à manger avec la jeune clientèle et les nouvelles technologies. Les deux derniers chapitres expliquent les nouvelles formes informelles de restaurants que les jeunes chefs ont récemment inventé.

## I. Vers La Haute Cuisine Quotidienne

Les années dix-neuf cent cinquante et soixante étaient des années de progrès et de libération aux Etats-Unis après la guerre. Elvis Presley et les Beatles ont changé le monde de la musique populaire. La télévision a changé complètement la manière dont les Américains passent leur temps libre chez eux. Les manifestations domestiques contre la guerre du Viêt-nam, sans conclusion aux yeux de la majorité des jeunes, a créé une nouvelle génération qui s'oppose au gouvernement et à l'ordre ancien. C'était une époque de révolution sociale.

C'était l'époque de la haute cuisine traditionnelle française dans les grandes salles à manger pour l'aristocratie aux Etats-Unis et aussi celle de la restauration rapide pour la majorité des Américains. Un restaurant était une occasion spéciale de sortir pour l'aristocratie. Ces restaurants servaient les plats typiques d'Escoffier, où la technique et la richesse des sauces et des ingrédients de luxe comme les truffes et le foie gras étaient importants. Ils étaient trop chers pour la majorité de la population. Ils n'étaient pas abordables aussi parce que les maîtres de ces restaurants pensaient que leurs restaurants étaient comme des clubs privés, exclusivement pour les familles importantes de l'industrie comme les Rockefeller ou des hommes politiques comme les Kennedy.

Avec tous ces changements de la culture aux Etats-Unis dans les années soixante, les restaurants ont commencé une révolution contre les grandes salles formelles de la haute cuisine française vers le concept de la haute cuisine quotidienne, une cuisine de qualité mais moins chère, moins compliquée, et plus abordable pour la majorité des Américains qui n'ont pas les noms Kennedy et Rockefeller.

Cette révolution a commencé avec quatre grands personnalités, toutes uniques dans la manière dont ils ont gagné leur célébrité et l'engouement des Américains. Ensemble, ces personnalités ont adapté la haute cuisine française à la classe moyenne américaine.

Beard était un grand homme, souvent considéré bizarre, célèbre pour ses vêtements (souvent un kimono) et aussi pour ses techniques et présentations de la cuisine française. Il est né en Oregon, un état qui n'était pas cosmopolite, loin de l'influence de la France. Beard habitait à New York après que son université en Oregon l'a expulsé. À New York, l'influence de la cuisine française était partout et il est tombé amoureux de la cuisine française. Cette influence française est évidente dans le nom de son entreprise de traiteurs, « Hors d'œuvres Inc. », et dans le titre et le sujet de son premier livre de recettes Hors d'œuvres et Canapés (1940). La classe moyenne new yorkaise l'adorait pour ses recettes françaises mais sans ingrédients de luxe et appréciait l'idée qu'il fallait être un chef professionnel pour les préparer. Grâce à cette popularité, il a commencé une carrière à la télévision et donnait des cours pour les adultes à travers le pays.

Beard savait que son public n'était pas l'aristocratie qui mangeait aux grands restaurants de la haute cuisine à New York. Son public était la classe moyenne qui regardait la télévision tous les soirs. Beard a écrit des livres sur les modes de cuisson à la casserole et le barbecue qui sont très familiers pour les Américains et faciles à faire. Avec sa célébrité, Beard a voyagé partout aux Etats-Unis où il a appris les cuisines régionales du pays. Son style a évolué d'un style français basique vers une direction américaine régionale avec l'importance de la qualité qu'on trouve dans la cuisine française. Il a écrit un livre classique sur le poisson. Tous les plats qu'il présente demandent un niveau de

préparation simple comme la carpe aigre-douce au style juif, le poisson-chat frit qui est un plat classique des ouvriers de la Louisiane, et le crabe louie, une spécialité des pêcheurs de San Francisco.<sup>1</sup> L'influence de la France est partout pour Beard, mais il a aidé les Américains à découvrir des recettes régionales et plus faciles à faire.

Julia Child, comme Beard, était une Américaine qui adorait la cuisine de la France. Child n'a pas eu du tout d'apprentissage avec des chefs. Elle était la femme d'un diplomate américain à Paris et pendant ses séjours en France, elle est tombée amoureuse du beurre, du foie gras, et de toute la cuisine du pays. Child a écrit en l'année 1961 un livre par une femme américaine pour des femmes américaines sur la cuisine en France que les femmes françaises font pour leurs familles, non pas la haute cuisine que tous les Américains imaginaient être la cuisine de tous les jours des Français. Mastering The Art of French Cooking par Child, avec les auteurs françaises Simone Beck et Louise Bertholle, montre avec d'extrêmes détails que la cuisine bourgeoise comme le bœuf bourguignon est la vraie cuisine des mères et des grand-mères en France et c'est possible pour les mères et les grand-mères aux Etats-Unis d'en faire autant.

Avec le succès de son livre, Child a suivi la carrière de Beard avec des programmes à la télévision. Elle était célèbre pour ses erreurs quand elle faisait la cuisine pendant ses programmes et le public l'adorait pour ça parce qu'il trouvait que Child n'était pas un chef professionnel. Child a montré aux Américains que la France, la capitale de la gastronomie, fait une cuisine quotidienne de qualité et que les Américains sans apprentissage de la cuisine peuvent la faire et que les erreurs sont acceptables.

Les deux autres grandes figures de cette révolution, Craig Claiborne et Pierre Franey, étaient deux hommes avec des histoires très différentes qui se sont rencontrés à

New York à cause de leur passion pour la bonne cuisine. Ils ont écrit des articles dans les journaux sur les repas qu'on prépare en moins d'une heure.

Franey était un chef pour de grandes tables en France avant son départ pour New York où il était le chef pour le légendaire maître Henri Soulé dans son restaurant *Le Pavillon*. C'était le premier restaurant à montrer aux Américains ce qu'est la vraie haute cuisine en France, au début de l'Exposition Universelle à Queens, New York de l'année 1939 et puis à Manhattan.<sup>ii</sup> *Le Pavillon* à Manhattan était le restaurant classique pour l'aristocratie de l'époque avec une clientèle comme la famille Kennedy. Soulé était un maître très traditionnel et strict, qui pensait qu'un restaurant doit avoir du « standing », terme qui indique l'importance de l'affluence et de la célébrité de la clientèle et plus que les compétences des chefs. Souvent les chefs et les serveurs du Pavillon ont fait des grèves contre Soulé et ses politiques rigides. Après des années avec Soulé, Franey était fatigué de la haute gastronomie et du « standing.»

Claiborne est né au Mississippi et a grandi avec un père abusif. Puis, comme adulte, il s'est battu pendant la deuxième guerre mondiale et la guerre de Corée. Avec ses voyages en Europe avec la Marine il a découvert les gloires de la cuisine française et après son service il a pris des cours dans les grandes écoles d'hôtellerie en Suisse. Il est retourné aux Etats-Unis pour être du *New York Times* journaliste et il a obtenu le poste important d'éditeur de la rubrique consacrée à la cuisine. Il écrivait les commentaires sur les restaurants pour le même journal, une position considérée le plus puissant de la gastronomie aux Etats-Unis parce qu'il juge pour le plus important journal du pays les restaurants de la plus importante ville du pays.

Franey et Claiborne se sont rencontrés en 1959 quand Claiborne a écrit un article sur Henri Soulé mais il a écrit plus sur le jeune chef inconnu du *Pavillon*, Franey, que le maître très connu, Soulé. Les hommes sont devenus des amis proches dans les années dix-neuf cent soixante. Franey et Claiborne ont observé que Beard et Child écrivaient des recettes plus basiques pour les Américains, de la cuisine régionale américaine et de la cuisine française. Ils ont compris que les Américains veulent bien manger et veulent faire de la cuisine au lieu d'acheter les repas congelés ou de la restauration rapide. C'était nécessaire pour Franey et Claiborne de créer des recettes simples, comme Child et Beard, mais aussi des recettes qui n'exigent pas des heures de préparation parce que les journées de travail des Américains étaient de plus en plus longues.

En 1978, Claiborne et Franey ont commencé leur série d'articles « Le Soixante Minute Gourmet » pour le *New York Times* sur les repas gourmands à préparer en moins d'une heure et après ils ont publié ces recettes dans deux livres qui sont presque des encyclopédies de la cuisine française accessible à tout le monde. Franey décrit cela dans son introduction au premier livre :

This is the first book to show the home cook how to prepare dishes of elegance and excellence in less than an hour, often in minutes. There is a prevailing notion that, with the exception of dishes like *salade niçoise* and *celeri remoulade*, any exceptional dish that goes from the stove burner to table top is intricately involved and endlessly complicated, requiring the better part of a day and night to bring to the proper state of perfection. There are many dishes, to be sure, that require numberless hours of simmering and skimming and stirring and putting through sieves to yield an ultimate result. But there are, to balance this, countless, thousands of dishes that can be—indeed, must be—made in seconds to bring them to their state of absolute perfection.<sup>iii</sup>

En même temps, Claiborne écrivait des critiques contre les restaurants de la haute cuisine française. Patric Kuh, un vieil apprenti dans les grandes cuisines de France qui écrit des critiques aujourd'hui pour le magazine *Los Angeles* a écrit ceci dans son livre

The Last Days of Haute Cuisine pour montrer comment Claiborne était complètement fatigué de la banalité de la haute cuisine :

In a *New York Times Magazine* article entitled « Along the Escoffier Circuit » he described some of the low moments that one might expect to have. At the Restaurant « Trop Chique » one might experience « The Indifferent Captain, » « The Same Old Appetizer, » « The So-So Chef, » and « The Factory Made Pastries. » The Trop Chique was indeed a miniature representation of what was going on across the country. Soulé's experiment on whether haute cuisine at its highest level could survive on American soil had seemingly failed. It was all bad bisque. All effect and no substance... It was as if French cooking had finally succumbed under all the social aspirations that for so long it had been made carry. »<sup>iv</sup>

La haute cuisine était du passé. On avait découvert comment les Français mangeaient vraiment ; c'était une cuisine simple, avec des goûts forts, qui coûtait moins d'argent, et qui provoquait une satisfaction immense. C'était le début de la haute cuisine quotidienne, une cuisine simple et personnelle que l'Europe a créé et que le reste du monde découvrait.

La popularité de la voiture et le fait que les adultes n'avaient pas le temps de cuisiner a créé la tendance de la restauration rapide et des « drive thrus ». C'était essentiel pour gagner du temps et de l'argent, mais ce n'était pas une expérience culinaire mémorable. Claiborne, Franey, Child, et Beard ont introduit la cuisine française quotidienne et ils ont aidé à l'émergence de la cuisine américaine régionale pour les familles. Les restaurants ont suivi cette tendance pour proposer un repas moins formel en dehors de la maison.

## II. La Cuisine du Terroir: les ingrédients

La haute cuisine a commencé à disparaître avec la mort d'Henri Soulé en 1966 et la fermeture de son restaurant en 1971. Child, Franey, Beard, et Claiborne étaient déjà

devenus des célébrités énormes qui avaient une grande influence à travers la télévision, les journaux, et les livres. La révolution sociale des années dix-neuf cent soixante a changé la cuisine familiale des Américains et cause la déformalisation des restaurants dans les années dix-neuf cent soixante-dix.

Les années dix-neuf cent soixante-dix étaient l'époque des hippies qui vivaient pour affirmer la liberté de toutes les personnes et la paix partout dans le monde. Après deux décennies de la guerre au Viet-nâm avec plus de 58,000 décès, les jeunes Américains étaient fâchés contre le gouvernement et le vieil établissement. Un des grands mouvements de cette période était contre les grandes industries qui étaient mauvaises pour la santé et l'environnement. En 1970, les Etats-Unis ont célébré pour la première fois la Journée de la Terre, une fête qui reconnaît la fragilité et la beauté de la planète.<sup>v</sup> Les hippies qui faisaient ce mouvement contre l'industrie savaient que c'était mieux pour la terre si on n'achetait pas les produits vendus par les grandes entreprises internationales qui contiennent beaucoup de pesticides mauvais pour la terre. C'est mieux pour la terre d'avoir des petits jardins et d'acheter les produits locaux des fermiers et des artisans. Ses hippies ont commencé les jardins eux-mêmes et les restaurants ont suivi leur exemple.

Le restaurant *Moosewood* à Ithaca, New York a ouvert en 1973 comme une entreprise coopérative collectif.<sup>vi</sup> La cuisine y était à base de produits locaux pour la plupart bio. Comme c'était un concept collectif, il n'y avait pas de chef avec une brigade ou un maître comme dans les restaurants de la haute cuisine. Tout le collectif travaillaient ensemble à tous les différents rôles dans un restaurant. C'était une idée complètement nouvelle, sans aucune influence d'Europe.

L'Europe a influencé le restaurant *Chez Panisse* à Berkeley, Californie quand il a ouvert juste avant *Moosewood* en 1971. Dans les années soixante, Alice Waters était une étudiante à l'Université de Californie à Berkeley, à l'époque du mouvement des hippies. Elle a voyagé comme étudiante en France et comme Child, Claiborne et Beard, c'est une Américaine qui est tombée amoureuse de la cuisine française. Elle n'aimait pas la haute cuisine en France, mais elle adorait la cuisine simple des familles dans les petits villages où l'importance d'un plat n'était pas les ingrédients de luxe et les sauces, mais les ingrédients frais.

Waters est retournée à Berkeley et a ouvert son restaurant français avec les recettes des petits villages en France, mais avec un accent sur les ingrédients frais de la Californie. Waters a embauché Jeremiah Tower pour être son chef en 1972. Tower partageait sa vision de la restauration. Il avait appris la cuisine française et les techniques de la haute cuisine des grands chefs en France. Pour Tower et Waters, les ingrédients frais étaient si importants que la carte changeait tous les jours. Ils ont adopté beaucoup de recettes françaises, mais c'était impossible d'avoir une carte vraiment française parce que les produits en France n'étaient pas les mêmes qu'à Berkeley. Ensemble, ils ont créé des plats d'une nouvelle cuisine française américaine, que le monde de la gastronomie connaît aujourd'hui comme la cuisine californienne. C'est une cuisine du terroir, des légumes et des viandes de la Californie, pas une cuisine avec des ingrédients de luxe comme la haute cuisine et ses truffes et son caviar et ses sauces à la crème. C'est une cuisine qui représente les idéaux du mouvement hippie de sauver la planète et ceux des écologistes qui militent pour l'utilisation d'ingrédients frais, comme dans les petits

villages de France. *Chez Panisse* est le symbole de la première étape de la déformalisation des restaurants.

### III. La Fusion

Quand Wolfgang Puck, un Autrichien qui a appris des grands chefs en France, a ouvert son restaurant, *Spago*, à Los Angeles en 1982 sur le Sunset Strip, un quartier célèbre pour ses clubs, pour les célébrités et les aspirants à la célébrité, l'internet était juste à ses débuts. *Spago* vit encore dans l'empire des restaurants de Puck dans cet âge où un Tweet en Egypte peut déclencher une manifestation une heure plus tard avec 100,000 jeune hommes et femmes. L'internet a rendu le monde plus petit et en effet, les chefs ont rapproché les cuisines du monde avec l'importance des ingrédients frais comme à *Moosewood* et à *Chez Panisse*. Puck était un des rares chefs aux Etats-Unis qui a étudié la cuisine en Europe et découvert la pureté et l'émoi des cuisines ethniques, surtout en Asie. Les restaurants fusion et de sushi étaient partout dans les grandes villes aux Etats-Unis et en Europe après Puck a ouvert *Spago*. Cette cuisine n'était pas une cuisine comme la cuisine française ou la cuisine italienne. La fusion est un mélange des cuisines et des influences. Le chef a le droit avec cette cuisine de faire cuire ce qu'il veut. Les cartes à *Spago* reflètent des influences de la Chine, de la cuisine française, avec l'influence de la cuisine californienne.

À la fin des années dix-neuf cent quatre-vingt, c'était presque obligatoire pour les restaurants de la nouvelle cuisine d'avoir le tartare de thon avec du gingembre ou du sushi. La signature de Puck depuis le début de *Spago* et qui est encore sur la carte aujourd'hui est le « canard cantonais ». En 2010, Puck a ouvert un restaurant de la haute

cuisine chinoise au dernier étage du nouvel hôtel de Ritz Charlton dans le centre ville de Los Angeles. Avec la passion de Puck pour la cuisine d'Asie, les chefs américains d'origine asiatique ont eu un grand effet sur cette évolution.

Roy Yamaguchi qui est né à Tokyo et a des parents à Hawaii, a appris la cuisine à l'Institut Culinaire d'Amérique à Hyde Park, New York et avec Michael McCarty à son restaurant à Santa Monica, *Michael's*, un restaurant connu pour être la réplique de *Chez Panisse*. Yamaguchi a ouvert son premier restaurant *385 North* à Los Angeles en 1984 et il a ouvert son restaurant phare, *Roy's*, en 1988 près de Honolulu pour être plus proche de ses racines.<sup>vii</sup> Les plats classiques de Yamaguchi, du « sizzling soy misoyaki butterflyfish, » au mahi mahi avec des noix de macadamia et une sauce homard, représentent parfaitement la fusion, où il mélange la cuisine de sa famille aux îles Hawaii à son apprentissage classique. Yamaguchi est considéré comme le père de la cuisine « hawaïenne régionale », comme l'a été *Chez Panisse* pour la cuisine californienne, Tom Douglas et Greg Higgins pour la cuisine du nord-ouest, Lydia Shire pour la nouvelle cuisine bostonienne et Stephen Pyles et Dean Fearing pour la nouvelle cuisine du Texas. Chaque région du monde a une identité maintenant avec un style de cuisine. C'était le rêve de James Beard cinquante années auparavant.

À cause de cette révolution par Puck et Yamaguchi, les ingrédients asiatiques comme l'anis étoilé et le tamarin ont partagé l'espace du plat avec les ingrédients frais de la cuisine californienne. Nobu Matsuhisa, un chef de sushi aussi à Los Angeles à cette époque, a fait la fusion de la cuisine de *Spago*, du sushi, de la cuisine californienne, et de la cuisine péruvienne. C'est possible d'avoir à Matsuhisa un sushi (japonais) dans des épices péruviennes avec un poisson européen, des légumes californiens, et une sauce

chinoise. Avec la fusion, la déformalisation de la cuisine se poursuit dans un monde plus petit depuis les 20 dernières années

La fusion n'était pas la seule influence sur la cuisine des restaurants. L'idée des repas « omakase » au Japon et des « tapas » en Espagne au début du siècle a créé le mouvement des petits plats. Le client plus moderne a développé beaucoup de passion pour la nouvelle cuisine et voulait déguster plus de créations des chefs avec ces petits plats, pas seulement la traditionnelle formule salade ou hors d'oeuvre, plat principal de viande ou de poisson, et dessert. Le client moderne veut un choix pour son repas et ses petits plats pouvaient donner plus d'options au client. Les petits plats sont parfaits pour la fusion, une cuisine exotique où les clients souvent ne veulent pas miser sur les inventions bizarres des chefs. Le client moderne aussi est une personne qui a voyagé, qui connaît le monde et qui veut voir les autres cultures par la créativité des chefs. C'est plus facile pour le chef de créer un plat avec plus de goût et plus d'imagination avec ces petites portions.

Au tournant du siècle, la fusion était la cuisine du moment. La technologie et les influences d'Asie ont provoqué la révolution de la cuisine fusion dans un monde plus petit. La fusion a créé l'idée pour les chefs de qu'ils peuvent créer une cuisine personnelle. Après les attaques du 11 septembre 2001, les chefs américains ont créé une cuisine moins élaborée qui a relevé le statut des plats américains traditionnels.

#### IV : Le Hamburger Gastronomique

La deuxième guerre a marqué le début d'une révolution sociale au milieu du vingtième siècle. Les événements du 11 septembre 2001 ont changé le monde un demi-siècle après. Les restaurants n'étaient pas une exception à cette révolution. Les attaques

ont dévasté l'économie globale. La classe moyenne qui était très importante pour la créativité des restaurants jusqu'à la fin du vingtième siècle ne pouvait plus utiliser son argent pour les restaurants comme avant. Le 11 septembre 2001 et les guerres en Irak et en Afghanistan ont fait que le monde cherche, dans les heures incertaines, la stabilité économique et la sécurité. Par contre dans cet âge moderne, les restaurants ne peuvent pas juste servir le « confort food », sans un peu de créativité après les années de fusion. Le public peut apprécier la cuisine familiale parce que ce n'est pas une cuisine de style. On recherchait de la créativité après le tournant du siècle, mais les portefeuilles et les âmes voulaient de la cuisine plus basique et proche de leurs histoires, sans mélanges exotiques. Les chefs comme Puck ont changé les attentes du public. Avec l'effondrement de l'économie, c'était la responsabilité des chefs de s'adapter au nouveau climat économique et social, mais avec la créativité de la fusion et l'importance des ingrédients frais de *Chez Panisse*. C'est à ce moment-là que le hamburger gastronomique apparaît, pour élever un plat américain et basique au sommet des créations des chefs de l'époque.

Quand Sang Yoon a inventé le hamburger de *Father's Office*, un gastropub à Santa Monica, Californie, en janvier 2000 la fusion était encore le style du moment. Son hamburger était inventé avant la récession et le 11 septembre 2001, mais son idée d'une version sophistiquée d'un aliment de base a tracé la direction de la cuisine de la première décennie du vingt-et-unième siècle. Yoon a travaillé pendant trois années dans la cuisine à Santa Monica de Michael McCarty comme Roy Yamaguchi. L'importance des ingrédients est présente dans la cuisine de Yoon comme dans la cuisine de McCarty et Waters. Mais Yoon a mélangé cette cuisine californienne avec la cuisine américaine, non la cuisine française comme McCarty et Waters. Selon Lesley Suter, la rédactrice de la

rubrique restaurants pour le magazine *Los Angeles*, le hamburger de *Father's Office* est une réaction contre la cuisine californienne et la fusion des années dix-neuf cent quatre-vingt et dix-neuf cent quatre-vingt-dix. Sa cuisine était complètement américaine avec les nouvelles philosophies des chefs américains que les préparations n'ont pas besoin de suivre les recettes classiques des chefs européens. <sup>viii</sup>

Le hamburger de Yoon est un mélange de viande hachée et de steak haché—un hamburger de qualité, pas du tout comme les viandes surgelées pour les Big Macs à *McDonald's* qui était le hamburger le plus connu aux Etats-Unis au vingtième siècle. Le ketchup, la moutarde, et le fromage américain, les ingrédients plus souvent associé avec les hamburgers, sont interdits pour ce hamburger par Yoon parce qu'il pense que son hamburger est mieux sans les garnitures typiques. Yoon ajoute du fromage gruyère avec du fromage bleu de Maytag, un mélange d'oignons caramélisés et de bacon, et le goût amer des feuilles de mâche pour une haute représentation d'un simple plat de base. Pour Suter, c'était le plat qui a changé la culture des restaurants. Yoon a joint la nostalgie de l'histoire de Los Angeles avec tous ses stands de hamburger classiques dans la ville comme *l'Apple Pan* et *Tommy's*, et l'importance de la sophistication dans une ville cosmopolite. C'était une combinaison de la cuisine américaine régionale que Beard a adorée cinquante années avant avec le hamburger, un des plus grands plats de la cuisine américaine. Désormais, le hamburger utilisait des ingrédients raffinés et l'idée de la cuisine californienne se transformait grâce à la créativité que l'époque de fusion a inventée. À partir de l'année 2000, un plat quotidien comme le hamburger devenait un plat gastronomique.

Pendant cette même époque, au tournant du siècle, le chef Daniel Boulud a créé un hamburger plus élégant que celui de Yoon. Yoon était un chef qui a appris la cuisine dans les restaurants de la cuisine californienne où la cuisine était bonne mais pas formelle. Boulud a travaillé dans les restaurants en Europe qui servent la haute cuisine. Mais en 2000, il était plus connu aussi pour son hamburger gastronomique, un hamburger fait par un chef plus confortable avec les truffes et le foie gras qu'avec les plats souvent servis dans la restauration rapide. Boulud est né près de Lyon où sa famille avait une ferme dans le petit village de St. Pierre de Chandieu.<sup>ix</sup> Pendant sa jeunesse, Boulud a étudié avec les grands chefs de France comme Roger Vergé et Georges Blanc avant de partir pour les Etats-Unis. Boulud a appris la haute cuisine alors que Yoon juste avait été le chef de la cuisine californienne à *Michael's* pendant seulement trois ans. Les deux hommes ont suivi des voies très différentes pour créer des hamburgers qui ont continué le processus de déformalisation des restaurants.

Boulud était comme Pierre Franey trente années avant lui avec son expérience en Europe et dans les restaurants de la haute cuisine française à New York. Il était chef au *Cirque*, le restaurant de la famille Maccioni à Manhattan qui est plus connu aujourd'hui pour son maître du snobisme Sirio Maccioni, le patriarche de la famille, que pour sa cuisine. En 1993, Boulud a ouvert son restaurant à Manhattan, *Daniel*. *Daniel* existe encore aujourd'hui, est l'un de cinq restaurants à New York en 2011 avec trois étoiles Michelin. En 2001, juste avant les attaques de 11 septembre 2001, Boulud a ouvert un bistro français, le *DB Bistro Moderne*, au centre de Manhattan, un quartier célèbre pour ces restaurants de mauvaise qualité pour tous les touristes du Times Square et des théâtres de Broadway. Avec un coq au vin et une sole meunière, les clients à *DB* peuvent manger

l' Original DB Burger. Boulud utilise un steak haché et au milieu il met du bœuf braisé, du foie gras, et des truffes. Pour beaucoup plus d'argent, le hamburger royal est servi avec de la truffe râpée. Ce hamburger a l'influence de la haute cuisine que Boulud a apprise et le hamburger de Yoon a l'influence de la cuisine fusion que Puck et Yamaguchi a inventée à Los Angeles à la même époque. Ces deux chefs sont les artisans de la déformalisation de la haute cuisine vers une cuisine plus ordinaire avec un plat basique comme le hamburger qui est préparé d'une façon gastronomique.

En 2002, le magazine *Esquire* a fait un match entre le Big Mac de *McDonald's*, le hamburger de *DB* et le hamburger de *Father's Office* pour décider quel était le meilleur hamburger : le hamburger classique de la restauration rapide, le hamburger de la cuisine fusion californienne, ou le hamburger avec l'influence de la haute cuisine. Le hamburger de Yoon a gagné. C'était un grand prix pour la cuisine californienne. Ce prix était énorme parce que ce hamburger a gagné contre le hamburger de la haute cuisine avec du foie gras et des truffes et la version typique à *McDonald's*. Cette idée serait impossible avant les années de Beard, Child, Claiborne, et Franey. Avec le succès des hamburgers gastronomiques de Yoon et Boulud, les autres chefs aux Etats-Unis ont suivi leur exemple.

## V : L'Élévation de la Cuisine Américaine

Les Etats-Unis adore ses hamburgers mais c'est un débat entre les historiens de savoir si le hamburger était une invention allemande par des citoyens de la ville d'Hamburg ou l'invention du petit restaurant à New Haven, Connecticut, *Louis Lunch*. Plus ou moins, le hamburger est américain. Cependant, il n'y a aucun doute que la pizza

est italienne, mais les Américains l'ont adoptée comme un élément central de leur alimentation. Wolfgang Puck était très avant-garde à *Spago* avec toutes ses créations de fusion, mais il est très connu aussi pour son invention d'une haute pizza avec de la crème fraîche, du caviar et du saumon fumé. Avant cette pizza, les ingrédients pour la pizza étaient très simples- fromage, pepperoni, parfois des olives ou des champignons pour les gourmands. Avec son four de bois à *Spago*, Puck a changé ce qu'est une pizza plus de dix années avant que Yoon transforme le hamburger. Cette pizza n'a trouvé la célébrité que sa cuisine de fusion a reçu dans les années dix-neuf cent quatre-vingt et dix-neuf cent quatre-vingt-dix mais après le succès des hamburgers gastronomiques en 2000, les Etats-Unis sont tombés amoureux des autres plats comme cette pizza de Puck.

Après le 11 septembre 2001, la pizza cuite dans les fours de bois se sert partout aux Etats-Unis. Tous les chefs de restaurants gastronomiques ouvrent des pizzerias dans l'esprit de *Spago*. La pizza avant cette période aux Etats-Unis était la nourriture de base pour les familles. La pizza aujourd'hui est devenue une forme d'art. Le four d'une pizzeria est comme le pinceau pour Monet, la pâte sa toile, et les garnitures les couleurs. Nancy Silverton, qui était un très célèbre boulanger à Los Angeles pendant les années dix-neuf cent quatre-vingt et dix-neuf cent quatre-vingt-dix, a inventé une pâte pour ses pizzas à *Pizzeria Mozza* avec le soin d'un maître boulanger parisien quand le restaurant a ouvert en 2006 à Los Angeles. Le critique de *L.A. Weekly*, Jonathan Gold, a dit que Nancy Silverton avait transformé l'idée de ce qu'est la pizza avec sa pâte et ses garnitures.<sup>x</sup> Silverton a continué la révolution des plats familiaux de qualité que Yoon, Boulud et Puck avaient commencé.

D'autres chefs gastronomiques aux Etats-Unis ont suivi Silverton et ont popularisé les pizzas de qualité. Le chef Brice Hill a nommé sa pizzeria à San Francisco *Zero-Zero* d'après la farine de qualité de Naples, tout comme Escoffier a nommé ses préparations et ses restaurants d'après les noms de la royauté en France. À New York, une ville où la pizza est le plat quasi officiel, le célèbre boulanger Jim Lahey a ouvert une pizzeria *Co.* Les pizzas sont bonnes selon Frank Bruni, qui était le critique des restaurants pour le *New York Times* quand le restaurant a ouvert en 2009, mais cette pizzeria comme beaucoup de nouvelles pizzerias étaient « née d'un culte de la pâte. »<sup>xi</sup> Le rapport de la pâte et du four est si important que Chris Bianco, le chef et le maître de *Pizzeria Bianco* à Phoenix, a importé son propre four d'Italie. Il pense que 18 heures est parfait pour la fermentation de la pâte, pas 17 ou 19. Les pizzerias font leurs propres saucissons et utilisent des champignons comme les chanterelles et des ingrédients bizarres pour les pizzas comme les hortilles à *Gialina* à San Francisco et les pistaches à *Pizzeria Bianco* à Phoenix. Avant cette époque, les garnitures n'étaient pas du tout des ingrédients faits par les restaurants ou des ingrédients de bonne qualité. Comme la génération précédente d'Alice Waters qui a appris leur savoir-faire dans les restaurants formels de la France, la nouvelle génération a appris en Europe—mais dans les cuisines d'Italie pour apprendre à faire la pizza. Beaucoup d'Américains, comme Bruce Hill, sont d'officiels « pizzaiolos », certifié par l'Association Vera Pizza Napoletana à Naples. Les pizzas et leurs pâtes et leurs garnitures des pizzas sont des formes d'art maintenant. Ses pizzas sont préparées avec les soins de la haute cuisine, mais sans luxe et sans exotisme de fusion. C'est la cuisine sophistiquée du plat le plus abordable pour tous les Américains.

Les autres bases de l'alimentation américaine comme les hot dogs, le macaroni au fromage, le poulet frit, et les desserts ont connu la même évolution de sophistication pendant cette époque. Les hot dogs sont un véritable mets classique américain, comme les hamburgers et la pizza. Avant cette époque, un hot dog était consommé par les Américains dans les stades de baseball quand ils regardaient un match sans soucier de ce qu'ils mangent. En 2011, l'importance des ingrédients sophistiqués et la tendance informelle ont donné naissance au hot dog bio et de qualité. Maintenant à AT&T Park à San Francisco, le stade de l'équipe de baseball les San Francisco Giants, les spectateurs peuvent manger des hot dogs bios fait avec du bœuf nourri à l'herbe par l'artisan *Let's Be Frank*. Les s'mores sont un classique pour les jeunes campeurs avec le parfait trio : chocolat, guimauves, et des biscuits graham, chauffés sur un feu de camp, mais c'est possible de trouver des s'mores dans les restaurants comme *Gotham Bar and Grill* d'Alfred Portale à New York.

Le poulet frit est un plat gras, à l'opposé de la sophistication. Thomas Keller, le chef du meilleur restaurant gastronomique aux Etats-Unis, le *French Laundry* à Yountville, Californie, a ouvert un restaurant temporaire en 2007, *Ad Hoc*, qui sert du poulet frit. Le poulet frit au babeurre (le buttermilk) de Keller est servi tous les deux lundis. *Ad Hoc* était une idée temporaire pour Keller, qui a voulu ouvrir un restaurant des hamburgers après avoir vu le succès des hamburgers de Yoon et de Boulud. Mais son poulet frit et ses autres plats de la cuisine américaine régionale de qualité comme le barbecue et les sundaes pour le dessert étaient très populaires. Aujourd'hui, *Ad Hoc* est un sujet de conversation parmi les gastronomes au même titre que le *French Laundry* à quelque pas. C'est choquant qu'aujourd'hui des plats modestes comme les hot dogs et les

s'mores peuvent être réinventés par des chefs des restaurants gastronomiques. Avec toute cette déformalisation de la haute cuisine, l'atmosphère des restaurants a changé aussi entre le milieu du vingtième siècle et aujourd'hui.

## VI: La Déformalisation de l'Atmosphère et le Service Dans la Salle à Manger

Un restaurant est une mise scène où pour quelques minutes ou quelques heures l'intrigue de la pièce se passe. Comme une pièce, il y a des personnages, un décor, de la musique, des lumières, et les parties de l'intrigue qui se développent dans les plats, les conversations (ou pas de conversations) aux tables, et tous les autres événements d'un spectacle vibrant. Au théâtre, les acteurs peuvent oublier leurs lignes. Au restaurant, le chef peut cuire le saumon dix secondes de trop. Le vin rouge à la table dix-neuf peut être trop vieux. Le gentilhomme à la table trois peut être trop soûl après trois kirs. Une partie de six arrive avec seulement quatre personnes. Au tournant du siècle, ce n'est pas juste la haute cuisine qui a disparu, c'est toute la formalité, des restaurants, de la salle à manger, au service, et à la manière faire marcher un restaurant, qui a changé pour une direction décontractée.

De l'époque d'Escoffier aux années où la famille Kennedy mangeait de la haute cuisine au *Pavillon* quand Pierre Franey était le chef, il y avait une ambiance de calme et de luxe dans la salle à manger. Le restaurant traditionnel en France était somptueux avec ses nappes et sa magnifique vaisselle. Tous les restaurants avaient des tables privées et le seul bruit dans la salle était celui de la conversation et de temps en temps un peu de musique classique. Les nouveaux restaurants choisissent aujourd'hui de créer une

ambiance moins formelle pour avoir un restaurant plus abordable à tous et pour économiser de l'argent. Les nappes étaient une règle en effet pour les restaurants de haute cuisine. Ils étaient un symbole de luxe et un symbole de la haute cuisine et du service professionnel.

Maintenant, c'est difficile à trouver un restaurant avec des nappes parce que c'est très cher pour le restaurant de laver beaucoup de nappes et parce que les clients préfèrent une atmosphère moins lourde et les nappes représentent la formalité extravagante. *Alinea*, un restaurant de trois étoiles Michelin, était le meilleur restaurant de l'Amérique du Nord en 2010. Il a reçu le prix annuel de San Pellegrino et du magazine *Restaurant* à Chicago pour sa cuisine très moderne et les prix à 195 dollars par personne. C'est un restaurant pour les occasions spéciales exclusivement, un pèlerinage pour les gourmands. *Alinea* a des peintures avant-garde du style de Pollock et des chaises modernes, plus comme le Centre Pompidou que le Louvre. À *Alinea*, il n'y a pas de nappes blanches. C'est la même chose aux sept *Ateliers de Joël Robuchon* partout dans le monde à Paris, à Las Vegas, à Londres, ou à Hong Kong.<sup>xii</sup>

Robuchon est un chef qui est célèbre pour les purées de pomme de terre avec beaucoup de crème, certainement un élément de la vieille haute cuisine. En 1981, il a ouvert son premier restaurant Jamin dans le seizième arrondissement de Paris. Comme Wolfgang Puck pendant les années dix-neuf cent quatre-vingt, Robuchon a découvert les gloires de la cuisine asiatique et il a mélangé cette cuisine avec la haute cuisine française. Robuchon a aussi découvert l'atmosphère très différente des restaurants asiatiques et a décidé d'ouvrir ses nouveaux restaurants avec sa cuisine de fusion dans ses atmosphères asiatiques. Ses voyages au Japon, où les palais de sushi sont des bars qui ont souvent

moins de quinze places, ont influencé Robuchon et ses ateliers. Son premier atelier à Paris a ouvert en 1996, un événement révolutionnaire dans la ville de la haute cuisine traditionnelle. En 2007, Jane Sigal du *New York Times* a décrit ce grand changement de la manière suivante : « With its stools facing an open kitchen, *Atelier* did away with the traditional wall between cook and diner, making the restaurant one flowing space. »<sup>xiii</sup>

Ces endroits pour manger ne sont pas des restaurants traditionnels. Mais il y a du service, de la cuisine et une ambiance. Plutôt qu'avoir des tables, l'Atelier est comme un bar de sushi avec seulement un bar. Les tables sont nues, le décor est minimaliste, plus comme Warhol qu'un Fragonard. C'est un restaurant mais c'est un atelier aussi. C'est l'atelier d'un artiste où la cuisine est son savoir-faire. Les autres parties de l'expérience ne distraient pas les clients de ce qui est important. C'est un restaurant aux règles décontractées par un chef qui était un des grands chefs de la haute cuisine. Oui, *Alinea* et *l'Atelier de Joël Robuchon* ont des prix de *La Tour d'Argent* ou *Le Bernardin*, mais l'expérience est complètement différente.

La disposition des tables a aussi changé dans de nombreux restaurants. Il y a encore des tables privées pour chaque groupe, mais avec l'évolution de l'informalité de l'art de la restauration, les restaurants ont de plus en plus de tables communes où les clients qui ne se connaissent pas mangent ensemble. Les tables communes ne sont pas une nouvelle idée. Après la découverte du feu, les hommes préhistoriques mangeaient ensemble à côté de feu. Ces hommes n'avaient pas de tables, mais avant la découverte du feu, ils mangeaient seuls quand ils découvraient leur nourriture.<sup>xiv</sup> La table commune est bien sûr aussi une idée des communistes. En Russie pendant l'époque de Lénine les Russes mangeaient ensemble dans les cantines publiques où la population pouvait

discuter les valeurs collectivistes et utiliser les ressources alimentaires limitées de la manière la plus efficace.<sup>xv</sup>

Pour les restaurants aujourd'hui, les tables communes ne sont pas une question politique ou pour cuisiner un repas avec un feu. C'est une question économique et une question de la formalité que les restaurants veulent. Les tables communes créent plus de places. Avec plus de places, il y a plus de revenu. C'est simple. Une partie de la population veut que toute l'expérience au restaurant rappelle l'expérience de la maison. Une table commune se rapproche d'un repas de famille, une grande occasion festive. La différence est que ce repas n'est pas avec une famille. Pour une fraction des clients, ceux qui sont au restaurant font partie de leur famille. C'est un idéal hippie comme le collectif à *Moosewood* qui travaillent ensemble, et aussi communiste et primitif, mais beaucoup de gens depuis 2011 veulent une table moins formelle qui recrée l'atmosphère de la maison et les restaurateurs veulent économiser de l'argent.

Ce n'est pas seulement les tables et le décor de la salle à manger qui ont changé vers une structure moins formelle. Le son a changé de la conversation avec un peu de musique classique vers le concert de rock. Comme les autres symboles de la formalité comme les nappes blanches, un restaurant silencieux est étouffant pour les gens aujourd'hui. Pour se combattre la formalité, les restaurants utilisent la musique bruyante. Beaucoup de restaurants aujourd'hui pensent souvent qu'ils sont des bars ou des clubs et souvent le résultat est que la musique est trop forte pour permettre la conversation. Le restaurant peut décider d'avoir la musique chic pour être à la mode avec les jeunes clients ou le chef peut décider d'avoir un genre de musique spécifique pour compléter ses plats. Les chefs veulent créer l'atmosphère de la maison et la musique est une partie très

importante partie de leur maison. Le bruit des gens et la musique est une partie très importante de l'ambiance d'un restaurant. On peut avoir encore des conversations, si on peut entendre nos partenaires à table.

Les serveurs ont changé aussi avec les changements dans la cuisine, dans la salle à manger, et à table. Les jours de Sirio Maccioni et d'Henri Soulé sont finis où le maître du restaurant était très connu au public. Les restaurants sont définis par la cuisine et le chef est le personnage le plus important et le plus visible du restaurant. La profession du service n'a pas la gloire qu'elle avait avant. Avec le service russe de Soulé et beaucoup de restaurants de la haute cuisine en Europe, le serveur était nécessaire pour les préparations en salle, pour aider les dîneurs avec la carte. Le style russe a créé un cadre pour où les serveurs sont comme les danseurs de ballet. Ils pratiquent la chorégraphie pour débarrasser la table ou apporter les plats de la cuisine.

Les serveurs dans restaurants de la haute cuisine qui portaient des costumes ou des smokings peuvent seulement être vus aujourd'hui dans les vieux cafés comme *Les Deux Magots* et les temples de la gastronomie. C'est facile de trouver un serveur qui porte un t-shirt et des jeans avec un tatouage très visible, qui s'agenouille près de la table et dit son nom comme s'il était votre meilleur ami. Le mur entre le serveur et le dîneur s'est effondré. Autrefois, on allait au restaurant pour manger et pour être servi. Les serveurs servent le public encore mais ce n'est plus la même chose. C'est leur travail et non pas leur profession. L'angoisse pour les serveurs est énorme de connaître la carte, de balancer le temps qu'il faut pour préparer les plats pour la cuisine et les exigences des dîneurs. Le salaire pour les serveurs n'est pas élevé. Les conditions de travail, avec les longues heures et beaucoup de fatigue physique, sont difficiles. Les petits pourboires sont

la récompense des serveurs pour leurs efforts. Malheureusement un problème à la cuisine peut ralentir un repas à une table et par conséquent on accuse le serveur d'être responsable. Les serveurs sont de plus en plus des étudiants qui veulent gagner un peu d'argent et qui n'ont pas d'expérience avec l'organisation d'un restaurant. Il est plus important d'être beau ou belle à l'accueil du restaurant qu'intelligent.

Avec toute cette déformalisation, de plus en plus restaurants n'acceptent pas de réservations. Autrefois, les réservations aidaient à assurer l'organisation du restaurant et le service des clients. Maintenant avec tous les restaurants avec des tables communes et une atmosphère moins formelle, les réservations ne sont souvent pas acceptées. Il y a souvent du chaos dans les restaurants populaires, comme dans une scène de combat. C'est une question difficile pour les restaurants. D'un côté les gens veulent s'assurer qu'ils peuvent manger à un restaurant. De l'autre, les réservations créent beaucoup d'espace vide ; il y a les personnes qui viennent et celles qui ne viennent pas. *Father's Office* a résolu ce problème avec une politique sans réservations et sans hôte. Le résultat à *Father's Office* est qu'il faut se battre pour une table. C'est un sport de contact comme un match de football américain selon Jonathan Gold mais beaucoup de monde y mange tous les soirs.<sup>xvi</sup> C'est une idée du service très différente de celle de Henri Soulé à l'époque de la haute cuisine.

C'est un grand risque économique pour les restaurants d'accepter les réservations. C'est aussi un grand risque pour le public de manger à des restaurants qui n'acceptent pas de réservations.

Le grand problème pour les clients des restaurants qui n'acceptent pas les réservations est le temps d'attente pour avoir une table. Mais cette déformalisation de

l'expérience du restaurant a changé la clientèle des restaurants qui est plus jeune, plus enthousiaste, et plus disposée à attendre.

## VII : La Nouvelle Clientèle

Les jeunes ne veulent pas la vieille tradition de la haute cuisine et aussi ils veulent de l'activité au restaurant. Souvent les jeunes veulent une scène avec la cuisine. Les jeunes qui ont connu le « Food Network » toute de leur vie connaissent les ingrédients comme la mâche ou la grenade. Avec tous les programmes de télévision sur les restaurants, les blogs et le mouvement bio, la passion de la nouvelle génération pour les restaurants n'a jamais été aussi grande.

Ils connaissent bien les fermes qui produisent les légumes, les herbes et les fruits exotiques des restaurants. Le Ranch Niman du nord de la Californie est un synonyme pour la viande de la haute qualité. Les restaurants partout aux Etats-Unis servent des plats de viande pour vingt ou trente dollars, mais aussi, *Chipotle*, la chaîne de plus de mille restaurants de burritos de la restauration rapide utilisent la viande de Ranch Niman. *Chipotle* est de la bonne restauration rapide parce qu'il choisit bien les fermes d'où provient la viande qu'il sert. Cette idée aura été inconnue auparavant, mais *Chipotle* est bien considéré par la nouvelle génération à cause de la qualité de sa viande. *Chipotle* est un restaurant rapide mais aussi gastronomique, un mélange entre *McDonald's*, *Chez Panisse*, et la cuisine fusion. *Chipotle* est un très bon exemple des goûts des jeunes maintenant.

Les jeunes préfèrent les bons restaurants. La haute cuisine était seulement pour les adultes de l'aristocratie. Aujourd'hui les familles mangent au restaurant plus souvent et

les jeunes adultes sont plus passionnés de bonne cuisine. Si les enfants mangent au restaurant une fois par semaine aujourd'hui et savent ce qu'est une flambée, et un pinot noir à l'âge de sept ans, imaginez la fervente passion des jeunes adultes dans dix années. De plus en plus, les mères travaillent et de plus en plus de familles n'ont pas assez de temps pour faire des repas de qualité. C'était le cas avant, mais il n'y avait pas la passion pour les bons repas. Les familles acceptaient les repas de la restauration rapide et les repas congelés. Aujourd'hui, les familles veulent bien manger. Les familles vont au restaurant même les jours d'école pour les enfants. La plupart des restaurants ne sont pas exclusivement pour les hommes d'affaires ou les couples pour des dîners romantiques. Les restaurants sont souvent encore trop chers pour l'Américain moyen. Cependant, à travers le monde, l'expérience du restaurant est devenue beaucoup plus abordable et moins formelle.

La présence d'enfants change tout dans un restaurant. L'atmosphère est moins lourde et moins intime. La pression est moindre sur la cuisine parce que les enfants ne sont pas très sophistiqués. C'est la raison pour laquelle les chaînes à thème comme le *Rainforest Café* avec ses animaux et son atmosphère de jungle sont parfaites pour les familles. En 2011, c'est possible de trouver les familles avec les enfants dans les restaurants deux ou trois étoiles. Ces familles aiment avoir cette expérience magique de ces restaurants ensemble mais aussi offrir à leurs enfants une expérience unique.

La passion du restaurant est là avec la nouvelle génération. Le respect du repas au restaurant sans distractions technologiques est une autre chose. Aujourd'hui il est impossible de ne pas voir un mobile ou un blackberry partout dans la vie, et les restaurants ne sont pas une exception. Les technologies interrompent les repas depuis que

la télévision a été introduite dans les années dix-neuf cent cinquante. À cette époque-là, les parents se battaient contre les programmes de télé pour avoir un dîner en famille sans autres distractions. C'est la même bataille aujourd'hui dans les restaurants ; une partie de la clientèle veut une salle à manger sans distractions et les autres clients veulent utiliser leurs mobiles pour s'amuser ou pour leurs entreprises. Les couples peuvent avoir un repas romantique sans discussion, mais ils ne se parlent pas. Ils envoient des textos à d'autres avec qui ne sont même pas au restaurant. Avec les sonneries et les conversations des mobiles, la tranquillité d'un restaurant est détruite. Souvent les gens vont au restaurant pour trouver un refuge sans technologies. En 2011, il est presque impossible d'échapper aux sonneries et les conversations des mobiles ou de ne pas voir des gens en train de faire quelque chose sur leur blackberry.

Avec l'arrivée de l'internet et les téléphones mobiles, le restaurant est devenue un studio où on prend des photos. Les flashes sortent de partout, et sont une distraction pour les autres tables parce qu'un dîneur veut cette photo pour son blog. Les plats sont froids après les cinq minutes qu'ils restent à la table parce qu'un dîneur veut le meilleur angle pour prendre une photo du canard avec une sauce à la mangue. Avant les blogs et les guides d'internet comme Yelp !, c'était seulement les écrivains pour les journaux et les magazines comme Claiborne et Virbila qui pouvaient décider les mérites d'un restaurant. Aujourd'hui tout le monde peut être un critique. Si les dîneurs veulent prendre beaucoup de photos et regarder l'écran de leurs téléphones mobiles, il n'y a pas de raison pour que les restaurateurs utilisent leur argent pour créer une ambiance.

Pour cette nouvelle clientèle, il est impossible aujourd'hui d'ignorer le rôle du média social comme Facebook et Twitter dans la vie. Les chefs ne peuvent pas ignorer

cette importance aussi. Avant ces nouvelles inventions de la technologie, le chef était une figure silencieuse dans sa cuisine, un homme mystérieux dans son costume blanc et sa toque. Avec Twitter, le public veut avoir plus d'informations. Les restaurants utilisent ces médias sociaux pour mieux communiquer avec les clients. Cela va dans les deux sens : les chefs peuvent se vendre plus directement et les gens peuvent communiquer plus directement avec les chefs et dire que le steak tartare était horrible au chef. Le chef du restaurant *Cube* à Los Angeles « tweet » les nouveaux produits qu'il découvre au marché.<sup>xvii</sup> Les chefs peuvent afficher des nouvelles cartes sur Facebook ou montrer des photos sur Tumblr. Le rapport est plus proche à cause des médias sociaux. Les restaurants secrets, les « pop ups », et les camions de cuisine sont les enfants de la révolution du Twitter et du Facebook et marquent le déclin de la formalité des restaurants.

Les serveurs jouaient un rôle important dans l'expérience de la haute cuisine, mais une autre nouvelle technologie a changé le rôle des serveurs. L'invention de l'ipad par Apple a déclenché la révolution technologique des cartes et des cartes des vins. L'ipad est facile à utiliser pour les clients et le restaurant. C'est commode pour le restaurant de changer la carte si les choses ne sont pas disponibles et c'est moins cher pour le restaurateur qu'un vrai sommelier. L'ipad peut montrer beaucoup plus d'information sur les ingrédients et les vins. Il peut montrer les photos des plats pour aider les clients. Les personnes qui sont contre la technologie pensent qu'elle ne peut pas remplacer l'avis et l'importance de l'interaction avec un vrai serveur ou un vrai sommelier. Mais la tendance aujourd'hui est d'ajouter de plus en plus de gadgets technologiques dans les restaurants.

La déformalisation des restaurants permet au public de bien manger et de se détendre plusieurs soirs par semaine. Pour être plus confortable, le code vestimentaire des restaurants est maintenant très détendu. Kuh dit que pendant les années dix-neuf cent cinquante : « Les hommes portaient des costumes de flanelle grise. Les femmes portaient des chapeaux. Aller dîner était toujours une occasion spéciale en Amérique» pendant les années dix-neuf cent cinquante.<sup>xviii</sup> Un dîner au restaurant était comme un soir au théâtre. C'était un événement. Les gens mangeaient plus souvent au restaurant parce qu'ils travaillaient plus et n'avaient pas de temps de cuisiner. Aujourd'hui, on lit les emails sur les blackberries au restaurant parce que le restaurant est une extension du bureau. L'esprit du restaurant a changé parce que les coutumes de ses nouveaux jeunes clients ont changé.

#### VIII : Les Nouvelles Idées du Rapport Entre les Boissons et de la Cuisine au Restaurant

On allait au restaurant pour manger et pour avoir une interaction avec des personnes à la table, les serveurs et pour être servi. Il y a encore dans les grandes villes quelques temples de la haute cuisine où le restaurant est une vraie expérience. Mais le monde n'est pas le même pour les restaurants. Ce n'est pas que le restaurant est mort. Les restaurants n'ont jamais été aussi populaires qu'aujourd'hui. Les chefs et les restaurateurs ont créé de nouvelles formes de restauration comme les bars pour satisfaire les désirs du public de bien manger de manière moins formelle.

Les restaurants génériques ont trouvé une place importante aux Etats-Unis. Les cartes souvent ont le même aspect. Les chaînes sont partout et les mêmes à Cleveland ou à Las Vegas. Ces restaurants sont sans créativité et sans âme. Ils existent pour un but

lucratif. L'*Olive Garden* veut être comme une trattoria en Italie mais il n'est pas proche de la cuisine ou de l'atmosphère d'une trattoria en Toscane. Les chaînes comme l'*Olive Garden* et le *Rainforest Cafe* veulent être une réplique d'un autre monde que les Américains adorent à Las Vegas. Heureusement, la passion de la nouvelle génération pour la bonne cuisine et contre les grandes entreprises impersonnelles a créé des nouvelles formes de restauration très distinctes. Les restaurants des chefs sont petits, créatifs, et très personnels à l'opposé des grandes chaînes.

Il n'y a pas un genre de restaurant plus confortable que le pub en Angleterre. Avec les jours incessants de pluie, les Anglais se rassemblent pour boire une pinte de bière. C'est un espace pour boire et souvent un endroit où on peut discuter des nouvelles du jour. Autrefois, la cuisine des pubs était horrible avec des plats congelés comme le poisson et les frites. Les pubs étaient un monde à part, mais en 1991, le pub l'*Eagle* à Londres a décidé que les clients voulaient une cuisine plus raffinée. Cette idée a défini un des termes les plus déroutants de la restauration aujourd'hui : le gastropub.

Le mot est facile à comprendre. Un pub est un endroit pour boire et discuter et « gastro » représente la gastronomie. Mais les règles finissent là. Lesley Suter, la rédactrice de la rubrique restaurants pour le magazine *Los Angeles*, une ville avec beaucoup de gastropubs mais sans la pluie de Londres, pense que les autres règles sont que le gastropub vend des bières artisanales et des plats plus raffinés comme le hamburger du *Father's Office* et un macaroni avec des fromages gourmands comme le brie ou le chèvre.<sup>xix</sup> À New York, le plus vieux et le plus célèbre gastropub est le *Spotted Pig* où on peut boire une bière innovante comme le « Six Points Chocolate Rye Porter » et en même temps manger le hamburger artistique et magnifique avec du roquefort du chef

April Bloomfield. C'est un chef-d'œuvre de hamburger. Cependant, Bloomfield fait griller une cuisse d'agneau du Colorado avec de chimichurri et des panais et une poitrine de porc roulée avec du rutabaga et une salsa verte. À Los Angeles, le gastropub original *Father's Office* sert des hamburgers, mais aussi l'anguille fumée avec de la crème fraîche et un œuf poché. *Waterloo et City* à Los Angeles sert huit types de charcuterie, une terrine de lapin avec des pistaches et des pêches, mais aussi un tartare de thon « yellowtail » avec une sauce de gingembre et d'échalote, et des saucissons d'agneau épicés avec une purée de carottes, des poivres « rouge à lèvres » et du yaourt. Un tartare de thon n'est pas du tout la cuisine des pubs, mais on peut trouver des saucissons dans les pubs traditionnels de Londres. Les cartes des gastropubs sont très flexibles, c'est la qualité des plats et des bières qui est très importante.

Les bières artisanales sont obligatoires comme elles le sont dans l'atmosphère plus communale et vibrante des pubs de la campagne en Angleterre. Un gastropub silencieux n'est pas un véritable gastropub parce que les pubs sont des espaces pour la discussion. Les règles pour les cartes de ces gastropubs sont très lâches. Les chefs des gastropubs ont souvent appris leur métier dans les grandes écoles de cuisine et dans les restaurants gastronomiques. Ils connaissent les techniques et les idées pour créer une cuisine originale. Les chefs des gastropubs combinent les plats quotidiens comme le hamburger avec les oignons et le roquefort dans des plats plus ambitieux mais pas trop compliqués. C'est impossible de donner une définition d'un gastropub. Dans les pubs, la bière et la discussion sont plus importantes. Dans les gastropubs, la bière et la discussion partagent l'espace avec la gastronomie.

Les wine bars suivent la popularité des gastropubs. Ce n'est pas une idée révolutionnaire d'avoir un bon restaurant avec une carte de vins ou un bar qui se concentrent sur les vins qui accompagnent les petits plats de fromage et de charcuterie. Les historiens pensent à *Willi's Wine Bar* à Paris qui a ouvert en 1980 et à l'ouverture de *A.O.C.* aux Etats-Unis par le chef Suzanne Goin et l'expert des vins Caroline Styne pour marquer le début des changements du wine bar. Le nom de *A.O.C.* (Appellation d'Origine Contrôlée) est la première indication que les vins occupent une place centrale. Avec une carte avec des plats comme le riz noir rôti au four de bois avec du calmar et un aïoli au safran, ce n'est pas un wine bar où on ne mange que des fromages. La différence entre le wine bar d'aujourd'hui comme *A.O.C.* et tous les millions de restaurants avec des plats ambitieux et les grandes cartes de vins est ce que le chef pense d'abord. Dans un restaurant normal c'est la cuisine. Dans les wine bars, les chefs créent une cuisine pour les vins. À cause des idées d'innovateurs, comme Goin et Styne, les oenophiles peuvent avoir de grandes dégustations en même temps qu'un dîner magnifique.

Ce n'est pas une surprise que les bars à cocktails aujourd'hui suivent les gastropubs et les wine bars avec une cuisine pour accompagner les cocktails. Ses restaurants ont créé un nouveau terme aussi pour l'importance des ingrédients frais et les boissons faites à la main par un mixologiste. Ces mixologistes ont le dévouement et la créativité d'un chef de restaurant sophistiqué. Les deux restaurants de chef John Rivera Sedlar à Los Angeles, *Playa* et *Rivera*, servent des cocktails artisanaux pour accompagner la cuisine régionale du sud-ouest. Sedlar était un porte-parole pour une compagnie de tequila, ce qui explique que dans ses restaurants, les cocktails sont importants, surtout les cocktails avec la tequila ou le mezca. La haute cuisine n'était pas

créée pour les boissons, mais les gastropubs, les wine bars, et les bars à cocktails font la cuisine pour accompagner les boissons. Pour les mixologistes, les cocktails ne sont pas juste pour le début du repas. Maintenant, la cuisine et les cocktails se renforcent mutuellement.

Les règles du rapport entre les boissons et la cuisine sont moins formelles aujourd'hui et les règles d'une seule carte pour un restaurant ont disparu aussi. Mark Peel et Nancy Silverton de *Campanile* à Los Angeles ont créé l'idée d'un repas à thème. Une fois par semaine, le thème change la carte typique du restaurant pour créer une nouvelle identité du restaurant. À *Campanile*, le thème chaque jeudi est les sandwiches de fromage grillé. C'est un plat plus populaire avec les enfants de six ans qu'avec la clientèle typique de *Campanile*. Cela a attiré une jeune clientèle totalement différente de celle des autres restaurants chaque jeudi soir. Le restaurant a une personnalité six soirs par semaine et une autre une fois par semaine. Ses repas à thèmes sont une fête en effet, où les règles des restaurants sophistiqués sont cassées et les adultes mangent comme s'ils étaient à la maternelle. La tendance a accru et maintenant c'est presque obligatoire pour les restaurants d'avoir un repas à thème.

Un exemple de cette idée est la tendance des dîners en famille et des repas des serveurs par certains nouveaux restaurants. Les dîners en famille sont servis comme la maison, sans choix. Il y a une seule carte et toute la table partage la même carte, souvent à une table commune. Cette idée est très populaire surtout pour les dimanche soirs, le soir des dîners en famille. Le repas du personnel représente le repas décontracté que les chefs et les serveurs mangent ensemble. Les restaurants comme *FnB* et *La Petite Maison* à Phoenix servent la cuisine contemporaine six soirs par semaine, mais pour le repas des

serveurs, ils servent un soir pas semaine du ramen ou des tacos de carne asada. À la fin de la journée, le public désire de temps en temps ce que les chefs mangent. Ferran Adria ne mange pas toujours ses créations exotiques. Le célèbre chef espagnol qui a inventé la gastronomie moléculaire a écrit un nouveau livre en 2010, Cocinar en Casa (La Cuisine à la Maison), avec les recettes des poulets rôtis et les autres recettes simple.<sup>xx</sup> Les repas à thème et les soirs spéciaux, comme les repas en famille et les repas des serveurs, continuent la tendance vers l’informalité. Le restaurant change de personnalité pour un soir.

Les repas à thème et les nouvelles formes du restaurant comme le gastropub ont transformé le rapport entre la cuisine, la boisson, et les clients. Les restaurants secrets et les restaurants mobiles sur des camions vont pousser cette transformation beaucoup plus loin.

### IX. Les Restaurants Qui Existent...De Temps en Temps

Un restaurant secret n’est pas un restaurant parce que ce n’est pas un restaurant officiel. Ainsi il y a des risques, à commencer par le fait que ces restaurants ne sont pas contrôlés par le gouvernement. Ils ne peuvent pas être arrêtés si on trouve un cafard dans la cuisine. Pour les restaurateurs, c’est difficile parce que les clients sont sceptiques et c’est plus difficile pour faire de la publicité pour un restaurant secret parce que ce n’est pas un vrai restaurant. En effet, c’est une fête du dîner chez un chef où les invités sont le public. L’invention de Twitter et de Facebook aide à l’évolution de ces endroits. Un chef peut « tweeter » qu’il fait un repas pour douze personnes avec les tomates de la saison. Dix minutes plus tard le repas est prêt.

C'est une entreprise à risque mais les villes comme Berlin et Buenos Aires ont des scènes prospères de restaurants secrets. À Berlin, l'idée va avec la vieille idée des activités secrètes pour échapper à la police de surveillance pendant les années des Nazis et du communisme. Le premier de ces restaurants à Berlin, le *Rodeo Club*, est situé une fois par semaine dans une ancienne salle de bal.<sup>xxi</sup> À Buenos Aires, une ville connue pour ses parillas de bœuf et le chaos du trafic routier, les restaurants secrets sont des oasis de calme et de cuisine innovante. Dans une ville où le public aime les plats traditionnels, les chefs ne peuvent pas souvent survivre avec des idées nouvelles. Un pionnier des restaurants secrets (qui s'appellent «porte fermée» à Buenos Aires), Dan Perlman, le chef et le propriétaire de *Casa Saltshaker*, a travaillé pendant trente années, six ou sept jours par semaines dans des restaurants où «le client a toujours raison».<sup>xxii</sup> Perlman change le menu pour tous ses dîners parce qu'il a la liberté de préparer ce qu'il veut. Des restaurants secrets travaillent sur un plan personnel et les chefs peuvent faire les plats qu'ils veulent faire.

Les restaurants «pop up» sont des restaurants éphémères. Ils existent un jour ou une semaine et puis ils disparaissent. Souvent, c'est le chef d'un restaurant qui fait un repas un jour ou pendant une semaine à un autre restaurant. Le public sait que le «pop up» existe, ce n'est pas un secret. Cependant Twitter et Facebook sont nécessaires pour indiquer que le «pop up» existe. Le «pop up» est composé d'un chef qui reprend un autre restaurant pour quelques jours et il change totalement la carte et de temps en temps les serveurs et l'atmosphère. C'est comme une exposition au musée d'art où un petit groupe peut toujours voir l'exposition pour une courte période de quelques jours ou de quelques semaines. Ce n'est pas un restaurant. Les chefs peuvent être plus radicaux dans

leurs créations. Ils peuvent montrer la cuisine de leur région aux autres qui ne la connaissent pas. Depuis les deux dernières années, le restaurant de *Meadowood*, qui a trois étoiles Michelin, près de Napa, Californie, a accueilli douze chefs pour créer des repas spéciaux, comme Matt Molina et Nancy Silverton d'*Osteria Mozza* à Los Angeles, et Linton Hopkins, le chef de Restaurant Eugene à Atlanta.<sup>xxiii</sup> Cette année, Thomas Keller, le chef et le propriétaire du *French Laundry*, a prévu de créer un pop up à Londres.

Le *Test Kitchen* à Los Angeles est un des meilleurs exemples des restaurants « pop up » parce que c'est un restaurant sans chef. Le chef change souvent—un chef apparaît et puis un autre arrive. C'est comme l'indique le nom du restaurant, un endroit pour les expositions de chefs. Le critique Jonathan Gold dit que *Test Kitchen* est :

« less a restaurant than it is a club that happens to feature food instead of music, a venue where every night is opening night, the name chef is always behind the range, adrenaline is the drug of choice, and cooking is a performing art. »<sup>xxiv</sup>

Un jour, le chef était un chef de Tijuana, Javier Plascencia. Le prochain chef est Alain Giraud, un chef de Los Angeles avec l'apprentissage traditionnel de la haute cuisine française. L'atmosphère et le service ne sont pas la raison pour laquelle on va au *Test Kitchen*. Les règles des restaurants orthodoxes sont abandonnées et c'est un repas qui est vraiment un test. Le chef est noté. Il mérite un « A » ou peut-être un « D », parfois même un « F ».

C'est intéressant que le plus connu « pop up » est celui de Ludo Lefebvre à Los Angeles, un chef qui a appris la cuisine en France des chefs de la haute cuisine comme Alain Passard et Pierre Gagnaire.<sup>xxv</sup> Puis il s'est installé à Los Angeles où il a gagné beaucoup de prix pour sa cuisine moderne qui mélange les techniques classiques

françaises avec la cuisine nouvelle de la gastronomie moléculaire de Ferran Adria, dans un vieux restaurant traditionnel français à Los Angeles, *L'Orangerie*. C'était complètement avant-garde et fascinant. Ces fans dépendus sont très passionnés, comme les fans d'une équipe de football. Ludo connaît son public et il sait qu'avec cette clientèle, il peut ouvrir un restaurant et réussir. Mais un restaurant devient rapidement obsolète et il comprend beaucoup de choses hors de la cuisine, comme les prix et la publicité, auxquelles un chef ne veut pas faire face. Un chef fait de cuisine. C'est sa passion et son art. La comptabilité n'est pas son art. En 2007, Lefebvre a ouvert *Ludobites*, une série de « pop ups » comme une série de programmes pour ordinateur ou une série de films comme « Star Wars ». Avec ces « pop ups », Ludo peut être plus audacieux sans le risque de perdre des clients de son restaurant. La carte change très souvent et elle tient juste pour quelques semaines. C'est assez court pour ne pas avoir pas assez d'approvisionnement pour la demande. Sans maison, Ludo a besoin de pop up entre des restaurants. Mais avec cette exclusivité, il est plus précieux pour les gourmands. *Ludobites* continue quelques mois par année aujourd'hui et beaucoup d'autres chefs ont suivi Ludo et ont quitté leur travail au restaurant pour créer des « pop ups. »

Avec les « pop ups » et les restaurants secrets, les dîneurs peuvent au moins s'asseoir sur une chaise. Cependant, un restaurant mobile comme les camions servent la cuisine d'un vrai restaurant mais c'est un restaurant portable sans chaises ou tables. Un jour, ce restaurant portable est au centre ville, le lendemain dans les banlieues. On a besoin de chercher sur Facebook ou sur Twitter pour savoir où est le camion. Les camions servent la cuisine depuis le milieu du vingtième siècle comme les tacos pour les ouvriers à Los Angeles. L'idée d'un camion pour servir la cuisine est géniale parce que

ce n'est pas du tout cher. Comme les « pop ups », les camions peuvent changer de location souvent. Alors, ce n'est pas une surprise que Ludo Lefebvre ait ouvert un camion pour son poulet frit magnifique à la lavande et au miel. Pour les camions, il y a des problèmes sanitaires et d'espace parce que c'est un camion tout de même.

Mais aujourd'hui, les camions sont à leur paroxysme partout aux Etats-Unis. Ils sont créatifs et font la cuisine d'un bon restaurant mais avec des assiettes en papier, sans tables, et ils vendent à une fraction du prix des restaurants. Les chefs de qualité aujourd'hui comme Ludo ouvrent des camions et les camions sont presque artistiques avec leurs créations et leurs noms comme *Le Camion des Sandwiches du Fromage Grillé* à Los Angeles et *Le Grand Gai Camion de Glace* à New York. Mais *Kogi* était le premier. *Kogi* est un camion qui fait une cuisine de fusion avec un mélange de tacos, un plat traditionnel mexicain, avec de la viande grillée dans le style coréen. Les tacos coréens sont une parfaite représentation de la ville de Los Angeles et sa population diversifiée. Comme *Ludobites*, *Kogi* s'est connecté par des médias sociaux avec la nouvelle génération qui adore l'idée de la cuisine de qualité servie par un camion.

La restauration s'est libérée de ces anciennes formes. Les restaurants aujourd'hui sont plus abordables. On peut y manger une cuisine simple mais avec des préparations précises et des ingrédients de haute qualité. Qu'est ce qui vient après? Bien sûr, le bien nommé restaurant *Next* à Chicago. C'est la création de Grant Achatz, le chef du *Alinea*. À *Next*, Achatz va changer non seulement la carte mais le thème total du restaurant tous les trois mois. Le premier thème est la France de l'année 1906. C'est pratiquement une pièce du théâtre où l'histoire se passe en 1906 dans la salle à manger de l'Hôtel Ritz à Paris avec Escoffier dans la cuisine, et l'intrigue est les plats.

C'est comme le théâtre aussi parce que Achatz a décidé que les places seraient achetées comme les billets par des spectateurs. À la place d'un billet pour une pièce de Molière, on peut acheter un billet pour Escoffier par Achatz. *Next* mélange les idées d'un « pop up » où la carte du restaurant change souvent et le théâtre.

Est-ce que *Next* est vraiment un restaurant s'il change totalement tous les trois mois et s'il vend des places comme au théâtre? Le débat continue avec toutes ces évolutions du restaurant. Une chose est certaine avec le restaurant de l'année 2011, la formalité a disparu. Les règles sont plus lâches et le service et l'atmosphère plus flexibles. Ce qui n'a pas changé c'est que les gens veulent bien manger. On a besoin de manger au restaurant. Et maintenant, on mange des préparations et des ingrédients jamais vus auparavant.

### La Conclusion

La haute cuisine vit encore en France avec les restaurants comme *Taillevent* et *Lasserre*, des restaurants de luxe qui existent quand Julia Child et James Beard ont dégusté la haute cuisine pour la première fois. C'est une occasion exceptionnelle encore de manger une terrine de canard avec une sauce au grand marnier et un dessert Paris-Brest. La cuisine française est connue partout dans le monde parce qu'elle est délicieuse. C'est une cuisine mythique. Mais avec tous les changements de la culture, la haute cuisine française est passée de mode. L'identité d'un restaurant en 2011 reflète l'ère de la technologie, de l'innovation, des sciences, de la communauté, de l'importance des ingrédients, de la diversité des villes du monde. Ce n'est pas le monde dans lequel ont reçu Beard et Claiborne. C'est un monde où tout le monde peut parler de la cuisine. Tout

le monde peut ouvrir un restaurant ou un camion, pas seulement les chefs avec la formation classique.

Avec ce déclin des règles et de la formalité, la question qui se pose est comme celle qui a été posée lors de l'élection présidentielle dans le débat entre Ronald Reagan et le candidat sortant Jimmy Carter en 1980. Reagan a posé la question suivante : « Est-ce que les Etats-Unis sont mieux maintenant qu'il y a 4 ans? » Est-ce que le monde de la gastronomie est mieux maintenant qu'avant la révolution de la cuisine californienne, la fusion, la révolution des camions, des « pop ups », des gastropubs, de la gastronomie moléculaire, de Yelp !, de Facebook, de Twitter?

Les restaurants ne sont pas un système pour représenter les classes sociales du monde. Ce n'est pas la haute cuisine pour l'aristocratie et les tavernes ou la restauration rapide pour le reste. Les restaurants sont pour le peuple aujourd'hui et ça c'est une bonne chose. Bien sûr il y a des restaurants comme Masa à New York où un repas est trop cher pour la majorité des gens, 500 dollars par personne. On peut y aller une fois par an tout au plus. À l'opposé, les vedettes d'Hollywood et les CEOs mangent souvent les repas des camions avec les ouvriers, les étudiants, et les touristes. Ce n'est pas inacceptable pour quelqu'un de manger à côté de quelqu'un d'autre. Tout le monde apprécie la bonne cuisine pour la même raison qu'on aimait la haute cuisine française de l'époque d'Escoffier : c'est délicieuse.

La cuisine représente nos cultures. Elle parle de l'histoire, des guerres, des triomphes et des tragédies. La plupart des gens ne parlent pas le russe ou le vietnamien, mais tout le monde peut aller en Russie ou au Viêt-Nam et parler à travers les piroshkis, les phos et les banh mis. Quand nous sommes seuls, un repas nous reconforte. Quand

nous avons une grande célébration, la cuisine est présente. Le symbole d'une fête de mariage est le gâteau. Pour le Thanksgiving ? La dinde. Pour le 4 Juillet aux Etats-Unis ? Le barbecue. On vit pour les repas délicieux.

À cause d'Alice Waters, de Wolfgang Puck, de Julia Child, de James Beard, et d'autres, notre génération comprend l'importance de la cuisine comme aucune autre génération avant parce que ces précurseurs ont cassé les règles rigides de la haute cuisine et sa formalité. Il y a encore une petite place pour la formalité mais aujourd'hui on mange au restaurant plus souvent et on veut goûter la cuisine Thaïlandaise, l'éthiopienne, le barbecue, la pizza artisanale et la gastronomie moléculaire. Partout dans le monde les gens quittent leur travail pour vivre leurs rêves dans d'eux nouveaux petits restaurants.

Le restaurant est abordable aujourd'hui. Ce n'est pas seulement avec la communication entre le chef et le dîneur par Twitter. C'est que tout le monde peut manger partout et tout le monde peut savoir ce qu'il y a dans les plats. On surveille ce qu'on mange et où nous mangeons. Michelle Obama, la première dame des Etats-Unis est très active dans les programmes qui aident à améliorer la nourriture de ce pays et elle a commencé un jardin bio à la Maison Blanche. En 2005, le président français Jacques Chirac a dit que la cuisine est si importante que les jeux d'Olympiques devaient se tenir à Paris non à Londres parce que les restaurants sont meilleurs à Paris. Ce n'était pas pour le Louvre ou les jardins ou les arts. C'était pour les bistros et les cafés.

Il est nécessaire de continuer de combattre la tendance des restaurants génériques du monde où les grandes chaînes impersonnelles tuent les petits restaurants innovants des chefs avec leurs formules, leur qualité inférieure, et par conséquent leur repas à bas prix. C'est une lutte, mais l'évidence est partout que la cuisine de qualité gagne. La preuve est

là avec toutes ses nouvelles ouvertures de restaurants partout par des jeunes chefs. La preuve est partout sur l'internet avec tous les blogs et la participation de la clientèle avec les restaurants à travers les médias sociaux. La preuve est dans les marchés des fermiers qui connaissent une renaissance et un regain de popularité, avec cette nouvelle importance des ingrédients frais et locaux. C'est évident aussi quand on voit que les chefs peuvent devenir des vedettes comme les rock stars ou les vedettes de cinéma.

C'est l'âge d'or pour les restaurants. Grâce aux nouvelles technologies, aux chefs innovants, à la globalisation, la qualité des restaurants est supérieure aujourd'hui. Malheureusement, ces technologies et la globalisation ont provoqué le déclin des vieilles traditions de la restauration. Heureusement, le monde est créatif et tout le monde veut toujours bien manger. Ce déclin de la formalité a créé de nouvelles idées qui représentent un progrès pour cette génération des années deux mille et les générations futures. À votre santé et bon appétit !

---

<sup>1</sup>James Beard, *New Fish Cookery* (New York: Little, Brown, and Co., 1987).

<sup>2</sup>Frank J. Prial, "Pierre Franey, Whose Lifelong Love of Food Led to Career as Chef and Author, Dies at 75," *New York Times*, October 16, 1996, <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9402E4D71431F935A25753C1A960958260>.

- 
- iii Pierre Franey, *The New York Times 60 Minute Gourmet* (New York: Clarkson Potter, 1979).
- <sup>4</sup> Patric Kuh, *The Last Days of Haute Cuisine* (New York: Viking, 2001), 106.
- <sup>5</sup> Gaylord Nelson, Earth Day '70: What It Meant, <http://www.epa.gov/history/topics/earthday/02.htm>.
- <sup>6</sup> Moosewood Restaurant, <http://www.moosewoodrestaurant.com/aboutus.html>.
- <sup>vii</sup> Roy's Restaurant, [http://www.roysrestaurant.com/about/roy\\_yamaguchi.asp](http://www.roysrestaurant.com/about/roy_yamaguchi.asp).
- <sup>viii</sup> Lesley Suter, personal telephone interview with author, February 18, 2011.
- <sup>ix</sup> About Daniel Boulud, <http://www.danielnyc.com/aboutDB.html>.
- <sup>x</sup> Pizzeria Mozza, <http://www.laweekly.com/locations/pizzeria-mozza-116837/>.
- <sup>xi</sup> Frank Bruni, "Thinking Outside the Circle," *New York Times*, April 8, 2009, <http://www.nytimes.com/2009/04/08/dining/reviews/08rest.html>.
- <sup>xii</sup> Le Monde de Joël Robuchon, <http://www.joel-robuchon.net/>.
- <sup>xiii</sup> Jane Sigal, "The Chef: Joël Robuchon; Three Fish Walk Into a Bar," March 28, 2007, <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9D04E4DD1330F93BA15750C0A9619C8B63>.
- <sup>xiv</sup> Felipe Fernández-Armesto, *Near a Thousand Tables: A History of Food* (New York: Free Press, 2002), 11.
- <sup>xv</sup> Mauricio Borrero, *Food in Russian History and Culture*, eds. Musya Glants and Joyce Toomre (Bloomington, IN: Indiana University Press, 1997), 163.
- <sup>xvi</sup> Father's Office, <http://www.laweekly.com/locations/fathers-office-114904/?src=likeme>.
- <sup>xvii</sup> S. Irene Virbila, personal interview with author, February 18, 2011.
- <sup>xviii</sup> Patric Kuh, *The Last Days of Haute Cuisine* (New York: Viking, 2001), 1.
- <sup>xix</sup> Lesley Suter, personal telephone interview with author, February 18, 2011.
- <sup>xx</sup> Anya von Bremzen, "Fast Times With Ferran Adrià," *Food and Wine*, <http://www.foodandwine.com/articles/fast-times-with-ferran-adria>.
- <sup>xxi</sup> Gisela Williams, "Head's Up- Berlin's Hidden Restaurants," *New York Times*, June 14, 2009, <http://travel.nytimes.com/2009/06/14/travel/14headsup.html>.
- <sup>xxii</sup> Dan Perlman, personal email interview with author, March 31, 2011.
- <sup>xxiii</sup> Wine and Food Events at Meadowood Napa Valley, <http://www.meadowood.com/events/>.
- <sup>xxiv</sup> Jonathan Gold, "Test Kitchen: Never-Ending Experiment," *L.A. Weekly*, August 26, 2010, <http://www.laweekly.com/2010-08-26/eat-drink/test-kitchen-never-ending-experiment/>.
- <sup>xxv</sup> About Chef Ludo Lefebvre, <http://www.ludolefebvre.com/about>.

---

## La Bibliographie

1. About Chef Ludo Lefebvre. <http://www.ludolefebvre.com/about>.
2. About Daniel Boulud. <http://www.danielnyc.com/aboutDB.html>.
3. Andrews, Colman. *Ferran: The Inside Story of El Bulli and The Man Who Reinvented Food*. New York: Gotham Books, 2010.
4. Beard, James. *New Fish Cookery*. New York: Little, Brown, and Co., 1987.
5. Bernstein, Eckhard. *Culture and Customs of Germany*. Westport, CT: Greenwood Press, 2004.
6. Borrero, Mauricio, *Food in Russian History and Culture*, Edited by Musya Glants and Joyce Toomre. Bloomington, IN: Indiana University Press, 1997.
7. Father's Office. <http://www.laweekly.com/locations/fathers-office-114904/?src=likeme>.
8. Fernandez-Armesto, Felipe. *Near a Thousand Tables: A History of Food*. New York: Free Press, 2002.
9. Finkelstein, Joanne. *Dining Out: A Sociology of Manners*. New York: New York University Press, 1989.
10. Forster, Robert and Orest Ranum, eds. *Food and Drink in History*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1979.
11. Franey, Pierre. *The New York Times 60 Minute Gourmet*. New York: Clarkson Potter, 1979.
12. Gold, Jonathan. "Test Kitchen: Never-Ending Experiment," *L.A. Weekly*, August 26, 2010. <http://www.laweekly.com/2010-08-26/eat-drink/test-kitchen-never-ending-experiment/>.
13. Heine, Peter. *Food Culture in the Near East, Middle East, and North Africa*. Westport, CT: Greenwood Press, 2004.
14. Ishige, Naomichi. *The History and Culture of Japanese Food*. London: Kegan Paul, 2001.
15. Kamp, David. *The United States of Arugula*. New York: Broadway Books, 2006.
16. Kuh, Patric. *The Last Days of Haute Cuisine*. New York: Viking, 2001.

- 
17. Le Monde de Jöel Robuchon. <http://www.joel-robuchon.net/>.
  18. McIntosh, Elaine N. *American Food Habits in Historical Perspective*. Westport, CT: Praeger, 1995.
  19. Moosewood Restaurant. <http://www.moosewoodrestaurant.com/aboutus.html>.
  20. Nelson, Gaylord. Earth Day '70: What It Meant. <http://www.epa.gov/history/topics/earthday/02.htm>.
  21. Pizzeria Mozza. <http://www.laweekly.com/locations/pizzeria-mozza-116837/>.
  22. Prial, Frank J.. "Pierre Franey, Whose Lifelong Love of Food Led to Career as Chef and Author, Dies at 75," *New York Times*, October 16, 1996, <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9402E4D71431F935A25753C1A960958260>.
  23. Root, Waverly, and Richard de Rochemont. *Eating in America: A History*. New York: Ecco Press, 1976.
  24. Roy's Restaurant. [http://www.roysrestaurant.com/about/roy\\_yamaguchi.asp](http://www.roysrestaurant.com/about/roy_yamaguchi.asp).
  25. Sigal, Jane. "The Chef: Jöel Robuchon; Three Fish Walk Into a Bar," March 28, 2007. <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9D04E4DD1330F93BA15750C0A9619C8B63>.
  26. Vasey, Daniel E. *The Pub and English Social Change*. New York: AMS Press, 1990.
  27. Von Bremzen, Anya. "Fast Times With Ferran Adrià," *Food and Wine*. <http://www.foodandwine.com/articles/fast-times-with-ferran-adria>.
  28. Warde, Alan, and Lydia Martens. *Eating Out: Social Differentiation, Consumption, and Pleasure*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press, 2000.
  29. Williams, Gisela. "Head's Up- Berlin's Hidden Restaurants," *New York Times*, June 14, 2009. <http://travel.nytimes.com/2009/06/14/travel/14headsup.html>.
  30. Wine and Food Events at Meadowood Napa Valley. <http://www.meadowood.com/events/>.