

∴ LA CUISINE POUR ENFANTS
✿ INFLUENCES DE
LETHU ✿ BIEN CHOISIR
SON RÉSEAU DE FRANCHISE
✿ READANDCOOK.COM

Table & cadeau

L'art de vendre, du culinaire à la déco

* Dossier :
**Le *design*
se met aux
verres**

521

Mai-juin 2011



L'exposition « Food Design, aventures sensibles » qui se tient au Lieu du Design, à Paris, jusqu'au 30 avril, met en scène le parcours de six jeunes *designers* déjà partis explorer le vaste monde alimentaire. Parmi eux, Germain Bourré, à l'origine de nombreuses créations qui s'apparentent au *design* culinaire. Une forme du *design* encore méconnue et qui suscite pourtant un intérêt grandissant tant sur le plan économique que créatif.

Germain Bourré

À la croisée des chemins

Si le *design* culinaire n'est qu'une facette du *design* parmi tant d'autres (ndrl : design d'intérieur, d'objets, industriel...), il offre d'énormes perspectives, tant sur le plan économique que créatif. D'ailleurs, les *designers* et les industriels, issus de l'agroalimentaire ou pas, commencent à s'y intéresser de plus près. Le *design* culinaire est le fruit d'une collaboration entre un professionnel issu de la restauration (chef pâtissier, chef cuisinier ou encore œnologue) et un *designer*. « *Ma première mission est de poser les bonnes questions afin de les aider à définir leur quête identitaire : les valeurs de leur cuisine, la marque de fabrique de leur établissement...* », explique Germain Bourré. Ensuite, la créativité du tandem va se nourrir de la matière première, l'aliment de base de la recette. « *C'est là que les barrières tombent ! Car, même si je ne la travaille pas avec la même dextérité et le même talent, j'aime cette matière première autant qu'eux.* » Autre point commun entre le *designer* et ces artistes des métiers de bouche : « *La base de nos métiers repose sur la recherche de l'exercice de style. L'un sur les saveurs, le goût, la texture des aliments, l'autre, sur le formel. Et*

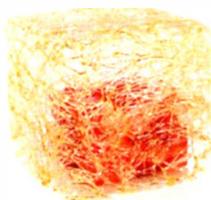
les deux doivent trouver une résonance dans un projet unique », confie Germain Bourré. Par exemple, la maison Veuve Clicquot fait appel à lui et à plusieurs autres grands noms de la gastronomie française, dont Philippe Etchebest, chef de L'Hostellerie de Plaisance à Saint-Émilion, dans le but de promouvoir ses millésimes 2002. Le *designer* crée alors un contenant qui prend la forme de trois gouttes de champagne comme suspendues dans l'air. « *Mais si l'expérience gustative, soit un jeu sur les différentes textures de l'aliment, n'avait pas été fidèle à la vision du plat, la création n'aurait alors pas été porteuse de sens.* » Et dans ce cas, « *mieux vaut ne pas créer d'objet. Car un objet pollue toujours l'atmosphère. Autant que cette pollution soit bénéfique !* » En attendant, Levintage time & Philippe Etchebest (c'est le nom du produit), qui à l'origine ne devait rester que deux mois à la carte est, deux ans plus tard, toujours proposé par le restaurateur. Preuve que le *design* culinaire est sorti du carcan de la création éphémère pour s'inscrire dans une durée ! Une réalité devenue possible, grâce à l'intégration des problématiques liées aux cuisines des chefs (temps de dressage du plat, stockage des

pièces dans le lave-vaisselle, rangement, etc.) dans le process de *design* du contenant. « *Dans le design culinaire, la cuisine est au cœur de la conception de l'objet. C'est une vraie différence avec la création de produits industriels où les contraintes portent davantage sur la fabrication de masse.* » Néanmoins, Germain Bourré devra bientôt se confronter aux deux, et ainsi satisfaire les besoins d'un industriel en chocolat qui a fait appel à lui pour commercialiser ses nouveaux produits. Ce qui lui fait dire que « *le design culinaire est en train de se démocratiser* ». Aujourd'hui, Germain Bourré réalise près de 50 % de son chiffre d'affaires avec cette activité. Mais, pour autant, il n'entend pas abandonner le *design* d'objet et d'espace, deux secteurs qu'il travaille aussi dans son studio depuis 2005. Une équipe venue de divers horizons, des architectes, des graphistes, des *designers*... Une croisée des chemins qu'il qualifie de « *force créative* ». « *Mes projets d'architecture d'intérieur ou de design produit nourrissent mes conceptions dans le design culinaire. Sans eux, je n'aurais plus rien à apporter à la gastronomie* », conclut-il.

● AUDREY CHAUSSALET



28





© Patrick Lazic



29