

CAHIER D'INSPIRATIONS

laissez-vous inspirer



le paradoxe du temps

CercleV 
PARTENAIRE VALRHONA

n°06



Gamme de cloches en chocolat qui explore l'aptitude tant redoutée du chocolat à capter les odeurs et saveurs ambiantes. Projet en cours de développement avec William Frachot Chef de L'Hostellerie du Chapeau Rouge à Dijon.

Nourrir la forme

En tant que designer, comment abordez-vous la pression du temps ?

« Du bon usage de la lenteur » (Pierre Sansot) est un livre sur lequel je reviens régulièrement qui va à l'encontre de beaucoup d'habitudes de la société actuelle. Néanmoins, j'ai le sentiment qu'il y a un début de prise de conscience sur le fait que les projets peuvent demander du temps, que le temps peut être aussi un gage de qualité. En tant que designer, on lutte énormément pour faire comprendre l'importance de la maturité des choses. J'essaie de semer l'idée qu'il faut donner du temps aux choses pour qu'elles se fassent correctement. Quand on rencontre un client sur un projet, il faut prendre le temps d'écouter, d'observer les outils de travail mais aussi la philosophie qui s'en dégage car cela génère beaucoup d'idées pour nous.

Ces temps d'observation sont ils fondamentaux ?

Pour moi, la moitié de l'écriture est faite dans ce temps indispensable d'observation.

J'ai grandi à Blois et je suis très influencé par les temps d'observation de Léonard De Vinci. Dans ses nombreux carnets, il répertoriait les constats qu'il faisait chaque jour. Toutes les pages sont riches d'enseignements. Par exemple sur l'écoulement de l'eau, il va raconter ce qu'il voit et parler de tous les détails qui le saisissent, l'aspect de l'eau à sa surface, du vent qui la trouble, etc. et à partir de ces premières observations, il cherche à comprendre les causes, le pourquoi des choses. Je suis très influencé par cette manière d'apprendre. Ces carnets sont un hommage au temps, à ce temps nécessaire d'observation...

Qu'apportent-ils au projet ?

Un des rôles du designer doit être d'apporter du recul à un client, capter différents univers, différents champs d'action. Tous ces temps d'imprégnation nous permettent de digérer, de faire la synthèse entre les attentes et notre propre recul. Pour ma part, je suis en permanence dans un faux rythme. J'ai toujours l'impression d'avoir une partie de moi qui s'oblige à travailler très lentement et une autre qui va venir puiser au bon moment les ponctuations qui génèrent des idées.

Vous menez des projets de design culinaire, quels sont les temps qui rythment ce travail particulier ?

Cela se déroule dans un processus assez similaire à celui du design plus traditionnel. Il y a un premier temps de rencontre. J'ai trois typologies de clients

dans ce domaine. Les intermédiaires comme Veuve Clicquot qui souhaitent magnifier leurs produits dans une rencontre entre chef et designer. Il y a des clients qui n'ont pas de lien direct avec l'univers de la bouche mais qui me commandent une création sur un moment bien spécifique, un cocktail par exemple en lien avec l'histoire de leur marque ou leur produit. Et puis il y a les chefs qui viennent me voir directement et qui me demandent une aide dans la collaboration.

Quel que soit le type de client, le premier temps est toujours celui de l'écoute et de l'observation. C'est un temps où j'écris, je photographie, je dessine. Quand je présente une idée, elle doit toujours être écrite. Le dessin est important certes, mais le cheminement est primordial. Quand on parle du temps, c'est ce cheminement qu'il me tient à cœur de communiquer. Dans le dessin il peut y avoir une forme d'incompréhension, il faut alors comprendre ce qui guide les idées. Avec les chefs, le temps d'observation se fait dans leur cuisine. Je regarde le nombre de personnes qui y travaillent, j'observe les outils, les moules, afin de cadrer les idées, car toutes les machines ne peuvent pas produire tous les dessins. C'est sur cette base que je discute avec eux. On échange, on se questionne, on met à plat les envies qu'on essaie d'écrire pour partir sur une base commune. Si je n'arrive pas à écrire en une phrase ce que je cherche, je pourrais lancer tous les dessins, je ne parviendrais pas pour autant à choisir. Le fait de s'imposer une rigueur dans ce qu'on cherche permet d'avancer et de valider les choix. Les chefs font régulièrement cet exercice dans leur cuisine. Ils savent très bien ce qu'ils cherchent et ont un produit en tête. Ils savent aussi écarter les mauvaises pistes. En revanche, entre l'image et le sens même de ce qu'ils font au-delà du produit, il y a parfois un grand écart. C'est là qu'on peut intervenir dans un premier temps, en rapportant le visuel en lien avec le gustatif. La différence entre un plat « traditionnel » et un plat issu de la collaboration avec un designer se retrouve dans ce cheminement. Un processus qui va nourrir tous les autres plats du cuisinier. C'est aussi cela le rôle du designer culinaire quand il arrive dans une entreprise ou chez un artisan, éclairer de manière globale, ouvrir de nouvelles fenêtres de réflexion.

Votre collaboration avec Veuve Clicquot était un hommage au temps.

Veuve Clicquot m'a commandé des concepts pour des dégustations sur la gamme millésimée.



Germain BOURRÉ

En tant que designer,

Germain Bourré a une passion pour la forme.

En tant qu'épicurien, Germain Bourré a une passion pour la gastronomie.

Depuis près de 10 ans, il tente régulièrement de croiser ses passions pour donner

à la discipline émergente du design culinaire toute

sa légitimité. De l'éphémère d'un plat

à l'éternité d'une émotion, Germain Bourré

nous raconte comment (re)donner

du sens à l'assiette par la forme.

Germain Bourré
64, Bd de Charonne
75020 Paris

+33 (0)1 43 48 93 05
+33 (0)6 62 85 47 38
www.germainbourre.com
contact@germainbourre.com



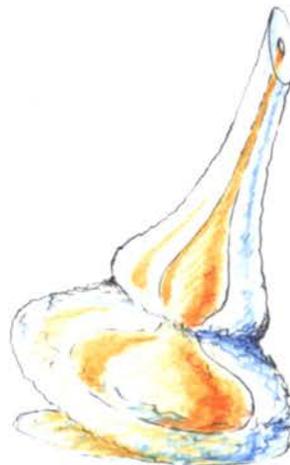
On était sur des vins qui, par définition, ont un lien très intime avec le temps, avec l'attente de la bonne année (on ne millésime pas toutes les années). On est dans un rapport avec le temps très palpable mais aussi complètement ingérable. Les saisons défilent, on pense que les conditions sont idéales pour millésimer et puis d'un seul coup, l'été n'est pas aussi chaud que prévu, la concentration ne se fait pas comme il faut dans le raisin et on ne millésime pas.

Cette notion d'attente de la bonne année, c'est une chose qu'il me plaît de retranscrire en cuisine. Je suis allé puiser dans d'autres univers, d'autres outils pour m'inspirer. La fabrication d'un cierge, par exemple, peut être infinie. Il faut tremper une ficelle dans la cire chaude et la sortir. Progressivement, la cire refroidit, elle se fige sur la ficelle, cela explique la forme légèrement conique des cierges. Ces gestes là peuvent être reproduits autant de fois qu'on le souhaite. Au fur et à mesure, le diamètre du cierge augmente. C'est exactement le genre d'artifice que j'aime employer, c'est à dire aller vraiment chercher des usages ou des images venus d'un autre univers et qui vont rendre palpable cette notion de temps. J'ai donc demandé à Philippe Etchebest si on pouvait travailler un dessert autour de cette idée-là. Les pâtisseries ont fait des trempes successives dans des chocolats différents et on a fini par obtenir des bâtons de chocolat avec différentes strates de chocolat visibles. C'était une manière d'aborder cette notion de temps par rapport au vin quand on dégustait ces plats. En cuisine, on savait quand commençait la préparation de ce dessert mais on l'arrêtait seulement quand la proportion du bâton nous convenait. Dans ce genre de processus, on est dans un rapport intime avec le temps. Il faut arrêter au bon moment !

Le chocolat, une matière que vous aimez aborder...

La pâtisserie en général est le domaine que j'ai abordé en dernier parce que c'est un domaine de dessin par excellence. La pâtisserie, c'est la forme, c'est le moule, le dessin est toujours très présent. J'ai commencé à travailler sur le chocolat en exposant au Salon du Chocolat avec d'autres designers sur une sorte de démonstration du rapport que le designer pouvait entretenir avec le chocolat. Cela a donné naissance aux cloches à saveur. Au départ, j'ai une approche assez technique de la matière. Pour moi, tout bon chef aujourd'hui sait ce qu'il se passe au niveau moléculaire quand il cuisine. À force de questions et d'observation, j'ai pris un chemin qu'un chocolatier n'aurait jamais pris.

Une des caractéristiques du chocolat est de capter les odeurs environnantes, quelque chose de très redouté par les professionnels. J'ai proposé de prendre le contre-pied et de jouer avec cette caractéristique pour en faire une qualité. On avait trouvé l'axe d'écriture. Le reste s'est fait naturellement, on allait réaliser une cloche en chocolat sous laquelle on laisserait infuser du tabac, de la coriandre, des épices... Mais il fallait que la finesse soit exceptionnelle pour permettre au chocolat de bien infuser, un peu comme un pétale de fleur, ce qui orientait la forme de la cloche, un dessin assez naturel, floral. Ce n'était pas possible pour la réalisation du moule, avec les techniques d'aujourd'hui. Nous avons donc trouvé des artifices pour y parvenir grâce à un moule extrêmement fin en silicone qui se déroule sur le chocolat. Nous sommes parvenus à obtenir un chocolat de la finesse d'un pétale. Il a fallu aussi penser à percer la cloche pour éviter la condensation, fatale à l'aspect du chocolat. C'est l'exemple même d'un cheminement que n'aurait pas eu un chocolatier



Comment rendre hommage au temps, non quantifiable, non prévisible et pourtant clef de voûte de l'élaboration et la maturation des Vintages ? Travail réalisé pour la Maison «Veuve Clicquot».

seul. Nous nous sommes servis de nos connaissances dans nos domaines respectifs, de nos interrogations pour y arriver. C'est là que réside l'intérêt de ce genre de projet, le cheminement.

Interroger le temps contemporain, interroger les modes de consommation fait-il partie de votre travail ?

Je milite pour le bon usage de la matière. Notion subjective, certes, mais je suis issu de la terre, fervent défenseur des produits qui sont en lien avec leur territoire, en respect avec le sol. Il faut qu'on trouve le juste équilibre, entre l'économie et le respect de l'environnement.

On m'interroge régulièrement sur des nouveaux produits en me demandant de réfléchir sur des sandwiches à manger de telle et telle manière, trouver un nouveau mode de consommation. Je n'ai pas envie de créer un nouveau mode de consommation mais j'ai surtout envie de créer un mode de consommation qui corresponde à une réalité. Je milite pour ne pas créer le besoin, parce que le designer a une vraie responsabilité par rapport à la « pollution visuelle » et la surproduction. Sans vouloir l'assumer toute entière, il faut quand même savoir si un objet répond réellement à un besoin ou en génère un. Cela ramène toujours à cette notion de passage du savoir, à l'écoute, la documentation sur les expériences passées. Aujourd'hui, on a tout de même beaucoup de recul sur les questions alimentaires. Même les Américains reviennent sur des modes de consommation plus rythmés.

C'est pourquoi il m'arrive parfois de refuser de dessiner à partir d'un brief qui ne me convient pas. Le designer n'est pas que plasticien, il a une vraie responsabilité par rapport à tout ça.