

LA ROUTE DES GOURMETS ITINÉRAIRE D'UN RÉCEPTIF SPÉCIALISÉ

CAROLE METAYER

Directrice générale de l'agence réceptive

La Route des gourmets

[carole.metayer@laroutedesgourmets.fr]

Martin Briegel, dans son livre *Histoire et identités alimentaires en Europe*, explique que c'est en se confrontant à son voisin que l'on prend conscience de sa propre identité, et notamment de son identité culinaire. À la lecture de ce livre, j'ai pris conscience que, au-delà d'un enrichissement culturel et linguistique, mes nombreux stages et séjours à l'étranger, en Amérique du Nord, en Amérique latine et en Asie, m'avaient définitivement conduite à une réflexion profonde sur ma propre culture, mes origines, mes coutumes et, surtout, mes habitudes alimentaires. Par la suite, j'ai eu l'occasion, dans mon métier, de recevoir régulièrement des clients étrangers en France, et j'ai pris un plaisir naturel à présenter notre patrimoine.

Après une courte expatriation au Mexique, puis une rencontre fortuite avec Vincent

C'est presque par hasard que Carole Metayer a créé la Route des gourmets. Cette agence de voyages réceptive est spécialisée dans la conception, l'organisation et la vente de visites et circuits touristiques, à Paris et en France, sur le thème de la gastronomie française au sens large du terme (produits, cultures alimentaires, arts de la table...). Elle témoigne dans cet article de son expérience : ses motivations et ses perspectives d'avenir, mais également ses interrogations quant au développement de ce marché de niche, et ses difficultés au quotidien.

Marcilhac, maître de conférences à l’Institut de géographie de la Sorbonne, lors d’une conférence sur le chocolat, j’ai décidé de me diriger vers le tourisme réceptif, c’est-à-dire de concevoir et d’organiser des activités touristiques en France, en me spécialisant sur une thématique : la gastronomie française.

Après avoir réalisé une étude de marché sur ce secteur, j’ai rapidement obtenu toutes les immatriculations nécessaires auprès d’Atout France pour exercer mon activité en toute légalité : la licence d’agent de voyages, ainsi que la licence de voiture de tourisme avec chauffeur (VTC). J’ai, par ailleurs, obtenu ma carte de chauffeur professionnel de voiture de tourisme auprès de la préfecture.

À titre personnel, j’ai choisi de suivre pendant deux ans le master Gaelle (géographie, aménagement, environnement et logistique des échanges), spécialité “alimentations et cultures alimentaires” de l’Institut de géographie de Paris IV-Sorbonne, afin d’acquérir rapidement les bases de connaissance nécessaires pour développer des offres thématiques originales et disposer de références bibliographiques en histoire et géographie de l’alimentation. Ce cursus m’a permis d’approfondir des matières aussi variées que terroirs et paysages, alimentation et religions, circuits de distribution, histoire de l’alimentation, cultures alimentaires, labels et qualité...

MOTIVATION PERSONNELLE. Au-delà d’objectifs purement économiques liés à une activité commerciale, le fait de développer une activité dans un domaine culturel et de loisirs permet de répondre à plusieurs de mes motivations :

- apporter du plaisir à mes hôtes, en leur faisant découvrir un lieu, un produit, une saveur, une expérience gustative nouvelle ;
- répondre à toutes leurs exigences et curiosités, en proposant un service de qualité ;
- continuer d’acquérir des connaissances, car ces échanges humains sont une source inépuisable d’apprentissage, que ce soit avec mes hôtes mais aussi avec les producteurs, les responsables de magasins, les restaurateurs, les professionnels des métiers de bouche – en tant que guide

officielle du Min de Rungis, je passe au moins deux matinées par semaine (très tôt le matin) à arpenter tous les pavillons.

Cependant, en période de crises alimentaires et d’interrogations quotidiennes sur notre alimentation, je m’aperçois que ma famille, mes amis me sollicitent aussi pour leur apporter des pistes de réponses. Jeune maman, je suis de plus en plus sensible à l’éducation à l’alimentation, et à chaque fois que je suis en présence d’un public de jeunes étudiants français, mon argumentaire a tendance à être plus orienté “éducatif”. Enfin, je finis parfois par prendre des positions très claires et mon discours peut s’apparenter à une certaine forme de militantisme pour la préservation du “patrimoine gastronomique”. Par exemple, je me sens en accord avec les principes de l’association Slowfood et, par ailleurs, j’affectionne le franc-parler du critique gastronomique Périco Légasse. Finalement, je pense que mon objectif ultime serait que ces échanges aboutissent à une réflexion, collective ou personnelle, en tant que consommateur, sur nos modes de consommation alimentaire.

RÉCEPTIF SPÉCIALISÉ. Dès la création du concept de réceptif spécialisé, je me suis interrogée sur les types d’activités que je pouvais inclure. J’ai finalement pris le parti de couvrir tous les genres : que ce soit à pied ou en voiture, en visite libre ou guidée, à la campagne, en ville, sans aucune limite géographique, ni de temps. Mon fil conducteur est donc de mettre en valeur le patrimoine gastronomique français en proposant de partir à la découverte de toutes les étapes de la chaîne alimentaire : rencontres de producteurs et visites de fermes pour comprendre la fabrication des aliments ; visites d’entreprises, artisanales ou industrielles ; visites guidées historiques et culturelles, visites de musées gourmands ; balades à pied et excursions gourmandes durant lesquelles on déguste des spécialités locales ; visites de marchés, dont le Min de Rungis ; cours de cuisine ; ateliers de dégustation ; repas gastronomiques dans un restaurant étoilé, dans un restaurant qui propose des produits régionaux, voire chez l’habitant...

Je commercialise mes activités *via* le site internet La Route des gourmets (www.laroutedesgourmets.fr), traduit en cinq langues, qui permet de réserver et d'acheter directement en ligne.

Je propose actuellement vingt-cinq forfaits touristiques, de quelques heures, d'une demi-journée, d'une journée ou de plusieurs jours. À Paris, ce sont des balades gourmandes par quartier, des visites-conférences à thème, des ateliers de dégustation, des cours de cuisine, des visites de marché, la visite du Min de Rungis, des repas chez l'habitant. Aux alentours de Paris, je revisite les principaux centres d'attrait touristiques, mais sous l'angle de la gastronomie (Versailles, son marché et le Potager du Roi ; Provins et l'alimentation du Moyen Âge ; la route des impressionnistes de Paris à Giverny), ou je vais à la rencontre des producteurs du terroir parisien, comme a pu le mettre en avant le chef Yannick Alléno. En dehors de Paris, je propose des excursions gastronomiques au départ de Paris, vers la Normandie (route du fromage), et vers certaines régions viticoles telles que la Champagne, la Bourgogne, l'Alsace, la région bordelaise... mais toujours au départ de Paris. Toutes ces activités sont, bien sûr, personnalisables et adaptées selon les besoins.

Je propose par ailleurs de créer des circuits sur mesure, selon les profils des visiteurs et leurs attentes. Je viens, par exemple, de concevoir deux circuits tout inclus de neuf jours traversant chacun cinq régions : un "séjour œnologique en France" et un "petit aperçu de la gastronomie française".

Les perspectives de développement de l'offre sont nombreuses, tant au niveau des thématiques que des sites à visiter. On peut étudier une thématique de la gastronomie et de l'alimentation françaises, selon des champs de disciplines et des intérêts différents. J'aimerais donc, à terme, et même si cela peut paraître saugrenu, pouvoir explorer d'autres idées d'alliances de thèmes : renforcer plus nettement les parcours "gastronomie et histoire", mais aussi créer des parcours "gastronomie et art",

"gastronomie et religion", "nature et alimentation" ou encore "gastronomie et nutrition", avec des ateliers "éducatifs"... Je souhaite également mettre en place des activités liées aux saisons et aux grandes dates dans l'année, telles que Noël ou Pâques.

Jusqu'à présent, mon offre se concentre sur des activités au départ de Paris puisque je crée, organise et guide seule. Cependant, mon site internet a été développé pour pouvoir, à terme, intégrer une offre nationale par région, à condition toutefois de pouvoir s'appuyer sur un réseau solide, de qualité, de réceptifs en région. Or malheureusement, jusqu'à présent, je n'ai eu aucun contact pertinent allant dans ce sens.

À ce jour, les ventes sont à 90 % induites par des demandes directes, *via* le site internet. Mes clients sont majoritairement des particuliers, de catégories socio-professionnelles supérieures, entre trente et cinquante ans, étrangers d'origine anglo-saxonne (Américains, Australiens) ; je commence aussi à recevoir des demandes d'Amérique latine (Mexique, Brésil). Quant à la demande des Français, elle concerne essentiellement les ateliers de dégustation, proposés en bons cadeaux.

Je prospecte d'autres types de clientèles : les étudiants étrangers en école de cuisine, les voyages scolaires et universitaires qui proposent la thématique "gastronomie", mais également des étrangers professionnels (restaurateurs, producteurs, syndicats...) qui font des voyages d'étude professionnels en France.

ORGANISATION DE L'OFFRE. Créer une nouvelle offre touristique dans le domaine du tourisme gastronomique n'est pas si simple. En effet, je pensais pouvoir développer des offres à partir d'informations communiquées par les comités régionaux du tourisme, les offices de tourisme, les syndicats interprofessionnels... Malheureusement, peu de régions proposent une thématique "gastronomie" qui ne se limite pas à un répertoire de restaurants ou à une liste de producteurs de la région. Par ailleurs, pour pouvoir véritablement mettre en avant le patrimoine gastronomique, il faudrait qu'il y ait sur place des agences réceptives spéciali-

sées qui puissent mettre en place des animations, proposer des activités diverses... J'ai été très étonnée de constater qu'il existe peu de "routes" officielles de produits. Même si l'image de la baguette et du fromage peut nous paraître stéréotypée, le circuit que j'organise en Normandie, sur la route des fromages au départ de Paris, semble séduire. Il semblerait même que les hôtes des palaces de Normandie seraient prêts à payer cher pour une escapade en quête d'authenticité en plein bocage normand !

Néanmoins, certains acteurs français ont parfaitement compris l'intérêt d'alliances stratégiques sur un même territoire. C'est le cas, par exemple, de l'association Vive la Bourgogne qui réunit vingt-trois entreprises (dont Les Anis de Flavigny, Cassissium, la moutarderie Fallot, un crémant de Bourgogne...) qui communiquent ensemble et mutualisent leurs efforts, ce qui leur permet d'avoir une excellente visibilité dans tous les salons du tourisme.

Un autre exemple positif est celui du Cervia (Centre régional de valorisation et d'innovation agricole) d'Île-de-France, créé en 2007, qui est chargé de "*la promotion et [de] la valorisation du territoire, des produits et des savoir-faire agricoles et alimentaires franciliens*". Il a notamment créé le label Saveurs Paris Île-de-France et, pour les restaurateurs qui s'engagent à cuisiner des produits locaux, le label "Des produits d'ici cuisinés ici".

De même, à l'étranger, certains pays ou régions ont choisi la voie de leur gastronomie et de leur patrimoine culinaire pour confirmer leurs différences culturelles ou réaffirmer leur identité. On pense bien sûr au Québec, qui valorise son terroir depuis une quinzaine d'années (cf. Terroir et Saveurs du Québec).

Il semblerait que la France, qui se targue depuis toujours d'avoir une gastronomie telle que sa réputation ne pourrait être ébranlée, vive sur ses acquis. Que se passera-t-il quand, en plus des serveurs hautains et des toilettes plus ou moins propres, les touristes se rendront compte que la plupart des restaurants de la capitale servent de l'industriel ?

Ceux qui sont chargés de la valorisation de l'offre gastronomique dans les organismes institutionnels du tourisme ont la tâche difficile, car ils ont des interlocuteurs très variés avec, d'un côté, des producteurs et artisans qui travaillent quinze heures par jour et qui n'ont souvent pas la capacité de proposer un accueil touristique et, de l'autre, des restaurateurs, eux aussi très occupés... Il est souvent difficile de rallier autant d'acteurs, avec des profils très différents, pour une même cause.

Enfin, s'il existe de nombreuses formations en œnologie, et désormais en œnotourisme, le tourisme gastronomique est encore très peu enseigné, ou au sein d'une formation en œnogastronomie, mettant l'accent essentiellement sur les accords entre mets et vins.

Du fait du manque d'organisation de l'offre, l'étape préliminaire de recherche de contenus explicatifs pour l'élaboration de nouvelles offres est relativement longue. Certes, il existe des boutiques spécialisées, comme la Librairie gourmande, à Paris, qui dispose d'une collection importante en histoire et sociologie de l'alimentation. On y trouve les ouvrages de référence, comme l'*Encyclopédie gourmande France* ou l'*Atlas du patrimoine gastronomique Champagne-Ardenne* mais, malheureusement, toutes les régions n'ont pas leur propre encyclopédie gastronomique illustrée. Il y a, bien sûr, ce formidable outil qu'est l'*Inventaire du patrimoine culinaire de la France par région*, mais encore faut-il pouvoir se procurer les différents fascicules qui le composent. Les meilleures sources disponibles pour étudier le patrimoine culinaire restent alors les travaux universitaires, les livres d'histoire et de géographie, les revues académiques, les forums et colloques professionnels consacrés à l'alimentation...

TOUT RESTE À FAIRE. En définitive, je pense que tout reste à faire dans le domaine du tourisme gastronomique, en commençant par une réelle prise de conscience de la nécessité de communiquer et défendre ce formidable patrimoine, que l'on soit producteur, restaurateur ou, surtout, consommateur.

Le tourisme gastronomique est, sans doute possible, une forme de tourisme culturel qui mérite une attention particulière. Il ne doit pas être confondu avec l'œnotourisme, ni l'agrotourisme, et encore moins être limité aux activités de type "coffret cadeau" qui, certes, apportent une expérience gastronomique (repas dans un grand restaurant, cours de cuisine...), mais vide de sens, sans mise en perspective.

Si je puis annoncer fièrement avoir créé la première agence spécialisée en tourisme gastronomique, je n'ai aucunement la prétention d'avoir inventé quoi que ce soit. Et, de fait, il existe de très nombreux acteurs qui ont parfaitement compris les attentes des touristes étrangers en la matière ! Je fais référence à ces nom-

breux étrangers, souvent d'origine américaine, pris de passion pour la France, qui proposent des "gourmet tours" très complets à Paris ou en France, bien entendu sans aucune formation, parfois dans l'amateurisme le plus complet et, bien sûr, sans même déclarer cette activité commerciale. D'autres acteurs proposent une offre touristique alors qu'ils sont agence de communication événementielle, société de conciergerie, conseil en voyages ou encore organisme de formation... sans parler de tous les exploitants de voitures de tourisme ou des écoles de cuisine qui proposent des circuits complets "packagés". Pourtant il m'avait semblé que la définition d'un "forfait touristique" était claire dans le code du tourisme... ■

TOURISME CULINAIRE, TOURISME GOURMAND, TOURISME GASTRONOMIQUE OU TOURISME ALIMENTAIRE ?

En tant que réceptif spécialisé dans le tourisme gourmand, l'agence La Route des gourmets est confrontée au quotidien à la difficulté à définir son activité. Les expressions "tourisme culinaire", "tourisme gourmand", "tourisme gastronomique" sont souvent utilisées indifféremment, alors qu'elles devraient décrire des activités différentes.

Le tourisme gourmand définit une expérience gustative qui peut avoir lieu n'importe où, dans un restaurant, à la ferme, dans un magasin...

La définition du **tourisme culinaire** est plus complexe. Les uns pensent que l'on fait référence au fait de partir dans un autre pays pour suivre des cours de cuisine, d'autres considèrent que c'est le fait de voyager pour découvrir l'histoire, le savoir-faire et la culture d'un pays ou d'une région à travers ses spécialités culinaires.

Quant au **tourisme gastronomique**, il se bornerait à la découverte d'un produit et de son histoire, de sa fabrication, de ses modes de préparation culinaire, de sa consommation...

Dans la mesure où l'on parle de "patrimoine alimentaire", l'appellation "tourisme alimentaire" serait probablement la mieux adaptée pour décrire une activité touristique liée à la découverte de ce patrimoine. Jacinthe Bessière définit le "patrimoine alimentaire" comme "*l'ensemble des éléments matériels et immatériels qui constituent les cultures alimentaires [...]. Concrètement, il se compose de l'ensemble des produits agricoles, bruts et transformés, des savoirs et savoir-faire mobilisés pour les produits, ainsi que des techniques et objets culinaires liés à leur transformation. Enfin, ce patrimoine comprend également les savoirs et pratiques liés à la consommation (manières de table, formes de sociabilité, symbolique des aliments, objets de la table...) et à la distribution alimentaire (marchés de pays, vente à la ferme...)*"⁽¹⁾.

L'expression **tourisme alimentaire**, si elle est juste en termes de concepts, reste toutefois peu séduisante pour décrire une activité touristique qui vise à expliquer ce que l'on mange, pourquoi on le mange et d'où cela vient. ■

(1) Jacinthe BESSIERE (dir.), *Innovation et patrimoine alimentaire en espace rural*, éd. Quae, 2012.