

Garder l'âme de la cuisine, c'est garder son animation ! (Et réciproquement).

A lors qu'il est de saison de présenter ses vœux pour la nouvelle année qui s'ouvre - et que nous vous adressons donc -, le moment est aussi propice au bilan de l'année écoulée dont, en l'occurrence, la 2^{ème} moitié s'est déroulée dans un climat de crise, retour d'un spectre qu'on s'était efforcé en vain d'oublier depuis 2009. Passons sur le fait que quelques mystiques nous annoncent la fin du monde pour décembre prochain, incitant à acquérir d'avantage un abri de survie (qui protège de tout sauf de la bêtise) qu'une cuisine équipée, pesant davantage sur une conjoncture difficile. Encore que ! Le premier semestre 2011 a été globalement plutôt bon et il y a fort à parier que nombre de fabricants et de cuisinistes français n'auront pas soldé le dernier exercice sur une perte. Certes, cela s'est tendu depuis et il y a eu de la casse entre-temps (davantage d'ailleurs chez les industriels que chez les distributeurs qui ont davantage de souplesse pour réagir). Mais on doit considérer que les périodes de crise rehaussent la barre des exigences pour durer. Elles favorisent aussi des interrogations, des remises en question et des réflexions, afin de comprendre pourquoi cela marche moins bien et par voie de conséquence, pourquoi cela tournait mieux avant, avec forcément un regain de nostalgie. Si celle-ci n'est pas toujours objective, la mémoire humaine rendant plus verte l'herbe du temps révolu, certains constats demeurent toutefois bien réels et éclairant.

Les anciens, pas tant que cela, se rappellent ainsi - et les récents apprendront avec étonnement - que dans les années 1990, les congrès de



Entre Revel et Albi

fabricants français et de groupements, les voyages de revendeurs de marques allemandes à la maison mère, mais aussi les inaugurations de magasins - cf. celles fameuses de Georges Darvas en grande pompe près de la place de la République à Paris - rendaient fréquentes les rencontres entre acteurs des diverses composantes du secteur, nourrissant son sentiment collectif de codes communs et d'appartenance à une même famille. La presse professionnelle, toujours invitée, rendait compte de ces événements quasi hebdomadaires, participant activement à renforcer en le diffusant ce sentiment communautaire, né d'un bouillonnement d'idées, générateur de vie sectorielle. La rareté de ces rencontres aujourd'hui - et depuis le tournant des années 2000 - donne mieux la mesure de la déshérence actuelle.

La crise a bon dos. Mais avant qu'elle ne surgisse, lorsque la cuisine enregistrait encore d'insolentes croissances annuelles, se posant en locomotive de l'ensemble du meuble qu'elle tirait même vers le haut, les mentalités avaient déjà changé, insidieusement mais véritablement. Et terriblement. En devenant un marché mature, expression devenue consacrée dans la 2^{ème} moitié des années 1990, ou en souhaitant le devenir, le secteur de la cuisine a entrepris sa professionnalisation, terme ambigu autant qu'ambitieux : est-ce à dire que les cadres dirigeants des firmes industrielles et des réseaux de distribution, mais aussi les attachés commerciaux sur le terrain et les cuisinistes qu'ils visitaient, n'étaient jusqu'alors pas « *professionnels* » ? Qu'ils étaient des amateurs ayant réussi le miracle d'enchaîner année après année des progressions de chiffre d'affaires ? Ou bien, est-ce à dire que le secteur devait mieux s'organiser pour franchir un palier supérieur et mieux s'intégrer dans la modernité ?

Modernité : le mot est devenu un totem et un autel sur lequel on aura sacrifié dans la cuisine, comme dans tous les autres secteurs de l'économie, et à vrai dire de la société, des valeurs et des méthodes qui, sans jugement lucide, ont été du jour au lendemain clouées au pilori du dogmatisme, considérées dépassées parce que reliquat du passé. La cuisine a plus subi ce changement parce qu'il a été nourri de procédés organisationnels et de mentalités issus d'autres secteurs n'ayant pas sa spécificité de sociétés familiales. De l'électroménager notamment, famille voisine ou cousine par la destination de ses produits encastrables, mais en réalité dont le tissu industriel et la structure interne des grands groupes, se rapprochent davantage de l'électronique grand public ou de l'automobile. Auparavant était l'ère des commerciaux de la *vente*, parfois hâbleur, parfois talentueux, parfois margoulins, parfois sympathiques, mais ayant une connaissance réelle des gens et une vision quasi-affective et investie de leur métier et du marché de la cuisine, parfois pertinente, parfois erronée (qui ne se trompe jamais ?). Ensuite est venue l'ère des technocrates de la *vente*, sérieux et organisés, avec des diplômes pour vision, des power-point pour

méthodologie, des SMS par smartphone pour poignées de main, et des plans de carrière, dont la cuisine n'est parfois qu'une étape. Le règne des méthodes empiriques, visant à optimiser les rapports humains comme sources de profits, a cédé la place à celui des théories subtiles et variables visant à minimiser les risques, les dépenses et souvent, malheureusement, le temps consacré aux relations humaines qui n'ont pas de rentabilité immédiate. Cette évolution de mentalité s'est exprimée dans l'industrie et le commerce, qui ont privilégié une standardisation des gammes permettant de les fabriquer à moindre coût, puis de baisser les prix en magasins. Reste que ce jeu là n'a profité, logiquement, qu'aux grandes surfaces généralistes. Jadis enfin, les représentants et attachés commerciaux, multiscartes ou non, se connaissaient et échangeaient sur les salons ou durant les événements du microcosme, s'estimant confrères ; aujourd'hui, ils ne font que se croiser, se connaissent par ouï-dire et se considèrent d'abord comme concurrents sur un marché qui est devenu une compétition toujours plus impitoyable.

Bien sûr, on pourra juger le tableau sombre ou caricatural, mais chacun peut constater par un simple bilan que cette modernité a aussi causé une mise sous pression des responsables aux divers maillons de la chaîne, ainsi qu'un refroidissement des relations humaines et un raccourcissement de leur durée (combien de personnes ont ainsi changé de poste et de comportement au cours des 10 ou 15 dernières années ?). Phénomène étonnant que celui-ci et contraire à la physique où l'accroissement de la pression génère une hausse de la température. Signe parmi tant d'autres, relevés tard et avec impuissance, que le bon sens a, à un moment donné, arrêté de servir de guide. Et que la crise était déjà là, en germe, dont celle actuellement déclarée, deviendrait la conséquence. Car l'idée n'est pas de condamner l'adhésion à de nouvelles méthodes de développement, en cuisine comme ailleurs où il fallait recadrer les excès et optimiser les actions, mais de constater que loin d'avoir permis aux choses de s'améliorer, elles ont pris pour support pour une vision qui a causé les dégâts actuels. La cuisine s'en tire plutôt bien en raison de son frein structurel à cette (fausse) modernité et sa virtualité pour corollaire, mais on peut juger des conséquences de ces méthodes lorsqu'elles sont poussées jusqu'à leurs absurdes limites dans la finance, la banque, les assurances qui mélangent désormais toutes les mêmes métiers, sans se concentrer sur le leur.

La crise financière et macro-économique n'est donc pas survenue par hasard, et elle n'est pas un accident de l'histoire. Celle que nous vivons depuis l'été dernier est la même que celle de 2008, qui n'a pas de raison d'être réglée, tant que nos gouvernants croiront faire baisser la température en changeant le thermomètre. Cette crise n'est pas la cause de changements à subir, mais la conséquence tristement logique d'une politique menée depuis 30 ans en France comme ailleurs. La cuisine intégrée ne peut y

échapper, mais elle a des atouts pour mieux y résister et en sortir gagnante. A condition de conserver cette valeur certes impalpable et non mesurable en rentabilité, mais qui faisait sa spécificité et sa force face à l'assaut des grandes surfaces : son âme.

Car âme et animation partagent la même racine étymologique et ne peuvent pas bien fonctionner séparément, l'une participant toujours de l'autre et réciproquement. Heureusement, des cuisinistes continuent à entretenir cet esprit de grande famille en organisant des rencontres avec leurs fournisseurs divers dans un esprit de convivialité bien réelle, à l'occasion d'inauguration voire de rénovation de leur magasin. Citons notamment Gilles Hodier (Côté Nogent) à Nogent-sur-Marne en octobre et Thierry Soleau (Tourny Cuisines) hier soir 12 janvier à Bordeaux auxquels nous avons logiquement consacré nos colonnes. D'autres nous expriment régulièrement leur regret de cette perte de vie, donc d'identité, dans leur secteur, étant bien conscients que nourrir un tel esprit communautaire par l'action de ses membres investis se ressent toujours positivement chez les consommateurs, qu'ils aient ou non assisté aux soirées d'inauguration. Parce que concrètement, le lendemain chaque professionnel affiche un visage plus positif devant ses interlocuteurs, et qu'il garde ensuite souvenir de cette rencontre, riche d'échanges d'idées. Et parce que plus globalement, en changeant la façon de considérer son propre univers professionnel, on change alors la façon de s'y épanouir et on résiste mieux aux assauts des forces externes.

En espérant que 2012 ravive cet esprit qui rend la cuisine intégrée si passionnante à vivre, et pour l'auteur de ses lignes, à raconter et à analyser depuis 20 ans...

✓ Jérôme **Alberola**