



**HAL**  
open science

# De l'institution à la territorialisation : de la gastronomie lyonnaise face à l'expérimentation de terrain, étude de cas de la rue du Boeuf dans le quartier Saint-Jean (Lyon 5ème)

Jade Kaczmarek

## ► To cite this version:

Jade Kaczmarek. De l'institution à la territorialisation : de la gastronomie lyonnaise face à l'expérimentation de terrain, étude de cas de la rue du Boeuf dans le quartier Saint-Jean (Lyon 5ème). Environnement et Société. 2023. dumas-04379815

**HAL Id: dumas-04379815**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04379815>**

Submitted on 8 Jan 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Année 2022-2023

DE L'INSTITUTION À LA TERRITORIALISATION : DE LA GASTRONOMIE  
LYONNAISE FACE À L'EXPÉRIMENTATION DE TERRAIN.  
*ETUDE DE CAS DE LA RUE DU BOEUF DANS LE QUARTIER SAINT-JEAN (Lyon  
5ème)*

En quoi les dynamiques spécifiques qui animent la rue du Boeuf, en tant que lieu emblématique de la gastronomie avec une concentration de restaurants arborant les macarons Michelin, reflètent-elles de manière significative et représentative l'identité et l'expérience vécue du quartier Saint-Jean ?

Dans quelle mesure la valorisation de la tradition, du patrimoine, et de l'identité territoriale agit-elle comme un catalyseur du développement économique dans le secteur de la gastronomie, et quelles sont les conséquences de cette dynamique de développement au niveau local?

Présenté par **Jade KACZMAREK**

Sous la direction de **Rachel LINOSSIER**, Maîtresse de conférences à l'Institut d'Urbanisme de Lyon.

Mémoire présenté le 08/09/2023 devant un jury composé de :

**Rachel LINOSSIER**, maîtresse de conférences à l'Institut d'Urbanisme de Lyon.

**Stéphanie VINCENT**, Docteur es-sociologie, maîtresse de conférence en urbanisme, et chercheuse au LAET

**Lila DEFFAYET**, Manager Aménagement et Développement économique Territorial - SCET (Services Conseil Expertises et Territoires)

Mémoire de Master Urbanisme et Développement territorial en alternance à l'Université Lyon 2.

## **REMERCIEMENTS**

Je tiens à remercier ma directrice de recherche, Rachel LINOSSIER, professeure à l'Université de Lyon 2 pour son soutien, sa disponibilité et sa confiance.

Au même titre, je remercie également mes professeurs, qui tout au long de l'année, ont pris le soin de porter un regard critique sur ce mémoire.

Également, l'association du Renaissance du Vieux-Lyon qui m'a fourni de précieuses données et références bibliographiques. Particulièrement Frédéric AURIA, pour sa disponibilité, le temps précieux qu'il m'a accordé ainsi que tous les moyens qu'il a mobilisés pour que je puisse répondre à mes questions. Je remercie également Luisà Pardo FERNANDEZ, stagiaire de l'association et résidente du quartier, qui m'a partagé son quotidien et apporté des éléments de réponse.

Aussi, je remercie Lila DEFFAYET, ma maître d'apprentissage et Manager Conseil SCET pour m'avoir accompagnée tout au long de l'année. Grâce à sa confiance et à son écoute, j'ai pu apprendre énormément à ses côtés, notamment à fournir un travail rigoureux et concis, tout en me responsabilisant.

Un grand merci à mes parents, qui m'ont soutenu tout au long de mes études, dans les bons mais aussi les mauvais moments. C'est grâce à leur force d'esprit, que je n'ai jamais baissé les bras et que j'ai pu fournir ce mémoire.

Particulièrement, je tiens à remercier mon père, à qui je dédie ce mémoire. Sa richesse intellectuelle et culturelle qu'il me partage tous les jours me permet d'étoffer toujours plus ma réflexion, et pas seulement dans le cadre de ce mémoire. Elles sont une source d'inspiration et de dépassement.

Enfin, je remercie de tout cœur ma meilleure amie, Daphnée SANCHES, pour m'avoir accompagnée durant mes cinq années d'études supérieures. Son soutien sans faille, sa loyauté

et sa bonne humeur qui n'ont jamais failli dans les difficultés traversées ensemble les ont rendus inoubliables, et pour ça je ne saurai la remercier assez.



## **RÉSUMÉ**

Pour comprendre les effets de la gastronomie sur le développement local, nous partirons d'un cadre d'analyse conceptuel pour déterminer comment ce patrimoine s'insère sur un territoire. En choisissant le restaurant comme marqueur urbain de la gastronomie, l'analyse de la concentration de ce type d'établissement sur la Rue du Boeuf, et plus particulièrement dans le quartier Saint-Jean dans le Vieux-Lyon, devrait inciter à la prudence quant au devenir de l'espace vécu.

## **MOTS CLÉ**

*Gastronomie, Lyon, Terroir, Vieux-Lyon, Restaurants, Michelin, Commerces*

## **ABSTRACT**

To understand the effects on the local development of gastronomy, we start from a conceptual analysis framework to determine how this heritage fits into a territory. By determining the restaurant as an urban marker of gastronomy, the analysis of the concentration of this establishment on the Rue du Boeuf, and more particularly in the Saint-Jean district in Old Lyon, should encourage caution regarding the apprehension of the space lived.

## **KEY-WORDS**

*Gastronomy, Lyon, Terroir, Old Lyon, Restaurants, Michelin, Shops*

## SOMMAIRE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>INTRODUCTION.....</b>   | <b>7</b>  |
| <b>I. L'INSTITUTION SOLIDEMENT ÉTABLIE DE LA GASTRONOMIE FRANÇAISE S'EST NOURRIT DE L'ÉVOLUTION DU DISCOURS ET DES PRATIQUES CULINAIRES, POUR ATTEINDRE UNE RECONNAISSANCE DURABLE QU'IL N'EST PLUS À RECONSIDÉRER..</b> | <b>13</b> |
| <b>A. LA NAISSANCE D'UNE PRATIQUE SOCIALE.....</b>   | <b>15</b> |
| 1. Origine sémantique de la gastronomie : « La cuisine est le plus ancien des arts parce que Adam naquit à jeun » (Anthelme Brillat-Savarin, Physiologie du goût 1925).....  | 15        |
| 2. L'émergence d'une ferveur gastro-nationale française.....   | 16        |
| 3. La participation à un habitus national.....   | 19        |
| <b>B. LA GASTRONOMIE, REFLETS DES TERRITOIRES.....</b>   | <b>21</b> |
| 1. L'importance de l'ancrage de la gastronomie dans son terroir.....   | 21        |
| 2. Le cas lyonnais.....  | 23        |
| 3. La gastronomie comme vecteur de développement.....  | 27        |
| <b>II. LES CONDITIONS SINGULIÈRE DE LA MATÉRIALITÉ DE LA GASTRONOMIE DANS LE TISSU URBAIN.....</b>   | <b>30</b> |
| <b>A. LA GASTRONOMIE LYONNAISE ÉVOLUE DANS UN ENVIRONNEMENT PARTICULIÈREMENT FAVORABLE.....</b>  | <b>32</b> |
| 1. Le travail des institutions Lyonnaise pour fournir un écosystème économique très performant.....  | 32        |
| 2. La synergie des établissements Michelin.....  | 35        |
| 3. Les nouvelles franges de consommateurs.....   | 37        |
| <b>B. LA SINGULARITÉ DU QUARTIER SAINT-JEAN.....</b>   | <b>39</b> |
| 1. Présentation du terrain d'étude.....  | 39        |
| 2. Évolutions urbanistiques ou généalogie des politiques patrimoniales.....  | 40        |
| 3. Historique de l'implantation de restaurants dans le quartier.....   | 43        |
| <b>III. LA POLARISATION GASTRONOMIQUE DANS LE VIEUX LYON AVEC L'EXEMPLE DE LA RUE DU BOEUF.....</b>  | <b>49</b> |
| <b>A. LA NARRATION DE LA RUE DU BOEUF, GAGE DE QUALITÉ ET DE TRADITION.....</b>  | <b>51</b> |
| 1. Analyse spatiale et statistique des commerces de la rue du Boeuf : Une prépondérance des commerces de bouche.....   | 51        |
| 2. Une sémantique partagée pour un amour du produit commun.....  | 58        |
| 3. Une identification visuelle homogène.....   | 60        |
| <b>B. QUAND LA MASSIFICATION S'INVITE A LA TABLE DE LA POLARISATION GASTRONOMIQUE.....</b>   | <b>62</b> |
| 1. Un quartier sous fortes contraintes.....  | 62        |
| 2. Un appauvrissement de l'offre de commerces de proximité qui s'accompagne d'un renouvellement de la population.....  | 66        |
| 3. Un quartier qui s'isole toujours plus.....  | 69        |
| <b>CONCLUSION.....</b>   | <b>71</b> |
| <b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>  | <b>74</b> |
| <b>SITOGRAFIE.....</b>   | <b>81</b> |
| <b>ANNEXE.....</b>   | <b>84</b> |

## INTRODUCTION

« *Je suis convaincu que tant qu'il demeurera un Lyonnais vivant, le feu sacré de nos fourneaux répandra sa réconfortante et lumineuse clarté sur le monde.* »

Voici comment l'histoire Félix BENOIT conclut, avec un ton presque emphatique, son ouvrage *La cuisine lyonnaise* publié en 1987. Il exprime là un profond sentiment de fierté et d'attachement envers sa ville natale et sa gastronomie, en témoignant d'une conviction solide quant à la pérennité et l'importance de sa tradition culinaire. En effet, cette métaphore quasi christique suggère non seulement que la gastronomie lyonnaise est un élément essentiel de l'identité locale, une flamme qui brûle avec intensité, mais qui est aussi transmise de génération en génération. Le créateur en 1950, de l'Ordre du Clou, une association d'humour lyonnais située au 16 Rue du Boeuf, souligne que sa renommée et sa qualité dépassent largement les frontières de la ville et du pays. Cet héritage culturel et culinaire précieux est perçu comme universellement apprécié et capable d'apporter réconfort et satisfaction à un large public, justifiant alors la proclamation de Lyon comme capitale de la gastronomie. Soixante-quinze ans plus tard, la renommée de la ville des Lumières en tant que haut lieu de la gastronomie constitue l'une de ses principales caractéristiques identitaires contemporaines, au point qu'on pourrait aisément oublier des événements ou périodes charnières tels que l'épopée de l'industrie de la soie et ses violences sociales, ou négliger la présence de l'archevêché, rappelant l'importation originelle du christianisme en ce lieu, ou omettre de mentionner le théâtre guignol. Cependant, force est de constater que journalistes et hommes politiques ne manquent pratiquement jamais de rappeler, ne serait-ce que de manière allusive, la réputation gastronomique de Lyon. L'odeur des plats mijotés est indissociable de l'identité lyonnaise, tout comme l'accent chantant des personnages de Pagnol l'est de Marseille.

Notre sujet de mémoire portera donc sur l'institution progressive de la gastronomie jusqu'à sa territorialisation. Nous traiterons particulièrement de la scène gastronomique lyonnaise que nous expérimentons sur le terrain. Nous étudierons alors sa matérialité dans le tissu urbain, à travers son marqueur physique, le restaurant. Les modalités d'implantation et les conséquences de cette polarisation de ce type d'établissement sur un territoire seront

traitées sur la rue du Bœuf qui a la particularité d'être, pour le célèbre guide Michelin, la plus étoilée de France. Nous porterons par ailleurs une attention particulière au contexte urbain dans lequel s'insère cette rue, située dans le quartier Saint Jean dans le Vieux-Lyon (5<sup>e</sup> arrondissement). Nous définissons en effet la rue comme une forme urbaine dont les pratiques actuelles ne sont compréhensibles qu'au regard de celles qui les ont précédées et qui ont marqué l'espace dans son organisation des lieux, par rapport à l'environnement et le quartier dans lequel elle s'insère.

Traiter de la concentration de restaurants sur un territoire permet d'inscrire la gastronomie au cœur des nouveaux enjeux urbains et économiques. Notre mémoire présente la particularité de traiter un sujet qui cumule deux reconnaissances internationales de renom. Tout d'abord, le « *repas gastronomique des Français* » inscrit en 2010 sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'UNESCO. La France, fière de ses 638 restaurants étoilés au guide Michelin, a été en effet consacrée comme une terre privilégiée d'élection de la gastronomie mondiale. La ville de Lyon participe à cette reconnaissance avec un secteur où la gastronomie est source de développement et de richesse économique, de la production agricole à la transformation, au commerce, à la distribution des produits et leur consommation. Pour autant, la prééminence internationale de la gastronomie française est traversée par des évolutions tant conjoncturelles que structurelles. La crise sanitaire liée au COVID-19 a, bien que momentanément, considérablement fragilisé le secteur et la compétition culinaire mondiale s'est développée à une vitesse considérable. Ensuite, il est à considérer que le quartier du Vieux-Lyon, notre terrain d'étude, est inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis le 5 décembre 1998. Cette labellisation influe sur son développement, sa préservation, et sa notoriété. Pourtant, force est de constater qu'elle engendre également certains défis, tels que la gestion du tourisme de masse et l'adaptation aux nouveaux modes de vie.

Cette recherche a émergé d'un constat fait à l'occasion d'un souhait de réserver un restaurant pour mes proches qui ne sont pas de la région lyonnaise. De manière logique, nous nous sommes tournés vers le Vieux-Lyon, en pensant que ce quartier historique, avec son ambiance typique, garantissait une excellente expérience culinaire lyonnaise. Il est incontestable que la pléthore de commerces de bouche dans cette zone, nous a laissé

perplexe. Trouver un restaurant « typique », « de qualité », « sans trop de touristes », peut s'avérer être un défi, d'autant plus lorsque l'on craint de faire le mauvais choix et de décevoir ses invités. De plus, amatrice de bonne chère, je suis particulièrement attirée par les produits alimentaires et leurs transformations, ainsi que par l'atmosphère propre à chacun de ces établissements. J'ai cherché à établir un lien entre le territoire, un sujet auquel ma formation m'a sensibilisé, et ma passion pour le bien manger. Au départ, entreprendre une telle recherche sur la proportion de restaurants, afin d'expliquer pourquoi ils sont si nombreux et quelles en sont les conséquences m'a semblé être un défi risqué, avec la crainte que cela puisse occulter ma matière principale.

Travailler sur le quartier du Vieux-Lyon est intéressant puisqu'il s'agit d'un quartier historique qui a vécu et qui est traversé par des problématiques variées. « *Dans notre civilisation, l'avenir ne s'oppose pas au passé, il le ressuscite* » a pu dire André MALRAUX au moment de défendre la loi sur la protection du patrimoine qui fait du Vieux-Lyon le premier secteur sauvegardé de France. Cette citation traduit d'ailleurs la singularité de l'histoire urbaine de la métropole avec une réhabilitation architecturale et une valorisation patrimoniale acquises, mais où la préservation de ces acquis ne saurait se restreindre à la simple conservation du patrimoine mais plutôt à une mise en tension. Travailler sur ce quartier est intéressant dans la mesure où il invite à apporter une réflexion sur la maîtrise des équilibres, tant il est marqué par une dualité entre deux patrimoines qui s'auto-promouvent : le patrimoine immatériel et gastronomique et celui matériel et urbain. Cette co-existence requiert une gestion équilibrée afin de ne pas privilégier l'un au détriment de l'autre, tout en prenant en compte leurs répercussions sur la vie du quartier et ne pas tomber dans la muséification. Il s'agit d'interroger l'espace vécu, et non plus l'espace promu par les discours des édiles.

Nous posons comme hypothèses qu'au-delà des critères précis concernant les seuls choix de nourriture et des produits ainsi que de la qualité du service, d'autres variables de compréhension existent, telles que le type de population qui fréquente le lieu, le travail de la puissance publique sur son urbanisation, l'offre historique et culturelle présente dans le quartier, et les axes de transports. Si le quartier Saint-Jean est fortement dynamique sur le plan touristique, économique, force est de constater que la gastronomie occupe une place de

choix dans le fort potentiel de développement de ce quartier historique. La problématique de ce mémoire de recherche sera donc la suivante :

En quoi les dynamiques spécifiques qui animent la rue du Boeuf, en tant que lieu emblématique de la gastronomie avec une concentration de restaurants arborant les macarons Michelin, reflètent-elles de manière significative et représentative l'identité et l'expérience vécue du quartier Saint-Jean ?

Dans quelle mesure la valorisation de la tradition, du patrimoine, et de l'identité territoriale agit-elle comme un catalyseur du développement économique dans le secteur de la gastronomie, et quelles sont les conséquences de cette dynamique de développement au niveau local ?

Pour répondre à cette problématique, nous avons mis en place un protocole empirique à la fois quantitatif et qualitatif. Tout d'abord, nous avons procédé à un travail de recherche sur la littérature, trié et procédé à une analyse critique afin de cerner au mieux notre sujet. Nos sources sont variées, et proviennent aussi bien d'articles universitaires en lien direct avec la gastronomie, que de notions économiques, sociales, culturelles. Une fois ce panorama brossé, nous avons pu disposer d'un socle de connaissances solides pour aller plus loin. Ensuite, travailler sur un espace urbain comme celui de la rue, nous a contraint à réaliser un travail de terrain, notes en main en se promenant dans le quartier pour mieux s'en imprégner. Vivant dans un quartier voisin, nous n'avons pas eu beaucoup de temps de trajet ce qui a été un avantage. Nous avons également réalisé une observation participante, en notant par avance les éléments que nous souhaitions observer. Ces temps d'arpentage ont permis de confronter, constater, de valider mais aussi de balayer des hypothèses préalablement établies qui se sont également accompagnées de comptages. Néanmoins, en raison de fortes contraintes professionnelles liées à l'alternance, nous avons conscience que le comptage réalisé n'est pas pleinement représentatif, notamment au niveau des plages horaires du matin et des après-midi qui peuvent manquer de données. La perception est donc partiellement biaisée par des observations plutôt réalisées en fin d'après-midi - début de soirée ou les week-end. Enfin, nous avons réalisé un entretien semi directif avec le directeur de l'Association Renaissance du Vieux-Lyon, Frédéric AURIA. Créée en 1946, cette structure nous a paru particulièrement

pertinente dans le cadre de notre sujet de mémoire puisqu'elle a suivi l'évolution du quartier dans lequel s'inscrit notre sujet d'étude et a joué un rôle moteur dans l'inscription de l'hyper centre de Lyon sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Par ailleurs, elle soutient l'activité des artisans et des commerces traditionnels et a une grande proximité avec tous les acteurs de la vie du quartier. Cet entretien apporte donc des éléments de compréhension essentiels de la part d'un citoyen impliqué dans son quartier. Cet entretien a également permis de donner la parole à la stagiaire de l'association, Luisa Pardo FERNANDEZ. Nous avons pris du temps pour rencontrer plusieurs commerçants et restaurateurs du quartier Saint-Jean ainsi que de la rue du Boeuf, mais aussi des habitants pour leur exposer ma démarche et convenir d'entretiens. Néanmoins, encore en raison de contraintes professionnelles, nous n'avons pas pu aller au bout de ces entretiens qui auraient nécessité plusieurs journées de travail dont malheureusement, nous n'avons pas pu disposer. Aussi, nous avons fait preuve de vigilance quant à garder une certaine distance par rapport au discours rapporté, dans un souci de neutralité axiologique. De plus, force est de constater que, de manière générale, les acteurs - professionnels et chefs d'entreprises - sont difficilement accessibles et particulièrement peu disponibles compte tenu de leur charge de travail. Plusieurs prises de contact avec les restaurateurs étoilés de la rue du Boeuf ont par ailleurs échoué. Les données chiffrées à l'échelle de la rue ont été difficiles à trouver car tout simplement inexistantes sur Internet ce qui a également contraint ma recherche, m'obligeant à appréhender mon terrain sur une double échelle en le comparant avec son quartier.

Ce mémoire cherchera donc à rendre compte des principaux schémas de communication entre l'identité territoriale de la ville de Lyon et ses performances économiques, au regard de la gastronomie, par l'étude de son marqueur urbain, le restaurant. Au-delà des constats spécifiques sur le cas étudié, l'objectif de ce mémoire est aussi d'inviter à la réflexion sur le devenir du Vieux-Lyon et de lancer un débat sur les dynamiques identitaires locales et de marketing territorial. Il pourra interroger les années à venir, alors que notre société connaît de profondes mutations qui impactent la sauvegarde de l'esprit des lieux.

Nous organiserons notre recherche en trois axes. Dans une première partie, nous verrons comment l'institution solidement établie de la gastronomie française s'est nourrie de l'évolution du discours et des pratiques culinaires, pour atteindre une reconnaissance durable



qu'il n'est plus à reconsidérer. Ensuite, nous appréhendons les conditions singulières de la matérialité de celle-ci dans le tissu urbain. Nous finirons par rendre compte de cette polarisation gastronomique sur notre terrain d'étude ainsi que ses conséquences.

**I. L'INSTITUTION SOLIDEMENT ÉTABLIE DE LA  
GASTRONOMIE FRANÇAISE S'EST NOURRIT DE  
L'ÉVOLUTION DU DISCOURS ET DES PRATIQUES  
CULINAIRES, POUR ATTEINDRE UNE RECONNAISSANCE  
DURABLE QU'IL N'EST PLUS À RECONSIDÉRER**

L'approche de cette première partie se construira selon un modèle d'entonnoir, en analysant le sujet de manière multiscalaire, c'est-à-dire en examinant différentes échelles et dimensions.

Pour commencer, nous allons nous concentrer sur la construction progressive de la notion de gastronomie française en tant que pratique sociale. Cela nécessitera de remonter aux origines sémantiques du terme et de suivre son évolution conceptuelle au fil de l'histoire. En comprenant comment la gastronomie s'est développée, nous pourrions mettre en évidence son rôle central dans la définition de l'identité française avant de plonger au plan local. La reconnaissance de l'institution de la gastronomie française au tournant du XVII<sup>ème</sup> siècle et le développement de ce discours au-delà des frontières nationales au XVIII<sup>ème</sup> siècle, invite en effet à s'interroger sur son lien avec le territoire. Ensuite, nous dirigerons notre analyse vers un territoire plus spécifique et emblématique, avec la ville de Lyon (69). En se focalisant sur cette ville, nous montrerons que la gastronomie dépasse largement la simple qualité culinaire, et qu'elle revêt un enjeu majeur pour la ville.

## A. LA NAISSANCE D'UNE PRATIQUE SOCIALE

1. *Origine sémantique de la gastronomie* : « *La cuisine est le plus ancien des arts parce que Adam naquit à jeun* » (Anthelme Brillat-Savarin, *Physiologie du goût* 1925)

La première mention du mot « *Gastronomie* » remonte à loin. Au IV<sup>ème</sup> siècle avant notre ère, le grec ARKHESTRATOS de GELA écrit un traité culinaire, qui prend cinq noms différents pour les Anciens : *Gastronomia*, *Gastrologia*, *Opsopoiia*, *Deipnologia* et *Hedupatheia*. Ce n'est que deux cent ans plus tard que le philosophe stoïcien CHRYSIPPE DE SOLES le nomme « *Gastronomie* », sous la forme d'un poème héroï-comique qui oscille entre ode aux produits locaux et proposition de recettes. Considéré comme l'auteur d'un des plus anciens livres de cuisine grecque, les deux premiers vers sont les suivants : « *C'est pour tous les Grecs que je mentionne ces histoires. Afin que nous mangions ensemble à une même table et que nous soyons trois ou quatre à la partager, ou cinq tout au plus : car sinon c'est une tente militaire de mercenaires* ». Il s'agit là du point de départ où la gastronomie se construit et dépasse le simple fait de se nourrir. Prendre l'habitude de dîner en petit comité, en limitant le nombre de convives à trois ou quatre, serait bénéfique pour profiter au maximum des plats sur la table. La recherche du plaisir dépasse la nécessité du besoin primaire qu'est se nourrir, il n'est plus indispensable d'avoir faim pour manger. Si on quitte les rivages helléniques pour le territoire français, c'est au poète français Joseph BERCHOUX que l'on doit la première apparition du mot *Gastronomie*, dans un long poème en quatre chants intitulé « *Gastronomie ou l'homme des champs à table* », publié en 1801. On peut s'étonner de cette apparition finalement assez récente. Il y résume les propos d'ATHÉNÉE au sujet d'ARKHESTRATOS dans la note 6 du chant premier par les vers suivants : « *Son poème est un trésor de lumière, et ne contient pas un vers qui ne soit un précepte. C'est dans cette école que plusieurs cuisiniers ont puisé les principes d'un art qui les a rendus immortels* ». Pour l'Encyclopédie, *Gastronomie* vient étymologiquement du grec *gastèr*, « *ventre* », « *estomac* », et de *nomos*, « *loi* », la gastronomie est littéralement « *l'art de régler l'estomac* ». BRILLAT-SAVARIN définit, codifie, et revêt d'une autorité le terme dans son ouvrage *Physiologie du goût, ou méditations de gastronomie transcendante* paru en 1825 qu'il définit comme « *la connaissance raisonnée de tout ce qui a rapport à l'homme en tant qu'il se nourrit. Son but est de veiller à la conservation des hommes, au moyen de la meilleure*

*nourriture possible* ». Composé de médiations et d'aphorismes sur la gastronomie, ce texte fondateur avec ses tons à la fois humoristique et doctoral, rend compte d'un tableau sociétal dont la gastronomie est un pan essentiel de la construction de la culture française. Celui qui a donné son nom à un fameux fromage fait la promotion d'un discours polymathique, qui touche à plusieurs domaines et qui n'est pas uniquement culinaire et rapporte toute l'ampleur du champ de la gastronomie qui « *régit la vie tout entière ; car les pleurs du nouveau-né appellent le sein de sa nourrice ; et le mourant reçoit encore avec quelque plaisir la potion suprême qu'hélas ! Il ne doit plus digérer. Elle s'occupe aussi de tous les états de la société ; car si c'est elle qui dirige les banquets des rois assemblés, c'est encore elle qui a calculé le nombre de minutes d'ébullition qui est nécessaire pour qu'un œuf frais soit cuit à point. Le sujet matériel de la gastronomie est tout ce qui peut être mangé ; son but direct, la conservation des individus, et ses moyens d'exécution, la culture qui produit, le commerce qui échange, l'industrie qui prépare, et l'expérience qui invente les moyens de tout disposer pour le meilleur usage.* ».

La gastronomie ne désigne pas seulement le rapport de l'homme à sa table, sa cuisine et sa nourriture. Elle est le lieu d'une réflexion anthropologique, philosophique et politique. Son aphorisme le plus célèbre « *dis moi ce que tu manges, je te dirai ce que tu es* », souligne le lien entre identité personnelle et incorporation de nourriture, et revêt jusqu'à des enjeux géopolitiques.

## 2. *L'émergence d'une ferveur gastro-nationale française.*

La lecture de ces discours fondateurs nous permet de poser les premiers jalons intellectuels de la gastronomie, définie comme un art inhérent au lien social entre des individus. Dans son ouvrage *Identité et culture : la gastronomie en France* paru en 2015, Priscilla FERGUSON reprend le cheminement intellectuel développé par BRILLAT-SAVARIN pour identifier la formation d'un nationalisme culinaire à partir du XIXe siècle, peu après l'invention du restaurant tel que nous le connaissons aujourd'hui, à la fin de l'Ancien Régime à Paris. La définition classique de la Nation par Ernest RENAN propose une première piste de réflexion sur la place d'un élément tel que la gastronomie, et plus largement des éléments culturels, dans la nation civique. En 1999, Anne-Marie THIESSE, dans *La création des identités nationales. Europe 18e-20e siècle* nous rappelle que la nation pour RENAN, avant d'être un « *plébiscite de tous les jours* », est d'abord « *un riche legs de souvenirs* » : « *l'objet du plébiscite, en fait, c'est un héritage, symbolique et matériel.*

*Appartenir à la nation, c'est être un des héritiers de ce patrimoine commun et indivisible, le connaître et le révéler* ». De ce fait, la nation civique ne se nourrit pas simplement des principes abstraits du vouloir vivre ensemble, mais elle se fonde aussi sur un héritage culturel formé par les expériences de vie commune des générations qui nous ont précédées. La gastronomie, transmise dans le temps de manière routinisée, constitue une composante essentielle de cet héritage culturel. Ce sont alors des Français tels que GRIMOD DE LA REYNIÈRE, qui marque par ailleurs le début du journalisme gastronomique, BRILLAT-SAVARIN cité précédemment, mais aussi Antonin CARÊME, parmi tant d'autres qui fondent la gastronomie telle que nous la connaissons aujourd'hui, en proposant un discours tout à fait nouveau sur les plaisirs de la table. Marie-Antoine (dit Antonin) CARÊME, considéré comme le plus grand cuisinier de son siècle, tient là une place prépondérante avec son *Cuisinier parisien* (1828), qui évoque de manière hyperbolique : « *La France est la mère-patrie des Amphitryons ; sa cuisine et ses vins font le triomphe de la gastronomie et c'est le seul pays pour la bonne chère ; les étrangers ont la conviction de ces vérités* ». Le chef et pâtissier tient tant à ce sentiment qu'il le répète dans *L'Art de la cuisine française au XIXe siècle* (1833) et dans son *Pâtissier royal parisien* (1815) en la considérant comme « *déjà la plus savante et la plus estimée de toute l'Europe* ».

On voit ainsi se construire en France progressivement une véritable mythologie autour de la gastronomie. Cette qualification pourrait sembler exagérée. Pourtant si on se réfère à la définition du mythe, notamment analysé par Roland BARTHES dans un texte intitulé « *Le mythe, aujourd'hui* » paru en 1956 et qui constitue le deuxième volet de *Mythologies*, c'est d'abord un outil de l'idéologie, « *un système de communication, [...] un message* ». Forcée à partir d'un ensemble de croyances et de représentations collectives, on constate que la cuisine française s'envisage par son excellence et sa prééminence séculaire par rapport aux autres cuisines nationales. Le chroniqueur gastronomique Marcel ROUFF, suite à la publication de son roman-hommage à BRILLAT-SAVARIN, *La Vie et la passion de Dodin-Bouffant Gourmet* (1924) résume à lui seul toute la ferveur gastro-nationaliste : « *La grande, la noble cuisine est une tradition de ce pays. Elle est un élément séculaire et appréciable de son charme, un reflet de son âme. Déformant et simplifiant une grande pensée de Brillat-Savarin, on peut affirmer que, partout ailleurs, on se nourrit ; en France seulement, on sait manger. On a toujours su manger en France comme on a su y bâtir d'incomparables châteaux, [...] y créer des styles, pillés ensuite par le monde entier, y inventer des modes qui font rêver les femmes de toutes les latitudes, parce qu'on y a du goût, enfin [...]. Le goût de la gastronomie*

*est inné dans la race* ». Difficile d’imaginer un nationalisme culinaire plus poussé, où l’arrogance de ce mythe, ce « gastro-nationalisme », a réussi à perdurer au fil des générations et n’a pas désamplifié.

A titre d’illustration, le rapport de l’enquête annuelle sur « *l’alimentation des Français* » conduite par le CREDOC en 2009, révèle que pour 95,2% des citoyens français, le repas gastronomique fait partie de leur patrimoine (l’héritage de leurs pères), de leur identité (leur conscience collective) et que, pour 98,7% d’entre eux, il faut le sauvegarder et le transmettre aux générations futures. Déjà en 1977, l’expression de cette fierté se manifestait de manière criante et paroxystique, avec 84% des Français qui estimaient que la cuisine française est la meilleure du monde. Theodore ZELDIN dans son *Histoire des passions françaises* paru en 1981 souligne très justement son importance dans la vie nationale : « *Le boire et le manger ont occupé une place de choix dans l’idée que se faisaient les Français de la bonne vie. Aucune étude de leurs sens des valeurs ne saurait être exhaustive si elle n’examine la prééminence que les Français ont accordée aux plaisirs de la table et aux dissertations sur ces plaisirs* ». Ce discours est d’ailleurs également porté par la littérature et le cinéma. On peut citer *La Grande Bouffe* (1973), *Le Festin de Babette* (1987), *Ratatouille* (2007), mais aussi *L’Aile ou la Cuisse* (1976) qui inaugurent de véritables hymnes à la gastronomie française. D’ailleurs, tous se souviennent de la performance devenue iconique de Louis de FUNÈS dans son personnage de Charles DUCHEMIN qui rend compte de cette vénération, presque psychotique et obsessionnelle pour le produit : « *Belle robe vermeille, un peu violette, bel éclat. C’est un bordeaux, un grand bordeaux. Un peu de pourriture noble en suspension, les impuretés descendent lentement. Ce vin a 23 ans, c’est un 53, une très grande année. Le vin, c’est la terre. Celle-ci est légèrement graveleuse, c’est un médoc ! Le vin, c’est aussi le soleil. Ce vin a profité d’une belle exposition sud-ouest, sur un coteau de bonne pente. C’est un Saint-Julien, Château Léoville Las Cases 1953 !* ». La peinture célèbre également la gastronomie, avec des scènes de banquets ou des natures mortes. Pour ne citer que des peintres français : *Le Déjeuner sur l’herbe* d’Édouard MANET (1863), *Le déjeuner* de Pierre-Auguste RENOIR (1880), ou encore *La Cuisinière* de Jean-Baptiste-Siméon CHARDIN (1738). C’est d’ailleurs illustré par PARKHURST-FERGUSON dans *Accounting for Taste, The Triumph of French Cuisine* qui souligne l’importance de la gastronomie dans la culture française et le lien très fort avec l’identité nationale, qui selon elle, a été entretenu par la littérature, le cinéma et aujourd’hui de très nombreuses émissions à la télévision.

### 3. *La participation à un habitus national*

Au regard de ces éléments, on peut donc dire que la gastronomie participe à un « *habitus national* » pour reprendre l'expression de Norbert ELIAS, c'est-à-dire d'un processus socio-psycho-historique de perpétuation du référent national social. Nous choisissons d'évoquer cette notion car elle est particulièrement intéressante pour notre sujet dans la mesure où elle offre un cadre conceptuel pour comprendre la relation entre la gastronomie et l'identité culturelle d'un pays. Plus largement, l'*habitus* désigne chez le sociologue le « *savoir social incorporé* » qui se sédimente au cours du temps et façonne, telle une « *seconde nature* », l'identité tant individuelle que collective des membres d'un groupe humain. Dans *Studien über die Deutschen* paru en 1989, en tentant de mettre au jour un *habitus national*, ELIAS vise à déceler des tendances partagées par une majorité d'Allemands, sans omettre les différences entre strates, classes ou groupes sociaux qui composent la société nationale. Dans le cas de la gastronomie, l'*habitus national* représente l'ensemble des normes, des goûts, des pratiques alimentaires et des traditions culinaires propres à une nation. Ces pratiques culinaires, transmises de génération en génération, contribuent à la formation de l'identité nationale et jouent un rôle central dans la construction du sentiment d'appartenance à une communauté. Loin des « *manifestations d'effervescence collective* » étudiées par Émile DURKHEIM en 1912 dans *Les formes élémentaires de la vie religieuse* pour analyser le sentiment national, elle repose sur un ensemble de valeurs, de pratiques et de rites quotidiens qui participent à la valorisation du référent national de manière habituellement inconsciente, notamment dans la référence au territoire. L'*habitus national* influence alors la façon dont la gastronomie est perçue et valorisée à l'échelle internationale. Pour un individu extérieur au pays, la gastronomie devient donc l'un des marqueurs de la spécificité nationale dans la mondialisation, particulièrement depuis les années 1990. C'est une idée qui est d'ailleurs développée par Vincent MARTIGNY dans *Le goût des nôtres : gastronomie et sentiment national en France* publié en 2010. La valorisation du goût français permet à la France d'occuper une position symbolique dominante, témoignant de la réaction du pays face à une mondialisation perçue comme « *acculturante* » ou « *américanisée* » pour citer l'auteur. Dans le domaine de la gastronomie comme celui de la culture, les Etats Unis d'Amérique sont souvent considérés comme l'antithèse de la France, renforçant ainsi cette réaction. Ainsi, on peut observer ici une fusion du nationalisme ordinaire et d'une forme de « nationalisme



culturel » à l'échelle internationale. Cette dernière notion, telle que définie par John HUTCHINSON dans *Modern Nationalism* en 1994, correspond à « *un principe moderne visant à faire vivre, si nécessaire à travers une résistance culturelle, une identité collective primordiale et distincte avec un nom, des origines historiques, une culture et des pratiques sociales et politiques* ».

Cette première analyse de la définition de la gastronomie permet de rendre compte de ses nombres de représentations dans l'imaginaire nationale et internationale. Dans la mesure où celle-ci est définie comme une pratique sociale rattachée à un ensemble de rites, valeurs mais aussi d'un certain mythe, la gastronomie constitue ainsi un mécanisme essentiel d'identification. Considérée comme une culture, elle est devenue un patrimoine, une « *immatérialité qui s'incarne dans la matérialité des instruments techniques, des produits, des mets, des livres de recettes, des lieux comme les restaurants, des objets de la cuisine et de la table* » pour reprendre les propos de Julia CSERGO, maître de conférences à Lyon-II, dans *Patrimoine et pot-au-feu* (2008). « *Le manger est culture, parce qu'il a inventé et transformé le monde* » comme l'énonce ainsi Massimo MONTANARI dans son ouvrage *Le manger comme culture* (2010). La gastronomie ne s'identifie pas seulement à la cuisine ou à l'alimentation. Elle permet à notre pays, en valorisant ainsi le goût français, d'asseoir et développer une place symbolique dominante. En affirmant ainsi un soft power, elle apparaît comme un tout, autonome, qui se détache de l'alimentation : le souci du plaisir s'affranchit de la nutrition pour être recherché en tant que tel.

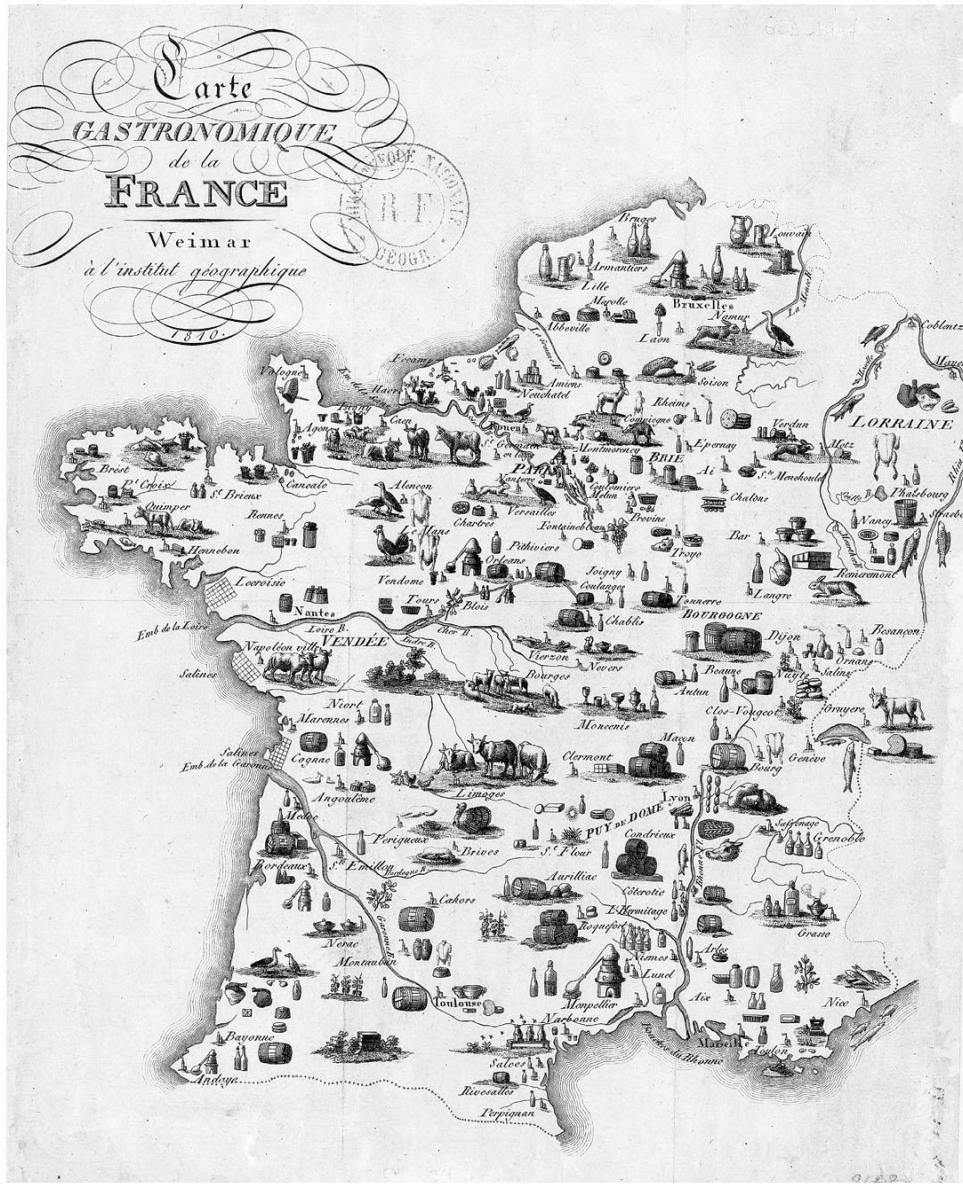
## **B. LA GASTRONOMIE, REFLETS DES TERRITOIRES**

### *1. L'importance de l'ancrage de la gastronomie dans son terroir*

Comme vu précédemment, la gastronomie appartient au patrimoine culturel d'un territoire national et à son histoire. A titre d'exemple, si on se réfère à l'année de parution de ce mémoire, sur le mois de novembre 2022, les festivals gastronomique co-existent partout en France. Sans se lancer dans une longue liste aussi fastidieuse qu'incomplète, citons néanmoins celui de l'île de Saint-Martin, celui de Paris mi-novembre autour des fromages AOP, à partir du 15 novembre à Perpignan, ou encore fin novembre à Périgueux et à Angoulême. Dans *Les Bons Plats de France - Cuisine régionale* (1913), PAMPILLE insiste sur le lien indissoluble entre la terre de France et une construction proprement nationale, nous l'avons vu précédemment, mais aussi surtout sur le lieu de dégustation. Nous pourrions dire que la verticalité de ce lien se fait aussi de façon descendante. Il faut être sur place pour sentir le lien d'un plat avec le sol d'où il est issu : « *Chaque grain* » du sel qu'elle recommande pour son pot-au-feu « *contient un petit paysage* » pour la citer. Nul n'est besoin d'être fins gastronomes pour savoir que les grandes régions françaises telles qu'entre autres le Périgord (avec la noix, la truffe, le canard) le Bordelais (vignes et poissons) ou encore le Pays basque (piment d'Espelette, jambon...) construisent leur rayonnement et, corrélativement, leur attractivité en proposant et diversifiant une offre de produits localisés, caractéristiques et labellisés : les régions ont compris tout le parti qu'elles pouvaient tirer d'une notoriété fondée sur le « *gastronomique* ». Les appellations d'origine et indications protégées existent aussi pour enfoncer le clou de l'importance du territoire, où toutes les étapes de fabrication sont réalisées selon un savoir-faire reconnu et dans une zone géographique très strictement délimitée. Associés au nom d'une région ou d'une ville réputée, ces produits n'ont plus à prouver leurs qualités. La renommée internationale de la moutarde de Dijon, des bêtises de Cambrai, du camembert de Normandie, de la lentille verte du Puy ou de l'olive de Nyons, entre autres trésors culinaires, témoigne de la valeur ajoutée que confère l'association avec une région spécifique à ces produits d'exception. En effet, le simple fait d'arborer le sceau d'une terre renommée apporte une crédibilité et une reconnaissance, élevant ainsi ces produits typiques du territoire au rang d'ambassadeurs d'une tradition séculaire et d'une expertise. Ce patrimoine culturel dote le territoire d'un avantage comparable à celui d'une rente, permettant

une différenciation accrue fondée sur la qualité de ses produits. Cette notion de « *rente* » est une généralisation du « *capital symbolique* » évoqué par LAZZERETTI en 2003 dans son ouvrage *Ville d'art en tant que système local de haute culture et culturel. Processus de districtualisation : le cluster de restauration d'art à Florence*. Ses études empiriques ont confirmé que l'image de qualité véhiculée par un territoire pourrait permettre à son producteur de générer des bénéfices supplémentaires. C'est également illustré par MOLLARD en 2001 dans *Qualité et développement territorial : une grille d'analyse théorique à partir de la rente*, qui montre qu'à niveau égal de certification de qualité, les consommateurs sont prêts à payer plus pour une huile d'olive qui vient d'une région réputée.

Une des spécificités de la gastronomie française est sans doute dans sa capacité à réconcilier, peu ou prou, le local et le national. Comme souligné par Vincent MARTIGNY dans *Le goût des nôtres : gastronomie et sentiment national en France* paru en 2010, la question de la rivalité potentielle entre échelon local et national émerge pour la gastronomie dès le XIX<sup>ème</sup> siècle. Il cite *Histoire des passions française* l'ouvrage publié en 1979 par Theodore ZELDIN pour appuyer son propos : « *un conflit mettait alors aux prises la centralisation jacobine désireuse de créer un style national de cuisine et la spécificité régionale* ». Dès cette époque, la synthèse théorique et rhétorique visant à concevoir l'idée d'une cuisine nationale reposait sur la reconnaissance d'une nation qui se constitue et s'enrichit grâce à la diversité de ses multiples territoires. Ces faits permettent d'affirmer, à comme le grand critique gastronomique Roland BARTHES dans *Mythologies* (1957), qu'en tant que telle, « *la cuisine française n'existe pas* ». Il est préférable d'évoquer « *les* » cuisines françaises, les recettes les plus illustres étant produits d'un territoire, d'un enracinement local qui donne son sens et sa valeur à l'imaginaire gastronomique, comme en témoigne la carte ci-dessous de l'Institut géographique de Weimar. L'identité nationale s'appuie alors au travers de la gastronomie sur « *un processus local d'adoption et d'appropriation de la nation sans abandonner les intérêts locaux ni un sentiment d'enracinement de cette identité nationale* », pour citer Kolleen GUY dans *When Champagne Became French : Wine and the Making of a National Identity* paru en 2003.



Carte gastronomique de la France  
 Source : Institut géographique (Weimar), 1810  
 Gallica/BnF

## 2. *Le cas lyonnais*

Dans cette compétition à la singularité des produits, des territoires et de leur façon de les cuisiner, la région lyonnaise tient une place sinon à part, en tout cas de choix. A l'époque antique, Lugdunum, capitale des Trois Gaules, régit déjà le monopole du commerce du vin. Sa position géographique lui permet aussi de profiter d'une variété de ressources agricoles. La gastronomie lyonnaise telle que nous la connaissons aujourd'hui puise loin ses origines avec les changements économiques de la Renaissance. En se référant au site Internet Patrimoine Lyon, on peut ainsi retracer cette historique gastronome. En 1420, le roi Charles VII accorde à la ville le privilège d'organiser deux foires annuelles exemptes de taxes et permettant la libre circulation de monnaies étrangères. Ce nombre passe à trois en 1444, puis à quatre en 1463 sous le règne de Louis XI. Les conditions particulièrement favorables de ces foires attirent un grand nombre de marchands venant d'Allemagne, d'Espagne, des Pays-Bas et surtout d'Italie. Ces derniers en particulier, introduisent de nouvelles influences culinaires qui laissent une empreinte durable sur la gastronomie lyonnaise. Au 19 rue du Bœuf, dans le Vieux-Lyon, on peut encore voir l'enseigne de l'établissement volailler, l'Outarde d'Or, vestige d'une des nombreuses auberges accueillant marchands et acheteurs durant ces foires. En dehors de la réalité de l'essor économique et culturel que connut la ville à cette époque, la gastronomie lyonnaise inspire dès la Renaissance, un des écrivains humanistes les plus renommés, en louant la cuisine lyonnaise pour sa générosité, son raffinement et sa créativité gastronomique. Très attaché à la cuisine lyonnaise, le poète et philosophe François RABELAIS l'a en effet souvent mentionnée dans son histoire de géants publiée en 1532. Dans *Pantagruel*, ou de son nom complet *Les horribles et épouvantables faits et prouesses du très renommé Pantagruel Roi des Dipsodes*, le roman humaniste et burlesque met en scène Gargantua, le fils de Grandgousier et de Gargamelle et père de Pantagruel, se réjouissant de plaisirs de la table largement inspirés des comportements lyonnais. Sa famille est en effet née à Lyon, Rabelais étant alors médecin à l'Hôtel-Dieu de Notre-Dame-de-la-Pitié, actuel Grand Hôtel-Dieu. L'épicuriste, influencé par les chefs et les restaurateurs locaux, y inclut de nombreuses recettes et descriptions de plats dans ses livres. Il est rejoint quelques siècles plus tard par un certain Henri BEYLE, plus connu sous le nom de STENDHAL, de passage à Lyon en 1837 : « *Je ne connais qu'une chose que l'on fasse très bien à Lyon, on y mange admirablement, et, selon moi, mieux qu'à Paris. Les légumes y sont divinement apprêtés. A Londres, j'ai appris que l'on cultivait vingt-deux sortes de pommes de terre : à Lyon, j'ai vu*

*vingt-deux manières de les apprêter, et douze au moins de ces manières sont inconnues à Paris* ». Il y a déjà dans ces quelques lignes issus de son *Voyage à Lyon - Lyon, le 2 juin 1887* paru et édité en 1995, des observations permettant de dire que l'on est bien en face d'une tradition gastronomique et non pas d'une simple tradition culinaire locale. Le souci de valorisation dans les modes de préparation, surtout à partir d'un produit aussi simple que les pommes de terres, témoigne d'un développement de l'art culinaire qui se veut plus inventif que répétitif. Comme l'observe également STENDHAL un peu plus loin dans le même texte, cet art culinaire semble être né de la rencontre entre un savoir-faire populaire et une demande bourgeoise, qui, dès cette époque, prend une dimension sociale et s'affirme comme une valeur collective : « *À l'un de mes voyages, M. Robert de Milan, homme de cœur et d'esprit, acquit des droits éternels de ma reconnaissance en me présentant à une société de gens qui savaient dîner. [...] Ces messieurs avaient des cuisinières et non des cuisiniers. A ces dîners, point de politique passionnée, point de littérature, aucune prétention à montrer de l'esprit. L'unique affaire était de bien dîner* ». Au XIX<sup>ème</sup> siècle, ces femmes, les « mères » lyonnaises, cuisinières de la bourgeoisie issues de l'ancienne province du lyonnais, se mettent à leur compte et contribuent à établir la gastronomie lyonnaise en puisant dans les produits alentours : les élevages de viande blanche et rouge de la Bresse et du Charolais, les gibiers et poissons de la Dombes, ou encore le vin du Beaujolais convergent vers la cité des Gones. D'origine modeste, mais formée à l'école de la société bourgeoise, la plus fameuse d'entre elles, Eugénie BRAZIER, devient la première femme à obtenir trois étoiles MICHELIN en 1933 dans deux établissements différents. Sa consécration, en devenant l'emblème de Lyon avec une renommée internationale, lui vaut les mots élogieux d'Édouard HERRIOT, maire de Lyon pendant presque cinquante ans : « *Elle fait plus que moi pour la renommée de la ville.* » et rapporté dans *L'école de la mère BRAZIER* par Arthur du COTEAU en 2021. En 1925, dans *La France gastronomique* paru en 1921, CURNONSKY et ROUFF proclament dans leur préface « *Lyon, capitale gastronomique du monde* » ! CURNONSKY, qui vient alors passer plusieurs semaines chaque hiver à Lyon pour profiter des plaisirs de la table des mères lyonnaises, connu comme le Prince des Gastronomes en 1927, réitère cette phrase en 1934. Cette citation aura beaucoup de répercussions sur la renommée de la table lyonnaise et fait encore écho en ce début de XXI<sup>e</sup> siècle.

Cette construction de la gastronomie à Lyon tend à démontrer que la ville est, de façon constante et depuis l'Antiquité, marquée par une vocation spécifique en matière de

gastronomie. Celle-ci fonde une identité qui permet aux gastronomes locaux de se considérer comme ceux qui perpétuent la tradition et ce « *culte* ». Cette construction historique fonde un certain atavisme, souligné par Henri CLOS JOUVE, grand critique gastronomique des années d'après-guerre dans son ouvrage *La cuisine lyonnaise* paru en 1972 : « *Pourquoi es-tu gastronome? Si l'on pose cette question à un citoyen de Lugdunum, il répondra le plus naturellement du monde : «Parce que je suis lyonnais. En effet, le Lyonnais naît gourmand et gourmet, c'est pour cela qu'il se révèle le premier amateur de cuisine lyonnaise* ».

### 3. *La gastronomie comme vecteur de développement*

Lyon est reconnue aujourd'hui capitale de la Gastronomie et ambassadrice du « *repas gastronomique des français* », consacré le 16 novembre 2010 par l'UNESCO comme patrimoine culturel immatériel de l'humanité. En se référant à la description faite par l'organisation et dont les citations suivante sont issues, le repas gastronomique des Français est une pratique sociale festive, réunissant des groupes d'individus qui accomplissent « *l'art de bien manger et de bien boire* ». La gastronomie française rejoint le Panthéon des pratiques et processus culturels qui « *inspirent aux communautés vivantes un sentiment de continuité par rapport aux générations qui les ont précédées et revêtent une importance cruciale pour l'identité culturelle* ». Aujourd'hui, l'acte II d'un embryon de politique publique en faveur de la gastronomie se dessine avec une lettre de mission datée du 24 février 2021. Le Président de la République Emmanuel MACRON désigne le chef Guillaume GOMEZ comme « *représentant personnel du Président de la République auprès des acteurs et des réseaux de la gastronomie et de l'alimentation, afin de promouvoir les arts culinaires de la France.* » Cette nomination suit l'annonce du Premier ministre en novembre 2020 faisant de 2021 « *l'année de la gastronomie* ». Lancée officiellement le 27 septembre 2021 par le Gouvernement, l'État, en partenariat avec les CCI, initie un appel à projets national visant à soutenir des initiatives de valorisation gastronomique sur l'ensemble du territoire. Cet appel à projet est ouvert à un large public, des entreprises aux collectivités, en passant par les organisations professionnelles et les établissements publics. Décliné au fil des saisons, il s'articule en quatre grandes thématiques : L'hiver de la gastronomie engagée et responsable ; Le printemps de la gastronomie inclusive et bienveillante ; L'été pour célébrer le partage et le vivre-ensemble et pour finir L'automne des producteurs. On constate durant la saison du Printemps, une augmentation significative de la participation : une hausse de 37 % par rapport à la saison

précédente. Soixante dossiers ont été déposés, dont cinquante-cinq avec demande de financement. Pour la saison Automne, Lyon se distingue par de nombreuses propositions de projets. Parmi elles, on peut citer *Les Authentiques*, regroupant soixante femmes de la gastronomie, *le Réseau de sélection culinaire participative* ou encore *La ferme s'invite en ville*. Ces initiatives illustrent l'impact de la gastronomie à Lyon, qui se manifeste tant sur le plan culturel qu'économique. C'est déjà le cas quand Louis PRADEL choisit dans les années 60 de détruire la grande Halle des Cordeliers afin d'utiliser l'espace disponible pour construire un grand parking et déplace ainsi les Halles dans le nouveau quartier de la Part-Dieu. Cette volonté de faire des Halles un équipement économique, vecteur de modernité et d'attractivité témoigne de l'enjeu urbain qui se dessine derrière la gastronomie. Si la gastronomie renvoie à la terre, aux racines, à la nature, elle appartient aussi à ce que CAVES nomme les « *industries créatives* » dans *Creative industries. Contracts between art and commerce* paru en 2000. Elle « *contribue ainsi au renouvellement économique et culturel de la métropole* ». Jean-Michel DACLIN, adjoint délégué au maire de Lyon, vice-président au Grand Lyon et chargé du rayonnement international et du tourisme, l'énonce en février 2007 dans le rapport du groupe de travail « *Lyon, capitale mondiale de la gastronomie ?* » : « *À Lyon, la gastronomie est comme une seconde nature, un trait de caractère, une identité* ». Conscient des atouts de sa ville, ce rapport tente de cerner les évolutions à l'œuvre, de proposer des objectifs et des pistes d'action pour redonner toute sa place à la gastronomie dans la dynamique de développement et de rayonnement de la métropole. Par la suite, l'établissement d'une « *cité gastronomique* » à Lyon, mais qu'on peut retrouver aussi à Dijon, Paris-Rungis, et Tours témoigne d'une volonté de réappropriation de ce patrimoine séculaire par un équipement à vocation économique qui, en plein cœur de la cité, se fonde sur la dimension hautement culturelle : « *Bonnes tables, belles tables* » en est la nouvelle exposition permanente, imaginée et mise en œuvre par Régis MARCON, Chef cuisinier 3 étoiles au Michelin. Le chef de Saint Bonnet le Froid met en lumière ce repas gastronomique des Français dans les lieux et les salles les plus emblématiques du Grand Hôtel-Dieu et l'hôpital de la Charité, rouvert gratuitement par la Métropole de Lyon depuis 2020. En parallèle, la nouvelle Cité internationale de la Gastronomie est dorénavant installée dans l'ancien hôpital du Grand Hôtel-Dieu. L'objectif est de concilier dans un même lieu une gastronomie vivante, qui valorise les métiers de l'alimentation et de l'agriculture du territoire.



Cette première partie a eu pour dessein de conceptualiser avec rigueur la gastronomie, de la définir de manière éclairée en prenant appui sur son étymologie et ses racines profondes. En scrutant les discours qui depuis l'Antiquité, ont traversé les siècles, nous sommes parvenus à élaborer notre propre paradigme de la gastronomie, une vision qui servira de socle pour l'ensemble de cette recherche. A travers cette démarche, il était en effet primordial de mettre en lumière le lien indissoluble qui unit la gastronomie au territoire dont elle est indéniablement partie prenante. Focaliser notre étude sur la gastronomie lyonnaise, reconnue internationalement par l'UNESCO, permet de rendre compte de cette symbiose avec le territoire qui a su s'affirmer comme un levier de développement. La richesse culinaire de Lyon lui offre une identité gastronomique unique. La gastronomie, préservée et valorisée, devient alors un véritable catalyseur de développement, contribuant à l'essor économique et touristique de la région.

## **II. LES CONDITIONS SINGULIÈRE DE LA MATÉRIALITÉ DE LA GASTRONOMIE DANS LE TISSU URBAIN**

En appréhendant la gastronomie comme un patrimoine, nous entrons dans l'analyse de son utilisation quotidienne et des relations qu'elle entretient avec la société. Devenue une entité temporelle, elle possède la capacité de se développer, d'évoluer, de se transformer, soit de s'accomplir dans le temps. Le patrimoine est maintenant perçu comme une ressource qu'il convient de valoriser dans une perspective de développement économique et social du territoire qui le détient, comme l'a souligné VERNIERES dans son ouvrage *Méthodologies d'évaluation économique du patrimoine urbain : une approche par la soutenabilité* publiée en 2013. Tout comme un musée met en scène l'art dans un espace dédié, la gastronomie, en tant qu'art et patrimoine immatériel, se matérialise dans un établissement spécifique, révolutionnaire et d'une grande dimension politique : le restaurant, inscrit dans un tissu urbain déterminé.

Néanmoins, faire une recherche sur la concentration de restaurants sur un territoire n'est pas tâche aisée, faute de littérature scientifique sur le sujet. Depuis les années 1980, quelques étudiants en géographie ont commencé à travailler sur les restaurants français, soulignant toutefois une lacune en matière d'études géographiques exhaustives, qui les placent en infériorité par rapport à d'autres sciences sociales, et ce malgré l'impulsion donnée par le professeur Jean-Robert PITTE.

## **A. LA GASTRONOMIE LYONNAISE ÉVOLUE DANS UN ENVIRONNEMENT PARTICULIÈREMENT FAVORABLE**

### *1. Le travail des institutions lyonnaises pour fournir un écosystème économique très performant.*



L'industrie agroalimentaire représente une part directe et significative de l'emploi lyonnais, ce qui lui vaut d'être reconnue comme l'un des axes de développement par le gouvernement métropolitain. À l'aide d'une méthodologie fondée sur les occurrences des moteurs de recherche Internet, BING et HOOGE dans leur rapport *Lyon, Capitale Mondiale de la Gastronomie : quels chiffres pour le dire ?* (2007) ont constaté que Lyon était presque toujours classée première lorsque le terme « *capitale de la gastronomie* » était tapé. Cela vient donc confirmer cette primauté qui date de 1935. Par ailleurs, selon une étude de la plateforme internationale de déménagement Moving, parue en 2019, Lyon est la ville la plus favorable pour entreprendre dans la restauration. En prenant en compte le prix des locaux, la disponibilité de main-d'œuvre qualifiée et la qualité du marché (ressources humaines, clientèle potentielle locale et touristique), la ville obtient le meilleur score avec 90,86 points. Cela est confirmé par les chiffres de la CCI de Lyon Métropole en 2019. Le nombre de restaurants à Lyon n'a cessé d'augmenter, pour atteindre 1 719 restaurants établis intra-muros à la mi-septembre 2019, soit 86 de plus qu'à la mi-décembre de l'année précédente. C'est quasiment dix nouveaux restaurants par mois depuis cette date. Si nous nous référons au site Internet Only Lyon, qui rassemble tous les acteurs engagés dans l'objectif de faire de Lyon « *une métropole rayonnante, attractive et influente en France et à l'international* », on constate que la gastronomie est un levier de développement largement mis en valeur. Ce programme de marketing territorial met en avant la région lyonnaise comme un territoire riche en gastronomie, agriculture, industrie agro-alimentaire et innovation, offrant ainsi de nombreuses opportunités pour les professionnels de l'alimentation, de la production à la dégustation.

Selon ce site, si on se réfère à la section Business qui permet d'« *accompagner la réussite de votre projet économique en région lyonnaise* », avec comme secteur «





*Alimentation, agriculture et gastronomie* », on obtient des données intéressantes pour rendre compte du marché dans lequel s'insère notre sujet d'étude. On dénombre ainsi 5280 restaurants, dont 21 étoilés (un trois-étoiles, deux deux-étoiles et quatorze une-étoile), ainsi que 4600 personnes travaillant dans la restauration collective en 2019 dans la région. L'environnement de Lyon se révèle particulièrement propice pour les acteurs de l'alimentation, avec la présence d'instituts de formation et de centres de compétences tels que l'Institut Paul Bocuse, Vatel et l'école japonaise Tsuji dans le Beaujolais, ainsi que le Centre de formation et d'apprentis de la gastronomie Auvergne Rhône-Alpes. On retrouve également des organismes professionnels, des pôles de compétitivité et des clusters, ainsi que des collectifs liés à la cuisine lyonnaise, tels que les Toques Blanches Lyonnaises, le label des bouchons lyonnais et la Bande de Gourmands. Notons que deux restaurants de notre terrain d'étude, Au 14 février, avec le chef Tsuyoshi ARAI et les Loges, sous la houlette d'Anthony BONNET, font d'ailleurs partie des Toques Blanches Lyonnaises. Ce réseau opère comme une plateforme d'incubation, d'accélération et de soutien dédiée aux entreprises. De plus, on constate qu'Only Lyon cite de nombreuses entreprises et chefs, dont Anthony BONNET et Jérémy GALVAN (restaurant éponyme qu'on trouve aussi sur notre terrain d'étude), qui ont choisi Lyon et sa région comme lieu d'établissement. On trouve aussi des structures locales qui suivent les professionnels dans leurs projets : le Cluster Bio Auvergne Rhône-Alpes qui accompagne les porteurs de projets bio et met à disposition des restaurateurs un annuaire des fournisseurs bio locaux, la Chambre d'agriculture du Rhône qui facilite la mise en relation avec tous les producteurs de la métropole de Lyon et du Rhône, ainsi que l'Association Rhône Loire pour le Développement de l'Agriculture Biologique (ARDAB) qui facilite la mise en relation avec des producteurs biologiques. Grâce à son riche patrimoine gastronomique, Lyon établit en 2007 le réseau des Villes Gourmandes du Monde. « *Délice* » devient un réseau international de 32 villes réparties sur 4 continents qui ont choisi la gastronomie pour promouvoir et améliorer la qualité de vie de leur territoire. C'est une plateforme d'échanges pour rester informé des tendances mondiales, partager des bonnes pratiques, créer des projets collaboratifs entre les villes, valoriser les bénéfices de l'excellence culinaire et du bien-manger pour toutes et tous. De manière régulière, Lyon organise des événements en collaboration avec les villes partenaires faisant partie du réseau, réunissant de grands chefs, des instituts culinaires et d'autres acteurs du secteur de la gastronomie. Parmi ces rendez-vous majeurs dédiés à la gastronomie figure le Sirha Lyon, un événement de renommée mondiale

dans le domaine de la restauration et de l'hôtellerie. Organisé tous les deux ans, le Sirha attire l'ensemble des professionnels du secteur. C'est également sur cette scène prestigieuse que se déroulent les finales du Bocuse d'Or et de la Coupe du Monde de Pâtisserie, deux concours emblématiques jouissant d'une renommée internationale. En alternance avec le Sirha, le Sirha Green est un salon dédié à la restauration responsable et respectueuse de l'environnement, proposant une vaste gamme de solutions pour relever les nouveaux défis environnementaux du secteur. Au cours du Street Food Festival, Anthony BONNET était présent le jeudi 15 juin et le vendredi 16 juin 2023. Ce poids économique se confirme lorsqu'on se réfère au site Internet de l'Office du tourisme de Lyon, dont la section gastronomie arrive en deuxième position et est forte de sept pages variées pour la découvrir au mieux :

CHERCHER



## Laissez-nous vous présenter Lyon

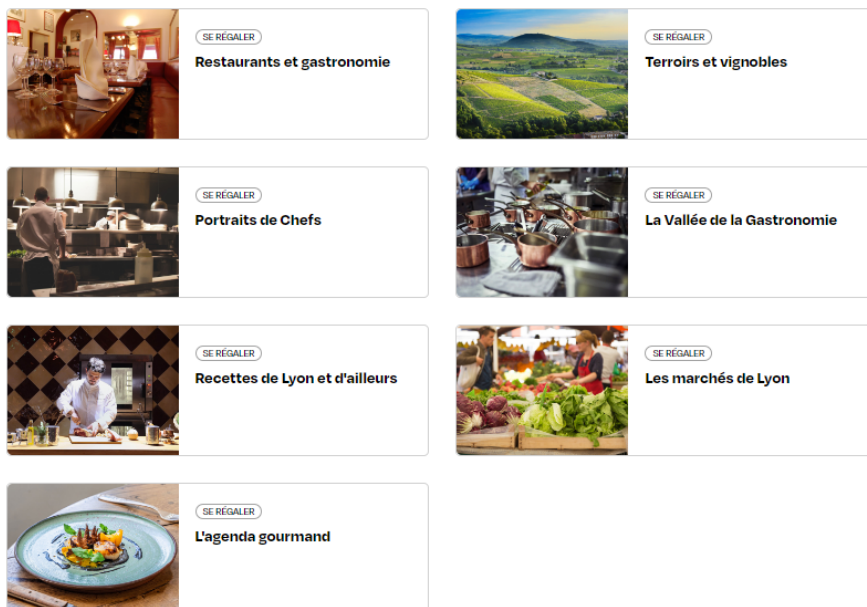


**La métropole et ses environs**      **Gastronomie**      **Culture et Loisirs**      **Shopping**

Menu du site Internet [www.visiterlyon.com](http://www.visiterlyon.com)

# Se régaler

VISITER LYON



Section « Gastronomie » du menu du site Internet  
[www.visiterlyon.com](http://www.visiterlyon.com)

On a par ailleurs dans le Vieux-Lyon le « *Food Tour Vieux-Lyon - 4h* » à partir de 80€ au départ du 2 Place Benoît Crépu, et un second « *Food Tour Vieux-Lyon - 3h30* », 3 place du Change. Le moteur de réservation disponible sur la première page fournit des informations détaillées ainsi qu'une brève description du service, une photo, et des évaluations. De plus, si on se réfère à la section « *Restaurant et Gastronomie* », plusieurs restaurants de notre terrain d'étude sont énoncés, à savoir le Boeuf d'Argent, Jérémy Galvan Restaurants, Les Loges, ainsi que Food Traboule.

## 2. La synergie des établissements Michelin

En raison de la particularité de notre terrain d'étude, fière d'être la rue la plus étoilée de France, nous devons nous arrêter sur le Guide Michelin. Le livre rouge, référence en matière de gastronomie et de tourisme, aussi bien en France qu'à travers le monde, occupe une place de choix dans notre mémoire. Les restaurants étoilés sont devenus de véritables

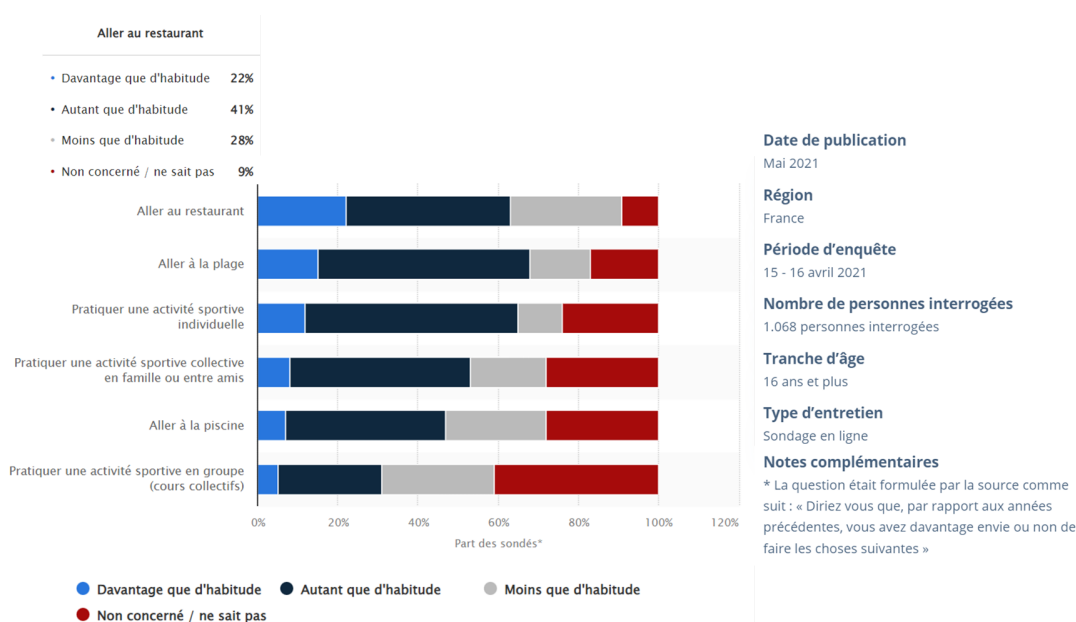
acteurs du tourisme gastronomique en France, en attirant une clientèle internationale en quête d'expériences culinaires uniques et de plats élaborés à partir des meilleurs produits du terroir français. Si on précise notre recherche sur l'impact économique des restaurants dits *hauts de gamme*, on constate effectivement plusieurs conséquences dès lors qu'une étoile Michelin est obtenue. Ainsi, comme rapporté dans l'article *L'étoile du Guide MICHELIN : quel impact sur les restaurants ?* paru le 9 février 2017 dans le Figaro par le directeur international du guide gastronomique Michelin, Gwendal POULLENNEC, l'obtention d'une étoile se solde par un impact positif d'environ 30 % sur le chiffre d'affaires, tout en augmentant considérablement l'employabilité des salariés du restaurant. « *Pour les restaurants qui ne bénéficiaient pas d'une grande notoriété, l'impact est incontestable et assure une année glorieuse ainsi que des possibilités d'évolution indéniables* », poursuit Francis ATTRAZIC, président de l'association française des maîtres-restaurateurs dans le même article. En outre, un emploi généré dans un restaurant étoilé équivaut à un emploi induit pour le secteur. Le restaurant triplement étoilé tenu par Jacques et Régis MARCON à Saint-Bonnet-Le-Froid en Haute-Loire illustre parfaitement les externalités positives induites par ce type d'établissements : près de 350 personnes vivraient directement et/ou indirectement du restaurant. D'après le chef triplement étoilé Pierre GAGNAIRE, sacré « *meilleur chef du monde* » par ses pairs en 2015, « *Mes étoiles sont mon passeport pour la liberté* » rapporté dans le *rapport d'information sur l'organisation et les enjeux de la gastronomie et ses filières* de l'Assemblée nationale déposé en 2021. Très prosaïquement, l'obtention d'étoiles Michelin desserre considérablement l'étai du crédit bancaire pour les chefs, en même temps qu'elles constituent bien souvent un chemin vers une carrière internationale. Un précieux « *passeport* » qui est également indissociable d'une pression pour les chefs récompensés, soumis à une inévitable spéculation sur la pérennité de ces étoiles dans le temps. Cette question des effets géographiques, socioculturels et économiques de la gastronomie se constate également à travers la volonté et la motivation de plusieurs cuisiniers (Michel BRAS, Régis MARCON, Michel TRAMA...) d'installer leurs restaurants dans des espaces isolés et considérés comme peu propices à l'offre d'une restauration de renommée internationale, conduisant à l'activation ou à la réactivation, de leur vitalité. Dans *La diagonale gourmande* paru en 1991, BAILLY et HUSSY énoncent que le secteur de la gastronomie est sujet à des concentrations spatiales. En effet, après avoir cartographié la proportion des restaurants « 2 » et « 3 » étoiles selon le Guide Michelin 1990 en France métropolitaine, ils dégagent une « *diagonale*



*gourmande* » de la région Île-de-France à la Provence-Côte-d'Azur en passant par la Bourgogne et Rhône Alpes. En 2011, avec *Les districts gastronomiques: des districts d'un nouveau type*, Quentin BONNARD explique la localisation de la gastronomie française à l'aide d'un concept de « *district gastronomique* », en définissant celui-ci comme un type particulier de district industriel et / ou culturel. Force est de constater que c'est toujours le cas en 2023, cette localisation gastronomique étant d'ailleurs largement déterminée par les guides touristiques.

### 3. Les nouvelles franges de consommateurs

Aller au restaurant est une expérience urbaine marquante et régulière dans le quotidien des Français. L'étude « *Restauration – Les Habitudes des Français* », menée par QUALIMÉTRIE et VERTONE auprès de 1 000 personnes, parue en 2020, indique que 65 % des Français vont au restaurant au moins une fois par mois dans le cadre privé (tous types de restauration confondus). Ils sont près d'un tiers (32 %) à s'y rendre au moins 3 fois par mois, cette proportion montant jusqu'à 42 % chez les 18-34 ans. D'ailleurs, aller au restaurant représentait l'activité que les Français avaient le plus envie de faire après en avoir été privés pendant les confinements liés à la pandémie COVID-19 selon le portail Statista.



Résultat du sondage « *Diriez-vous que, par rapport aux autres années, vous avez davantage envie ou non de faire les choses suivantes pendant vos vacances d'été ?* » publié en mai 2021 par la plateforme Statista

Aussi, d'après les chiffres 2017, le budget restaurant des Français atteint les 55,6 milliards d'euros.

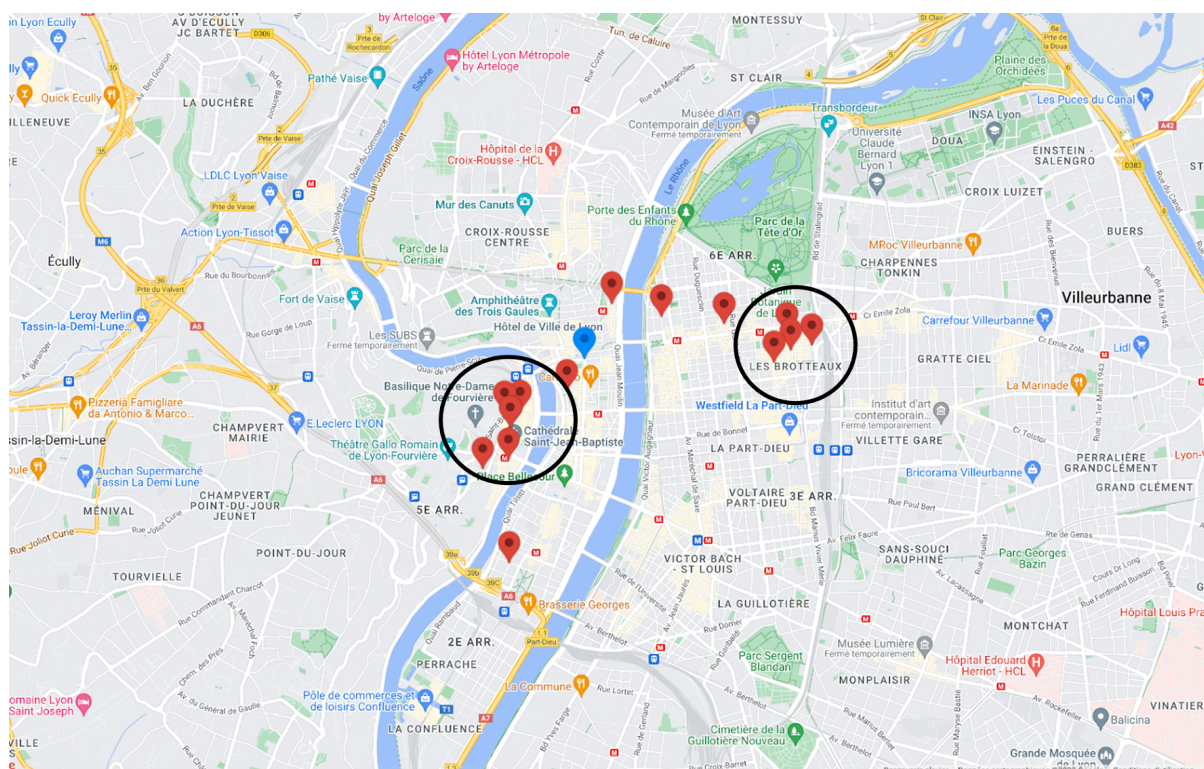
De plus, on observe parmi les nouvelles générations, notamment la génération Y, une part relative importante de « *consom'acteurs* ». Ces derniers sont amenés à accorder une attention croissante à la qualité de leur alimentation. Force est de constater que la gastronomie française traverse un réel moment charnière ; il s'agit avant tout de pérenniser la philosophie du « *bien se nourrir* », qui valorise le goût et les savoir-faire, par rapport à d'autres considérations telles que certaines habitudes alimentaires récentes où il était plutôt recherché de se nourrir rapidement pour peu chère, au moyen de plats industriels préparés, surgelés, et transformés. Cette idée est conceptualisée par ROSSELIN, dans son ouvrage *Le Paradoxe de la Marchandise Authentique. Imaginaire et Consommation de Masse* paru en 1994, qui identifie « *l'authenticité à un processus de rupture* ». Selon lui, les individus sont en quête de naturel et de tradition. Ce critère est recherché, particulièrement par ceux qui ont peu de liens avec la région visitée ou ceux qui accordent de l'importance aux garanties de l'ancrage régional d'un établissement.

Nous venons donc de démontrer que la ville de Lyon a mis en œuvre un écosystème de qualité pour soutenir son offre gastronomique. Ce système est fondé sur une institution solide, tissant des liens du producteur jusqu'à l'assiette, créant ainsi un environnement propice pour les entrepreneurs de la restauration. Cette approche favorise le développement de restaurants de grande qualité, tels les restaurants Michelin dont la renommée internationale vient, par un effet de cercle vertueux, alimenter et renforcer encore davantage ces établissements. On peut néanmoins souligner le facteur supplémentaire et déterminant qui contribue à la réussite gastronomique de la ville, qu'est l'évolution des comportements des consommateurs : de plus en plus à la recherche de produits locaux et d'authenticité, ou leur demande croissante joue un rôle déterminant dans le maintien et le développement de l'offre culinaire. Ces éléments complémentaires et qui se mettent en synergie sont le moteur de développement de la gastronomie lyonnaise.

## B. LA SINGULARITÉ DU QUARTIER SAINT-JEAN.

### 1. Présentation du terrain d'étude

Après avoir démontré les leviers de développement impulsés par la ville autour de la gastronomie, nous avons voulu confronter notre terrain d'étude à ces enjeux économiques et sociaux. Pour commencer notre recherche, nous nous sommes référés au site Internet du Guide Michelin. Nous constatons que deux quartiers se démarquent dans la polarisation de restaurants étoilés, le Vieux-Lyon et Brotteaux.



Sélection sur le site Internet Guide MICHELIN  
des restaurants avec la distinction 2 étoiles  
MICHELIN et 1 étoile MICHELIN

Par choix personnel, nous avons décidé de nous concentrer sur le Vieux-Lyon. C'est en investiguant davantage que nous avons découvert qu'on y trouvait la rue du Boeuf, une minuscule ruelle de la vieille ville qui fait figure d'exception nationale en comptant à elle seule trois restaurants étoilés au livre rouge. Ces derniers font honneur à la ville et à sa réputation de capitale gastronomique en emportant le record de la rue la plus étoilée de

France. Fièvre de 19 restaurants, c'est d'autant plus exceptionnel si on se réfère à l'ouvrage *Le Vieux-Lyon - Saint-Georges, Saint-Jean, Saint-Paul au fil du temps* de Cécile MATHIAS paru en 2004 qui retranscrit une mémoire vivante et humaine, par le biais de témoignages, d'anecdotes qui lui ont été racontés par les anciens du quartier. « *Un restaurant dans le quartier, ça ne marchera jamais !* » disait-on lors de l'installation du restaurant l'Etable, juste en dessous de la Cour des Loges, un des premiers du Vieux-Lyon, rue du Boeuf. Pour expliquer les dynamiques à l'oeuvre dans cette rue, nous faisons le choix de la replacer à l'échelle de quartier, qui a connu une métamorphose radicale, passant d'« *un ramassis de taudis, tout juste bon pour l'équarisseur* », comme en parlait Edouard HERRIOT en rêvant entre les deux guerres de raser le plus grand ensemble Renaissance de France. Notre démarche est multiscalaire. Nous prenons le parti d'étudier le rue du Boeuf comme un micro-espace s'inscrivant dans des logiques spatiales à plusieurs échelles. C'est pourquoi cette sous-partie s'attache à retracer l'histoire et les transformations du quartier, afin de mieux appréhender le contexte et les dynamiques à l'oeuvre dans la rue du Boeuf.

## 2. *Évolutions urbanistiques ou généalogie des politiques patrimoniales*

Nous nous sommes d'abord renseignés sur le Vieux-Lyon via le site Internet de la Ville de Lyon. Celui-ci le présente comme « *Véritable quartier renaissance de la ville, le site historique du Vieux-Lyon est aujourd'hui classé au patrimoine mondial de l'UNESCO. [...] Point central des programmes de restauration, c'est le passage obligé des touristes et des Lyonnais. Artère principale du quartier, la rue Saint-Jean constitue un ensemble homogène d'immeubles dont la plupart ont été construits à la Renaissance et sont aujourd'hui classés monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire* ». Dans son ouvrage *Naissance d'une conscience patrimoniale : Le Vieux-Lyon* paru en 2013, Nathalie MATHIAN, historienne à l'Université Lumière-Lyon 2, retrace les différentes étapes de dévalorisation et de revalorisation du Vieux-Lyon. C'est aussi à la lecture de l'ouvrage *Sur le fil...Sauvegarder le Vieux-Lyon au XXIème siècle* réalisé par l'association Renaissance du Vieux-Lyon en partenariat avec l'Agence d'Urbanisme lyonnaise que nous avons pu dresser le tableau chronologique qui va suivre, ainsi qu'en piochant des éléments dans le site Internet de l'Association. Tout d'abord, il faut noter que l'idée de sauvegarder la valeur de ce quartier est bien antérieure à la loi Malraux, et même à la Révolution Française. Au XVIIIème siècle, on disait vivifier, pour garder les équilibres d'un secteur important de la ville urbanisée dès le

premier siècle après J.C. et liée à la région, à la société civile, aux institutions, au commerce et aux foires. Néanmoins, à partir de 1848, s'enclenche une logique de régénération, au moyen de démolitions et reconstitutions d'immeubles neufs, en vue d'attirer les nouvelles élites de la ville. Cette approche conduit progressivement au déclin du Vieux-Lyon, qui s'appauvrit et se détériore. Au XIXe siècle, le surpeuplement des logements s'accroît, notamment en raison de travaux de surélévation de un ou deux étages qui utilisent des matériaux de mauvaise qualité. C'est justement à la fin du siècle que les habitants commencent à réclamer une reconnaissance patrimoniale. En 1898, la Commission archéologique du Vieux-Lyon est chargée de réaliser un inventaire détaillé, comprenant des photographies du quartier, afin de recueillir des vestiges archéologiques et architecturaux à présenter au public. Ces relevés de détail, les diagnostics et les plans d'ensemble se multiplient alors jusqu'aux années 60. Mais en novembre 1930, un tragique glissement de terrain à l'angle du Chemin-Neuf et de la rue Tramassac, surnommé « *la catastrophe de Fourvière* » et qui fait 39 victimes, fait émerger deux visions divergentes pour l'avenir du quartier Saint-Jean.



La catastrophe de Fourvière, 1930.

Source : photographie de presse par l'Agence Meurisse Gallica/BnF

Une approche moderniste propose de relier les points forts de la ville par de nouvelles voies et de démolir et reconstruire le Vieux-Lyon entièrement, tandis qu'une vision plus soucieuse de continuité spatiale, urbaine, historique et sociale est défendue par le préfet et l'architecte en chef des monuments historiques. En 1946, la création de la Renaissance du Vieux-Lyon entraîne une synergie entre acteurs et permet un travail de fond avec les artisans et les habitants des trois secteurs du Vieux-Lyon. Louis PRADEL, élu l'architecte André DONZÉ et tous deux s'activent à construire un projet d'ensemble à la base de curetage et d'aération du secteur. PRADEL prévoit des voies rapides qui éventrent les quartiers, notamment le Vieux-Lyon, pour rejoindre le plateau du 5e arrondissement, des parcs de stationnement, des logements neufs. Dès son arrivée en tant que maire de Lyon en 1976, Francisque COLLOMB rompt avec cette politique. Il confie alors le projet du Vieux-Lyon au nouvel architecte en chef des monuments historiques Jean-Gabriel MORTAMET, et parie sur la concertation et le respect du patrimoine. Ce dernier impose la réhabilitation des immeubles anciens en logements sociaux pour maintenir sur place des ménages modestes. En rendant compte ainsi du déroulement des évolutions qui ont traversé notre terrain d'étude, force est de constater que ce secteur sauvegardé est passé par différentes phases : d'abord la vivification pré-révolutionnaire, la reconquête immobilière et sociale du XIXème siècle, la rénovation des années 1950-1960 jusqu'à la sauvegarde des années 1960. Considéré comme un centre de ressources pour l'avenir, il est classé au titre de la loi Malraux le 12 mai 1964, le premier de France quelques semaines avant Troyes, Sarlat, Avignon et le quartier du marais à Paris. La loi s'organise autour de quatre objectifs : *identifier*, *sauver*, *protéger* et *adapter*. *Identifier*, non pas un monument mais tout un quartier avec sa cohérence historique, architecturale et humaine. *Sauver*, en résistant aux pressions des édiles, des aménageurs, des promoteurs de la modernisation. *Protéger*, grâce à des armes juridiques et financières. Enfin, *adapter*, c'est-à-dire moderniser en apportant confort, hygiène et sécurité. Cette loi, au nom de l'avenir, vise à contrer les projets de démolition / reconstruction (par la rénovation urbaine) et comprendre que le patrimoine ne peut se réduire au seul monument historique comme on peut le voir ailleurs en Europe, comme à Venise ou à Dubrovnik. Le Vieux-Lyon est au contraire un quartier plein de vie, inséré dans le secteur couvrant une superficie de 24 hectares et comptant un parc de 500 immeubles environ (4 à 5 000 logements). Il est reconnu depuis 1998 comme patrimoine de l'humanité par l'UNESCO aux activités culturelles et artistiques nombreuses avec une présence touristique importante. Il ne faut cependant pas omettre les

habitants comme le souligne Jean FRÉBAULT, ancien directeur de l'Agence d'urbanisme de l'agglomération lyonnaise (1978-1988), directeur de l'architecture et de l'urbanisme au ministère de l'équipement, (1989-1994) et président du Conseil de développement du Grand Lyon (2006-2014) dans *Sur le fil... Sauvegarder le Vieux-Lyon au XXème siècle*, « *Son architecture préservée, met le Vieux-Lyon au cœur du récit métropolitain, il est l'âme de notre cité* ». La suite de notre étude vise donc à examiner comment le quartier a évolué, en mettant l'accent sur l'analyse de l'offre commerciale de bouche actuelle.

Ainsi, le basculement dans l'ère touristique peut être daté et coïncide avec son classement au patrimoine mondial de l'UNESCO en 1998. En effet, dans un entretien accordé aux Echos en 2020, François GAILLARD, directeur de l'Office du tourisme, affirme que « *Cela a même été le déclencheur de l'activité touristique à Lyon* ». Les architectes de la ville ont pris conscience de la nouvelle vocation du quartier autour du tourisme, notamment sous l'impulsion de Paul GELIS, architecte en chef des monuments historiques, qui crée une réelle mise en scène du quartier dans un cadre folklorique et pittoresque destiné à séduire le touriste. Le bilan chiffré de l'année touristique 2021, réalisé par l'Observatoire du tourisme d'Only Lyon Tourisme et Congrès, confirme ce travail réalisé en rapportant que la visite guidée du Vieux-Lyon reste première sur le podium, comme c'était déjà le cas l'année précédente.

### *3. Historique de l'implantation de restaurants dans le quartier*

Notre échange avec Monsieur Frédéric AURIA, Président de l'Association Renaissance du Vieux-Lyon, nous a permis d'acquérir de précieux éléments historiques plus approfondis. Créée en 1946, cette association a pour objectif de faire connaître et sauvegarder le patrimoine culturel de la rive droite de la Saône. Forte de ses quatre cent adhérents et de son expérience, la Renaissance du Vieux-Lyon est aujourd'hui pleinement reconnue par la Ville. Habitant depuis quinze ans dans le quartier, sa contribution est précieuse dans notre recherche car elle nous permet de saisir dans le détail les évolutions qui ont conduit à l'implantation de restaurants au fil du temps.

Jusqu'aux années 1960, le quartier présente une image négative, marquée par une l'atmosphère sombre, étroite et abandonnée des ruelles. Néanmoins, le Palais de Justice constitue alors un important employeur qui insuffle une certaine dynamique, notamment le long de la rue des Trois-Maries où les employés allaient se restaurer. On y trouve principalement des bistrots parmi lesquels le Bistrot du Soleil ou le Comptoir du Boeuf, au 9 place Saint-Jean juste sur la rue du Boeuf. Cependant, malgré la présence de ces établissements, le quartier ne parvient pas à susciter un attrait suffisant pour éviter les projets de destruction partielle. Il reste donc jusqu'au années 1980 en état de délabrement, confronté à la pauvreté. Toutefois, il est essentiel de nuancer ce tableau par trop péjoratif dans la mesure où de nombreuses familles bourgeoises, résidant notamment sur la Presqu'île, choisissent de placer leurs enfants dans des écoles réputées telles que les « Lazaristes » ou les « Maristes », ce qui les conduit à traverser le quartier. A cette époque, il abrite une certaine diversité de commerces aujourd'hui disparus, dont des pharmacies, des traiteurs-charcutiers, des boulangeries, des jardineries, ainsi que d'autres petits commerces de proximité. Au fil du temps, ces établissements ont progressivement disparu, entraînant un changement de typologie commerciale.

Frédéric AURIA estime que c'est la piétonnisation qui marque le début du changement radical de visage du quartier avec le développement en tant qu'activité commerciale, de la restauration. Le marché de gros quitte les lieux pour se déplacer là où se trouve maintenant le marché Gare, à Corbas. Auparavant, ce dernier était situé sur les quais Romain-Rolland, mais a ensuite déménagé à Perrache où se trouve aujourd'hui le quartier Confluence. Suite à cela, on constate une forte proportion de locaux commerciaux vacants en pied d'immeuble, avec des loyers dérisoires : les licences des anciens débits de boissons sont disponibles à moindre frais, en raison des difficultés que connaissent les anciens bars et restaurants pour maraîchers. De nombreux commerces tels que des boîtes de nuit s'ouvrent, transformant le quartier en un endroit pour les artistes, dans un esprit soixante-huitard. Les locaux exigües sont loin d'atteindre la capacité moyenne des établissements du centre-ville, pourtant le tourne-disque est à la mode et vient étayer la stratégie des professionnels du loisir qui s'orientent vers la multiplication des établissements. C'est souligné d'ailleurs dans *Lyon la nuit. Lieux, pratiques et images* publié en 1994 par Jean-Michel DELEUIL. Il y explique que « deux précurseurs, A. et R. (sans les citer) sont à l'origine de l'investissement du



*Vieux-Lyon par les établissements nocturnes. En 1962, le Café des Acacias devient la Grange au Bouc, première boîte de nuit du quai Romain-Rollands, aussitôt rackettée par le milieu pied-noir. A., alors grand ponte de la mafia lyonnaise et propriétaire du John's, rue Stella, offre sa protection aux associés gérants l'établissement et en devient l'« actionnaire majoritaire ». Progressivement, ce dernier ouvre alors plusieurs restaurants à proximité de la Grange au Bouc. »* L'investissement de Saint-Jean par la restauration a commencé. Paradoxalement, l'une des activités les plus rentables est alors la restauration, aussi bas de gamme soit-elle. C'est toujours le cas aujourd'hui comme en témoigne le rapport de l'Opale (Observatoire partenarial lyonnais en économie porté par l'Agence d'Urbanisme de Lyon) dans sa série de « portraits de territoires » portant sur chacun des arrondissements lyonnais paru en 2021 : l'offre commerciale du cinquième arrondissement est majoritairement composée de commerces et services traditionnels, avec une forte représentation des cafés-hôtels-restaurants (31% des établissements contre 22% à Lyon) liée à l'attractivité touristique du Vieux-Lyon.

Ainsi, la labellisation et le classement du secteur sauvegardé en 1964 ont initialement freiné les destructions, mais ont également limité les investissements en raison des coûts de restauration trop élevés au regard des loyers pratiqués. Cela entraîne un changement d'image sur une période de vingt ans, principalement en raison de cette piétonnisation qui a fait progressivement augmenter le prix du foncier. Les bailleurs sociaux réalisent d'importants investissements, ce qui conduit à la restauration de certains bâtiments. Ce n'est qu'à partir des années 1980 que la population commence à identifier la Maison des Avocats, au 60 rue Saint-Jean comme l'une des plus belles demeures Renaissance du secteur sauvegardé et symbole du quartier, qui abrite par ailleurs le musée du cinéma et de la miniature.



## 5 – Le commerce

|  | ENQUETE R.V.L.      |      |      | ENQUETE AGURCO |                |      |
|--|---------------------|------|------|----------------|----------------|------|
|  | 1962                | 1967 | 1974 | 1980           | 1980           | 1980 |
| Commerces traditionnels alimentaires           | 108                 | 92   | 83   | 49             | 2              |      |
| Commerces traditionnels non alimentaires       | 190                 | 92   | 83   | 85             | 1              | 4    |
| Hôtels   | 6                   |      | 6    | 4              |                |      |
| Garnis   | 24                  | 25   | 16   |                |                |      |
| Artisans d'art                                 | 8                   | 15   | 16   | 23             | 1              | 5    |
| Artisans traditionnels                         | 34                  | 25   | 28   | 50             | 5              | 10   |
| Antiquaires et galeries d'art                  | 12                  | 41   | 33   | 32             | 1              | 1    |
| Boutique cadeaux – objets vêtements            |                     |      | 39   | 31             |                | 1    |
| Cafés  | 31                  | 20   | 34   | 28             | 1              | 6    |
| Bars nocturnes                                 | 3                   | 12   | 16   |                |                |      |
| Restaurants et cafés restaurants               | 23                  | 31   | 56   | 73             |                |      |
| Discothèques, clubs privés restaurants dansant | 4                   | 18   | 27   | 31             | 1              | 1    |
| Divers bureaux, associations...                |                     | 44   | 51   | 58             | 11             | 16   |
| TOTAL  | 412                 | 395  | 454  | 432            | 23             | 44   |
|  | Secteur Sauvegardé  |      |      | Quai P. Scize  | St Georges Sud |      |
|  | Ensemble du secteur |      |      |                |                |      |

En outre : 130 locaux commerciaux innocupés sur le secteur sauvegardé (4, Quai Pierre Scize et 22 sur l'extrémité St Georges).

81 garages en rez-de-chaussée sur le secteur sauvegardé (11 Quai Pierre Scize et 31 sur l'extrémité St Georges).

### Etude préalable du Vieux-Lyon, avril 1981 (Communauté urbaine de Lyon - Ville de Lyon)

La restauration du quartier est marquée par l'émergence de nombreux restaurants, dont le nombre a continué à augmenter après que le quartier ait été inscrit au patrimoine mondial. En effet, dans l'étude préalable du Vieux-Lyon parue en avril 1981, comme surligné en jaune, on constate que la section des restaurants et café restaurateurs est celle qui a l'amplitude de croissance la plus importante, passant de 23 en 1962 à 73 en 1980. Par

ailleurs, la carte de l'occupation du rez-de-chaussée fait apparaître une caractéristique du Vieux-Lyon : la densité impressionnante de petites unités. La faible largeur des vitrines, à laquelle s'ajoutent les contingences d'accès, de rigidité du bâti, joue à n'en pas douter un rôle important dans le déterminisme commercial du quartier. Le Vieux-Lyon bénéficie d'abord de restaurants de qualité notamment avec l'installation de Philippe CHAVENT et son restaurant la Tour Rose dans les années 1980, d'abord au 16 puis 20 de la rue du Boeuf, avant d'y ajouter un hôtel. Il est un acteur actif dans le quartier, amenant des peintres, des musiciens de jazz et s'impliquant dans la vie culturelle locale. Dans la rue du Boeuf, d'abord la Cour des Loges obtient son étoile. Ensuite, Jérémy GALVAN, et enfin Au 14 février qui déménage de la rue Bourguet (dans le 9ème arrondissement). Par ailleurs, Jérémy GALVAN explique dans une interview accordée à France 3 en septembre 2017, que quand il s'est installé en 2011, « *faire entendre aux gens que dans le Vieux-Lyon, quartier touristique, il y avait de belles adresses, c'était compliqué pendant trois ans, surtout aux Lyonnais* ». Cette dernière phrase est la pierre angulaire sur laquelle nous allons construire la suite de notre recherche. Il s'agira en effet de démontrer les conséquences d'une telle polarisation de restaurants sur le quartier, et sur la rue du Boeuf en particulier.

Au cours des dernières décennies, l'économie du Vieux-Lyon a subi d'importants bouleversements. Des quartiers autrefois insalubres cèdent la place à un secteur sauvegardé devenu une destination très prisée, particulièrement après l'inscription au patrimoine mondial en 1998. Dans le même temps, le nombre de touristes n'a cessé d'augmenter, et leur comportement de changer, de plus en plus à la recherche d'une expérience authentique. Ainsi, il est devenu vite essentiel d'adapter et de repenser les offres qui leurs sont proposées en conséquence. La prolifération de restaurants dans le quartier a fait du tourisme une part importante de l'économie du Vieux-Lyon. Cela pose néanmoins le risque de perturbation de l'esprit des lieux. Il est donc crucial de relever un double défi : d'une part, assurer une cohabitation harmonieuse entre les touristes et les habitants, et d'autre part, préserver l'écosystème du Vieux-Lyon afin qu'il continue de représenter une ressource pour le territoire dans le futur. C'est précisément ce que nous aborderons dans une troisième et dernière partie, en examinant les conséquences d'une concentration aussi importante de l'offre gastronomique dans le quartier.

### **III. LA POLARISATION GASTRONOMIQUE DANS LE VIEUX LYON AVEC L'EXEMPLE DE LA RUE DU BOEUF**

MONTIGNY, dans son ouvrage *De la Ville à l'urbanisation. Essai sur la genèse des études urbaines françaises en géographie, sociologie et statistique sociale* paru en 1992 énonce que « *C'est par des analyses fines, portant sur des espaces restreints, que l'on peut parvenir à comprendre la manière dont les villes se forment et à quelles réalités sociales elles correspondent* ». C'est précisément tout l'enjeu que tente de cerner ce mémoire. On peut concevoir la rue comme une entité urbaine ayant une configuration, une architecture, une histoire qui lui sont propres. Les pratiques actuelles que nous analysons dans ce mémoire de recherche ne sont compréhensibles qu'au regard de celles qui les ont précédées et qui ont laissé des stigmates dans l'organisation de l'espace. Ainsi, les fonctions qui occupent la rue, telles que les commerces, l'artisanat et les bureaux font partie de cet héritage, même si elles évoluent avec le temps. Il est essentiel d'analyser leur répartition car elles jouent un rôle prépondérant dans la configuration des usages contemporains de la rue, de ses temporalités et de son paysage.

Dans cette ultime partie, notre approche consiste à situer la rue dans son contexte urbain afin de mieux saisir les processus qui s'y déroulent. Cela implique d'utiliser nos propres concepts pour approfondir notre compréhension de la rue et son évolution, la considérant comme un objet géographique. La rue représente essentiellement un ensemble de lieux distincts, chacun ayant sa propre position et exerçant différentes fonctions et statuts, qu'ils soient privés, semi-publics ou publics. Nous nous concentrons sur les commerces de statut privé, ici avec les restaurants, qui entretiennent une relation directe avec la rue et sont accessibles au public. Antoine FLEURY dans son ouvrage *La rue : un objet géographique* paru en 2004 nous apporte des éléments d'analyse : les espaces privés, y compris les façades, les enseignes, et les vitrines, contribuent elles-aussi à la dynamique visuelle de la rue. Ces lieux existent en étroite connexion avec la voie publique, qui permet aux usagers, utilisant différents modes de transport, de circuler librement d'un endroit à un autre. Ainsi, la rue forme un système de lieux proches les uns des autres, interconnectés par des pratiques variées. Elle renvoie à « *une autre spatialité (une expérience « anthropologique », poétique et mythique de l'espace) [...] Une ville transhumante, ou métaphorique, s'insinue ainsi dans le texte clair de la ville planifiée et lisible.* » comme souligné par CERTEAU en 1980 dans *L'Invention du quotidien*. Les pratiques citadines et culinaires transforment la rue en un micro-espace complexe, caractérisé par des trajectoires, des vitesses et des temporalités multiples. La nature même de la rue est de rassembler des individus aux activités diverses,

évoluant au fil du temps, tout au long de la journée, de la semaine, voire sur de plus longues périodes.

## **A. LA NARRATION DE LA RUE DU BOEUF, GAGE DE QUALITÉ ET DE TRADITION**

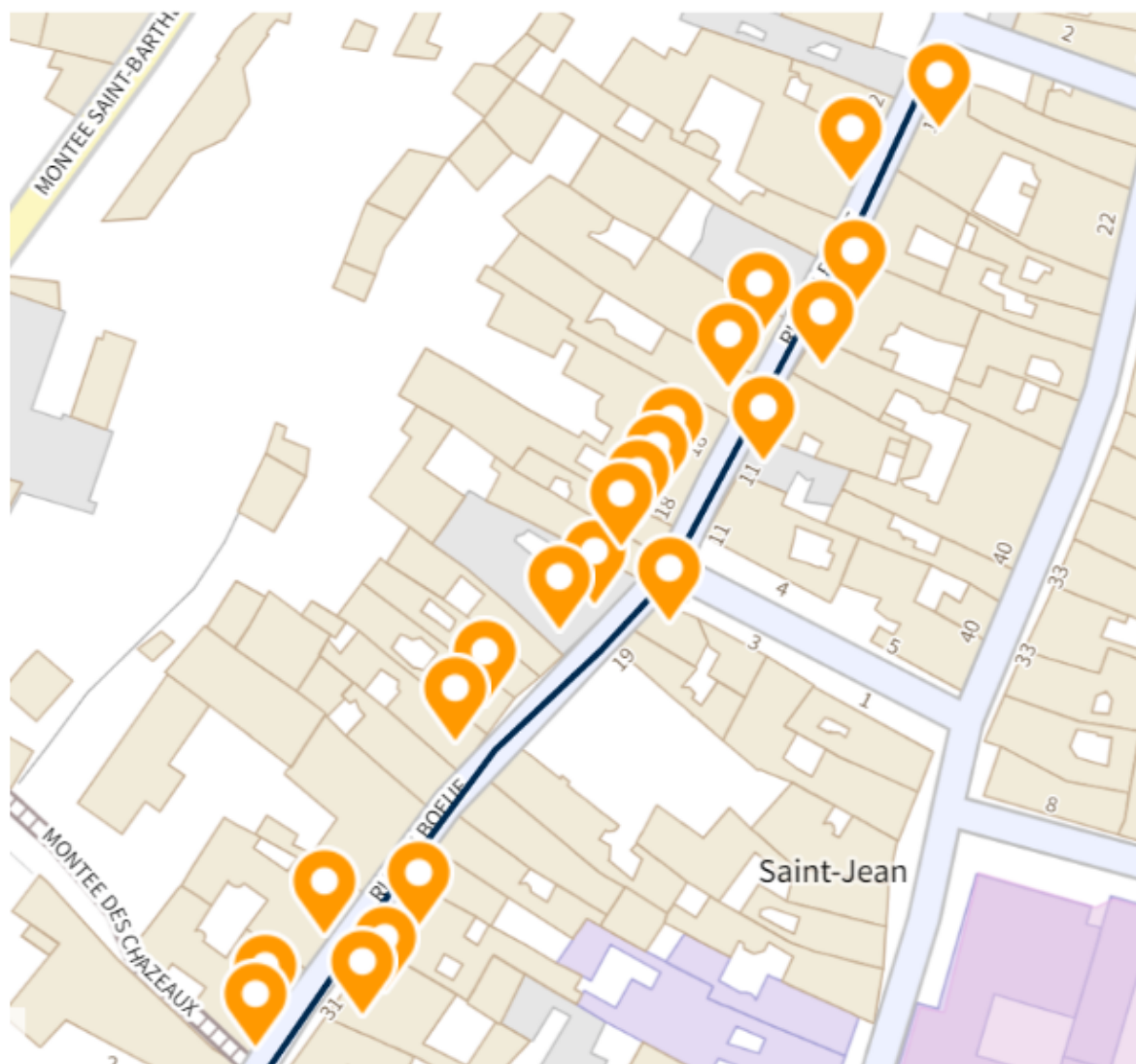
### *1. Analyse spatiale et statistique des commerces de la rue du Boeuf : Une prépondérance des commerces de bouche.*

Cette rue qui doit sans doute son nom à un médecin du XVI<sup>e</sup> siècle, Louis THOREL (et à la présence de la statue d'un taureau évoquant ses armoiries à l'angle de la rue) mesure 188,50 m selon Géoportail et se parcourt en trois minutes de marche à pied. Néanmoins, dans une continuité aussi réduite, on comptabilise pas moins de dix-neuf commerces de bouche, une cave, un liquoriste et chocolatier, six artisans d'art aux méthodes traditionnelles, et deux hôtels haut-de-gamme. Trois commerces seulement n'ont aucun lien avec la gastronomie. La carte ci-dessous réalisée par nos soins apporte un aperçu de la densité des commerces liés à la gastronomie. A noter que nous avons choisi de faire apparaître sur la carte ci-dessous l'ambassade Bonnat et Crozet liquoriste ainsi qu'Antic Wine dans la mesure où leurs produits haut-de-gamme font partie du patrimoine culinaire. Pour les restaurants, quatre sont fières d'une distinction étoilée Michelin, gage d'une qualité légitimée :

- La Cour des Loges
- Le restaurant de la Tour Rose
- Au 14 février
- Jérémy GALVAN

Armada, sans avoir de distinction, est néanmoins recommandé par le guide Michelin.

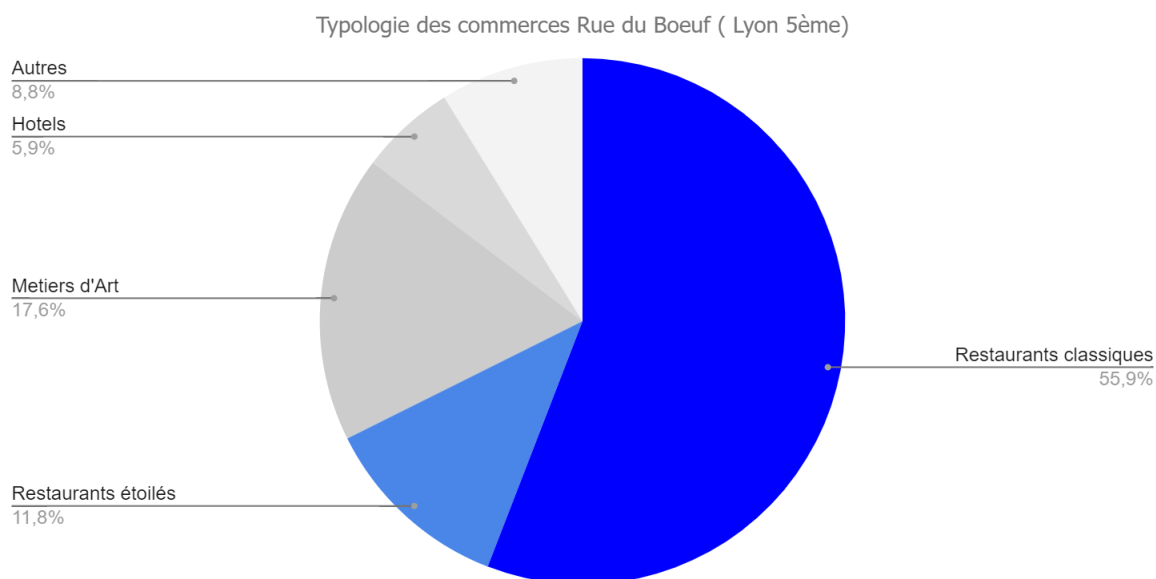




Carte annotée des restaurants présents dans la rue du  
Boeuf (Lyon 5ème)

*Source : Géoportail, fond cartographique proposé par l'Institut  
National Géographique et forestière  
(IGN)*

Une première observation de localisation spatiale nous a permis de répertorier les commerces présents sur notre zone d'étude. Ce recensement est confirmé sur le plan statistique avec le graphique ci-dessous qui corrobore notre hypothèse selon laquelle la proportion de commerces alimentaires (environ 68%) est écrasante.



Une analyse plus qualitative pour révéler ainsi leur positionnement sur le marché et les valeurs qu'ils cherchent à partager est proposée. Les descriptions suivantes sont extraites de leurs sites Internet et permettent de définir, de manière simple mais juste, leurs stratégies de communication :

| Ref | Nom du Restaurant | Adresse              | Observations  |
|-----|-------------------|----------------------|---|
| 1   | Bambino           | <i>1 Rue du Bœuf</i> | Le restaurant propose des plats et des produits italiens, tels que pizza, pâtes et antipasti confectionné par une brigade de cuisine  |
| 2   | Cour des Loges    | 6 Rue du Boeuf       | Le Chef Anthony BONNET propose une table étoilée au restaurant Les Loges, « <i>dans la plus pure des traditions lyonnaises</i> », et nous « <i>invite à découvrir le temps d'une soirée, les produits de son terroir entre collines lyonnaises et Monts du Forez</i> ». Le Café-Épicerie, quant à lui, est un bistrot haut de gamme authentique et convivial, « <i>prônant la cuisine locale et de terroir, offre une carte faisant la part belle aux produits de la région</i> ». La Petite Loge permet de vivre de nouvelles expériences autour de la gastronomie, puisqu'il propose des cours de cuisine et des dîners privés. L'établissement propose également un bar fumoir et un petit-déjeuner étoilé avec « <i>les meilleurs fromages, yaourts et charcuterie de la région</i> ». C'est aussi un Hôtel ***** |
| 3   | La Nef des Fous   | 5 Rue du Boeuf       | Le restaurant propose « <i>une cuisine traditionnelle française de qualité, rehaussée d'aromates et de notes d'épices légères d'ici et d'ailleurs. La carte des vins offre une large sélection des plus belles appellations du vignoble français et de prestigieuses références de grands crus.</i> »   |

|    |   |                              |   |
|----|---|------------------------------|---|
| 4  | <b>The Family</b>   | <i>7 rue du Boeuf</i>        | Ce restaurant recherche une « <i>cuisine généreuse &amp; authentique</i> » dont les « <i>produits sont français &amp; nos légumes viennent directement du marché St Antoine !</i> »   |
| 5  | <b>L'ambassade BONNAT et CROZET liquoriste</b>              | <i>12 rue du Boeuf</i>       | Situé au cœur du site classé par l'UNESCO, l'ambassade composée de BONNAT spécialisé dans le chocolat et CROZET liquorice, promet « <i>une expérience gastronomique unique dans un immeuble typique du XVIème siècle, maison du Procureur du Roi.</i> » |
| 6  | <b>La chimère</b>   | <i>14 rue du Boeuf</i>       | « <i>Cuisine inventive et créative, des mets raffinés de grande qualité aux saveurs délicates avec une décoration soignée, le tout dans une ambiance chaleureuse et conviviale</i> »  |
| 8  | <b>Chez Grand-Mère</b>                                      | <i>11 rue du Boeuf</i>       | « <i>La cuisine est inspirée de la tradition lyonnaise, célèbre pour ses plats copieux et savoureux</i> »   |
| 9  | <b>La maison du crible ou La Tour Rose, avec le Mihotel</b> | <i>22 rue du Boeuf</i>       | L'établissement accueille aujourd'hui un hôtel et un restaurant 4 étoiles. La société MiHotel gère la partie hôtellerie ;   |
| 10 | <b>Maison Brochier</b>                                      | <i>16 et 21 rue du Boeuf</i> | Forte de ses 130 ans d'histoires, « <i>la Maison BROCHIER SOIERIES perpétue avec passion une tradition née au XVIe siècle : la fabrication d'étoffes d'exception et l'impression de carrés d'artistes</i> »   |
| 11 | <b>L'Armada</b>   | <i>16 rue du Boeuf</i>       | Recommandé par le guide Michelin, le duo de chef Thibault MARTEL et Baptiste RIVIÈRE « <i>propose des plats alliant finesse de la gastronomie, plaisir coupable de la street food et convivialité du bistro</i> »                                       |

|    |                               |                                 |   |
|----|-------------------------------|---------------------------------|---|
| 12 | <b>Antic Wine</b>             | <i>18 rue du Boeuf</i>          | La cave de Georges DOS SANTOS, caviste de l'année 2010, spécialiste des vins rares et « <i>flying sommelier</i> » est l'une des références absolues en matière de cave de qualité dans la ville   |
| 13 | <b>François VILLON</b>        | <i>20 rue du Boeuf</i>          | Le restaurant propose une cuisine « <i>de tradition lyonnaise, à la cuisine généreuse et conviviale</i> »   |
| 14 | <b>Food traboule</b>          | <i>22 rue du Boeuf</i>          | Située dans la Tour Rose, l'exploitation est reprise par les chefs TABATA et Ludovic MEY pour le côté restauration. Ce lieu historique de 660 m2 compte 12 comptoirs, 2 bars, 1 coffee shop, 7 salles, 7 ambiances, des espaces événementiels (La Table Rose) et 240 places assises (Un Bouchon au RDC) |
| 15 | <b>Le comptoire du Boeuf</b>  | <i>3 Place Neuve Saint-Jean</i> | « <i>Véritable Bouchon Lyonnais et fin spécialiste de la charolaise [...] Sébastien CHENU, maître des lieux et sa chef Marie-Noëlle BRUN proposent midi et soir, une carte de spécialités lyonnaises cuisinées avec des produits frais et des formules du jour variées et faites maison</i> »           |
| 16 | <b>Catham Soie</b>            | <i>24 rue du Boeuf</i>          | « <i>Des créateurs lyonnais pour une marque lyonnaise</i> » spécialisés dans la soie et la soie sauvage   |
| 17 | <b>Taméra voyage aventure</b> | <i>26 rue du Boeuf</i>          | Agence de voyage  |
| 18 | <b>Le Sol Café</b>            | <i>28 rue du Boeuf</i>          | Ce restaurant propose des spécialités espagnoles  |
| 19 | <b>Les Adrets</b>             | <i>30 rue du Boeuf</i>          | Restaurant français traditionnel  |
| 20 | <b>CTL Le Cyclotouriste</b>   | <i>19 rue du Boeuf</i>          | Plus ancien club cycliste de Lyon   |

|    |  |                        |   |
|----|--|------------------------|---|
| 21 | <b>Atelier boutique<br/>l'Art Relier</b> | <i>23 rue du Boeuf</i> | Artisans d'Art implanté depuis 1999 qui utilisent les méthodes traditionnelles de travail au plomb et au cuivre. Ces derniers proposent de la restauration de vitraux, des créations sur-mesure et une série d'objets de décoration |
| 22 | <b>Stella Stellina</b>                   | <i>23 rue du Boeuf</i> | La boutique propose « <i>des bijoux artisanaux, entièrement conçus et fabriqués en France [...] réalisés en verre de Murano dans nos ateliers lyonnais par des créatrices passionnées et chevronnées</i> »                          |
| 23 | <b>O passage</b>                         | <i>27 rue du Boeuf</i> | Salon de thé qui propose des pâtisseries  |
| 24 | <b>Au 14 février</b>                     | <i>36 rue du Boeuf</i> | Recommandé par le guide Michelin * et proposé par le Chef cuisinier Tsuyoshi ARAI, « <i>l'esprit d'une cuisine française nuancée par le savoir faire japonais</i> »   |
| 25 | <b>Jérémy GALVAN</b>                     | <i>29 rue du Boeuf</i> | Également une étoile Michelin, le chef d'origine Savoyard propose une véritable expérience gastronomique qui fait appel aux 5 sens  |
| 26 | <b>Le boeuf<br/>d'argent</b>             | <i>29 rue du Boeuf</i> | Ce « <i>restaurant Écoresponsable travaillant main dans la main avec les agriculteurs locaux</i> » est géré par la Fratrie de la famille PISACANE. Elle propose une carte traditionnelle française haut-de-gamme                    |
| 27 | <b>Le touareg</b>                        | <i>38 rue du Boeuf</i> | Cet établissement met à l'honneur une cuisine orientale   |
| 28 | <b>Les terres d'ève</b>                  | <i>31 rue du Boeuf</i> | Création céramique et bijoux réalisés par une créatrice présente sur le marché de la création de Lyon : L'objet d'effet , Hélène HUTINET. La boutique sélectionne aussi des créations   |

|    |                      |                        |   |
|----|----------------------|------------------------|---|
|    |                      |                        | originales toujours en lien avec mon travail :<br>Vannerie , luminaires avec L'atelier<br>RéVERBÈRE   |
| 29 | <b>Palm</b>          | <i>38 rue du Boeuf</i> | Bar à cocktail et cave à manger   |
| 30 | <b>Belle de Maia</b> | <i>31 rue du Boeuf</i> | Cette maison de beauté illustre « <i>L'art du soin à la française pour Femmes &amp; pour Hommes</i> » |

## 2. Une sémantique partagée pour un amour du produit commun.

L'analyse sémantique du discours et des occurrences est riche d'enseignements. Les mots : « *tradition, français, authentique* » reviennent particulièrement souvent. Le côté traditionnel et typique (français ou lyonnais) gastronomique, haut de gamme, est largement mis en valeur. A n'en pas douter, ce discours permet aux chefs de valoriser leur produit. Si on entre davantage dans le détail des restaurants, cette importance devient évidente. Ainsi, le 14 février indique ses « *produits étant d'une extrême fraîcheur, ces menus ne vous seront annoncés que lors de votre arrivée au restaurant* », il ajoute que ses légumes sont issus « *principalement de cultures régionales respectueuses de l'environnement* ». Jeremy GALVAN consacre une section entière dans son site Internet intitulée « *À l'Origine* » qui détaille ses fournisseurs : ses fromages et crèmerie qui viennent des « *crèmeries lyonnaises* » à Lyon 5ème, ses viandes de la Boucherie Franklin par Jean-Louis DUCCI à Lyon 2ème et ses fruit et légumes des Jardins de Vartan à Décines. Même ton pour le Family, qui indique se rendre directement au marché Saint-Antoine pour ses produits. Ce discours marketing même s'il procède de sincérité n'est pas anodin. CORMIER-SALEM et ROUSSEL montrent dans leur ouvrage *Localiser les produits et valoriser les spécificités locales : une dynamique générale et foisonnante* en 2009 que l'ensemble des initiatives de communication visant la valorisation des produits alimentaires localisés permet l'émergence de trois grandes tendances : « *la promotion des productions et spécialités locales au service du développement économique local ; leur prise en compte dans des politiques de conservation et de valorisation de la diversité biologique et culturelle ; enfin, leur instrumentalisation dans des processus plus larges de revendications territoriales et identitaires* ». Cela fait écho au processus

d'authentification du client par rapport aux produits proposés par l'établissement, qui est « *le processus par lequel quelque chose - un rôle, un produit, un site, un objet ou un événement - est confirmé comme étant original, authentique, réel et digne de confiance* » selon COHEN et COHEN dans *Authentication : Hot and Cool* de 2012. Les consommateurs recherchent cet ancrage territorial. Dans l'étude sur le fromage la Tome des Bauges parue dans *Does a terroir product tell the same story to tourists, day-trippers and local consumers ? The moderating role of variety seeking tendency and perceived authenticity* (2016), LENGLET et GIANNELLONI poussent encore davantage leur concept et démontrent que les consommateurs considèrent que les plats authentiques et typiques sont des marqueurs culturels de la destination visitée. C'est d'ailleurs pour cette raison qu'on constate à plusieurs reprises que le chef est cité et mis en avant lors de la promotion des restaurants : sa personnalité, sa renommée, sa notoriété, les établissements dans lequel il s'est formé, présentent des atouts indéniables pour donner de la visibilité à ses produits et à sa cuisine. Il fait office de médiateur légitime. L'authenticité du produit (dans ses caractéristiques et son processus de production) renforce celle du chef, lui permettant ainsi de mettre en avant son appartenance régionale, comme souligné dans *Nouvelle approche conceptuelle et opérationnelle du lien entre individu et région : l'appartenance régionale* (2015) de CHARTON-VACHET et LOMBART.

Au-delà d'une simple concentration de restaurants, on observe une caractéristique importante pour la rue du Boeuf, avec une réelle homogénéité de type : l'existence de professionnels fiers d'une tradition française et/ou lyonnaise, et qui utilisent des produits locaux. Même les commerces qui ne sont pas liés à l'alimentation adoptent ce caractère traditionnel et haut de gamme. Si on se réfère à l'analyse économique de la localisation des activités, nous sommes donc face à une force centripète qui favorise leur agglomération. Au premier abord, ce constat fait écho au phénomène interprété dans le modèle centre-périphérie de KRUGMAN (1991). Les industries se localisent dans un lieu en tenant compte de l'arbitrage entre les économies d'échelle, ce qui favorise la concentration, et les coûts de transport, qui favorise la dispersion. Ses travaux théoriques sont regroupés sous le terme de « nouvelle économie géographique » et contribuent à un renouvellement de l'analyse théorique de la localisation des activités productives. Dans ce modèle et selon FERRA et HENRIOT, dans « *La localisation des entreprises industrielles : comment apprécier l'attractivité des territoires?* » paru en 2004, les entreprises privilégient les lieux de production où la demande



est considérée comme potentiellement élevée. Ainsi, la première explication de cette agglomération d'établissements de restauration se trouve du côté de la demande, résidentielle et touristique, qui peut créer une clientèle potentielle conséquente. En effet, comme rapporté par BAILLY et PAELINCK dans « *La localisation de restaurants de marque : les critères implicites dans l'information du Guide Michelin* » (1992), la densité de clientèle est une des raisons des concentrations de restaurants en des lieux particuliers, tout comme l'est l'attraction touristique du dit lieu.

### 3. *Une identification visuelle homogène*

Un autre enseignement issu de notre étude de terrain sur les restaurants concerne l'utilisation d'une charte graphique largement similaire. Ainsi l'usage du rouge et du blanc dans les sites Internet des restaurants est très répandu. Comme l'énonce Bernard ROULLET dans *L'influence de la couleur en marketing : vers une neuropsychologie du consommateur* (2004), la couleur a un impact émotionnel direct sur notre façon d'appréhender un espace. Elle est considérée comme une caractéristique visuelle, qui appartient aux outils propres au marketing sensoriel. Ce rouge rappelle d'abord les armoiries de Lyon, un drapeau rouge (Gueules en langue héraldique) au lion blanc au chef azur chargé de trois fleurs-de-lys. Ce qui est d'ailleurs confirmé quand on se réfère à la charte graphique de la ville de Lyon. Mais ces deux couleurs font aussi écho aux nappes à carreaux dite « Vichy » des « bouchons » lyonnais, restaurants traditionnels qui sont les plus distinctifs. Victor-Eugène ARDOUIN-DUMAZET dans son *Voyage en France, vol. 7 : La région Lyonnaise* publié en 1896 évoque l'origine ligérienne et roannaise, région limitrophe à l'ouest de Lyon, de ce tissu, ou toile dite de Vichy, bien que Vichy n'en fabrique pas. Roanne ne pouvant suffire à alimenter en bras toutes ces usines qui, en 1886, sont une trentaine, il fallut faire appel aux alentours : les montagnes du Forez, du Charolais, du Beaujolais et du Lyonnais présentaient heureusement un important réservoir de main-d'œuvre. Une nouvelle fois, le territoire local est omniprésent aux tables de cette rue.

Dans cette première partie, nous avons pu observer et examiner l'offre gastronomique sur un périmètre restreint, le rue du Boeuf. Bien qu'il aurait été envisageable d'élargir notre champ d'étude au quartier dans son ensemble, des contraintes de temps nous ont incités à

choisir cette approche plus ciblée. Cependant, il est désormais essentiel de prendre en considération les répercussions de cette prolifération de restaurants, sur son environnement, à savoir les autres commerces présents ainsi que sur les habitants. C'est dans cette optique que nous aborderons notre deuxième sous-partie, en nous interrogeant sur les impacts potentiels de cette offre gastronomique dorénavant exacerbée.

## **B. QUAND LA MASSIFICATION S'INVITE A LA TABLE DE LA POLARISATION GASTRONOMIQUE**

Pour terminer ce mémoire de recherche, nous allons évaluer comment cette concentration de restaurants influence le quartier dans son ensemble. Il s'agira ainsi d'analyser les effets sur la dynamique urbaine, la cohabitation entre les différents types de commerces et la perception du quartier par les résidents. En somme, nous chercherons à appréhender de manière globale et approfondie l'impact de cette prolifération de restaurants sur la vie et le dynamisme du quartier en gardant à l'esprit, les préoccupations des habitants et des autres acteurs du quartier. Cette démarche permettra de mieux saisir les enjeux liés au développement de l'offre gastronomique et d'apporter des éléments de réflexion pour une gestion équilibrée et harmonieuse de l'espace urbain. Les citations qui suivront sont issues de notre entretien avec Frédéric AURIA.

### *1. Un quartier sous fortes contraintes.*

Le sens commun estime qu'aménager une terrasse pour son restaurant permet d'attirer encore plus de clients, en le faisant bénéficier d'un accès et d'un gain de surface sur la rue. Dans le quartier Saint-Jean, ce phénomène d'emprise est poussé à l'extrême jusqu'à souffrir d'une prolifération de terrasses qui débordent tant sur les rues, qu'il donne une impression d'étouffement. Il peut même provoquer un aspect qualifié de « *sinistrées* » pour citer Frédéric AURIA. Cette situation est d'ailleurs exacerbée par la résonance particulière du brouhaha qui est amplifié par les rues étroites du quartier.

Avant la pandémie du COVID 19, lors des élections municipales et métropolitaines, l'association Renaissance du Vieux-Lyon a rencontré tous les partis, à l'exception de l'extrême droite, pour présenter leurs projets de préservation du quartier des nuisances en partant du constat suivant : « *Si la restauration se casse la figure, le quartier est mort car les gens ne voient plus que ça avec la place que prennent les terrasses, les nuisances* ». Cette préoccupation se justifie par le fait que la nuisance liée aux terrasses et aux restaurants prend une place si importante dans le paysage urbain, qu'elle fait passer au second plan les artisans du quartier tels que ceux de l'encadrement, du vitrail, de l'horlogerie, de la couture, du textile,

ou même les artisans du tatouage. Les récentes déclarations et communiqués de juin 2023 sur la réglementation des terrasses émanant de l'Union des métiers de l'industrie hôtelière et de la mairie ont suscité des inquiétudes : « *ils ont choisi leur camp. On s'est senti complètement trahi. La révision de la réglementation des terrasses n'a pas amené un rééquilibrage. C'est une catastrophe.* ». Les annonces laissent penser que les intérêts touristiques sont privilégiés au détriment même du bien-être et du bien vivre des habitants. Seule concession faite aux riverains, la fermeture une heure plus tôt, trois jours par semaine, jour où la clientèle est généralement absente, et où certains établissements ferment. La maîtrise d'usage paraît largement ignorée et le manque de consultation et d'implication des résidents dans les prises de décision est mal perçues, et jugé « *clairement pas entendue et écoutée par la ville* ».

Farida MESSAI, habitant au 27 rue du Bœuf, en témoigne, confrontée qu'elle est au problème persistant des nuisances sonores provoquées par les restaurants environnants, en particulier le Touareg où le spectacle de danses du ventre perturbent la tranquillité du quartier tous les samedis. Outre les troubles occasionnés, les décibels ont également des répercussions néfastes sur la stabilité des bâtiments, avec des cas d'effondrement de planchers nécessitant des travaux de restauration urgents. Le Touareg lui-même a été témoin d'un début d'effondrement de son plancher, soulignant la gravité de la situation. Luisa Pardo FERNANDEZ, résidant au 9 rue Saint-Jean, stagiaire au sein de l'association locale, témoigne elle aussi des multiples sources de perturbations dans son quartier. En plus des bruits des restaurants, elle fait mention de ceux des camions poubelles très tôt le matin et des livraisons qui s'étendent jusqu'à 2 h du matin. La présence régulière de la nettoyeuse de rue ajoute à la cacophonie ambiante.

L'envahissement des terrasses dans le quartier entraîne également des nuisances olfactives importantes, créant des problèmes d'odeurs désagréables et attirant la vermine telle que les rats. De plus, cette prolifération des terrasses provoque une augmentation significative de la chaleur dans les cours, créant un inconfort supplémentaire pour les résidents, ce qui n'est pas à négliger à l'heure où les villes s'interrogent sur les problématiques liées aux Îlots de Chaleur Urbaine. Enfin, les odeurs émanant des cuisines situées en arrière cours, même si elles sont dans l'obligation légale d'être filtrées, sont particulièrement préoccupantes car elles se répandent surtout dans les traboules, ces passages étroits si typiques de Lyon, qui emprisonnent les effluves. Cette situation paraît de nature à compromettre sérieusement et de manière globale la qualité de vie des habitants du quartier.

Par ailleurs, l'espace public souffre de cette pression. En raison de leur poids, les camions de livraison, par exemple, endommagent les pavés. L'absence de services de livraison du « *dernier kilomètre* », destinés à finaliser les approvisionnements nécessaires aux commerces, aggrave davantage la situation. Celle-ci engendre des dommages significatifs, d'autant plus préoccupants que la structure souterraine du quartier demeure largement inconnue : les caves, autrefois utilisées et désormais délaissées, se répartissent en plusieurs niveaux, sans entretien. Ces facteurs cumulés créent donc des problèmes majeurs de stabilité du sol qui pourraient mériter des études techniques plus poussées.

Lors de nos comptages, nous avons observé un intéressant phénomène pendulaire dans la rue du Bœuf. Celle-ci se vide la journée pour se remplir progressivement le soir. Ce rythme est étroitement lié à l'ouverture et à la fermeture des restaurants qui dictent en grande partie l'influence de cette rue. Ce phénomène des terrasses est donc moins visible que dans le quartier. En interrogeant Frédéric AURIA, nous avons appris que la saison touristique s'étend sur l'année, avec des flux de personnes différentes tout au long de la journée. Le matin, on retrouve des visites de groupe, tandis que les jeunes cadres viennent se détendre du mercredi au jeudi jusqu'au samedi soir. Le dimanche accueille les résidents locaux, les Grands Lyonnais. Ce constat soulève l'importance de prendre en compte les variations horaires et les types de publics. Cela implique également de considérer les facteurs saisonniers et les habitudes de visite qui ont un impact significatif sur l'affluence et le niveau sonore. Cette compréhension plus approfondie des schémas d'occupation nous permettra de mieux cerner les défis liés à la gestion des nuisances sonores et à la préservation du cadre de vie pour les résidents, tout en maintenant un environnement accueillant pour les visiteurs.



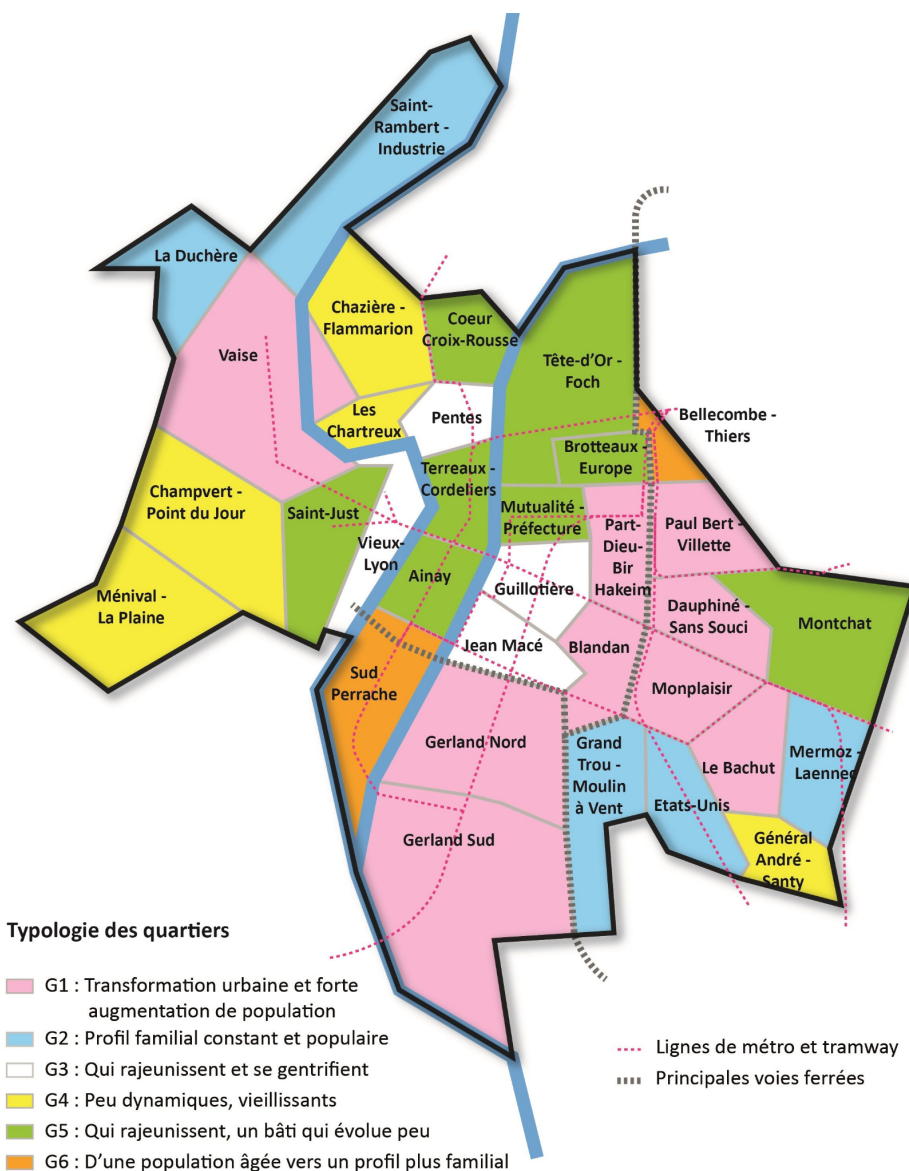
Prises Photographiques du 19 juillet 2023 à 22h00 - Rue du Boeuf Lyon 5ème

## 2. *Un appauvrissement de l'offre de commerces de proximité qui s'accompagne d'un renouvellement de la population*

L'expérience du confinement a souligné un déséquilibre majeur entre une économie de loisir envahissante et une économie de proximité absente sur des kilomètres de rues désertes, montrant les effets d'une mono-activité symbolisée par une enfilade de rideaux de fer baissés. Paradoxalement, bien que chargés de fournir un service quotidien et de dynamique du quartier, les « *magasins de proximité* » sont souvent excentrés. Frédéric AURIA prend exemple de la rue Monseigneur Lavarenne, presque une oasis, entre le métro et le pont Bonaparte, qui rassemble à elle seule une boucherie-charcuterie, une fromagerie, une boulangerie et un cordonnier. Pourtant, force est de constater que la tendance liée à la fermeture des commerces de proximité laisse peu d'alternatives aux riverains. Un exemple frappant est le remplacement d'une pharmacie par le glacier Amorino, illustrant combien le quartier change au fil du temps, ce qui est somme toute normal, mais paraissant, et c'est là toute la tension du temps présent, de moins en moins adapté aux besoins de ses habitants. Cette tendance fait écho au leitmotiv de l'Association, qui est que « *les hommes passent avant les pierres* ». Il pointe la diminution des lieux de vie locaux, suscitant légitimement des inquiétudes quant à l'avenir du quartier pour ses habitants. D'autres fermetures emblématiques viennent appuyer cette réalité telle que celle des bureaux de poste de Saint-Jean (Vieux-Lyon), qui avait déjà des horaires jugés ridicules avec une ouverture limitée à trois heures le matin. Les services publics ont également été impactés à la Gare Saint Paul, où la boutique SNCF a été réduite de moitié et ne compte plus qu'une seule employée pour assister les voyageurs dans l'achat de leurs billets. Enfin, la présence de commerces spécifiques comme la librairie Diogène, est mise en péril en raison du coût élevé des baux commerciaux qui sont poussés à la hausse par la prolifération de restaurants dans la zone. Cette situation rend presque inabordable le maintien d'autres types de commerce dans le quartier, comme rapporté par Olivier GIRARDOT, 54 ans et pharmacien dans le Vieux-Lyon. Selon lui « *la faiblesse du quartier c'est qu'étant trop touristique, les commerces quotidiens ont tendance à disparaître* » dans l'ouvrage *Sur le fil...Sauvegarder le Vieux-Lyon au XXIème siècle* paru en 2015. Quelques années plus tard, l'augure paraît malheureusement se réaliser.

L'appauvrissement des commerces de proximité à donc des répercussions négatives significatives sur la population résidant dans le quartier. Cette évolution a entraîné un double phénomène paradoxal de vieillissement mais aussi de rajeunissement de la population. D'une part, on observe un essor des colocations qui attire une population étudiante et de jeunes célibataires. D'autre part, on constate le départ progressif des familles et des personnes âgées, des classes moyennes, dont les propriétaires semblent se tourner progressivement vers d'autres localités. Le Vieux-Lyon fait partie des quatre quartiers du G3, et abrite initialement une population âgée et modeste. Toutefois, au cours des trente dernières années, sa composition socio-démographique a subi de profondes transformations. Ces quartiers situés à proximité de la Presqu'île, incluent également les pentes de la Croix-Rousse, la Guillotière et Jean Macé, le long des rives de la Saône et du Rhône. Bien que la population globale de ces quartiers ait augmenté sur la période, la croissance est moins marquée dans le Vieux-Lyon (+7%). Néanmoins, les nouveaux arrivants s'adaptent facilement et apprécient le charme du quartier. Les contraintes physiques, telles que monter cinq étages à pied, ne les effraient pas, et ils ne considèrent pas la proximité immédiate des commerces comme une priorité absolue. Cependant, malgré l'appréciation de certains résidents pour le quartier, l'appauvrissement des commerces de proximité peut engendrer des défis en termes de services et de commodité disponibles pour la population résidente. Ces changements socio-économiques suscitent des questions sur l'avenir de la cohésion sociale et du bien être dans le quartier, ainsi que sur l'évolution de sa dynamique démographique à long terme. Le quartier est aussi affecté par la prolifération des locations de nuitées de type Airbnb dans la mesure où cette activité est particulièrement rentable dans un secteur aussi touristique. Pourtant, celle-ci n'est pas compatible avec la construction d'une vie de quartier, puisque les locataires s'enchaînent.





Différents types de trajectoires  
 Typologie des quartiers de Lyon  
 Source : Insee, Recensements de la population 1982 et 2014 dans  
 Insee analyses Auvergne-Rhône-Alpes  
 No 83  
 Paru le : 04/07/2019

En réponse à ce constat, Nadine GEORGEL, maire du 5<sup>e</sup> arrondissement de Lyon, Grégory DOUCET, le maire de Lyon ainsi que Sandrine FRANCHET, adjointe sur les questions du commerce et de l'artisanat, promettent le nouveau label « Fabriqué à Lyon », qui sera disponible à partir du printemps 2024. Certains commerçants du Vieux-Lyon aspirent en effet à transformer la perception que les Lyonnais ont de leur quartier, qui est souvent considéré uniquement comme une destination touristique avec une offre de qualité limitée. Grâce à ce label, la Ville de Lyon souhaite s'engager dans cette démarche en établissant une marque d'identification et en offrant une garantie d'authenticité aux consommateurs, en regroupant sous cette étiquette les produits conçus, fabriqués ou transformés dans la région lyonnaise, à un rayon de 20 kilomètres autour de la place Bellecour. Les résidents réclament de plus en plus de commerces de proximité mettant en avant les compétences locales : ce nouveau label, qui célèbre la création et la production à Lyon, répond à cette demande croissante. L'avenir dira l'efficacité de cette politique de label.

### 3. *Un quartier qui s'isole toujours plus*

Depuis le 25 septembre 2022, la mairie du 5<sup>ème</sup> arrondissement de Lyon envisage l'extension de la zone piétonne du Vieux-Lyon vers le quartier Saint-Georges, ainsi que la restriction de l'accès par d'autres voies. Bien que Nadine GEORGEL espère que ce projet « *puisse participer au dynamisme du quartier* », Frédéric AURIA se montre plus dubitatif et exprime des inquiétudes quant à la possibilité que cela aboutisse à « *isoler le quartier, le transformant en un îlot de loisirs plutôt qu'un lieu pour les habitants. La conception de la ville doit prendre en compte la nature du terrain et de la ville.* ».

Afin de confronter ces deux perspectives, nous nous sommes penchés sur la question de la mobilité dans notre zone d'étude. En ce qui concerne les stationnements disponibles dans le quartier, leur nombre est limité. Bien que le parking de Saint-George soit relativement spacieux, ceux de Saint-Jean et des environs affichent des listes d'attentes de plusieurs mois, voire de plusieurs années. Cette situation pose problème pour les résidents qui ont besoin de se déplacer régulièrement, car il est difficile de trouver des places de stationnement. De plus, le tarif des parkings pose un véritable problème, car peu de places sont réservées aux habitants du quartier. Cette pénurie d'emplacements complique l'utilisation des véhicules et entraîne des désagréments pour les résidents qui peinent à rentrer chez eux. La configuration

et la structure du quartier créent des défis en matière de circulation et de transports en communs. Par ailleurs, les démarches administratives pour obtenir une autorisation de stationnement temporaire sont laborieuses, ce qui dissuade certains artisans de venir travailler dans le quartier. La piétonnisation implique une offre en transport en commun suffisante et adaptée aux réalités du terrain. On constate que les rues sont très étroites, ce qui restreint les possibilités. Les arrêts de bus sont donc situés en périphérie du quartier, ce qui tend à insulariser le quartier Saint-Jean.

## CONCLUSION

*“L'équilibre actuel qui s'est construit sur la richesse des fonctions du quartier tend à se fragiliser sous le poids de la fréquentation touristique”*

Philippe LAMY, architecte, Direction de l'aménagement urbain (Ville de Lyon) dans *Sur le fil...Sauvegarder le Vieux-Lyon au XXIème siècle* (2016).

Cette recherche nous a invité à introduire les problématiques suivantes :

En quoi les dynamiques spécifiques qui animent la rue du Boeuf, en tant que lieu emblématique de la gastronomie avec une concentration de restaurants arborant les macarons Michelin, reflètent-elles de manière significative et représentative l'identité et l'expérience vécue du quartier Saint-Jean dans son entièreté ?

Dans quelle mesure la valorisation de la tradition, du patrimoine, et de l'identité agit-elle comme un catalyseur du développement économique dans le secteur de la gastronomie, et quels sont les facteurs et les obstacles à cette dynamique de développement ?

Pour répondre à cela, nous avons conceptualisé avec rigueur la gastronomie, afin de la définir de manière éclairée en prenant appui sur son étymologie et ses racines profondes. En scrutant les discours qui ont traversé les siècles depuis l'Antiquité, nous sommes parvenus à élaborer notre propre paradigme de la gastronomie, une vision qui nous a servi de socle pour l'ensemble de ce mémoire de recherche. À travers cette démarche, nous avons cherché à mettre en évidence le lien indissoluble qui unit la gastronomie au territoire dont elle est indéniablement partie prenante. Dans le cadre de notre sujet d'étude, nous nous sommes focalisés sur la gastronomie lyonnaise où cette symbiose, entre gastronomie et territoire, a su s'affirmer comme un important levier de développement. Elle agit comme un catalyseur contribuant à la croissance économique et touristique de la ville. Pour explorer la matérialisation de la gastronomie dans l'environnement urbain, nous avons concentré notre recherche sur le lieu emblématique qu'est le restaurant. Ce dernier représente la concrétisation de la gastronomie où les saveurs, les techniques culinaires, l'ambiance et l'identité locale se

conjuguent pour offrir une expérience unique. Dans le cadre de notre démarche que nous avons voulu déductive, nous avons resserré notre recherche sur la ville de Lyon et avons ainsi constaté que la puissance publique a déployé un environnement solide et multiscalaire, allant des producteurs à l'assiette, pour faire prospérer la gastronomie. Cela a grandement favorisé l'implantation de restaurants, notamment de restaurants gastronomiques, qui est la particularité de notre terrain d'étude. En resserrant davantage notre recherche sur le quartier du Vieux-Lyon, cet essaimage économique s'est confirmé sur le terrain. Conjointement, les politiques patrimoniales mises en œuvre dans le quartier depuis 1964 en ont fait une vitrine traditionnelle et patrimoniale pour la ville. Ainsi, nos hypothèses antérieures sur le lien entre gastronomie et territoires se sont avérées exactes. Le patrimoine gastronomique de Lyon est intimement lié à celui des pierres, puisque la gastronomie lyonnaise est profondément enracinée dans l'histoire du territoire. La prolifération de restaurants dans le quartier contribue à faire du tourisme une composante essentielle de l'économie. Cependant, cela pose le défi crucial de concilier harmonieusement les besoins des touristes et des résidents tout en préservant l'écosystème du Vieux-Lyon, de manière à ce qu'il reste une ressource durable pour le territoire à l'avenir. La dernière partie de ce mémoire s'est focalisée sur une analyse approfondie des dynamiques à l'œuvre dans notre zone d'étude. Tout d'abord, nous avons dressé un état des lieux des commerces de bouche dans la rue du Bœuf, ce qui nous a permis de constater qu'au-delà d'occuper presque entièrement l'espace, ils présentent également une homogénéité remarquable et partagent une sémantique commune. Ce constat met en évidence la forte présence de la gastronomie dans cette rue. Ensuite, nous avons examiné les conséquences de cette concentration importante d'offres gastronomiques dans le quartier. Les multiples nuisances associées au restaurant telles que l'empiètement sur l'espace public qui, avec les terrasses, qui occupent non seulement visuellement tout l'espace, mais s'accompagnent également de bruit, d'odeurs et ont un impact considérable sur la vie des riverains. De plus, les résidents ont exprimé leur mécontentement quant à la révision de la réglementation car leurs opinions n'ont pas été prises en compte. Cette extension a également entraîné un exode, voire une quasi extinction des commerces de proximité. Cette situation engendre des conséquences sur le profil sociodémographique du quartier, qui fait face à un renouvellement de sa population au profit d'une population plus jeune et des ménages de tailles réduites. Ces tendances sont exacerbées par le fait que le quartier est enclavé, principalement en raison de sa topographie mais aussi en raison d'une nette insuffisance en

mobilité urbaine ; les moyens de transport tels que la voiture et les transports en commun n'étant pas adaptés et / ou relativement éloignés.

Pour poursuivre cette recherche, nous vous invitons à continuer les entretiens sur la base des noms présents sur la liste transmise par Monsieur Frédéric AURIA, qui comprend de nombreux commerçants, habitants, restaurateurs, mais aussi de la Mairie du 5ème arrondissement. Ce travail plus poussé pourrait permettre de donner davantage la parole aux acteurs locaux afin de « *Travailler ensemble pour se positionner et se distinguer, imaginer de nouvelles offres, innover, ré-enchanter les patrimoines* » comme le souligne justement Hugues BEESAU, directeur de pôle ingénierie, stratégie, prospective Rhône-Alpes (Rhône-Alpes Tourisme) dans *Sur le fil...Sauvegarder le Vieux-Lyon au XXIème siècle*. Car à l'heure du marketing à tout crin, où le quartier Saint-Jean est tenaillé entre massification touristique et muséification de ses rues, il serait peut-être bon de revenir à l'essentiel de ce qui fait la cuisine et de se souvenir des mots de Monsieur Paul BOCUSE dans un entretien avec Bernard PIVOT en janvier 1976 : « *Il n'y a pas de bonne cuisine si au départ elle n'est pas faite par amitié pour celui ou celle à qui elle est destinée.* ».

## BIBLIOGRAPHIE

ARCHESTRATE DE GELA. (Traduit en français du grec par Fabien Vallos, 2015). *Gastronomie*. Tous ces fragments proviennent de citations données dans l'ouvrage *Les Deipnosophistes* d'Athénée de Naucratis (II<sup>e</sup>-III<sup>e</sup> siècle), travaillé à partir de l'édition de 1557 de Isaac Casaubon, celle de 1789-90 de Jean-Baptiste Lefebvre de Villebrune et celle (uniquement pour les fragments) de 1825 de Domenico Scina.

ARDOUIN-DUMAZET, V-E. (1896). *Voyage en France, vol. 7 : La région Lyonnaise, Berger-Levrault et Cie*. Publisher Paris, Berger-Levrault.

ASSEMBLÉE NATIONALE, N° 4497. (2021). *La mission d'information sur l'organisation et les enjeux de la gastronomie et ses filières présentée par Mmes Barbara BESSOT BALLOT et Annaïg LE MEUR*.

NAUCRATIS, A. (228 ap JC). *Deipnosophistes* ou *Le Banquet des sophistes* ou *Le Banquet des sages*.

AUTHIER, J.-Y. (1992). *La ré-habilitation du quartier Saint-Georges à Lyon : processus, logiques d'acteurs et changement social*. Thèse de doctorat de sociologie et sciences sociales soutenue à l'Université Lumière Lyon.

AUTHIER, J.-Y. (1993). *La Vie des lieux. Un quartier du Vieux-Lyon au fil du temps*. Lyon : Presses universitaires de Lyon.

AXEL, G d'après une nouvelle de BLIXEN, K. (1987). *Le Festin de Babette*. Production : Just Betzer et Bo Christensen.

BAILLY, A et HUSSY, C. (1991). *La diagonale gourmande*. Mappemonde, n° 2, p. 48-49.

BAILLY, A et PAELINCK, J. (1990). *La localisation de restaurants de marque : les critères implicites dans l'information du Guide Michelin*. Annales de Géographie, 101, 563, pp. 85-90.

BAILLY, A et PAELINCK, J. (1990). *Restaurant, Espace, Temps*. Les cahiers du tourisme, série L, n° 137, Centre des hautes études touristiques de l'université de droit, d'économie et des sciences d'Aix-Marseille, p. 1-32.

BALLAIN, R. et al. (1991). *La pratique des OPAH dans l'agglomération lyonnaise. Bilan, analyse des opérations*. Rapport pour le Comité permanent local de l'habitat de la Communauté urbaine de Lyon.

BARRÈRE, C. (2013). *Patrimoines gastronomiques et développement local, les limites du modèle français de gastronomie élitiste*. Mondes du tourisme.

BARTHES, R. (1957). *Œuvres complètes*, tome I *Mythologies* suivi de *Le Mythe, aujourd'hui*. p. 673. Editions du Seuil.

BEAUDET G. (2006). *La géographie du tourisme gourmand*. Téoros, vol. 25, n° 1, p. 10-14.

BENOÎT, F. (1987). *La cuisine lyonnaise*, nouvelle édition, Solar, Lyon.

BERCHOUX, J. (1801). *Gastronomie ou L'homme des champs à table*. Paris : Chez Giguet et Michaud.

BEYLE, H. (1838). *Mémoires d'un touriste*.

BING G, HOOGE E. (2007). *Lyon, capitale mondiale de la gastronomie: quels chiffres pour le dire?* Nova 7 report

BIRD, B. (2007). *Ratatouille*. Pixar Animation Studios, Walt Disney Pictures.

BOCUSE, P. (1976). Entretien avec Bernard PIVOT.



BONNARD, Q. (2011). *Les districts gastronomiques: des districts d'un nouveau type*. Thèse de doctorat en Sciences économiques soutenue à Reims, dans le cadre de Ecole doctorale Sciences de l'homme et de la société (Reims, Marne).

BONNEVILLE, M. (1985). *Politiques et pratiques d'intervention publique dans les vieux quartiers de Grenoble, Lyon et Saint-Etienne*. Revue de géographie de Lyon, vol. 60, n° 3.

BRILLAT-SAVARIN, J. A. (1848). *Physiologie du goût*. Gabriel de Gonet, Paris.

CARÊME, M.-A. (1828). *Le Cuisinier parisien ou l'art de la cuisine française au XIXe siècle*. Bibliothèque nationale de France, département Réserve des livres rares.

CAVES, R. E. (2000). *Creative Industries. Contracts between Art and Commerce*. Harvard University Press, Cambridge.

CHARTON-VACHET, F. & LOMBART, C. (2015). *Nouvelle approche conceptuelle et opérationnelle du lien entre individu et région : l'appartenance régionale*. Recherche et Applications en Marketing, 30, 1, 52-80.

CHEMLA, G. (1990). «L'évolution récente des restaurants gastronomiques parisiens», Les restaurants dans le monde et à travers les âges, Grenoble, Glénat

CLOS-JOUVE, H. (1972). *La cuisine lyonnaise*, Solar.

COHEN, E. and COHEN, S.A. (2012). *Authentication: Hot and Cool*. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1295-1314.

COMMUNAUTÉ URBAINE DE LYON - GRAND LYON Métropole. (2020). *Lyon, capitale mondiale de la gastronomie ?* Rapport du groupe de travail.

CORMIER-SALEM, M. & ROUSSEL, B. (2009). *Localiser les produits et valoriser les spécialités locales: Une dynamique générale et foisonnante*. *Autrepart*, 50, 3-15.

COTEAU, A. (2021). *A L'école de la mère BRAZIER*. Rues de Lyon numéro 81

CSERGO, J. (1999). *Pot-au-feu. Familial, convivial. Histoires d'un mythe*. Paris, Editions Autrement Mutations.

CSERGO, J. (2011). *La gastronomie dans les guides de voyage : de la richesse industrielle au patrimoine culturel, France XIXe -début XXe siècle*.

DE CERTEAU, M. (1980). *L'Invention du quotidien, Tome 1. Arts de faire*, Paris, Gallimard.

DELEUIL, J.-M. (1994). *Lyon la nuit. Lieu, pratique et image*. Presses universitaires de Lyon.

DRUCKER-GODARD, C., BOUTY, I. & GOMEZ, M. (2011). *De la France au monde: Le Guide Michelin, vecteur du rayonnement de la marque France ?* Revue française de gestion, 218-219.

ERRECART, A, FACHE, P, et PARIS, M. (2019). *La gastronomie : de l'institutionnalisation à l'événementialisation. Des usages culturels en mutation pour un patrimoine immatériel. Une approche communicationnelle de la nouvelle « scène » gastronomique lyonnaise*. Marché et organisations 2019/2 (n°35).

ETCHEVERRIA, O. (2008). *San Sebastian : capitale gastronomique parmi les capitales gastronomiques*. Voyages en gastronomie, L'invention des capitales et des régions gourmandes ss. La direction de J. Csergo et J.P. Lemasson, Autrement.

ETCHEVERRIA, O. (2011). *Les tensions fondatrices du développement local autour du restaurant Bras à Laguiole : «centralité», qualité et créativité*. Le restaurant, outil de développement local, Norois, n°219, 2011/2.

ETCHEVERRIA O. 2004. *Existe-t-il un goût de l'Aubrac ?* Géographie et cultures, n° 50, p. 63-75.

FERGUSON, P. (2015). *Identité et culture : la gastronomie en France*. Revue de la BNF 2015/1 (n° 49)

FERGUSON, P. P. (2005). *Accounting for taste: the triumph of French cuisine*. The University of Chicago Press.

FERRARA, L., & HENRIOT, A. (2004). *La localisation des entreprises industrielles : comment apprécier l'attractivité des territoires ?* Economie internationale, no 99.

FERRERI, M assisté de DUCHEMIN, R. (1973). *La Grande Bouffe (La grande abbuffata)*. Mara Films (Paris), Capitolina Produzioni Cinematografiche (Rome) pour Films 66.

FLEURY, A. (2004). *La rue : un objet géographique ?* OpenEdition Journals.

GUY, K. (2003). *When Champagne Became French : Wine and the Making of a National Identity*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.

HUTCHINSON, J. (1994). *Modern nationalism*. New York, Fontana Press.

JULIEN, M. & ROSSELIN, C. (2005). *La culture matérielle*. La Découverte.

LAZZERETTI, L. (2003). *Ville d'art en tant que système local de haute culture et culturel* *Processus de districtualisation: le cluster de restauration d'art à Florence*. Int J Urban Reg

MARCILHAC, V. (2012). *Le luxe alimentaire : Une singularité française*. Tours : Presses universitaires François-Rabelais.

MARTIGNY, V. (2010). *Le goût des nôtres : gastronomie et sentiment national en France*. Raisons politiques, 37, 39-52.

MOLLARD, A (2001). *Qualité et développement territorial: une grille d'analyse théorique à partir de la rente*. Économie rurale 263.

MONTANARI, M. (2010). *Le manger comme culture*. Université De Bruxelles Eds.

MONTIGNY, G. (1992). *De la ville à l'urbanisation: essai sur la genèse des études urbaines françaises en géographie, sociologie et statistique sociale*. Editions L'Harmattan.

OBSERVATOIRE PARTENARIAL LYONNAIS EN ÉCONOMIE. (2021). 5ème arrondissement de Lyon. Agence d'Urbanisme de Lyon, série de « portraits de territoires »

ORY, P. (1998). *Le Discours gastronomique français des origines à nos jours*. Editions Gallimard.

PAMPILLE. (1913). *Les Bons Plats de France, Cuisine régionale*. Paris, CNRS Éditions, 2008, p. 5-15.

PITTE, J.-R. (1991). *Gastronomie française. Histoire et géographie d'une passion*, Fayard.

POULLENNEC, G. (2011). *Le guide Michelin : une référence mondiale de la gastronomie locale*. Le journal de l'école de Paris du management, 89, 37-42.

QUALIMETRIE & VERTONE. (2020). *Restauration – les habitudes des Français*. Qualimétrie

RABELAIS, F. (1532). *Pantagruel ou Les horribles et épouvantables faits et prouesses du très renommé Pantagruel Roi des Dipsodes*. Edition Folio.

Renaissance du Vieux Lyon, KNEUBÜHLER, M, NETHER, V. (2016). *Sur le fil...: Sauvegarder le Vieux-Lyon au XXIe siècle*

ROUFF, M. (1924). *La Vie et la passion de Dodin-Bouffant, gourmet*. Editions Sillage, janvier 2010.

ROULLET, B. (2004). *L'influence de la couleur en marketing : vers une neuropsychologie du consommateur. Gestion et management*. Université Rennes 1.

SALVADOR, M., MAALEJ, M. E. E., & FROCHOT, I. (2017). *Le rôle de la restauration gastronomique dans la valorisation des produits alimentaires localisés*. Décisions marketing.

STENDHAL, (1995) *Voyage à Lyon - Lyon, le 2 juin 1837*. Christian PIROT éditeur.

TERENCE, I. (1996). *Le monde de la grande restauration en France : la réussite est-elle dans l'assiette?* L'Harmattan eBooks.

TYMEN, E. (2017). *L'étoile du Guide Michelin : impact sur les restaurants ?* Le Figaro Economie.

VERNIERES, M, PATIN, V, MENGIN, C, GERONIMI, V, DALMAS, L, NOËL, & J-F, TSANG KING SANG, J. (2011). *Méthodologies d'évaluation économique du patrimoine urbain : une approche par la soutenabilité*. Agence Française de Développement, *A Savoir*, N° 13.

VON THÜNEN, J. H. (1826). *Theory of the Location of Industries*. University of Chicago Press.

ZELDIN, T. (1981). *Histoire des passions françaises, 1848-1945: Anxiété et hypocrisie*. Seuil.

ZIDI, C. (1976). *L'Aile ou la Cuisse*. Films Christian Fechner.

## SITOGRAPHIE

Renaissance du Vieux-Lyon : <http://lyon-rvl.com/>

Le Guide Michelin en Auvergne-Rhône Alpes :  
<https://guide.michelin.com/fr/fr/auvergne-rhone-alpes/lyon/restaurants>

Patrimoine de Lyon : <https://www.patrimoine-lyon.org/>

OnlyLyon : <https://www.onlylyon.com/>

Office du tourisme de Lyon : <https://www.visiterlyon.com/>

Ville de Lyon : <https://www.lyon.fr/>

Bambino : <https://www.bambino-lyon.com/>

La cour des Loges : <https://courdesloges.com/fr/>

La nef des Fous : <https://la-nef-des-fous.fr/>

The family : <https://www.thefamily.co/>

Ambassade Bonnat et Crozet : <https://ambassade-bonnat-crozet.fr/>

La Chimère : <https://www.restaurant-lachimere.com/>

Chez Grand-Mère : <https://chezgrandmere.fr/>

La Tour Rose : <https://www.aucoeurdelyon.fr/tour-rose-lyon-maison-du-crible/>

Brochier soieries : <https://www.brochiersoieries.com/>

L'Armada : Armada - Cuisine canaille & vins coquins ([armada-lyon.fr](http://armada-lyon.fr))

Le François Villon : <https://lefrancoisvillon.com/fr>

Food Traboule : <https://foodtraboule.com/>

Le comptoire du Boeuf : <https://comptoirduboeuf.com/fr>

Catham Soie : <https://www.catham-concept.com/>

Taméra Voyage : <https://www.tamera.fr/>

Sol café : <http://www.solcafe.fr/>

Les Adrets : <http://les-adrets.com/>

CTL Lyon : <https://ctlyon.fr/>

Vitrail Saint-Jean l'Art-Elier : <https://lartelier-vitrail.com/>

Stella Stellina : <https://www.stellastellina.fr/>

O passage : <https://o-passage-instant-gourmand.business.site/>

14 février : <https://www.ly-au14fevrier.com/>

Jeremy Galvan : <https://jeremygalvanrestaurant.com/>

Le Boeuf d'argent : <https://restaurant-le-boeuf-d-argent.com/fr>

Le Touareg : <https://letouareg.fr/fr>

Les Terres d'ève : <https://www.terresdeve.com/tous-les-articles>

Le Palm : <https://palmrestaurant.fr/>

Belle de Maia : <https://belledemaia.com/>



## **ANNEXE**

### **Guide d'entretien Frédéric AURIA**

#### **Contexte**

Mon mémoire porte sur la gastronomie, particulièrement sur la polarisation de restaurants sur un territoire. J'analyse les modalités et les conséquences de cette implantation. Mon terrain d'étude est donc la rue du Boeuf, que j'analyse par rapport à son quartier.

#### **Présentation**

- Pourriez-vous me présenter l'association RVL ?
- En quoi consiste votre poste et depuis quand l'occupez-vous ?
- Habitez-vous dans le Vieux-Lyon?

#### **Évaluation de la zone d'implantation des restaurants**

- Quelles sont les grandes évolutions urbanistiques du VL ?
- L'inscription du Site Historique de Lyon sur la liste du patrimoine mondial de l'Unesco est liée à l'essor touristique? Avez-vous constaté l'essor touristique directement après sa labellisation ?
- Vous évoquez "les hommes passent avant les pierres", quelles conséquences l'essor touristique a eu sur l'évolution du rapport au citoyen dans son quartier ?
- Jérémy Galvan explique que quand il s'est installé en 2011, "faire entendre aux gens que dans le Vieux-Lyon, quartier touristique, il y avait de belles adresses, c'était compliqué pendant trois ans, surtout aux Lyonnais". J'aimerais avoir votre avis sur cette déclaration ?
- Comment envisagez-vous ses perspectives d'évolution ?

-Que pensez-vous de l'accessibilité du quartier, notamment sur le fait qu'il soit majoritairement piétons ?

-Considérez-vous le quartier comme vivant pour ses habitants ?

### **Analyse approfondie de l'affluence**

-Soulignez-vous des périodes d'affluence particulière?

### **Identification et analyse de la concurrence**

-Vous évoquez, "la fragilité économique du Vieux-Lyon, fruit d'une mono-activité basée sur le tourisme et les loisirs". Pourriez-vous m'en dire plus sur les conséquences sur le quartier ?

Étude détaillée de la population résidant dans la zone de chalandise.

-Quelle évolution notez-vous dans les caractéristiques socio-économique de la population ?