



7^{ème} forum de l'action internationale des collectivités

4 et 5 juillet 2016, au Palais des Congrès de Paris



Conférence thématique

Restitution de la table ronde¹ Les arts de vivre comme outils de développement du territoire

Lundi 4 juillet 2016
16-17h30

Présidée par : **Serge BABARY**, Maire de Tours

Animée par: **Loïc BIENASSIS**, Chargé de mission l'Institut Européen d'Histoire et des Cultures de l'Alimentation (IEHCA)

¹ Grâce au travail de retranscription d'Alicia Lecomper, assistante chargée de mission pour le Forum 2016

OUVERTURE ET INTRODUCTION

Les intervenants : Jean-Jacques Pinet, Chargé de mission auprès de la commissaire de la Fête de la Gastronomie, Pierre Sanner, Directeur de la Mission Française du Patrimoine et de la Culture Alimentaire (MFPCA), Jaime Salinas, Adjoint aux relations internationales et à la coopération, Ville de Lima, Abderrahim El Khantour, Directeur des relations internationales, européennes et de la coopération décentralisée, Région Grand Est

Monsieur Serge Babary, Maire de Tours a contextualisé ce travail engagé entre Cités Unies France et la ville de Tours, en évoquant le slogan de la ville, toujours utilisé aujourd'hui : « Ici, vivre est un art », créé sous sa présidence du Comité de développement du tourisme de Touraine.

La région de Touraine, ses paysages, sa gastronomie, sa culture, ses pratiques artisanales, son fleuve, la Loire, classée au patrimoine mondial de l'UNESCO : tous sont les éléments identitaires, historiques, anciens et donc constitutifs de l'identité même du territoire. Selon lui, il faut s'appuyer sur l'art de vivre, sur une certaine image d'un territoire pour en faire la promotion. Dans cette conférence ont été associés des intervenants susceptibles de débattre de ce choix des arts de vivre au cœur de leur ambition, et des outils à disposition.



Monsieur Loïc Bienassis, a rappelé la polysémie du terme « art de vivre ».

Selon les lieux, cette expression est définie de différentes manières. Dans cette conférence, la gastronomie, la cuisine, l'art culinaire sont au cœur des débats. Il s'est agi de questionner l'entrée que constitue la renommée des arts de vivre français dans le

cadre de l'action extérieure des collectivités. Il convient donc de considérer qu'il n'est pas un champs restreint aux sujets cités, mais à des impacts démultiplicatrices de développement du tourisme, de l'agriculture, de l'artisanat, d'ouverture culturelle, etc...

Un paradoxe selon l'animateur est que lorsque l'on parle d'arts de vivre, on se réfère à quelque chose de « traditionnel » (produits du terroir, pratiques sociales pour les arts de la table, etc.). Or ces éléments ne doivent pas passer pour des éléments désuets, mais au contraire devenir source de valorisation, de richesse, d'attractivité et donc de mise en valeur des territoires.

Globalement, la tradition pure (les arts de vivre, le bon produit...) figée dans le temps, ne doit pas s'isoler, être mise sous cloche. Elle doit s'insérer dans l'offre existante, être intégrée et mise en valeur par des activités connexes (tourisme, restauration, agroalimentaire...). En effet, souvent les éléments constitutifs de l'art de

vivre ne peuvent perdurer que s'il y a mise en valeur économique. La reconnaissance du patrimoine est essentielle mais son rôle repose sur sa capacité à conserver un lien avec le présent et le futur.

Monsieur Pierre Sanner, Directeur de la Mission Française du Patrimoine et de la Culture Alimentaire (MFPCA), illustre ces derniers propos par l'inscription du repas gastronomique des Français. Pour la première fois, en novembre 2010, un élément de la culture culinaire est reconnu par l'UNESCO comme patrimoine immatériel.

Beaucoup d'élus et d'associations de collectivités de toute nature se sont mobilisés autour de cette candidature. Cette inscription n'est pas localisée, ne fait pas appel à des terroirs identifiés : c'est une pratique sociale qui réunit tous les Français. Si le rituel fédère, il ravive et inclue aussi l'intérêt pour les savoir-faire et les produits spécifiques ainsi consommés.

Il rappelle que ce patrimoine est vivant et doit être transmis aux générations futures. L'essentiel est l'identification préalable et la mise en place de politiques qui permettent une valorisation et un avenir à cette pratique.

En ce sens, un plan de gestion a été développé en termes d'éducation, de recherche scientifique (IEHCA), de coopération internationale. Ce plan qui a suivi l'inscription au patrimoine immatériel de l'UNESCO a donné lieu à la constitution d'un réseau de Cités internationales de la Gastronomie et d'infrastructures dédiées à la gastronomie au travers de quatre pôles localisés (Dijon, Lyon, Paris-Rungis et Tours). La mission de ces structures est d'assurer la promotion, la valorisation des éléments gastronomiques et de venir en appui aux territoires.

Monsieur Sanner illustre cette tendance d'exemple de territoires dans le monde, déclinant les arts de vivre, comme un atout pour dynamiser le territoire :



- La 2^{ème} édition du **Forum mondial du tourisme gastronomique** des Nations Unies. Des ateliers et tables rondes ont permis à chaque pays, chaque région de présenter des outils de valorisation de patrimoine, de l'art de vivre et de la gastronomie. En Amérique du Sud, au Pérou, Mistura promet chaque année un grand nombre de producteurs venus de réalités géographiques et culinaires très diverses du pays.

- Sous forme d'une campagne nationale en 2012, l'Espagne s'appuie sur l'image de **Ferran Adrià**, un des chefs cuisiniers le plus influent au monde. Cette campagne en faveur du tourisme espagnol voulait montrer que « l'art en Espagne ne se trouve pas que dans les musées mais aussi « dans nos marchés ».



- Amsterdam et la **Heineken Experience**. Cette entreprise privée associe subtilement le marketing à l'histoire familiale de Heineken.

Des projets importants émanent des territoires, appuyés par une fréquentation touristique en recherche d'offre renouvelée. **La Cité du Vin de Bordeaux**, inaugurée le 1^{er} juin 2016 et née d'une forte volonté politique et d'un engagement unanime de la part des collectivités, des acteurs locaux du vin...

Véritable investissement (environ 81 millions d'euros, dont 19% de fonds privés), la ville capitalise sur une fréquentation touristique et résidentielle en perpétuelle hausse (7 millions de visiteurs par an) et prétend à de nombreuses retombées économiques globales directes, indirectes et induites (d'environ 40 millions par an).

À la fois outil de valorisation culturelle et du territoire ainsi qu'outil du développement économique, il est indiscutable que seront créés des emplois directs, nets et non délocalisable. Pour preuve, l'association à l'origine de la Cité du Vin avait lors de sa création 6 salariés et gère maintenant les 120 salariés.

Ces projets mettent l'accent sur l'approche expérientielle « de l'art de vivre à la française », que pourront offrir ces véritables « Centres Pompidou de la Gastronomie ». Les Cités seront des espaces pluridisciplinaires dédiées à la fois aux produits, aux savoir-faire et métiers, et à la question de l'innovation. Chacune a axé le contenu de sa mission sur des thèmes prioritaires et filières afin de se compléter et d'incarner avec les acteurs et spécificités du territoire de véritables pôles :

- **Lyon** où le Grand Hôtel-Dieu, son architecture et ses 55 000 mètres ont été retenus pour accueillir dès 2018 la Cité nationale de la Gastronomie.
- **Paris-Rungis**, plus grand marché d'Europe inséré dans le projet de territoire du Grand Paris (Grand Paris Express à l'horizon 2024) offrira une meilleure accessibilité aux Français et affichera l'ambition internationale de la région capitale.
- **Tours**, héritière de nombreux sites offrira un projet requalifiant le territoire, sur le Boulevard Béranger, Rue Victor Hugo et également près de l'Université.
- **Dijon** capitalisera son expertise en lien avec l'institut de la vigne.

► **La Cité de la Gastronomie de Dijon**, en liaison étroite avec l'Institut de la vigne et la Chaire Unesco « culture et traditions du vin » constituera le pôle de référence en matière de valorisation et de promotion de la culture de la vigne et du vin.

► La thématique association « Nutrition et santé » prendra une place prépondérante dans les politiques de développement engagées par la **Cité de la Gastronomie au sein de l'Hôtel Dieu de Lyon**.

► **Le site de Tours** sera un pôle moteur dans le domaine des sciences humaines et sociales avec la constitution d'une Université des sciences et des cultures de l'alimentation.

► De la même manière, il est apparu évident que **le site de Paris-Rungis** soit pilote pour ce qui relève du développement et de l'animation des marchés - à travers entre autres les halles des trésors gastronomiques -, des produits et des enjeux liés à l'approvisionnement des centres urbains.

Source : <http://agriculture.gouv.fr/les-cites-de-la-gastronomie-cest-parti>

« Ce n'est pas la gastronomie elle-même mais bien le repas gastronomique des Français qui a été reconnu par l'UNESCO ! ». C'est donc un type de sociabilité : le fait d'être tous ensemble autour de la table à partager des bons produits. Les Cités de la Gastronomie, elles, jouent sur cette ambiguïté entre la gastronomie et sa pratique.



De plus, la pratique, le fait de partager un temps de repas (de sa fabrication à sa consommation) est aussi au cœur d'initiative participative, en direction des citoyens. **Monsieur Jean-Jacques Pinet**, Chargé de mission auprès de la commissaire de la Fête de la Gastronomie présente la 6^{ème} édition de cette Fête (23, 24 et 25 septembre 2016), portée historiquement depuis 2011 par le Ministère de l'Économie.

Peu après l'inscription au Patrimoine immatériel de l'UNESCO du repas gastronomique des Français, l'idée était d'initier- au mois d'avril- une démarche par et pour les restaurateurs, en plein cœur de la polémique sur la TVA dans l'Union Européenne. Repris par les gouvernements successifs, l'événement s'étend sur trois jours, le troisième week-end du mois de septembre.

À l'image de la Fête de la Musique, cet événement d'ampleur nationale se veut être un outil pour les acteurs économiques du monde agricole jusqu'aux arts de la table grâce à la célébration du patrimoine gastronomique français à travers les valeurs, les savoir-faire, les métiers. Organisé par l'ensemble des acteurs des territoires, il offre au grand public des événements culturels, pédagogiques autour des métiers et produits qui font la gastronomie française et sa renommée à l'international. A l'image de « Toulouse à table », événement cherchant à attirer les citoyens toulousains mais aussi les résidents français voire internationaux, grâce à des circuits touristiques en lien la gastronomie.

Des entreprises, des particuliers sont aussi invités à déposer leur projet. Les porteurs de projet peuvent avoir des intentions partenariales et commerciales mais les événements de type lancement de marque, etc... sont interdits. Le Commissariat Général a pour mission de coordonner tous les événements, qui sont un à un labellisés. De l'échelon régional (le Comité Régional du Tourisme de la région Bourgogne par exemple) à l'échelon municipal (Dôle, Nancy, Toulouse, etc.), en passant par les Conseils départementaux (avec la restauration scolaire), toutes les collectivités territoriales sont impliquées avec des projets de nature très diverse.

Pour la Commission, il est essentiel de réussir à ancrer cette fête sur l'ensemble des territoires en France, l'aspect international est donc important mais n'est pas une

priorité. Pour Jean-Jacques Pinet, il faut voir la Fête comme « un outil qui cherche à se valoriser lui même ». Le fait de faire se rencontrer des acteurs économiques très différents permet de nouer des liens.

Le thème retenu en 2016 crée une ouverture idoine pour internationaliser la Fête grâce à la coopération internationale.

La fête de 2015 ...

Thème : Créativité et audace.

Parrain : Anne-Sophie Pic
11 300 événements
dont 330 à l'étranger

Thème : cuisines populaires, composées de plats anciens, de plats familiaux ; mais aussi faites d'échanges culturels avec d'autres cuisines

Parrain : Eric Roux, porte-parole de l'Observatoire des Cuisines Populaires (OCPOP)

Par ses valeurs de partage, de convivialité et de fête, elle devient un rendez-vous incontournable du calendrier gastronomique.

C'est l'ancrage territorial et la mobilisation des acteurs qui créent l'émulation et l'intégration de nouveaux territoires, chaque année.

L'enjeu est de faire vivre ce patrimoine, Il rappelle que ces illustrations franco-françaises permettent ainsi à chacun de créer son modèle, son offre, sa mise en valeur pour valoriser et différencier son territoire.

Contrairement à une forme d'arrogance à laquelle la gastronomie française peut être assimilée, il s'agit de partager l'objet universel qu'est la gastronomie. Tant qu'une communauté s'identifie à une pratique culinaire, cette pratique à toute sa légitimité pour être inscrite au patrimoine immatériel de l'UNESCO.

Pour **Monsieur Abderrahim El Khantour**, Directeur des relations internationales, européennes et de la coopération décentralisée, la gastronomie et sa valorisation comme axe de développement « s'est imposée à la région à travers les relations entre deux collectivités ».

Le partenariat avec la région de l'Orientale du Maroc, (nord-est du Maroc), émane à l'origine des relations entretenues avec la région Champagne-Ardenne depuis 26 ans. De nombreux thèmes ont été travaillé le développement économique, la recherche, la jeunesse, la culture, mais depuis plusieurs années, les régions ont priorisés 3 thématiques sectorielles ayant conduit à la thématique des arts de vivre :

- Dans le domaine agricole

Depuis une quinzaine d'années, les deux parties échangent de bonnes pratiques sur des aspects plus ou moins techniques comme la création d'observatoires statistiques, la limitation des produits phytosanitaires, etc...

Identifiant les produits « du terroir » comme un point commun, un recensement est effectué sur le territoire de l'Orientale, pour identifier et promouvoir l'offre existante. L'identification d'un patrimoine riche, impliqua l'appui d'organisations internationales et d'acteurs de la région Grand Est pour qu'ils bénéficient du signe d'identification d'Indication Géographique Protégée (IGP).

Ensemble, les deux territoires ont aussi traité la question de la production en travaillant sur l'agriculture biologique et l'agriculture solidaire afin de ne pas oublier les plus petits producteurs.

- Dans le domaine patrimonial (matériel et immatériel)

Ce travail d'identification des productions a mis à jour une urgence pour certains types d'artisanat d'art spécifiques à l'Orientale (le patrimoine judaïque, le patrimoine des oasis, le patrimoine industriel, etc.). Cette région, qui n'est pas aussi touristique qu'Agadir ou Marrakech, est méconnue au Maroc comme en France. Considérée comme une région périphérique voire ultra-périphérique, l'Orientale ne parvient à se différencier malgré ses atouts.

Conscients de la valeur de leur patrimoine, les habitants et la collectivité ont souhaité prendre part à des actions de marketing territorial autour de cet artisanat.

- Dans le domaine du tourisme où une méthodologie classique a été choisie (informer, animer, héberger).

Aucun lien n'existait entre ces trois domaines, une action transversale s'imposait donc sur le territoire. La réflexion sur la mise en valeur s'est engagée de la manière la plus ouverte possible formelle et rationnelle mais aussi informelle et irrationnelle.

- 1) Pour les habitants de la région afin qu'ils connaissent ce que détient leur patrimoine.
- 2) Pour que cela fasse partie du développement économique local mais également de l'identité de la région
- 3) Pour créer un lien de transmission à la diaspora de la région de l'Orientale (25% des Marocains résidants à l'étranger sont issus de cette région).
- 4) Pour montrer que l'Orientale a des atouts, comme d'autres régions marocaines.
- 5) Pour les étrangers dans le cadre d'une valorisation touristique.

La gastronomie est donc aussi un élément identitaire mais également d'effacement d'interculturalité. Au delà de la convivialité lors des missions croisées entre les deux territoires, il y a une appréciation du patrimoine gastronomique et de ces composantes pour les deux régions.

Monsieur Loïc Bienassis évoque l'articulation nécessaire entre la gastronomie et les autres patrimoines afin de diversifier l'offre touristique. On ne peut pas penser la valorisation d'un territoire par la gastronomie en oubliant les autres composantes patrimoniales.

De plus, pour revenir sur les populations locales, elles doivent être conscientes et fières de ce qui se fait chez eux pour que cela puisse s'exporter. Avant de valoriser à l'extérieur, les populations doivent avoir conscience des richesses dont regorge leur territoire. C'est un problème qui se pose pour beaucoup de territoires.

Monsieur Jaime Salinas, Adjoint aux relations internationales et à la coopération pour la ville de Lima, revient les événements liés à la gastronomie qui se déroulent au Pérou et plus particulièrement à Lima.

La ville de Lima est composée d'un tiers de la population nationale (10 millions d'habitants). Véritable berceau d'accueil des personnes de tout le pays (après une guerre contre le terrorisme entre les années 1980 et 2000), la ville n'avait pas une réelle identité. La confusion des deux dernières décennies s'est dissipée, en partie grâce à la gastronomie.

La gastronomie a joué un rôle de catalyseur et mobilisé des millions de personnes en renforçant sa culture grâce à l'authenticité et la diversité culinaire. C'est devenu la première raison d'être fière d'être Péruvien ; plus que le football, que le drapeau ou l'hymne national.

La dynamique a été impulsée par le secteur privé, de grands chefs comme Gastón Acurio, par l'Association péruvienne de gastronomie (APEGA) qui ont travaillé au Pérou et à l'international durant les quinze dernières années, ont donné à voir la cuisine péruvienne et l'ont mis à l'épreuve de la fusion avec d'autres cuisines (asiatiques, méditerranéennes). Cela est devenu un paradigme du succès.

Lima est devenue la capitale gastronomique de l'Amérique Latine, il existe même des excursions organisées à Lima par les agences de tourisme, exclusivement dédiées à la gastronomie. Même pour des week-ends ou des excursions courtes, les habitants des pays alentours viennent découvrir des restaurants. Qu'ils soient dans le classement des 50 meilleurs restaurants du monde comme le Central, ou d'autres moins connus mais d'excellente qualité.

La gastronomie a permis également de mettre en valeur le travail des agriculteurs, les artisans qui sont des personnes vivant à l'intérieur du pays, ou des pêcheurs. Ils peuvent maintenant apporter leurs produits dans les marchés, les vendre dans les meilleurs restaurants de Lima. La gastronomie a donc permis un développement économique, pas seulement pour la ville de Lima mais pour toutes les régions du pays. D'autres pays en Amérique Latine souhaite maintenant suivre le même schéma que le Pérou et sa capitale.

Quel rôle la collectivité territoriale de Lima joue t'elle aujourd'hui?

Le secteur public a été mis de côté au départ car il nourrissait pas de grands espoirs pour le projet. Ce n'est qu'il y a un an et demi que la ville de Lima a commencé un processus d'internationalisation de la ville, et a engagé des coopérations comme avec la ville de Moscou, par exemple en matière de culture et de gastronomie.

Un nouveau projet est développé avec Gastón Acurio : Lima Global. L'objectif est d'exporter l'image de Lima à travers la gastronomie et ces sujets connexes: plusieurs projets parallèles se mettent en place autour de cette thématique centrale.

Au Pérou, la gastronomie s'est imposée par son approche transversale, elle a notamment permis de mélanger les classes sociales. Aujourd'hui, la ville chérit l'idée de faire rayonner ses valeurs et son identité incarnée dans sa cuisine dans le monde entier. Preuve de sa réussite, Lima a rejoint le Réseau Délice, véritable « club » des 25 villes gastronomiques qui comptent.

D'autres chefs, comme Virgilio Martínez, se sont rapprochés de la dynamique de la ville. Avant Monsieur Luis Castañeda, actuel maire de Lima, aucun maire n'avait travaillé avec le secteur privé dans ce but. Il est convaincu de l'importance d'intégrer

la promotion de la gastronomie dans les projets de la municipalité. L'année prochaine au Forum des entreprises pour Lima, le secteur privé sera pleinement intégré au développement de la ville, et son rayonnement à l'international.

A la lumière du cas de Lima, l'animateur souligne que lorsque l'on parle de patrimoine, on a l'impression de parler de choses qui ont toujours existé, mais ce sont bien les populations locales et l'histoire qui l'ont façonné. Cette reconnaissance est un passage nécessaire pour communiquer sur son savoir-faire, ses richesses spécifiques au delà des frontières. Cet encrage est essentiel et souvent garant d'une certaine authenticité, lorsque l'appropriation par la population est forte.

Monsieur Serge Babary précise ainsi que l'implantation de la Cité de la Gastronomie à Tours s'appuie sur une histoire riche et ancienne. Capitale du royaume de France, Tours est installée dans la région des châteaux de la Loire, sur le terroir de Rabelais, d'où proviennent les vins des pays de Loire. C'est dans cette région que la Cour de France a fait évoluer la façon de consommer et de recevoir.

Chacune des quatre Cités a une mission particulière. Pour Tours, la mission principale est liée à la formation et à la recherche de manière transversale en exploitant différents domaines :

- Celui de l'éducation, et de la sensibilisation au grand public, et transmettre aux jeunes générations le patrimoine gastronomique français. Exemple : offre d'ateliers-découverte dans les écoles... ; Le Grand Repas propose un déjeuner au menu unique dans le cadre des restaurations collectives (restaurant traditionnel, d'entreprise, de résidences seniors, de collège, de collectivités, etc), préparé à partir de produits locaux de saison sur la base des recettes du Chef Jean Bardet.
- Dans le domaine de la santé, en s'appuyant sur des recherches croisées avec des thèmes comme l'alimentation, la diététique, les addictions, etc... où peuvent être envisagées des collaborations avec les facultés de médecine et de pharmacie ;
- Le tourisme, avec les flux de visiteurs aux alentours des nombreux châteaux et leur jardin potager (le Château de Villandry, les Jardins de la Chatonnière ou le Château de la Bourdaisière avec le Potager Conservatoire de la Tomate) ;
- La culture : avec la mise en avant d'œuvres d'art où la gastronomie est présente (peinture, musique, etc).
- La mise en valeur des producteurs et des produits : par les circuits courts, les produits et les modes de production anciens et parfois oubliés, les événements divers comme les salons, les marchés...

Afin d'organiser et de coordonner les événements sur le territoire, l'association « Tours, Cité Internationale de la Gastronomie en Val de Loire » gère l'agenda de près de soixante manifestations en lien avec la gastronomie (de VitiLoire et ses 35 000 visiteurs, à des Foires plus petites et spécifiques).

La ville cherche, aux travers de telles actions, une attractivité à différentes échelles :

- Régionale, dépasser le territoire administratif de la ville et organiser une promotion collective riche d'atouts complémentaires par effet de proximité (Tours avec Blois et le Loir-et-Cher ainsi que l'Anjou)
- Nationale, grâce à une promotion de la Cité de la Gastronomie pour toucher des populations proches, par exemple Paris ;
- Internationale, où dans chacune des coopérations internationales, le repas gastronomique est mis en avant (Japon, Chine, Italie, Espagne, etc.)

Tours, dans des actions immédiates, s'appuie donc sur le concept de la Cité de la Gastronomie pour démultiplier ses capacités d'attractivité.

Monsieur Abderrahim El Khantour indique que la région Grand Est est inscrite dans la même démarche que la ville de Tours.

Les deux indicateurs essentiels sont l'intégration de la population locale ici et là-bas et les actions pour la jeunesse. Le résultat est l'appropriation de leur territoire par plus de 10 000 jeunes, grâce notamment à des expositions, (au Maroc et dans le Grand Est).

Egalement, un livre qui n'est pas un livre de recette, ni un guide de voyage mais un ouvrage où les hommes et femmes qui font le territoire de l'Orientale et son terroir soient mis en valeur. Édité à 10 000 exemplaires, ce guide permet un recensement des lieux au fur et à mesure de sa découverte, avec des lieux d'hébergement et de restauration ainsi que de découverte des produits du terroir, etc.

Monsieur Abderrahim El Khantour évoque d'autres initiatives :

- Un programme opérationnel de coopération entre la région de l'Orientale au Maroc et les pays d'Europe de l'Est avec lesquels la région entretient des coopérations. Le thème principal est « Cuisinier ensemble », rapprochant des professeurs dans les écoles de restauration mais également des élèves, par des programmes de mobilité.

- Un lien entre tradition et modernité pour la gastronomie :

L'Ecole Nationale de Design de Reims a une section spéciale « design culinaire » des échanges de mobilité sont aussi organisés au Maroc.

- En partenariat avec la région se déroule depuis 6 ans le Trophée Mille, parrainée par Philippe Mille, Chef doublement étoilé au Domaine Les Crayères à Reims.

Ce concours est ouvert à tous les apprentis des CFA interprofessionnels, aux élèves des lycées hôteliers champ-ardennais et aux lycées hôteliers étrangers, partenaires de la Région. Il permet de mettre en valeur les talents de tous les participants en rendant hommage au patrimoine gastronomique régional.

- Un projet est en cours de réflexion autour de la cuisine des rues. Cette cuisine a un grand potentiel en matière de gastronomie et notamment marocain. Fatéma Hal, originaire de la région d'Orientale pourrait être une partenaire privilégiée dans la conception de ce projet.

Monsieur Loïc Bienassis clôture cette conférence en relevant les idées suivantes :

- Les intervenants sont partis d'autres champs pour identifier que le dénominateur commun est la gastronomie. Souvent elle est prise consciemment pour axe de développement.
- Selon les potentialités d'un territoire, il est possible de s'appuyer sur la gastronomie comme un porte drapeau fédérateur et facteur de transversalité sur le territoire. Cela passe par les produits du terroir aux recherches universitaires en passant par la santé et l'agriculture.
- A travers cette notion, on voit que chacun peut se l'approprier comme il l'entend, selon les ressources de son propre territoire afin de valoriser celui-ci, le facteur important est le sens et son lien avec les acteurs du territoire.
- Une étape indispensable est de faire en sorte que les populations locales aient conscience des richesses présentes sur leur territoire. C'est de cette manière et dans un second temps qu'il sera possible de faire connaître à l'extérieur du territoire le patrimoine gastronomique de ce territoire.