

## La culture locale à travers le discours gastronomique Local Culture through Gastronomic Discourse

Ioana ȘANDRU  
Monica VLAD  
Elena CONDREA  
Ovidius University of Constanța

**Abstract:** *This article explores the cultural heritage embedded in the discourse surrounding dairy products from Romania, Great Britain, and France. By analysing a corpus of 30 websites, it examines how local culture is reflected and transmitted through gastronomic discourse. Dairy products, deeply rooted in the cultural and culinary traditions of a nation, serve as a medium to preserve and promote local values and heritage. By highlighting the connection between local products and cultural identity, this study contributes to understanding how traditions are maintained and shared. It underlines the significance of food as a vector for cultural preservation and intercultural dialogue. The analysis examines how local culture is embedded in dairy producers' websites through four key aspects: historical references highlighting the significance of the past, linguistic elements reflecting cultural specificities, mentions of family ties and traditions, and geographical references emphasizing authenticity and origin.*

**Keywords:** *gastronomic discourse; gastronomy; local culture; terroir; patrimony;*

### Introduction

Les traditions et les valeurs humaines telles que l'attachement au territoire, aux régions et à l'histoire, font partie intégrante du patrimoine culturel d'une communauté, à travers les discours qui les décrivent. Cet article explore la manière dont les spécificités culturelles se reflètent dans les étiquettes et descriptions des produits laitiers présentés sur leurs sites Internet. L'objectif est de mieux comprendre comment la culture locale s'intègre dans les discours de présentation des produits alimentaires et comment ces derniers deviennent des vecteurs de transmission de l'identité culturelle. En analysant des extraits provenant de trente sites de présentation de produits laitiers, nous mettons en lumière la manière dont les produits laitiers incarnent et communiquent ce patrimoine immatériel à travers le discours gastronomique.

### 1. La culture locale

Dans notre travail, nous mettons en évidence les liens qui existent entre les traditions locales et leur expression dans le discours gastronomique. Parmi les ouvrages de référence qui soutiennent nos hypothèses, nous pouvons citer

Catellani, Verdier, & Parizot (2021), Garçon (2019), Hill (2019), Hymes (1962), Saillard (2010) et Trubek (2009).

L'idée selon laquelle la gastronomie est un acte social est partagée par plusieurs chercheurs. Pour Massimo Montanari, la gastronomie est un synonyme de la culture. Elle est un indicateur de l'identité culturelle : « Chaque fois que je prononce le mot « cuisine », pensez-le comme un synonyme de « culture » (2008 : 63). Roland Barthes considère également que la nourriture « n'est simplement qu'une collection de produits justiciables d'études statistiques ou diététiques, mais aussi et en même temps un système de communication, un corps d'images, un protocole d'usage, de situations et de conduites » (1961 : 977). Quand on parle de la gastronomie, il s'agit d'un phénomène riche et complexe. Il illustre des systèmes de significations culturelles, des représentations symboliques, et des contextes sociaux et géographiques.

Verdier définit la gastronomie comme un « fait social » (2019 : 2) étudié par des domaines tels que la sociologie, l'anthropologie, l'histoire et la géographie et qui est à l'origine de l'identité culturelle des communautés. Concernant le discours gastronomique, il le définit comme une image de la société et des relations entre les gens (2019 : 3). Le discours gastronomique reflète les valeurs, les traditions et les normes culturelles d'une société, pendant qu'il joue un rôle crucial dans les interactions sociales. Les repas partagés sont souvent des moments de convivialité, de célébration et de renforcement des liens sociaux.

De plus, le discours gastronomique est étroitement lié aux repères géographiques et territoriaux, la nourriture étant promotrice de l'identité d'un territoire ou d'une région (Saillard, 130).

L. Molina Martínez (2006 : 79), citée dans Wiater et Castro-Ramirez (2022 : 26), note que le discours gastronomique est constitué de termes appelés « culturèmes » qui ont une charge culturelle spécifique à une culture. Le terme « culturèmes » fait partie de la sémiotique de la patrimonialisation, ce qui signifie qu'un processus socioculturel est créé et puis un fait culturel devient partie intégrante du patrimoine (Marque-Pucheu et Kiki, 120).

La culture locale est le résultat de toutes les caractéristiques culturelles d'un pays ou d'une région. Cela comprend les pratiques, les croyances, les traditions, les coutumes, les valeurs, la langue, l'histoire, la gastronomie et les comportements d'une communauté. Tout cela peut donc être transmis à travers un discours gastronomique riche en « culturèmes ».

Nous considérons le discours gastronomique comme un discours à travers lequel s'effectue le processus de patrimonialisation. Il a pour rôle de transmettre des éléments de culture, nommés par les désignations de produits, de rituels ancestraux ou de traditions anciennes.

Une autre notion clé que nous abordons en lien avec l'idée de culture locale et gastronomie est celle de « terroir ». Si la culture locale est représentée avant tout par la langue, les valeurs humaines et les traditions, elle s'individualise également par les produits locaux uniques d'un pays ou d'une région.

Hill (2019 : 42) présente le concept de terroir dans la perspective d'une « géographie imaginative », car nos préférences culinaires sont étroitement liées aux lieux géographiques. Ainsi, cet intérêt pour l'alimentation et ses origines influence le tourisme, l'économie rurale ou le patrimoine culturel d'une société. Par le terme « terroir », elle exprime la trace du lieu dans la nourriture ou l'agriculture : d'un endroit à l'autre, la qualité du sol change et se ressent à travers le goût de la nourriture.

« Terroir » est un concept issu de la culture française et fait référence à l'influence combinée de facteurs naturels et humains sur les caractéristiques des produits agricoles locaux. Ces facteurs comprennent le sol, le climat, la topographie, les pratiques agricoles et les traditions locales. Le terroir est essentiel pour comprendre la qualité, la saveur et les caractéristiques uniques des produits locaux tels que les vins, les fromages, les fruits et légumes et autres produits alimentaires.

Il existe une profonde interdépendance entre la culture locale, le discours gastronomique, le patrimoine immatériel et la notion de « terroir ». Ces éléments s'influencent mutuellement, contribuant à la préservation et à la promotion de l'identité culturelle, ainsi qu'à la valorisation discursive des produits locaux.

## **2. Le corpus proposé**

Le corpus que nous avons choisi d'examiner se compose de trente sites web de produits laitiers, répartis équitablement entre la France, la Grande-Bretagne et la Roumanie. Les marques sélectionnées sont parmi les plus connues et commercialisées, identifiées à partir des sites de supermarchés locaux. Il s'agit d'un corpus électronique multilingue, aspiré automatiquement, comprenant des textes originaux rédigés par des locuteurs natifs. Ce corpus limité de manière arbitraire ne nécessite ni transcription ni traduction, chaque site étant analysé dans sa langue originale. Les observables choisies pour l'analyse que nous proposons dans cet article incluent les noms des produits et les références aux territoires et traditions.

## **3. L'ancrage de la culture locale sur les sites des produits laitiers**

À partir de passages extraits des sites du corpus, nous expliquons dans ce qui suit la manière dont la culture locale est transmise à travers les discours de présentation des sites laitiers, en nous focalisant notamment sur des éléments qui portent sur l'évocation du passé, sur le renvoi à la géographie, aux valeurs

familiales spécifiques de la création de produits locaux, ainsi qu'à la présence, à l'intérieur des textes, des archaïsmes qui permettent de donner une certaine teinte locale et vieillie aux documents.

### **3.1. Ancrage linguistique**

Dans une culture, la langue est un élément essentiel pour l'individuation et pour la construction d'une identité. Plus qu'un moyen de communication sociale permettant la transmission d'idées et d'informations, elle est la manière à l'aide de laquelle les traditions, les histoires et les mythes se transmettent de génération en génération.

Dans l'exemple ci-dessous, la langue est étroitement liée à l'histoire et aux coutumes de la culture roumaine. Cette connexion se manifeste particulièrement dans l'emploi des archaïsmes et des régionalismes, qui enrichissent le discours en recréant une image traditionnelle de la culture roumaine. Les archaïsmes et les régionalismes utilisés fonctionnent comme des outils linguistiques de transmission de l'identité culturelle. Ainsi, l'idée de tradition et le lien avec le passé sont préservés à travers un discours riche en ces termes.

L'intérêt de la culture roumaine pour la religion et l'institution de l'Église se reflète dans les termes « de dulce », « de post », « praznic » et « cuhnie ». La vie spirituelle et culturelle de la communauté roumaine est transmise par la ferme Nucet à travers les coutumes ancestrales associées à l'ordre, mais aussi à travers la coutume chrétienne du jeûne.

Selon le dictionnaire, le mot archaïque « praznic » désigne une fête religieuse importante dans les traditions chrétiennes, en particulier dans l'Église orthodoxe, marquée par des services liturgiques spéciaux, des prières, des chants et souvent des repas de fête et des réunions de famille. Ce terme est important dans notre analyse non seulement en raison de sa signification pleine de tradition et d'identité, mais aussi parce qu'il s'agit d'un mot ancien, à travers lequel se transmet une partie de l'histoire d'une culture.

Le régionalisme archaïque « cuhnie » fait également partie de la sphère des coutumes chrétiennes roumaines, car il dénote la cuisine d'un monastère ou, plus généralement, la cuisine utilisée dans les vieux ménages paysans. La cuisine dans sa forme de « cuhnie » est un lieu essentiel dans la vie monastique et dans les foyers traditionnels, jouant un rôle central dans la préparation des aliments et dans le maintien de pratiques culinaires et traditionnelles spécifiques. Donc, sa signification est pertinente pour comprendre l'importance de la ferme Nucet pour la culture locale, puisque la cuisine de cette ferme s'inspire de la gastronomie roumaine ecclésiale des temps anciens.

- 1) « *De dulce, de post sau de mare praznic, pregătite cu pricepere și răbdare după rețetele culniilor de demult, aceste bunătăți au cinstit mesele românilor de sute de ani.* »

La langue est donc un bon outil pour dresser le portrait culturel d'une communauté. Dans notre exemple, l'élément linguistique se combine avec l'élément historique et, ensemble, ils créent le chemin inverse vers un passé riche en traditions et coutumes préservées avec l'aide de petites fermes locales. Par conséquent, l'histoire et la langue sont les outils qui assurent la perpétuation des traditions et des valeurs humaines.

### **3.2. Ancrage historique**

Lorsqu'on parle du passé, on évoque automatiquement l'histoire. Dans notre étude, les références historiques sont nombreuses. L'amour pour la tradition et le passé se manifeste par la transmission de génération en génération d'une entreprise familiale ou d'une entreprise qui finit par être célèbre précisément pour sa continuité et sa persistance temporelle.

C'est le cas de « ProdLacta Brașov », une entreprise dont la tradition remonte à 1900, époque à laquelle les premiers produits laitiers étaient fabriqués dans Țara Bârselor. Cette entreprise est historiquement attestée par Erich Jekelius dans son ouvrage « Adevărata istorie a Țării Bârsei » de 1923. Le chroniqueur documente la naissance de cette usine afin de l'identifier du point de vue historique, mais aussi de mettre en valeur son importance pour la culture de Brașov à cette époque.

Si l'on accède à la page d'accueil du site, la séquence de l'exemple 1) attire notre attention sur l'année lointaine de création de l'usine. Les deux éléments, « tradiție » et « 1900 », résument les caractéristiques qui décrivent les produits laitiers ProdLacta. Ce sont les caractéristiques grâce auxquelles ces produits sont représentatifs de la culture locale de la région dont ils sont issus.

- 2) « *Tradiție din 1900* »

En nous dirigeant vers la culture anglaise, le discours met en valeur la transmission de l'histoire à travers la description des animaux eux-mêmes qui sont à la base de la production laitière. La ferme « Graham's. The Family Dairy » est individualisée par l'origine des vaches. Selon la page « our family history » sur leur site Web, vingt des vaches de la ferme appartenaient à la reine Elizabeth à Windsor. Selon les propriétaires, les vaches sont les bijoux de leur couronne (XXVII). Cette métaphore met en lumière le rapport au passé et individualise la ferme à travers l'origine des animaux, les vaches spéciales de leur ferme.

- 3) « *We started with 20 cows from Windsor; the Queen's own herd. So they really are jewels in our crown.* »

La ferme suivante situe son point de départ dans le contexte de la seconde guerre mondiale. Cet événement historique marque un tournant dans l'évolution de la ville de Saint-Malo : la crise laitière causée par la loi qui interdisait l'approvisionnement en lait cru des villes qui avaient plus de 30 000 habitants. Dans le souci de couvrir ce manque, Raymond Gizard, le propriétaire de l'entreprise « Malo » a jeté les bases de la ferme en 1948. Le succès de la ferme, démontré par ses années d'exploitation, est ce qui perpétue un événement important dans l'histoire locale de la ville de Saint-Malo. Cette ferme est la preuve que les événements du passé laissent des traces dans l'histoire d'une communauté.

- 4) « *Tout a commencé en 1948, avec Raymond Gizard, qui, dans un contexte d'après guerre et pour combler un manque dans la région malouine, s'est engagé à livrer toute la région en lait pasteurisé.* »

À partir des récits sur les origines de ces fermes, nous pouvons dire que l'élément historique joue un rôle important dans la création d'une identité culturelle. Chacune de ces fermes représente un repère dans différentes époques marquées par des événements tels que des guerres, des changements dans la société ou des rencontres avec des personnages historiques. Ces événements sont transmis aux générations futures et font partie de l'identité culturelle par la simple existence d'une ferme qui, à travers ses produits, a réussi à garder vivante la mémoire des temps anciens.

### **3.3. Ancrage à partir des relations familiales, des valeurs humaines, des traditions**

Les traditions et les relations familiales sont étroitement liées car elles partagent les valeurs liées à la profondeur humaine et aux valeurs morales comme l'amour du territoire, du travail et de la pratique des coutumes nationales. Dans les exemples suivants, nous analysons le territoire par rapport aux caractéristiques de ses habitants, ainsi qu'à leur intérêt pour la tradition et implicitement pour la continuité.

« Elda », ferme Dobrogéenne, caractérise les habitants de la région à partir du concept d'harmonie entre voisins. En raison de sa nature multiethnique, la Dobroudja abrite un grand nombre de cultures. Ainsi, la culture locale est diversifiée et transmise par des habitants décrits comme présentant les qualités de constance, de sérieux et d'engagement, comme il en ressort de l'exemple ci-dessous :

- 5) « *În Dobroudja oamenii trăiesc și se bucură împreună de mii de ani, bazându-se pe un principiu simplu : Armonia dintre vecini. Pentru Elda, acest principiu înseamnă statornicie, seriozitate și angajament. »*

Dans la culture anglaise, les traditions et leur transmission au sein de la famille sont aussi importantes que dans la culture roumaine. « Longley Farm » est donc connue pour son rôle dans la transmission de valeurs humaines telles que la bonté et la promotion de la qualité. Toutefois, ces valeurs ne sont pas spécifiques exclusivement à la ferme Longley. Elles sont représentatives pour la caractérisation de la région du nord de l'Angleterre, Yorkshire, connue pour l'importance qu'elle accorde aux valeurs humaines historiquement transmises dans les structures familiales.

- 6) « *At Longley Farm, quality and goodness come naturally and are the hallmarks of our independent dairy built on traditional family values, something for which Yorkshire is famous. »*

Le dernier exemple de cette catégorie résume de la manière la plus efficace l'objet de cette étude, en évoquant la notion de patrimoine. Dans le cas de l'entreprise « Maison le Gall », il s'agit de certains produits laitiers qui réussissent, par leur singularité, à être inscrits sur la liste du patrimoine vivant français. Le label « Entreprise du Patrimoine Vivant », mentionné dans l'exemple ci-dessous, est une marque d'excellence qui valorise le savoir-faire unique des entreprises françaises.

- 7) « *Maison Le Gall a obtenu en 2023 le label EPV « Entreprise du Patrimoine Vivant ». Ce label distingue les entreprises qui conjuguent l'innovation et la tradition, le savoir-faire et la création, le travail et la passion, le patrimoine et l'avenir, le local et l'international. »*

Nous pouvons conclure que de nombreuses entreprises laitières se fondent sur l'intérêt porté aux traditions et coutumes locales et sur la volonté de les transmettre à travers leurs produits. De plus, leur amour pour la terre et les animaux avec lesquels ils travaillent représentent un point commun dans la gestion d'une entreprise prospère. La culture locale est donc reproduite à travers des valeurs humaines telles que la solidarité, la passion et l'esprit civique, mais aussi à travers d'excellents produits artisanaux qui finissent par être patrimonialisés pour leur unicité.

### 3.4. Ancrage géographique

L'ancrage géographique est important dans cette analyse car les fermes et les produits laitiers portent les marques des différentes zones ou régions dans les trois pays ciblés.

L'exemple de la ferme Elda est celui à partir duquel est née l'idée de ce travail, car c'est une ferme pour laquelle la promotion de la culture locale est devenue une vraie mission. Le site Internet de cette ferme est riche en mentions de la région roumaine de Dobroudja. Sur le site Internet de la ferme, nous pouvons dénombrer 23 termes dérivés du mot « Dobroudja ». Cette zone est caractérisée, selon l'exemple ci-dessous, par le fort soleil, le vent chaud et les vagues agitées de la mer. L'herbe fraîche est la source de nourriture des animaux de la ferme et l'air non pollué qui les entoure assure leur qualité de vie.

- 8) « *Laptele dobrogean oglindește soarele, vântul, zbuciumul mării (...).* »

Du côté britannique, nous rencontrons la même stratégie discursive de renvoi à la géographie locale. Berkeley Farm Dairy se distingue par ses vaches spéciales. Guernesey, l'une des îles anglo-normandes situées dans la Manche près des côtes françaises, est réputée pour son élevage laitier, notamment pour la race de vaches Guernesey. Dans cet exemple, la culture locale se transmet à travers le nom de l'île, mais aussi à travers la race de vaches qui l'ont reprise :

- 9) « *The dairy products are made using milk from our own herd of Guernsey cows as well as two local organic herds.* »

Dans le cas des exploitations agricoles françaises, nous pouvons aussi parler de la promotion culturelle à travers un espace géographique. Les toponymes de l'exemple ci-dessous sont tous utilisés pour décrire l'emplacement de la ferme Gérentes. À travers cette ferme et ses produits, la flore, la faune, l'air pur des montagnes, l'eau abondante, le relief et le paysage naturel français sont mis en valeur pour créer l'image géographique et culturelle du pays.

- 10) « *les Monts Yssingelais* », « *Source de la Loire, la Haute-Ardèche* », « *la zone du Fin gras du Mézenc* »

Les références aux zones géographiques jouent un rôle essentiel dans la transmission de la culture locale. Elles ne se résument pas seulement à situer les fermes sur une carte, mais elles contribuent également à créer un tableau visuel riche en éléments naturels spécifiques. Ces éléments incluent les vagues

de la mer, le soleil, les pâturages verdoyants, ou encore les animaux des fermes, qui symbolisent les particularités et le mode de vie des habitants d'une région. Ces descriptions renforcent le lien entre le paysage naturel et l'identité culturelle, ancrant ainsi l'héritage commun dans un cadre visuel empreint d'authenticité.

#### **4. Conclusions**

En conclusion, comme on a pu le voir à travers cette rapide analyse de notre corpus, la transmission de la culture locale s'opère principalement par la langue, véritable vecteur de valeurs et de traditions. Cependant, elle englobe également la mise en avant de zones géographiques spécifiques, dont les particularités se reflètent dans les discours sur les produits laitiers des fermes étudiées. Ces produits deviennent ainsi les ambassadeurs de leur région d'origine, imprégnés de son identité unique. Le concept de « terroir » va au-delà de la simple localisation géographique : il intègre des éléments essentiels comme le climat, la position géographique, les pratiques agricoles et les traditions locales, qui façonnent les caractéristiques des produits.

Les sites Internet des producteurs laitiers valorisent cette culture locale de manière multidimensionnelle, à travers des références lexicales riches en connotations culturelles, des récits historiques qui ancrent les produits dans le passé, et des mentions géographiques qui soulignent leur authenticité et leur lien au territoire. En outre, ils mettent en avant des valeurs humaines fortes, en célébrant les traditions, les coutumes et les mentalités locales. Ces sites ne se contentent pas de commercialiser des produits, mais participent à la préservation et à la promotion du patrimoine immatériel, offrant ainsi une vision intégrée et enrichissante de la diversité culturelle.

#### **Références bibliographiques**

- Barthes, Roland. "Pour une Psychosociologie de l'Alimentation Contemporaine." *Annales ESC*, vol. 16, 1961 : 977-986.
- Catellani, Andrea, Blandine Verdier, and Adrien Parizot. "Gastronomie et œnologie, un Ancrage dans le Sensible et le Sensoriel." *Recherches en Communication*, vol. 48, 2021 : 187-196. <https://doi.org/10.14428/rec.v48i48.60463>.
- Garçon, Laurent. "Bringing Terroir Back to the Roots? A Methodological Proposal for Studying Local Food Products." *British Food Journal*, vol. 121, no. 12, 2019: 3089-3101. <https://doi.org/10.1108/bfj-04-2019-0243>.

- Hill, Rebecca. “Exploring Terroir: A Sense of Place in Food and Farming.” *Geography*, vol. 104, no. 1, 2019: 42–48. <https://doi.org/10.1080/00167487.2019.12094061>.
- Hymes, Dell H. “The Ethnography of Speaking.” Edited by T. Gladwin and W. Sturtevant, *Anthropology and Human Behavior*, Anthropological Society of Washington, 1962.
- Marque-Pucheu, Catherine, and Abdulrahman Kiki. “Les Identités en Langue et en Discours.” *Thélème: Revista de Filología Francesa*, vol. 36, no. 2, 2021: 119–122. <https://doi.org/10.5209/thel.78978>.
- Martinez, Laura M. *El Otoño del Pingüino: Análisis Descriptivo de la Traducción de los Culturemas*. Publicacions de la Universitat Jaume I, 2006.
- Montanari, Massimo. “Un Medioevo Aperto al Mondo.” Edited by Antonio Brusa and Luigi Cajani, *La Storia È di Tutti*, Carocci, 2008: 63. Translated into French by Charles Heimberg.
- Saillard, Didier. “Nourritures et Territoires en Europe : La Gastronomie Comme Frontière Culturelle.” *Eurolimes*, vol. 9, 2010: 130–143.
- Trubek, Amy B. *The Taste of Place: A Cultural Journey into Terroir*. University of California Press, 2009.
- Verdier, Blandine, Adrien Parizot, and Andrea Catellani. “Du Discours Gastronomique et Œnologique.” *Recherches en Communication*, vol. 48, 2019. <https://doi.org/10.14428/rec.v48i48.45433>.
- Wiater, Agata, and Nataly Castro-Ramirez. “Le Discours Gastronomique et les Identités Culturelles sur Wikipédia.” *Romanica Wratislaviensia*, vol. 69, 2022: 25–37. <https://doi.org/10.19195/05572665.69.3>.