La culture culinaire en Allemagne de l'Ouest s'est-elle « migrantisée » ?

Maren Möhring

Traducteur : Valentine Meunier

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/hommesmigrations/4058>

DOI : 10.4000/hommesmigrations.4058

ISSN : 2262-3353

Éditeur

Musée national de l'histoire de l'immigration

Édition imprimée

Date de publication : 1 janvier 2018

Pagination : 79-87

ISBN : 978-2-919040-40-7

ISSN : 1142-852X

Référence électronique

Maren Möhring, « La culture culinaire en Allemagne de l'Ouest s'est-elle « migrantisée » ? », *Hommes & migrations* [En ligne], 1320 | 2018, mis en ligne le 01 janvier 2021, consulté le 06 janvier 2021. URL : <http://journals.openedition.org/hommesmigrations/4058> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/hommesmigrations.4058>

LA CULTURE CULINAIRE EN ALLEMAGNE DE L'OUEST S'EST-ELLE « MIGRANTISÉE » ?

Par MAREN MÖHRING, professeure d'histoire culturelle et sociale comparée de l'Europe moderne, Institut des études culturelles, université de Leipzig.

Des années 1950 aux années 1990, les vagues migratoires qui se sont succédées en Allemagne de l'Ouest, en provenance de l'Est et, par la suite, du reste du monde, ont profondément modifié le paysage culinaire germanique. L'histoire de la restauration étrangère permet de documenter la diffusion de nouveaux produits et de nouvelles pratiques dans la société allemande. Les cuisines migrantes offrent accès à des cultures par le biais de découvertes gustatives et modifient les regards et les goûts. Cependant, cette diversité de saveurs et de cultures ne cesse pas de déranger les tenants d'une identité et d'une culture à la fixité fantasmée.

L

Lorsque des individus quittent le lieu où ils vivent pour aller s'installer ailleurs, ils emmènent dans leurs bagages des biens tout autant matériels qu'immatériels composés de souvenirs, d'expériences et de savoir-faire. Les boissons et les mets familiers, par exemple les modes de préparation culinaires et certaines formes de consommation alimentaire, font partie de ce capital intemporel qui est le mieux conservé et le plus chargé émotionnellement. Il s'agit de comprendre comment les habitudes alimentaires et les manières de cuisiner des migrants ont, à leur

tour, transformé la culture culinaire dans la République fédérale d'Allemagne (RFA) entre les années 1950 et 1990. Avec le temps, en effet, des produits alimentaires, mais aussi leurs préparations, importés de régions considérées comme étrangères, sont devenus une composante « normale » et importante de la nutrition en Allemagne (de l'Ouest). Les plats et les aliments encore perçus comme migrants dans un premier temps ont progressivement conquis la société majoritaire. J'entends ces évolutions comme une « migrantisation¹ » de la consommation

1. Le terme « migrantisée » vient d'un courant de recherche élaboré dans les pays de langue allemande autour du concept de « postmigration ». Apparu en 1995 dans une recherche de Gerd Baumann et Thijl Sunier, il vise à repenser les catégories reproduites par la communauté scientifique lorsque l'on aborde le phénomène migratoire : il s'agirait de « dé-migrantiser » ces cadres de pensée scientifique et de « migrantiser » les recherches menées sur la société dans son ensemble. En effet, les migrations ne sont plus envisagées comme un fait social qui se déroulerait à la marge des sociétés européennes, mais comme un phénomène central, par le biais duquel l'ensemble de l'organisation sociale peut être analysé : « La postmigration ne renvoie pas à un processus de migration achevé, mais à une perspective analytique, qui s'intéresse aux conflits, aux processus de construction identitaire ainsi qu'aux transformations politiques et sociales induites par la migration. » Voir Naika Foroutan, Coskun Canan, Sina Arnold, *Deutschland postmigrantisch – Gesellschaft, Religion, Identität*, Berlin, BIm-HU, 2014 ; Erol Yildiz, *Die weltoffene Stadt. Wie Migration Globalisierung zum urbanen Alltag macht*, Bielefeld, Transcript Verlag, 2013.

alimentaire. Cet article se concentre sur les migrants ayant ouvert des commerces alimentaires, en particulier des restaurants, que j'envisage comme les acteurs centraux de cette transformation. Il s'appuie sur mes recherches en histoire consacrées à l'évolution du secteur de la restauration étrangère², pour lesquelles j'ai dépouillé principalement des sources archivistiques, mais aussi consulté les recherches en sciences sociales de l'époque portant sur la consommation et la migration, ainsi que des livres de cuisine et des guides gastronomiques.

Des traditions culinaires en mouvement

Si nous voulons parler des transformations alimentaires impulsées par les migrants en Allemagne, il faut commencer par rappeler que la cuisine allemande n'a jamais existé, pas plus hier qu'aujourd'hui. Les cuisines nationales ont été créées dans le sillage

de la formation des États-nations tout au long du XIX^e siècle. Elles ont contribué de façon notable à construire une prétendue culture nationale, au moyen d'une invention de la tradition, sans réussir, cependant, à supplanter totalement les traditions alimentaires régionales ou locales. Au demeure-

rant, les cuisines régionales n'ont pas davantage un caractère originel, qui aurait toujours été là, mais résultent de processus historiques, en particulier d'échanges avec des régions voisines ou plus éloignées. Aussi se doit-on de constater que les « cuisines » ne sont pas des données culturelles immuables mais sont constamment en mouvement et en évolution. Ainsi, du point de vue de l'histoire des traditions alimentaires, les transferts culinaires ne sont pas une exception, mais la règle. Les recherches sur les transferts culturels ont montré

qu'il n'existe aucune culture (culinaire) homogène, totalement imperméable aux influences extérieures. Les transferts culinaires et les diverses adaptations locales de nouveaux aliments et de nouveaux mets font de l'histoire de l'alimentation un champ dynamique, qui connaît des transformations constantes, notamment sous l'effet des flux migratoires.

On peut néanmoins arguer, et cela à juste titre, que les processus d'échanges culinaires se sont véritablement démultipliés et accélérés après la Seconde Guerre mondiale. D'une part, l'industrie agro-alimentaire s'est mise progressivement à opérer à l'échelle transnationale. D'autre part, on constate dans cette période d'après-guerre une hausse des flux migratoires et, par conséquent, l'arrivée continue de personnes amenant avec elles recettes, styles de cuisine et coutumes alimentaires.

En Allemagne, ce sont d'abord quelque douze millions de réfugiés et d'expulsés qui ont émigré en 1944-1945 pour rejoindre les nouvelles frontières du pays avec leurs spécialités gastronomiques. Par exemple, la recette de tripes typique de la Prusse orientale a suscité des réactions de rejet en Rhénanie, où ces abats étaient considérés comme de la nourriture non comestible, réservée aux chiens. Inversement, les fèves – mets particulièrement appréciés des Rhénans – servaient de fourrage en Prusse orientale, et étaient appelées « haricots à cochons » ou « haricots à chevaux » : elles n'inspiraient que dégoût aux réfugiés prussiens³. On le voit à travers ces quelques exemples : les expériences alimentaires ont toujours été différentes au sein d'une seule et même nation.

La seconde vague d'immigration importante qui a durablement influencé l'alimentation en République fédérale, et en particulier le secteur de la restauration, est celle liée au recrutement de main-d'œuvre étrangère⁴, arrivée principalement d'Europe du Sud(-Est) entre 1955 et 1974. L'immigration en Allemagne de l'Ouest ne s'est toutefois pas arrêtée avec l'arrêt du recrutement de cette main-d'œuvre

En Allemagne, ce sont d'abord quelque douze millions de réfugiés et d'expulsés qui ont émigré en 1944-1945 pour rejoindre les nouvelles frontières du pays avec leurs spécialités gastronomiques.

². Maren Möhring, *Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland*, Munich, Oldelbourg Wissenschaftsverlag, 2012. ³. Ulrich Tolksdorf, « Essen und Trinken in alter und neuer Heimat », in *Jahrbuch für ostdeutsche Volkskunde*, n° 21, 1978, pp. 341-364, 349 ; Hans-Georg Schmeling, « Werktags und Sonntagskost nach Vertreibung, Flucht und Neueingliederung », in *Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde*, n° 14, 1967, pp. 103-104. ⁴. L'auteure fait ici référence à la phase de promotion fédérale de l'économie par l'embauche de main-d'œuvre étrangère dénommée *Anwerbung von Gastarbeitern* ou *Anwerbung ausländischer Arbeitskräfte* (NDT).

(*Anwerbestopp*) en 1974. Dans les années 1970 et 1980, le regroupement familial et les demandes d'asile ont constitué les deux voies principales – et les seules légales – pour s'installer en République fédérale. L'arrivée des familles, en particulier, a profondément modifié les habitudes alimentaires des migrants en RFA, car on cuisinait désormais plus régulièrement chez soi et pour toute la famille. La demande en produits familiers a donc rapidement augmenté, entraînant un développement tout aussi rapide du secteur alimentaire correspondant.

Une mondialisation de l'alimentation « par le bas » ?

Ces migrants – qui au départ étaient recrutés pour travailler dans l'industrie ouest-allemande puis ont fait venir leur famille – n'ont souvent pas trouvé les ingrédients nécessaires à la préparation de leurs plats habituels à leur arrivée en Allemagne. Ainsi, comme le rappelle Filiz Yüreklik : « À l'époque, de nombreux aliments faisant partie intégrante de notre cuisine, tels que les aubergines, les courgettes, le fromage de brebis et les olives, étaient pratiquement inconnus à Berlin. Nous traitions chaque olive avec le plus grand respect. On ne trouvait que celles fourrées aux amandes ou aux poivrons en provenance d'Espagne, à des prix exorbitants⁵. »

Au départ, avant que les supermarchés allemands ne se mettent progressivement à élargir leurs assortiments, ce sont des migrants issus de la communauté qui ont répondu à cette demande en ouvrant de petites épiceries ou en pratiquant le commerce de gros. Ils ont alors joué le rôle de véritables ambassadeurs culinaires, capables d'expliquer aux clients (allemands ou non) comment préparer les légumes ou les divers ingrédients qu'ils proposaient. On pourrait ainsi qualifier ces épiciers et ces restaurateurs migrants d'acteurs d'une mondialisation alimentaire « par le bas ». Pour pouvoir servir d'entremetteur, il leur fallait non seulement posséder des connaissances sur la cuisine du pays

d'origine, mais aussi sur les habitudes gastronomiques de la société d'accueil. Les épiciers, plus encore que les restaurateurs, ont dû s'adapter aux préférences gustatives d'une clientèle souvent hétérogène. Ils ont développé un savoir-faire transnational et cosmopolite afin d'arbitrer de façon efficace et compétente entre les diverses cultures culinaires et leurs répertoires sémantiques respectifs.

Dans un premier temps, ce sont les magasins d'alimentation, restaurants et snacks proposant des mets étrangers qui approvisionnaient les membres de leur communauté, tout en jouant le rôle de centres d'information ou encore de lieux de sociabilité. Parfois, les restaurants étaient le fruit d'une migration groupée de cuisiniers et d'hôteliers souhaitant ouvrir leur propre affaire en République fédérale et qui voulaient cibler, dès le départ, une clientèle principalement allemande. Une grande majorité de magasins et restaurants de migrants ont été ainsi créés par des non-Allemands, recrutés dans le cadre des programmes fédéraux de soutien à l'économie et qui, après avoir épargné pendant quelques années, se sont alors mis à leur compte. Ouvrir une boutique ou un restaurant a été une stratégie de survie pour beaucoup d'entre eux, notamment à partir du début des années 1970, lorsque le marché de l'emploi s'est dégradé sous l'effet de la restructuration économique et du licenciement massif de la main-d'œuvre étrangère.

Le secteur alimentaire a toujours été un domaine d'activité privilégié pour les étrangers, car le seuil d'accès au marché est relativement faible (à tout le moins pour les affaires de petite ampleur) et les clients accordent à leurs exploitants une grande expertise sur « leurs » mets et boissons. Leurs connaissances culinaires spécifiques représentent un capital culturel significatif qui leur ouvre une niche sur un terrain très disputé. Outre un savoir (supposé supérieur) sur les produits « inconnus »

Ces migrants – qui au départ étaient recrutés pour travailler dans l'industrie ouest-allemande puis ont fait venir leur famille – n'ont souvent pas trouvé les ingrédients nécessaires à la préparation de leurs plats habituels à leur arrivée en Allemagne.

5. Filiz Yüreklik, arrivée à Berlin en 1964 à titre de travailleuse immigrée (« *Gastarbeiterin* »). Propos cités d'après Eberhard Seidel-Pielen, *Unsere Türken. Annäherungen an ein gespaltenes Verhältnis*, Berlin, Elefant Press, 1995, p. 88.

Restaurant *Bei Mario*, Adalbertstraße, Munich, 1974.
© STADTARCHIV MÜNCHEN AGB STB-GASTSTÄTTEN UND HOTELS.

proposés, ce capital s'appuie sur les représentations et les imaginaires culturels (culinaires) associés aux produits comme aux vendeurs migrants. Ces derniers tirent profit du label d'authenticité qu'on accole aux aliments qu'ils proposent – label dont l'importance ne cesse de croître dans le domaine de la culture gastronomique.

La gastronomie migrante en République fédérale d'Allemagne

En République fédérale, la cuisine italienne a longtemps dominé le secteur de la restauration étrangère, aux côtés d'établissements yougoslaves, grecs

et turcs. Dans les années 1990, 80 % des restaurants étrangers en Allemagne proposent une cuisine italienne, turque, grecque ou (ex-)yougoslave⁶. Les premiers d'entre eux – avant tout des pizzerias et des « *Balkan-Grill* » (grills balkaniques) – ont vu le jour dans les années 1950 et 1960, mais le véritable boom de ce segment a débuté dans les années 1970. Entre 1975 et 1985, le nombre de restaurants étrangers en République fédérale est passé de 20 000 à 40 000 environ ; en 1985, un quart des restaurants était tenu par des personnes qui n'avaient pas la nationalité allemande⁷.

La plupart des restaurants ou des magasins d'alimentation étrangers ont ouvert dans les grandes villes et les bassins industriels du pays, régions où

⁶. Hans Dietrich von Loeffelholz, Arne Gieseck, Holger Buch, *Ausländische Selbständige in der Bundesrepublik Deutschland unter besonderer Berücksichtigung von Entwicklungsperspektiven in den neuen Bundesländern*, Berlin, Schriftenreihe des Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung Essen, N.F. 56, 1994, p. 59. ⁷. Horst Heinz Grimm, *Das Gastgewerbe in der Bundesrepublik*, Hambourg, DPA-Hintergrund, 1987, p. 11.

se concentrait la majorité de la population immigrée. Au milieu des années 1970, les restaurants étrangers se sont principalement implantés dans le Bade-Wurtemberg, la région Rhin-Main autour de Francfort, et en Rhénanie-du-Nord-Westphalie.

La concentration de populations étrangères dans certaines régions se reflète ainsi dans le paysage gastronomique : si la cuisine portugaise ne s'est établie qu'à Hambourg, les restaurants étrangers étaient et sont toujours aujourd'hui majoritairement italiens à Munich, ce qui s'explique notamment par la proximité géographique de l'Italie.

La ville de Berlin, qui a attendu 1964 pour mener une politique active de recrutement de main-d'œuvre étrangère, est devenue la destination privilégiée d'émigrés turcs et yougoslaves, dont l'embauche a progressivement augmenté suite au tarissement du réservoir de main-d'œuvre italienne. Alors que le « *Balkan-Grill* » a marqué la physionomie de Berlin-Ouest dans les années 1970, la décennie suivante a signé l'avènement de la gastronomie turque. La cuisine yougoslave, qui s'était hissée derrière sa consœur italienne dans les premières années de la République fédérale grâce à une cuisine bourgeoise familière aux palais allemands, a été progressivement rattrapée à partir de la fin des années 1970 par la gastronomie grecque, même si cette dernière n'a réussi à écorner la domination italienne que dans le nord du pays⁸.

En 1986, la plupart des étrangers en Allemagne de l'Ouest étaient originaires de l'Union européenne (UE). Cependant, on constate en 1991 que la majorité des migrants arrivés pour se mettre à leur compte dans le secteur de la restauration viennent de pays situés hors de l'espace communautaire européen⁹. Les cuisines africaines et surtout asiatiques, à l'exception de la gastronomie chinoise, se diffusent, en effet, au cours des années 1980 et plus encore dans les années 1990. Ceci offre un contraste éclatant avec la France et la Grande-Bretagne, où la cuisine nord-africaine pour la première, indienne pour la seconde, joue depuis longtemps un rôle

important. Si l'on veut saisir le changement des habitudes alimentaires en Europe, d'autant plus dans une perspective comparative, il faut donc intégrer les différentes histoires migratoires ainsi que les passés coloniaux et leurs répercussions sur l'analyse du paysage gastronomique. S'il est encore impossible de déterminer à l'heure actuelle l'impact des flux migratoires récents, en particulier ceux issus du Proche-Orient et d'Afrique, sur la gastronomie allemande, on peut cependant observer que le nombre de snacks syriens en Allemagne a augmenté.

La cuisine étrangère comme forme de contestation sociale

Qu'est-ce qui incitait les citoyens allemands à se rendre dans un restaurant proposant une cuisine étrangère plutôt qu'allemande ? Les recherches, essentiellement menées en sociologie, sur la consommation à l'extérieur du domicile familial ont mis en évidence que les amateurs de gastronomie étrangère vivaient en général, et cela reste valable, dans des grandes villes d'une part, étaient relativement jeunes et souvent diplômés de l'enseignement supérieur d'autre part. Le succès de la gastronomie étrangère ne s'explique pas uniquement par une augmentation des revenus réels, mais avant tout par le lieu de résidence et par des facteurs socio-culturels. Dans leurs recherches sur la fréquentation de restaurants en Grande-Bretagne, Alan Warde et Lydia Martens¹⁰ ont montré que les étudiants constituaient l'une des clientèles les plus importantes des restaurants étrangers. Cette catégorie n'y est pas attirée uniquement par des prix souvent plus modiques qu'ailleurs, mais aussi par l'esprit d'aventure et le désir de se montrer ouvert et cosmopolite.

Dans la seconde moitié du XX^e siècle, cuisiner des plats « étrangers » chez soi ou aller dans un restaurant proposant des spécialités étrangères est

8. Maren Möhring, *op. cit.* 9. Susanne Köhler, « Kulturelle Vielfalt in der Ernährung. Die zunehmende Bedeutung ausländischer Kost in der BR Deutschland », in *Agrarwirtschaft*, vol. 42, n° 8-9, 1994, p. 330. 10. Alan Warde, Lydia Martens, *Eating Out. Social Differentiation, Consumption and Pleasure*, New York, Cambridge University Press 2000.

devenu un vecteur de distinction sociale. C'est un moyen efficace pour faire preuve de raffinement, de savoir-vivre et d'esprit cosmopolite – que ce soit en République fédérale ou dans d'autres pays d'Europe de l'Ouest (suivant ici l'exemple pionnier de la Grande-Bretagne). Sans doute la volonté de paraître ouvert sur le monde et d'être à nouveau membre d'une culture (alimentaire) internationale a-t-elle été particulièrement marquée dans l'Allemagne de l'après-guerre¹¹. Mais le boom touristique qui a débuté dans les années 1960 et s'est affirmé à la

décennie suivante, faisant des Allemands les champions du monde des voyageurs, a certainement aussi favorisé une hausse de la demande en plats que l'on avait découverts et appris à apprécier pendant des vacances en Italie, Yougoslavie, Grèce, Turquie ou ailleurs.

Des entretiens menés avec des migrants en République fédérale révèlent qu'ils portaient et portent naturellement un intérêt tout aussi grand aux cuisines étrangères. Cette question n'a jamais fait l'objet de travaux de recherche spécifiques, mais une étude menée au début des années 1980 a établi que les migrants turcs choisissaient en premier lieu une pizzeria quand ils voulaient aller au restaurant et ne pas manger turc. En 2000, des Turcs interrogés dans le cadre d'une enquête¹² à Cologne ont affirmé apprécier plus particulièrement les restaurants chinois. Comme pour les Allemands sans « arrière-plan migratoire », ce sont aussi principalement des jeunes gens qui font preuve d'ouverture : ils goûtent des cuisines issues d'ailleurs et inconnues d'eux puis les intègrent à leurs habitudes alimentaires. L'origine des acteurs semble donc être une variable, mais pas la seule, pour rendre compte des schémas de consommation particuliers.

Pourtant, ce constat est souvent occulté dans les recherches sur la consommation des personnes issues des migrations, ce qui conduit à reproduire l'idée de communautés migrantes clairement délimitées.

Les cuisines migrantes s'imposent à domicile aussi

Les nouvelles influences culinaires d'Europe du Sud(-Est) ont peu à peu transformé la manière de cuisiner à domicile des populations non migrantes – un phénomène adossé à un marché florissant du livre de cuisine qui a rapidement découvert l'attrait de « l'exotique ». La cuisine italienne s'est de nouveau placée en tête. Véritable pays de cocagne aux yeux des Allemands, l'Italie est une destination particulièrement populaire depuis l'essor du tourisme de masse à partir de la fin des années 1960. De plus, la cuisine italienne a connu une valorisation considérable, lorsqu'en 1959 Ancel Keys et Margaret Keys en ont fait l'incarnation de la cuisine saine, du « régime méditerranéen¹³ ».

Avant d'oser se lancer dans la confection de mets italiens, les citoyens allemands ont essayé les plats préparés à l'italienne proposés par l'industrie agro-alimentaire : en 1958, Maggi lance ses raviolis en boîte puis, en 1961, Kraft sort ses spaghettis « *Miracoli*¹⁴ » et Oetker met sa première pizza surgelée sur le marché en 1970. Ces produits, dont le succès n'a jamais faibli jusqu'à aujourd'hui, ont foncièrement contribué à populariser les plats étrangers, non seulement parce qu'ils permettent de gagner du temps, mais surtout parce qu'ils sont considérés comme des repas « hygiéniques » et sans risques. Leur production industrielle a ainsi une vertu de neutralisation, qui gomme, en partie au moins, l'étrangeté du plat¹⁵.

Le succès de la gastronomie étrangère ne s'explique pas uniquement par une augmentation des revenus réels, mais avant tout par le lieu de résidence et par des facteurs socioculturels.

11. Sur les nouvelles identités des consommateurs cosmopolites dans l'Allemagne d'après-guerre, voir Jeff R. Schutts, « Born again in the gospel of refreshment? Coca-colonization and the re-making of post-war german identity », in David Crew (dir.), *Consuming Germany in the Cold War*, Oxford/New York, Bloomsbury Academic, 2003, pp. 121-150. 12. Sabine Bolstorff-Bühler, « Verzehrgewohnheiten türkischer Mitbürger in Berlin (West). Erhebungen und Empfehlungen als Integrationsbeitrag », thèse de doctorat, Berlin, 1983, p. 163 ; Ellen Overlöper, *Das Keupstrassen-Kochbuch*, Cologne, 2000, pp. 29-30 et 39. 13. Ancel Keys, Margaret Keys, *Der gesunde Feinschmecker*, Stuttgart, Günther, 1961. 14. Les pâtes sont vendues avec plusieurs sachets, contenant de la sauce tomate, des épices et du fromage râpé (NDT). 15. Sur la domestication des aliments étrangers par la production mécanisée, voir Jack Goody, *Cooking, Cuisine and Class. A Study in Comparative Sociology*, New York, Cambridge University Press, 1982, p. 166.

Bien évidemment, les manières de cuisiner et les habitudes alimentaires de la main-d'œuvre recrutée dans les années 1960-1970, de même que celles de leurs familles arrivées plus tard dans le cadre du regroupement familial, se sont, elles aussi, transformées. Les études sociologiques et nutritionnistes menées depuis le milieu des années 1970 montrent que la pomme de terre, un aliment de base des Allemands (du Nord), n'était guère appréciée des migrants au départ. Toutefois, les migrants turcs, à l'inverse des immigrés italiens, ont progressivement intégré ce tubercule à leurs menus¹⁶. Un processus qu'évoque Fethi Savaşçı (1930-1989), ouvrier arrivé à Munich en 1965 et écrivain, dans l'un de ses poèmes : « *D'abord nous nous sommes habitués aux pommes de terre, puis / à la bière*¹⁷. »

Manger autrement, un appétit pour le changement

Manger autrement est aussi un moyen pour les jeunes, quelle que soit leur origine, de se démarquer des habitudes alimentaires de leurs parents. Dans les années 1960 et 1970, aller manger dans un établissement étranger était encore, pour les jeunes Allemands, un marqueur de distinction particulièrement fort. Événement (semi-)public, cette visite au restaurant permettait de cultiver ostensiblement un mode de vie et de consommation différent et donc de prendre ouvertement ses distances avec des normes et des comportements traditionnels.

Dans son ouvrage *Appetite for Change*, Warren Belasco a mis en lumière que ce sont les milieux de la contre-culture qui ont massivement contribué au

boom de la cuisine ethnique dans les années 1960 et 1970 aux États-Unis¹⁸. On peut faire une analyse similaire à propos du mouvement étudiant et du milieu alternatif en République fédérale. La crise de la cuisine bourgeoise allemande a coïncidé, et ce n'est pas un hasard, avec les mouvements anti-autoritaires de la fin des années 1960. Dans sa chanson *Deutscher Sonntag* (1965), Franz-Josef Degenhardt a parfaitement formulé ce que symbolisait la cuisine allemande avec son sacro-saint « *rôti du dimanche* » pour la contre-culture : le « *gargouillement de sauces épaisses* » incarnait le caractère borné, voire les tendances fascistes de la société allemande¹⁹.

La scène alternative a répondu par un contre-programme culinaire à ce rôti du dimanche consommé en famille, associé aux structures patriarcales et à la (petite) bourgeoisie étriquée. Les mets étrangers, aux côtés des produits et plats végétariens

issus de l'agriculture biologique ou dynamique, ont fait partie intégrante de ce projet alternatif. Les établissements tenus par des communistes italiens et les tavernes de migrants grecs ayant fui la dictature militaire notamment, sont devenus des lieux branchés de « *socialisation alternative*²⁰ ». Dans les appartements partagés de ce milieu, on goûtait volontiers à des plats « autres » avec ses colocataires. On vous y servait « *toujours un chili con carne au lieu d'une salade de pommes de terre* » selon l'ethnologue allemand Utz Jeggle, pour « *s'assurer qu'à ce niveau également on vivait de façon non conventionnelle*²¹ ». Manger étranger symbolisait ici ce que l'on souhaitait être : différent de la génération d'avant.

Dans les années 1960 et 1970, aller manger dans un établissement étranger était encore, pour les jeunes Allemands, un marqueur de distinction particulièrement fort.

16. Brigitte Schmid, « Küche und ethnische Identität. Die Ernährungsweisen von Migrantinnen in Deutschland und ihre Veränderung », in *Der Bürger im Staat*, vol. 52, n° 4, 2002, p. 237. **17.** Fethi Savaşçı, « Verzeiht uns », in Fethi Savaşçı, *München im Frühlingsregen. Erzählungen und Gedichte*, Francfort s./M., Dagyeli Verlag, 1987, p. 55. **18.** Warren Belasco, *Appetite for Change. How the Counterculture Took on the Food Industry, 1966-1988*, New York, Cornell University Press, 1989. **19.** Dieter Richter, « Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen », in *Voyage*, n° 5, 2002, p. 27. **20.** Manuela Bojadžijev, Massimo Perinelli, « Die Herausforderung der Migration. Migrantische Lebenswelten in der Bundesrepublik in den siebziger Jahren », in Sven Reichardt, Detlef Siegfried (dir.), *Das alternative Milieu. Antibürgerlicher Lebensstil und linke Politik in der Bundesrepublik Deutschland und Europa 1968-1983*, Göttingen, Wallstein Verlag, 2010, p. 141. **21.** Utz Jeggle, « Essen in Südwestdeutschland. Kostproben der schwäbischen Küche », in *Schweizerisches Archiv für Volkskunde*, n° 820, 1986, p. 183.

« Bockwurst statt Döner », imprimé sur le tee shirt d'un néonazi, Kiel (Allemagne), 2005. © JUNGLE WORLD.

Cuisines migrantes, stéréotypes racistes et rejet de l'Autre

Les traditions culinaires jouent un rôle central dans la formation d'identités individuelles comme collectives. Peu d'autres objets du quotidien peuvent atteindre le statut de symbole identitaire et d'incarnation d'une culture entière aussi bien qu'un aliment, et devenir également, par contrecoup, source de stéréotypes racistes. En témoignent clairement les qualificatifs de « Bouffeurs de spaghettis » (*Spaghettifresser*), « Turcs carvi » (*Kümmeltürken*) ou « Choucroutes » (*Krauts*). La nourriture étrangère renferme un fort potentiel conflictuel, comme le montrent les plaintes des locataires allemands à propos des odeurs de cuisines atypiques émanant de l'appartement voisin ou du local au rez-de-chaussée au début de la phase de recrutement de main-d'œuvre étrangère en Allemagne. Parce qu'elle passe par les sens, la cuisine permet d'articuler de façon immédiate et massive le rejet de l'inconnu, de la migration et de ses impacts. L'alimentation est donc une arène privilégiée des combats politiques.

Le slogan néonazi « Des saucisses pas des kebabs » (*Bockwurst statt Döner*), qui circulait chez les

skinheads allemands vers la fin des années 1990 et au début du nouveau millénaire, illustre clairement que les géographies (alimentaires) modifiées par la migration transnationale et la consommation « glocalisée²² » suscitent une opposition massive dans certaines catégories de la population. Il ne s'agit pas ici seulement d'un rejet global de ce qui est « turc », mais d'un refus de l'hybridation – incarnée par le kebab – de ce qui est « allemand ». En France, le Front national porte un regard similaire sur les cuisines migrantes, censées représenter un danger pour la culture (gastronomique) autochtone. En Allemagne, les expressions les plus radicales de cette forme de racisme ont surgi dès les années 1980 avec les premières exactions commises principalement contre des sandwicheries-kebab turques, puis ont atteint leur paroxysme avec les meurtres plus récents de neuf commerçants turcs et grecs par le groupe d'extrême droite *Nationalsozialistischer Untergrund* (Clandestinité nationale-socialiste – NSU) entre 2000 et 2006. Ces attentats brutaux contre l'économie migrante avaient pour but délibéré de tuer des commerçants qui, par la création de leurs entreprises, laissaient entendre qu'ils souhaitaient rester longtemps ou pour toujours en République fédérale. On peut, par conséquent, supposer que les crimes et délits commis contre les sandwicheries-kebab, les commerces de fruits et légumes, les boutiques de retouche, de fleurs, de clés-minute, les kiosques à journaux ou les cafés Internet visaient à faire disparaître la présence visible des migrants en Allemagne.

La culture culinaire allemande s'est-elle migrantisée ?

Au vu de ces assassinats commis par la NSU et du racisme quotidien qui ostracise les influences culinaires étrangères, il paraît difficile de conclure à une

²² Le local et le global – selon Roland Robertson et les recherches récentes sur les processus multidimensionnels de globalisation – ne sont pas antagonistes. La localité est en fait un aspect de la globalité et la globalité émerge seulement à travers les enchevêtrements de différents endroits. Voir Roland Robertson, « Glocalization. Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity », in Mike Featherstone, Scott Lash, Robert Robertson (dir.), *Global Modernities*, Londres/Thousand Oaks/New Delhi, Sage, 1995, pp. 26, 30 et 35.

pure *success-story* de la gastronomie migrante en Allemagne. Cette analyse se renforce lorsqu'on prend en compte les très longues journées de travail pour un revenu souvent faible, c'est-à-dire l'auto-exploitation des petits commerçants et restaurateurs. Il faut, en outre, y intégrer les barrières juridiques (relatives au droit des étrangers et au droit des affaires) qui compliquent considérablement l'ouverture d'un commerce en Allemagne par des non-ressortissants. Alors que dans de nombreux pays, comme aux États-Unis, l'indépendance professionnelle des migrants est soutenue par l'idéologie de la libre entreprise et le mythe du *self-made-man*, l'histoire de l'économie migrante est tout autre en Allemagne qui, jusqu'à récemment, se refusait énergiquement à se considérer comme une terre d'immigration.

En dépit de toutes ces difficultés, les restaurants de cuisine étrangère se sont imposés dans le paysage gastronomique allemand. Des personnes d'origines diverses se sont appropriées d'une manière ou d'une autre des influences culinaires arrivées en Allemagne, notamment grâce à la migration transnationale, qui ont transformé massivement la nutrition, tout particulièrement celle des jeunes dans les centres urbains. Cette mutation de la géographie alimentaire de l'Allemagne (de l'Ouest)

en général et des cultures culinaires urbaines en particulier peut parfaitement s'analyser en termes de processus efficace mené « par le bas », par la migration, c'est-à-dire comme une « migrantisation » de l'alimentation. On entend par là, d'une part, que certains aliments inconnus dans un premier temps, tels que la pizza, le kebab ou le cappuccino, sont devenus des produits de consommation courante et considérés aujourd'hui comme « normaux ». Ils ont immigré avec succès dans les cultures culinaires qui les ont précédées, qu'ils redéfinissent constamment. D'autre part, la « migrantisation » de l'alimentation induit une valorisation globale de tout ce qui est migrant, traité et consommé en vertu de caractéristiques uniques, et ce, aussi bien par des migrants que par des non-migrants. Dans l'Allemagne post-migrante, la célébration à grands frais de la diversité culinaire fait autant partie des cultures quotidiennes et culinaires que la consommation toute naturelle de spaghettis bolognaise et d'un cappuccino ou que l'achat enthousiaste de variétés anciennes de pommes de terre à nouveau disponibles sur les étals. L'alimentation et la culture culinaire sont en changement constant et les mouvements migratoires ont toujours constitué un moteur central de ces transformations. ■