



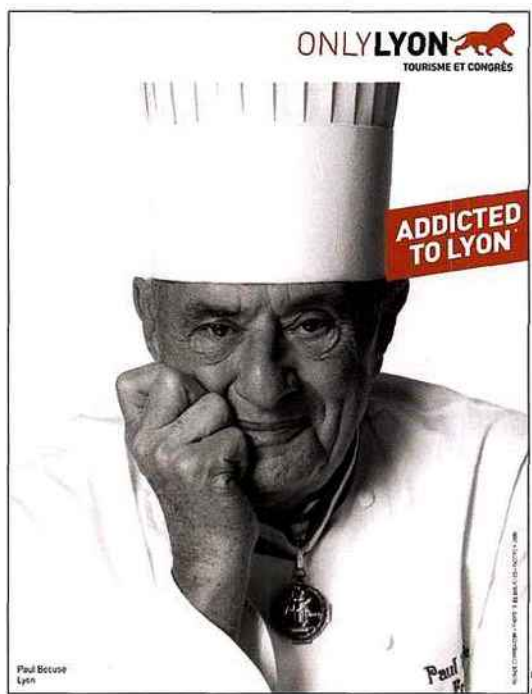
Une communication aux petits oignons

La gastronomie a le vent en poupe. Vecteur d'attractivité, elle tient le haut de l'affiche, avec les chefs en égarie à toque blanche.

En 2010, l'inscription du repas gastronomique à la française sur la liste du patrimoine immatériel de l'Unesco a lancé le mouvement. Dans la foulée, une fête de la gastronomie – largement relayée en ligne et en régions, avec le soutien des collectivités – a vu le jour en 2011 et un réseau de cités internationales de la gastronomie s'est constitué sous l'égide du ministère de l'agriculture. Les cités de Tours, Lyon, Paris-Rungis et Dijon ouvriront bientôt leurs portes, pour promouvoir notre patrimoine culinaire, ingrédient incontournable du fameux «art de vivre à la française» et support de marketing territorial. La capitale de la Bourgogne mise ainsi sur sa future cité pour être reconnue comme «une capitale du goût», note le dircom du Grand Dijon, Jérémie Penquer, «attractivité» à la clé. «Composante essentielle de l'identité française, la gastronomie participe au rayonnement économique et culturel», confirme le dossier de presse de la fête de la gastronomie. D'où son usage croissant dans la communication publique, tous canaux (web, événementiel, affichage, etc.) et échelles confondus. Autre atout : sa capacité à fédérer un très large public de gourmets, petits et grands, touristes ou résidents, CSP+ compris. Ou quand le terroir nourrit le territoire.

Affaire de goûts

Etoilé de préférence, le chef s'impose comme une figure clé de la tendance. Basé à Cancale, Olivier Roellinger fait une courte, mais savoureuse, apparition dans le film «Haute Bretagne Thérapie» pour promouvoir les vertus culinaires du département. En bon ambassadeur du réseau OnlyLyon, le maître Paul Bocuse ne manque pas une occasion de valoriser sa ville de cœur. Et elle le lui rend bien en le sacrant «icône de communication», histoire de capitaliser sur sa notoriété internationale. «Depuis trois ans, nous avons



La campagne mettant en scène Paul Bocuse a été élue «contrat de destination» par le Quai d'Orsay.

recentré notre stratégie marketing sur la gastronomie, inscrite dans notre ADN», admet François Gaillard, directeur OnlyLyon Tourisme et congrès. Généreux, le célèbre chef sert également la région Rhône-Alpes qu'il décrit volontiers comme «le garde-manger de la France» ! Un élément de langage adopté par la collectivité. Et cet engouement public pour les fourneaux n'a pas tardé à gagner... les fournils. Preuve en est la récente campagne du Fonds national de promotion et de communication de l'artisanat, mettant en scène les boulangers-pâtisseries Philippe Conticini et Éric Kayser. Et les femmes dans l'histoire ? Seule chère triplement étoilée, Anne-Sophie Pic est la marraine de la fête de la gastronomie 2015. Une autodidacte destinée à incarner des valeurs de créativité et d'audace. La cuisine, une affaire de goûts et de com'. ♦ BARBARA GUICHETEAU



Lionel Flasseur, directeur du programme OnlyLyon

«Faire de la gastronomie, un facteur d'excellence global»