

ANNEXES

Annexe n° 1 : Le lexique britannique de la cuisine (n=1 000)

Classes	Poids des classes (% du total de mots classés)	Vocabulaire spécifique
Classe n° 1 : Les composants et les techniques de cuisson	36 %	casserole, microwave, barbecue, chicken, fried, salad, cook, beef, potatoes, pork, tomato, fish, grill, boil, steam, bake, fry, freeze
Classe n° 2 : L'équilibre, la santé	23 %	diet, health, organic, garden, carbohydrates, balance, vegetable, fruit, milk
Classe n° 3 : La rapidité, la praticité	21 %	easy : (to) make, (to) prepare ; basic, ready made products, daily cooked, etc
Classe n° 4 : Le métissage culinaire	19 %	french, Indian, Italian, Chinese, Scottish, British, international

Annexe n° 2 : Le lexique italien de la cuisine (n=1 000)

Classes	Poids des classes (% du total de mots classés)	Vocabulaire spécifique
Classe n° 1 : Le naturel, le bon goût	38 %	biologico, naturale, semplice, (non) trattata, buono, sapore, gustoso, sana, senza chimico, etc.
Classe n° 2 : Les produits, la cuisine régionale	34 %	pasta, frutta, carne, verdura, pesce, formaggi, latte, mediterranea, della mia regione, ricetta locale, tradizionale, mozzarella, pizza, pomodoro, riso, acqua, pane, vino, etc.
Classe n° 3 : Le frais, le « fait maison », la cuisine familiale	14 %	fresche, giorno, mercato, orto, fatte casa, genuina, casalinga, come con tempo, etc.
Classe n° 4 : La santé, l'équilibre	14 %	fritta, proteine, carboidrati, cotte, dieta, legger, oliva, crudo, olio, vegetali, vario, etc.

NOURRITURE, LANGAGE ET CULTURE

Gilles Desmons,

Anne O'Mahoney*

Les anglophones du Sud Ouest de la France en voie de mutation culinaire

L'ENTRÉE¹

En apprenant la tenue du colloque « *Faire la cuisine, analyses pluridisciplinaires d'un nouvel espace de modernité* » à l'École Supérieure de Commerce, plusieurs membres anglophones du Département de Langues ont été immédiatement enthousiasmés, comme ils le sont généralement lorsque les mots « nourriture » et/ou « boisson » sont prononcés, et nous avons commencé à discuter et à débattre de toutes sortes de questions concernant la nourriture et la cuisine. Nous étions trop motivés pour nous arrêter. Nous parlions plusieurs langues simultanément mais tous sur le thème de la nourriture. Était-ce seulement un hasard si nous étions

tous passionnés par la nourriture ou était-ce parce que nous étions tous en France ? Il nous est apparu clairement que cette opportunité ne devait pas être abandonnée en si bon chemin. Notre Département est très international, avec des membres issus de toutes les parties du monde, le débat était donc stimulant et les questions soulevées diverses. Il est très rapidement devenu évident que les anglophones de notre communauté vivant ici, dans le Sud-Ouest de la France, avaient quelques idées arrêtées et bien mûries sur les habitudes alimentaires, la langue et la culture. Vivre dans une culture qui n'est pas la vôtre est un défi. Venir d'un milieu anglo-saxon en France, avec tout ce que cela représente, est un défi encore plus grand, par-

* Texte traduit par Laure Valette

¹ Les mots en italiques sont en français dans le texte original rédigé en anglais.

ticulièrement lorsqu'il s'agit de nourriture (et, sans vouloir tomber dans les stéréotypes, il est de fait que les Français pensent et disent généralement que l'on mange mal aux États-Unis et en Angleterre en comparaison avec la France...), ainsi s'adapter devient un projet intéressant et passionnant.

Nous avons donc décidé de centrer notre étude sur la population anglophone du Sud-Ouest de la France. Pour commencer, nous avons décidé d'étudier la question de l'influence de la langue française sur la langue anglaise pour la cuisine et la nourriture car, d'un point de vue linguistique, nous savons que cette influence était forte et nous voulions approfondir cette question. Nous avons également décidé d'utiliser un questionnaire pour collecter les commentaires des anglophones sur les liens entre cuisine et culture. Dès le début, nous projetions de traiter principalement de l'aspect nourriture et cuisine du débat plutôt que de la « cuisine » en tant que lieu. *Cuisine* en anglais est le style ou la manière de cuisiner la nourriture préparée par un foyer ou un restaurant (par exemple : *French cuisine*).

LE PLAT

Dans cette étude, nous examinons l'influence puissante de la langue française sur l'anglais en matière de cuisine. La nourriture est-elle liée d'une façon ou d'une autre au fait de parler couramment français ? Quel est le lien entre langage et nourriture ? Cuisinons-nous dans notre langue maternelle ou bien dans celle de notre pays d'accueil ? Les recettes peuvent-elles être traduites, non seulement du point de vue des mots, mais aussi, et peut-être de manière plus importante, de celui de l'interprétation culturelle de ces mots ? L'anglais est peut-être la langue internationale du commerce, mais le français est sans aucun doute la langue européenne de

l'art de cuisiner et d'apprécier la nourriture. Où que l'on aille en France, il y a des parents, des enfants et des grands-parents dînant *en famille*, discutant avec animation tout en prenant plaisir à leur repas. Comment font-ils ? Selon l'historien Jean-Robert Pitte, depuis le temps des Gaulois, le plaisir de manger est lié en France au plaisir de la conversation et de la discussion, y compris pour les enfants. Historiquement, parler, cuisiner et manger sont un plaisir en France depuis des siècles. Ce n'est pas nécessairement le cas dans les pays anglophones où la religion a eu un effet plus restrictif. Les anglophones expatriés en France ont changé certaines de leurs habitudes concernant l'alimentation et la nourriture comme nous le verrons dans notre étude. Mais s'efforcent-ils d'apprendre le français aujourd'hui plus que dans le passé ? Pourquoi leur nombre a-t-il si radicalement augmenté ces vingt dernières années ? Est-ce seulement pour l'accès à une propriété bon marché ou y a-t-il d'autres raisons ? Les préférences et habitudes alimentaires nous ont-elles fourni un moyen fascinant et accessible de promouvoir la compréhension entre ces deux cultures ? Ou est-ce une voie à sens unique ? Nous avons cherché des réponses à toutes ces questions dans notre étude.

Comme l'affirme Helen Macbeth (1997) l'étude des préférences alimentaires humaines est un domaine de recherche interdisciplinaire étant donné que les processus biochimiques et les expériences personnelles interagissent dans la formation des préférences et aversions de chacun. Les préférences alimentaires ne sont pas uniquement fondées sur les processus biochimiques, d'origine génétiques ou non. Les composants biochimiques ne sont pas « innés », mais se développent en interaction avec les expériences biologiques et sociales au cours de la vie. Nous sommes ici au-delà des besoins primaires. Notre culture entière est basée sur la nourriture, cette dernière étant nécessaire à notre survie. La nourriture est dans nos lois, notre argent,

nos superstitions, nos fêtes et tout particulièrement notre langue. La nourriture est un besoin de base pour nous tous et, bien que nous soyons conscients que, dans certaines parties du monde, la pauvreté ne laisse pas la place aux préférences et aux choix, notre étude est basée sur des recherches menées dans des cultures d'abondance. Au-delà du processus biochimique, nous examinons les facteurs culturels affectant nos choix.

Pour un anglophone dont le but est d'atteindre l'aisance au royaume du discours spontané en français, l'un des moyens de dépasser le stade de la traduction simultanée est peut-être d'utiliser la stimulation via un thème précis – le palais, par exemple – qui pourrait nous amener plus loin que des cours du type « conversation et grammaire ». Il suffit de s'asseoir et d'écouter l'aisance et l'éloquence qu'ont les Français lorsqu'ils parlent de nourriture. Il est impossible de séparer la nourriture des Français. Ils la sentent, la goûtent et la disent. Est-il réellement possible de le faire en anglais (linguistiquement et culturellement parlant) ou sommes-nous obligés d'apprendre le français pour pouvoir nous extasier sur du *confit d'oie* et des *fraises des bois*? S'extasier sur la nourriture autour de la table en Angleterre est relativement rare, c'est souvent un *exercice de style* en rapport avec le milieu, l'étiquette et les bonnes manières. Le simple fait de vivre en respirant « l'air français » suffit-il? Est-ce juste une question de langage ou faut-il consulter l'histoire de la nourriture et du français? Les Français ont-ils une relation particulière à la nourriture? Après tout, il est impossible de séparer la gastronomie de la Révolution Française, et il est impossible de séparer la Révolution Française de la France d'aujourd'hui. Plus que dans n'importe quelle autre révolution de l'histoire, la nourriture a joué un rôle crucial dans la Révolution Française. Dans notre étude, nous allons examiner l'influence que le fait de vivre en France a eu sur les habitudes alimentai-

res des anglophones. Qu'est-ce qui a changé exactement? Notre étude montre qu'il y a eu des changements significatifs dans les ingrédients, les recettes, les ustensiles, les boissons et le facteur temps, entre autres choses.

Les Normands ont envahi l'Angleterre en 1066 et ont imposé leur loi. L'Angleterre n'a plus jamais été la même et le français est devenu la langue officielle pendant près de trois siècles se fondant avec la langue saxonne. C'est la langue anglaise d'aujourd'hui... Quelques siècles plus tard une seconde invasion eut lieu. La langue française envahit les cuisines anglaises après la Révolution Française lorsque des chefs français migrent en Angleterre. Le premier d'entre eux à s'assurer une stature internationale, Antonin Carême (1784-1833), cuisina pour Napoléon et Georges VI, la première *entente cordiale* autour de la table!

Aujourd'hui, et depuis vingt-cinq ans, les Anglais ont « envahi » la France. On estime à trois quarts de million le nombre d'anglophones (principalement britanniques) à posséder une résidence secondaire ou principale en France. Cela a des répercussions, parfois significatives, sur la vie de tous les jours à la fois des Français et des Anglais. Ainsi des supermarchés dans certaines zones (rurales ou urbaines) du Sud-Ouest de la France ont en magasin des produits « anglais » pour leurs clients anglophones. Ils répondent à la demande d'un marché spécifique. Nous connaissons également plusieurs exemples d'étals sur les *marchés* hebdomadaires détenus par des Britanniques : ils cultivent, souvent biologiquement, et vendent leur marchandise aux locaux et aux expatriés. On peut entendre parler anglais à Céret, Monbrun Bocage, Gaillac, Mirepoix, Carcassonne, etc. C'est apparu clairement à travers nos questionnaires. Les anglophones installés à l'étranger gardent un certain nombre de « liens alimentaires » avec leur pays d'origine. Nous n'avons



pas étudié le pourcentage de Français ou d'autres groupes linguistiques ou culturels achetant ces produits «anglais» se trouvant à leur disposition mais nous pensons que cela pourrait être l'objet d'une étude ultérieure. Nous avons tenté d'identifier le rapport que les expatriés anglophones entretiennent avec la nourriture ; le lien entre pays d'origine et pays d'accueil en termes de produits alimentaires ; le milieu socioculturel et l'influence du mode de vie français sur les habitudes alimentaires et de cuisine.

Après tout, le goût est enseigné. Presque tout ce que l'on mange, et où et comment on le mange, est déterminé culturellement. Nous vivons également une période où la cuisine et les livres de cuisine n'ont jamais été plus populaires. Il y a cinquante ans, il n'y en avait pas autant sur le marché. Aujourd'hui, les ventes de livres de cuisine dans le monde augmentent régulièrement de 5 % par an depuis 1994. 24 000 nouveaux titres paraissent chaque année, le double d'il y a 10 ans.

Les raisons de cette explosion sont diverses. Tout d'abord, il y a le succès de la nourriture à la télévision, amené par la BBC (Royaume-Uni) et PBS (États-Unis). Notoirement indifférents à la bonne nourriture, les Anglais se régalaient de certains des meilleurs programmes télévisés de cuisine au monde. Il y a aujourd'hui au moins une chaîne câblée consacrée à la cuisine par pays, telle que TV Food Network (USA), Canal Cocina (Espagne), Gourmet TV ou Cuisine TV en France. Les chefs sont devenus des stars, voire des personnalités médiatiques au Royaume Uni et aux États-Unis. D'autre part, partout se développe l'intérêt pour la nutrition et l'alimentation santé. L'Asie en a toujours fait un sujet très important, et c'est maintenant un facteur clé dans la plupart des pays occidentaux. La nourriture joue un rôle extrêmement rassurant dans un monde perçu comme de plus en plus dangereux. Enfin, les nouvelles technologies d'impression per-

mettent d'obtenir plus facilement, plus vite et pour moins cher des livres de cuisine de bonne qualité. La nourriture, la musique, le tourisme et l'automobile sont parmi les marchés les plus globalisés du monde, les consommateurs partageant la même expérience. Par exemple, les produits alimentaires français, italiens ou latino-américains sont de plus en plus internationaux, et ne sont plus des marques maîtrisées par leur pays d'origine. Un excellent chef faisant de la cuisine française peut être japonais, allemand ou australien. Le même programme télévisé de cuisine est regardé aux USA, au Royaume-Uni, en Scandinavie, Allemagne, Chine, Amérique Latine, Afrique du Sud, etc. Les chaînes câblées consacrées à la cuisine en Argentine ou au Venezuela ont au moins autant de succès que le Canal Cocina espagnol. Jamie Oliver et Rick Stein (des chefs anglophones!) ont du succès en France par exemple. Les traductions de livres de cuisine augmentent partout. Les ouvrages d'El Bulli ou de Ducasse en anglais, de très haut de gamme (plus de 150 euros), se vendent par milliers, ce que l'on aurait pensé impossible il y a cinq ans quand le prix maximum d'un tel type de livre culminait à 50 dollars. On trouve plus de livres de qualité sur la pâtisserie française publiés en japonais qu'en français. Le dernier livre de Jamie Oliver (chef que Tony Blair avait chargé de réformer les menus des cantines scolaires) est sur la liste des best-sellers en Angleterre.

Intrigués par la forte influence de la langue française sur l'anglais employé en cuisine, nous avons analysé un simple glossaire de termes culinaires. Le BBC Glossary of Food terms (www.bbc.co.uk/food/glossary) propose 551 mots ou expressions, 125 (22,5 %) en français, 46 (8,5 %) en italien et un mélange de termes arabes, chinois, allemands, japonais et russes. Quelques-uns bien sûr sont anglo-saxons. Certains termes sont simplement importés (*beurre lié, daube, fondue, julien-*

ne, meringue, papillote, vichyssoise, vinaigrette) d'autres, très rares, sont des dérivés : *floret* (de fleurette), *truffle* (de truffe). Dans une cuisine anglophone, on utilise *filet* comme verbe pour préparer un filet de poisson (*we filet the fish*), de même faire sauter des pommes de terres deviendra *sauté* les pommes de terre (*we sauté the potatoes*). Nous faisons un *roux* ou une *duxelles*, nous plongeons un *bouquet garni* ou simplement quelques *fines herbes* et de la *fleur de sel* dans le *ragoût*, nous mangeons un *navarin* d'agneau pour Pâques et nous faisons d'innombrables types de sauces : *béarnaise*, *béchamel*, *demi glace*, *hollandaise*, *Mornay*. Nous pourrions manger une soupe de poisson à laquelle on ajouterait un peu de *rouille*, suivie d'un *turbot en papillote* et d'une *île flottante* pour le dessert.

LE DESSERT : L'ENQUÊTE

Nous avons décidé d'adopter une approche globale, à la fois quantitative et qualitative. « L'alimentation étant une activité centrale pour tous les êtres vivants et une particulièrement complexe chez les humains, elle requiert une approche qui fasse justice à l'entrelacement de thèmes et de structures qui construisent le comportement social et biologique des humains par rapport à la nourriture » (Hubert, 2004). L'enquête a eu lieu entre juillet et octobre 2005. Le questionnaire a été conçu avec le logiciel Modalisa. Il compte 43 questions. Les réponses ont été recueillies soit par courrier, soit directement en face à face, soit par Internet. Cela nous a permis de toucher un grand nombre de participants. L'échantillon n'est pas construit scientifiquement. Nous avons contacté les anglophones du Sud-Ouest de la France que nous connaissions, ou que nos contacts connaissaient, et des groupes locaux d'autres anglophones. Nous avons considéré que les gens qui avaient décidé de quitter leur pays pour la France (le pays d'accueil) pouvaient former un

groupe hétérogène sans être nécessairement représentatif de toutes les catégories d'âge et de classe sociales que l'on trouverait dans un échantillon construit scientifiquement dans leur pays d'origine. 200 questionnaires complétés ont été recueillis.

La population interrogée vit et travaille en France à plein temps. Nous n'avons pas contacté les expatriés temporaires, par exemple les employés de British Aerospace envoyés à Toulouse dans le cadre du programme Airbus. Nous considérons que leurs besoins sont très différents, étant donné que l'intégration n'est pas nécessairement une motivation pour eux et qu'ils ont souvent des contacts plus fréquents avec leur pays d'origine. Pour une large partie de ce groupe, l'objectif pendant leur séjour en France est de rentrer dans leur pays d'origine.

Notre échantillon est avant tout un groupe linguistique, puisque tous nos répondants ont l'anglais pour langue maternelle. On ne peut pas les considérer comme un groupe culturel dès l'instant que les questionnaires ont été remplis par des répondants de nombreuses nationalités et d'origines culturelles diverses : Américains, Anglais, Ecossais, Gallois, Indiens, Irlandais, Zimbabwéens, etc.

53 % des répondants sont des hommes, 47 % des femmes. La majorité, 80 %, sont des urbains d'âge moyen (30-64 ans), et 70 % des anglophones en situation culturelle et linguistique de couple mixte (le couple franco-britannique étant le cas le plus commun : 57 % des répondants ont un partenaire français). Dans la majorité des cas examinés, nous pouvons donc supposer que le partenaire français a une influence significative sur le style de vie du couple, et plus particulièrement, pour ce qui nous intéresse, sur ses habitudes en matière de nourriture et de boisson.



63 % des répondants ont un ou deux enfants vivant au foyer. Cela signifie généralement qu'une certaine quantité de la cuisine quotidienne est faite par au moins un des deux partenaires. 75 % des répondants vivent en France depuis plus de 5 ans et plus de 50 % d'entre eux depuis plus de 10 ans. Ils sont essentiellement de classe moyenne et ont des métiers variés : acteur, artiste, ingénieur, juriste, cadre en marketing, infirmier, retraité, commerçant, étudiant, professeur, écrivain. Le temps passé en France et les caractéristiques sociales de notre échantillon expliquent pour une large part leur acceptation de certaines habitudes culturelles et nutritionnelles de leur nouveau chez-soi.

En dehors du prix élevé du foncier et de la possibilité d'obtenir un prêt immobilier à taux bas en Grande-Bretagne par exemple, d'autres raisons expliquent « l'invasion » britannique et l'enquête indique que « l'amour du pays » et « le changement de style de vie » sont en fait les principales raisons poussant les anglophones à venir en France et encore plus à y rester. En fait, la majorité (60 %) des personnes interrogées a choisi la France pour changer de style de vie et ils « aiment » leur nouveau pays. C'est pour cela qu'ils sont venus et qu'ils restent ! C'est significatif. Nous pouvons considérer que « l'amour du pays » équivaut à l'amour de *la vie en rose* à la française et, donc, à la manière de vivre et de manger en France.

Plus de 60 % des anglophones que nous avons interrogés n'achètent pas de produits d'origine « anglaise ». Parfois ces produits ne sont tout simplement pas disponibles sur le marché, mais ce résultat indique que, même quand les gens peuvent trouver des produits venant de leur pays d'origine, ils ne sont pas particulièrement intéressés par leur achat. On peut en conclure qu'ils n'en ont manifestement pas « besoin », c'est en soi un signe d'adaptation. Ceux qui le font achètent des produits com-

me du chutney, du bacon, des baked beans, des biscuits, des chips et du thé ; tous ces produits, excepté le chutney, sont très traditionnels et considérés comme des produits de base associés aux Îles Britanniques. Il semblerait que l'achat de la plupart de ces produits soit plutôt une question d'opportunités rencontrées au marché ou au supermarché, cependant certaines personnes font volontairement le détour par des magasins spécialisés pour les trouver.

23 % des répondants ramènent « régulièrement » des produits du monde anglophone lorsqu'ils voyagent ; 32 % le font « rarement ». Il est intéressant de noter que lorsqu'ils ramènent des produits en France, il s'agit le plus souvent d'articles liés aux fêtes de Noël et de fin d'année et de produits sucrés plutôt que de plats salés. On peut noter que les produits les plus populaires sont l'inimitable Christmas pudding, les mince pies (tartelettes traditionnelles aux raisins et autres), les bonbons et chocolats, les cakes, etc. Lorsqu'on leur demande pourquoi ils ramènent des produits en France, 40 % disent que c'est « pour le plaisir ». On peut penser que ce plaisir est fortement associé à la nostalgie et aux souvenirs, bien que ces options n'aient pas été choisies par les répondants dans la liste des raisons qui leur était proposée, dans la mesure où de nombreuses cultures anglophones célèbrent Noël de manière plus « festive » qu'en France. « Festive » signifiant les éclairages de Noël, les vitrines, les Pères Noël, les décorations dans la maison, les crackers de Noël, la remise de cadeaux... En fait, 33 % des personnes interrogées n'ont pas donné de raison au fait de ramener des produits en France. On peut aussi associer l'habitude de ramener des produits sucrés à ce que nous appelons la « nourriture de réconfort ». On peut conclure à partir de commentaires ajoutés dans le questionnaire qu'à certains moments les répondants se sentent un peu éloignés de leur culture d'origine sans réellement

avoir le mal du pays et qu'une barre de chocolat ou un biscuit venant de chez eux soit une sorte de remède à ce vague à l'âme.

Pour ce qui concerne le fait de cuisiner, 98 % des répondants ont abandonné le système impérial et adopté le système métrique (un bel exploit!), 45 % ont changé d'ustensiles, 12 % précisant qu'ils utilisent maintenant des contenants plus grands. Cela peut signifier qu'ils cuisinent en plus grande quantité, ce qui nous donne à penser qu'ils organisent des dîners chez eux au lieu de sortir, ou qu'ils font des plats différents. Dans des cultures comme celle des Irlandais par exemple (11 % de notre échantillon), toute l'activité sociale à lieu au pub autour d'un verre ou de plus en plus souvent au restaurant, mais pratiquement jamais à la maison tant qu'on n'a pas atteint une très grande proximité amicale. 87 % disent cuisiner un mélange de plats pas nécessairement britanniques ou français, et 75 % disent que cuisiner est un plaisir, ce qui est rassurant. Les repas ont aussi changé, 58 % des répondants indiquent qu'ils prennent des déjeuners plus conséquents et plus élaborés, autre signe que manger est devenu un plaisir et peut être une occasion de socialisation.

Il est aussi intéressant de connaître le nombre de livres de cuisine qu'un foyer anglophone possède (même en France): 48 % de nos répondants ont au moins 21 livres de cuisine, et pour 92 % de ceux-ci les livres sont en anglais. Nous ne connaissons pas de foyer français ayant une telle collection d'ouvrages culinaires. De plus, 61 % regardent des programmes britanniques de cuisine (sur le satellite, le câble ou en DVD), Jamie Oliver et Rick Stein étant les plus cités. La culture culinaire de notre échantillon (acquise par des textes ou des images) reste donc principalement, si ce n'est essentiellement, anglophone. Nos répondants vivent en France, aiment la France, achètent français, mais ne sont

pas devenus complètement français. Ils cuisinent avec des ingrédients français mais avec des recettes internationales, même si certains de leurs chefs préférés, comme Rick Stein, sont d'authentiques francophiles. En outre, il existe une tradition anglophone de cuisine internationale qui pourrait être représentée dans leur bibliothèque: cuisine indienne, italienne, grecque, japonaise, libanaise, marocaine, « fusion », etc.

CONCLUSION

Nos répondants ont adopté le système métrique, les ustensiles et ingrédients locaux qu'ils peuvent cuisiner à l'anglaise avec l'aide de leurs très anglais livres et programmes télévisés culinaires. On peut supposer sans risque, qu'ayant fait le choix de vie important de quitter leur pays d'origine pour une longue période, parfois pour toujours, nos répondants sont ouverts au pays d'accueil et prêts à changer leur mode de vie. Ces changements ne se font pas instantanément. Et certaines manières de faire ne changent pas. Les réponses à notre enquête montrent clairement qu'il existe une propension à accepter et intégrer certains usages français: les déjeuners et dîners sont plus longs et plus copieux, les repas sont plus appréciés, et il y a un *goût* pour la cuisine. Cela diffère par exemple d'autres groupes culturels et/ou linguistiques installés dans un endroit précis (par exemple en Grande Bretagne) où les habitudes alimentaires locales ont été totalement ignorées par les populations immigrantes. Le besoin de ramener des produits de son pays d'origine diminue avec le temps et les anglophones utilisent dans leur cuisine et mangent de plus en plus de produits locaux. Ce métissage de leurs habitudes alimentaires n'a cependant pas débordé sur le langage de la cuisine puisqu'aux fourneaux nos répondants restent anglophones.



BIBLIOGRAPHIE

Allende, Isabelle (1998), *Aphrodite, the love of food and the food of love*, Flamingo, London.

Civitello, Linda (2004), *Cuisine and Culture, a history of food and people*, John Wiley & Sons Inc., USA.

Macbeth, Helen (1997). *Food Preferences and Taste: continuity and change*, Berghahn, Oxford.

Macbeth, Helen, MacClancy, Jeremy et al. (2004), *Researching Food habits, methods and problems*, Berghahn Books, USA.

Nora Pierre et al. (1997), *Les Lieux de Mémoire 3*, Editions Gallimard, Paris.

Spang R.L. (2000), *The Invention of the Restaurant: Paris and Modern Gastronomic Culture*, Harvard University Press, Cambridge.

Watson James L. (1979), *Between two cultures*, Basil Blackwell, London.

The Bookseller, Publishers Weekly, New York Times