

T.C.
UNIVERSITÉ GALATASARAY
INSTITUT DES SCIENCES SOCIALES
DÉPARTEMENT DE RELATIONS INTERNATIONALES

**GASTRONATIONALISME, IDENTITÉ ET GASTRO-GUERRE :
APPARTENANCE ET DIPLOMATIE PUBLIQUE À LA TABLE
TURQUE ET GRECQUE**

MÉMOIRE MASTER RECHERCHE

Sılay OKUMUŞOĞLU

Sous la direction de : Doç. Dr. Ali Faik DEMİR

AOÛT 2025

T.C.
UNIVERSITÉ GALATASARAY
INSTITUT DES SCIENCES SOCIALES
DÉPARTEMENT DE RELATIONS INTERNATIONALES

**GASTRONATIONALISME, IDENTITÉ ET GASTRO-GUERRE :
APPARTENANCE ET DIPLOMATIE PUBLIQUE À LA TABLE
TURQUE ET GRECQUE**

MÉMOIRE MASTER RECHERCHE

Sılay OKUMUŞOĞLU

Jury de soutenance de mémoire : Dr. Öğr. Üyesi Zeynep ARIKANLI

Dr. Öğr. Üyesi Cem SAVAS

**Doç. Dr. Ali Faik DEMİR (Directeur de
mémoire)**

AOÛT 2025

REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à exprimer ma profonde gratitude à mon directeur de mémoire, Monsieur Ali Faik Demir, qui a suivi de près le processus de rédaction et m'a soutenu non seulement par son savoir et son expérience académiques, mais aussi par ses conseils de vie. Je le remercie pour tout ce qu'il m'a appris, aussi bien sur le plan scientifique qu'humain, et pour avoir été un véritable guide et mentor.

J'adresse également mes remerciements à l'ensemble de mes professeurs du Département de Relations Internationales de l'Université Galatasaray, qui ont contribué au développement de ma réflexion académique, ainsi qu'à mes enseignants de licence du Département de Science Politique et Administration Publique de l'Université Hacettepe, dont le rôle a été essentiel dans mon admission à ce programme de master.

Ma reconnaissance va également à ma famille, qui m'a toujours soutenue moralement et matériellement et qui a gardé une confiance totale en mes capacités de réussir.

Je remercie profondément mon cher Sonay, qui a été une source de motivation tout au long de ce parcours, et dont la compréhension et la patience m'ont aidée à gérer le stress de cette période exigeante.

Enfin, j'exprime toute ma gratitude à mes camarades de département, Ada, Emre et Furkan, dont l'amitié et les contributions intellectuelles ont rendu cette expérience difficile bien plus agréable.

Avec mes remerciements les plus sincères...

TABLE DE MATIÈRES

REMERCIEMENTS.....	i
TABLE DE MATIERES.....	ii
ABBREVIATIONS.....	iv
RÉSUMÉ.....	v
ABSTRACT.....	vi
ÖZET.....	vii
INTRODUCTION.....	1
PARTIE I : LA REPRÉSENTATION DE SOI ET DE L'AUTRE DANS LA CUISINE : GASTRONATIONALISME À TRAVERS DE L'IDENTITÉ.....	7
A. Nationalisme culinaire.....	7
1. La construction du nationalisme et de l'identité culturelle.....	9
2. Nationalisme banal et la reproduction gastronomique de l'identité nationale.....	14
3. Du nationalisme quotidien au gastronationalisme : la gastronomie du national.....	18
B. Sur l'axe de l'histoire, de l'inscription et de la promotion : la rivalité gastronomique entre deux pays voisins.....	25
1. La nationalisation de la culture culinaire dans les relations turco-grecques depuis 1923.....	27
2. Patrimoine culinaire de Turquie et de Grèce et inscriptions au PCI de l'UNESCO	32
3. Le rôle du local et du national dans le <i>nation branding</i> gastronomique en Turquie et en Grèce.....	39
PARTIE II : LA RÉGION CONFLICTUELLE DE LA CUISINE : GUERRE CULINAIRE, DIPLOMATIE CULTURELLE ET PATRIMOINE PARTAGÉ ENTRE LA TURQUIE ET LA GRÈCE.....	46
A. Guerre culinaire ou « gastro guerre » : une forme de conflit pour la suprématie nationale.....	46
1. Gastronomie comme instrument de <i>soft power</i>	47
2. Authenticité, conservatisme gastronomique et rivalité fraternelle des identités culinaires.....	52

3. Cuisine comme champ de bataille : une lutte pour la suprématie gastronomique.....	56
B. Discussion sur les limites de la gastronomie : au-delà des frontières de la cuisine.....	61
1. Transnationalisme gastronomique.....	62
2. Cuisines hybrides, appartenances multiples.....	65
3. Guerre dans la cuisine, paix à la table : de l'hostilité à l'hospitalité.....	69
CONCLUSION.....	73
BIBLIOGRAPHIE.....	78
ANNEXES.....	91



ABRÉVIATIONS

AOP : Appellation d'origine protégée

DCP : Diplomatic Culinary Partnership

EURO 2024 : Championnat d'Europe de football de l'UEFA 2024

IGP : Indication géographique protégée

PCI : Patrimoine culturel immatériel

TPTO : Turkish Patent and Trademark Office

UCCN : UNESCO Creative Cities Network

UEFA : Union of European Football Associations

UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

RÉSUMÉ

Ce mémoire examine les intersections de la gastronomie, en tant que domaine relativement nouveau dans la discipline des Relations Internationales, avec le nationalisme, l'identité et la diplomatie publique. L'objectif est de mettre en lumière la manière dont la rivalité gastronomique mais aussi les points communs culinaires entre la Turquie et la Grèce se configurent dans le cadre de la construction et de la reproduction de l'identité nationale, de la définition réciproque du « soi » et de l'« autre », des quêtes de légitimité internationale et des stratégies de *soft power*. Le cadre théorique mobilise brièvement les approches de Renan, Anderson, Hobsbawm, Gellner et Smith sur la nation et le nationalisme, afin d'établir un point de départ pour lire le nationalisme et la construction identitaire à travers la gastronomie. Cette base est ensuite enrichie par la conception du « nationalisme banal » de Billig et par le modèle « alter/ego » de Wendt, ainsi que par les conceptualisations de Hall, Said, Bhabha et Foucault sur l'identité, le discours, la représentation et la construction de l'« autre ». De plus, les notions de *culinary nationalism* proposées par Ferguson, de *gastronationalism* élaborées par DeSoucey, de *culinary diplomacy* développées par Chapple-Sokol et de *gastrodiplomacy* proposées par Rockower constituent les fondements conceptuels de ce travail. L'étude adopte une méthode qualitative, fondée sur la perspective comparative et l'examen thématique ; les cuisines turque et grecque sont ainsi analysées à travers les listes du patrimoine culturel de l'UNESCO, les politiques d'indications géographiques, les représentations médiatiques et divers exemples contemporains. Les résultats montrent que la gastronomie constitue, d'une part, un espace où l'identité et l'appartenance sont reproduites dans les pratiques quotidiennes, et, d'autre part, une scène de lutte pour la supériorité et la légitimité nationales, tout en fonctionnant comme un instrument de *nation branding* dans la diplomatie publique et la gestion de l'image internationale. En conclusion, il apparaît que la rivalité gastronomique ne produit pas seulement une « gastro-guerre », mais qu'elle ouvre également la voie, à travers le patrimoine commun et le partage de la table, à un dialogue et un rapprochement possible dans le cadre d'une « hospitalité conditionnelle ».

Mots clés : Gastronationalisme, Identité, Turc et Grec, Gastro-guerre, Appartenance.

ABSTRACT

This thesis examines the intersections of gastronomy, as a relatively new field within the discipline of International Relations, with nationalism, identity, and public diplomacy. The aim is to highlight how gastronomic rivalry, but also culinary commonalities, between Türkiye and Greece are configured within the framework of the construction and reproduction of national identity, the reciprocal definition of the “self” and the “other”, quests for international legitimacy, and soft power strategies. The theoretical framework briefly draws on the approaches of Renan, Anderson, Hobsbawm, Gellner, and Smith on nation and nationalism, in order to establish a starting point for analyzing nationalism and identity construction through gastronomy. This foundation is then enriched by Billig’s conception of “banal nationalism” and Wendt’s “alter/ego” model, as well as the conceptualizations of Hall, Said, Bhabha, and Foucault on identity, discourse, representation, and the construction of the “other.” In addition, the notions of *culinary nationalism* proposed by Ferguson, *gastronationalism* developed by DeSoucey, *culinary diplomacy* by Chapple-Sokol, and *gastrodiplomacy* by Rockower constitute the conceptual underpinnings of this study. The research adopts a qualitative method, based on comparative perspective, and thematic examination; the Turkish and Greek cuisines are analyzed through UNESCO’s cultural heritage lists, geographical indication policies, media representations, and various contemporary examples. The findings demonstrate that gastronomy constitutes, on the one hand, a space where identity and belonging are reproduced in everyday practices, and, on the other hand, a stage for struggles over national superiority and legitimacy, while also functioning as an instrument of *nation branding* in public diplomacy and the management of international image. In conclusion, it appears that gastronomic rivalry not only produces a “gastro-war” but also opens the way, through common heritage and the sharing of the table, to dialogue and possible rapprochement within the framework of “conditional hospitality”.

Key words : Gastronationalism, Identity, Turkish and Greek, Gastro-war, Belonging.

ÖZET

Bu çalışma, Uluslararası İlişkiler disiplininde görece yeni bir alan olan gastronominin, milliyetçilik, kimlik ve kamu diplomasisi ile kesişimlerini incelemektedir. Tezin amacı, Türkiye ve Yunanistan arasındaki gastronomik rekabetin ve aynı zamanda gastronomik ortak paydaların, ulusal kimliğin inşası ile yeniden üretimi, “ben” ve “öteki”nin karşılıklı tanımlanması, uluslararası meşruiyet arayışları ve yumuşak güç stratejileri bağlamında nasıl şekillendiğini ortaya koymaktır. Çalışmanın kuramsal arkaplanında Renan, Anderson, Hobsbawm, Gellner ve Smith’in ulus ve milliyetçilik kuramlarına kısaca yer verilmiş; bu çerçevede gastronomi üzerinden milliyetçiliği ve kimlik inşasını okuyabilmek için bir başlangıç noktası olarak değerlendirilmiştir. Bunun ardından Billig’in “banal milliyetçilik” anlayışından ve Wendt’in “alter/ego” modelinden, Hall, Said, Bhabha ve Foucault’nun kimlik, söylem, öteki ve temsil kavramsallaştırmalarından yararlanılmıştır. Ayrıca Ferguson’un *culinary nationalism*, DeSoucey’in *gastronationalism*, Chapple-Sokol’un *culinary diplomacy*, Rockower’in *gastrodiplomacy*, yaklaşımları çalışmanın kuramsal dayanaklarını oluşturmaktadır. Çalışma nitel bir yöntem belirleyerek karşılaştırmalı perspektif ve tematik inceleme üzerinden ilerlemekte; UNESCO’nun kültürel miras listeleri, coğrafi işaretleme politikaları, medya temsilleri ve güncel örnekler aracılığıyla Türk ve Yunan mutfaklarını incelemektedir. Bulgular, gastronominin bir yandan kimlik ve aidiyetin gündelik yaşamın pratiklerinde yeniden üretildiği bir alan olduğunu; diğer yandan kamu diplomasisi ve uluslararası imaj yönetimi açısından önemli bir *nation branding* aracı işlevi görmesi bakımından ulusal üstünlük ve meşruiyet mücadelesinin sahnesi olduğunu gösterir. Sonuç olarak, gastronomik rekabetin “gastro-savaş”ı üretmesinin ötesinde, ortak miras ve sofradan bir “koşullu misafirperverlik” çerçevesinde diyalog ve yakınlaşma imkânı sunduğu ortaya konmaktadır.

Anahtar kelimeler : Gastromilliyetçilik, Kimlik, Türk ve Yunan, Gastro-savaş, Aidiyet.

INTRODUCTION

Le champ des relations internationales s'est limité, en particulier après la Première Guerre mondiale, aux questions de guerre interétatique et de sécurité. Vers la fin de ce même siècle, notamment avec la fin de la Guerre froide, l'agenda disciplinaire s'est élargi : la culture, l'identité et d'autres représentations sociales, ainsi que l'économie, l'environnement et la santé sont devenus des objets de recherche.¹ La cuisine, en tant qu'élément de définition des individus, des communautés et des nations, a toujours existé, mais ce n'est qu'avec l'essor de la pensée postmoderne dans les sciences sociales qu'il est devenu possible de l'envisager dans un rapport plus direct aux relations internationales.

Parallèlement, à partir des années 1980, la transformation profonde des sciences sociales, la remise en cause des approches positivistes et des méta-récits, ont permis d'appréhender l'acte de se nourrir non plus seulement comme la satisfaction d'un besoin vital, mais aussi comme une pratique inscrite dans les processus de construction identitaire nationale, dans le tissage de liens sociaux et historiques, et dans l'établissement de relations à la fois amicales et compétitives avec l'autre.² Dans ce contexte, le *cultural turn* a ouvert la voie à l'intégration, dans la discipline des Relations Internationales, de phénomènes de la vie quotidienne tels que l'alimentation et la cuisine.³ Cela a rendu possible une lecture de la gastronomie fondée sur l'identité nationale, la diplomatie culturelle et le discours.

À cet égard, la cuisine, ou, dans un sens plus intellectuel et professionnel, la gastronomie, constitue aujourd'hui un nouveau champ d'étude dans les relations internationales. Auparavant, les recherches sur la gastronomie s'inscrivaient surtout

¹ Fred Halliday, « The future of International Relations: fears and hopes », dans Steve Smith, Ken Booth et Marysia Zalewski (dir.), *International Theory: Positivism and Beyond*, Cambridge, Cambridge University Press, 1996, pp. 320-323.

² Yosef Lapid, « The Third Debate: On the Prospects of International Theory in a Post-Positivist Era », *International Studies Quarterly*, vol. 33, no 3, 1989, pp. 235-254, <https://doi.org/10.2307/2600457> (consulté le 6 février 2025).

³ Jutta Weldes, Mark Laffey, Hugh Gusterson et Raymond Duvall (dir.), *Cultures of Insecurity: States, Communities, and the Production of Danger*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1999, pp. 1-6.

dans des ouvrages culinaires ou dans des études sur les habitudes alimentaires des sociétés, envisagées sous leurs dimensions socio-culturelles, socio-économiques, régionales/géographiques, historiques ou anthropologiques.⁴ Aujourd'hui, la gastronomie ne se limite plus à l'alimentation ou à la culture culinaire : elle est également mise en relation avec l'identité nationale, la diplomatie culturelle et publique, les stratégies de *soft power* et les instruments de politique étrangère.⁵

En définitive, ce mémoire vise à contribuer à combler la lacune encore présente dans la discipline des Relations Internationales concernant la gastronomie. Il analyse les dynamiques nourries par la construction de l'identité nationale, l'appropriation du patrimoine culturel, la réinterprétation des liens historiques anciens, le nationalisme banal inscrit dans les pratiques quotidiennes, les inscriptions internationales et la production du sentiment d'appartenance. Cette analyse est menée à travers le prisme de la Turquie et de la Grèce, deux pays à l'intensité exemplaire dans ce domaine, dont les relations historiques, marquées par des tensions et des rivalités, en font un terrain particulièrement pertinent pour ce type d'étude. Ces dynamiques font de la gastronomie, d'une part, la face visible de la rivalité internationale et, d'autre part, un enjeu d'image et de représentation dans la dimension du *nation branding* ; tout en ouvrant, à travers les instruments de diplomatie publique, la possibilité d'un dialogue transnational et d'un rapprochement. Il convient également de souligner que ce travail n'a pas pour objectif de mener une interrogation réductrice et superficielle du type « à qui appartient tel plat ? ». Par conséquent, la notion d'appartenance n'est pas envisagée comme un facteur de division dans une logique d'appropriation, mais comme une potentialité de rapprochement à travers des références communes et comme une capacité à rassembler autour d'une même table.

Question(s) de recherche :

La question à laquelle ce mémoire cherche à répondre est la suivante :

Comment la cuisine, à travers le nationalisme, construit-elle l'identité et produit-elle un champ de lutte gastronomique, et comment le conflit qui en résulte peut-il se

⁴ Sami Zubaida et Richard Tapper (dir.), *A Taste of Thyme: Culinary Cultures of the Middle East*, London, Tauris Parke, 1994.

⁵ Neslihan Kul, *Mutfak, Kimlik, Diplomasi: Türkiye'de Gastro Diplomasi*, Ankara, Tün Eğitim Yayınları, 2019.

transformer, entre la Turquie et la Grèce, en un dialogue d'hospitalité grâce à la diplomatie publique et aux appartenances partagées ?

Cette question principale est approfondie par les trois sous-questions suivantes : Comment, dans le spectre allant du nationalisme banal au gastonationalisme, les stratégies de *nation branding* et les politiques patrimoniales de l'UNESCO façonnent-elles la représentation de soi et de l'autre dans la cuisines turque et grecque ?

À travers la dimension spatiale et régionale de la cuisine, comment une « gastro-guerre » se manifeste-t-elle dans les débats d'authenticité, le conservatisme gastronomique et les quêtes de suprématie culturelle de deux pays voisins ?

Dans quelle mesure les dynamiques transnationales, l'hybridité des cuisines et les appartenances multiples rendent-elles possible un passage de l'hostilité à l'hospitalité à la table turque et grecque ?

Schéma du cadre théorique :

Le cadre théorique de ce mémoire adopte une approche multidimensionnelle afin d'expliquer le lien entre le nationalisme gastronomique et l'identité, d'en dégager les conflits culinaires et, en dernière analyse, de rendre possible l'évaluation d'une éventuelle perspective de paix. Partant de l'idée qu'un seul cadre, voire même quelques cadres théoriques, seraient insuffisants pour mettre en évidence ces articulations, l'analyse s'appuie à la fois sur les théories du nationalisme et de l'identité, sur des conceptualisations propres à la gastronomie ainsi que sur des apports philosophiques, dans une construction holistique et intégrée.

Renan à Anderson, de Hobsbawm à Gellner, les théories classiques de la nation et du nationalisme, ainsi que l'approche ethnosymboliste de Smith, constituent la base théorique de ce travail pour passer au gastonationalisme. Ces approches permettent, avant tout, de comprendre la nation comme une construction historique et sociale. Ces fondements sont également éclairés par les réflexions de Said sur la représentation et de Foucault sur le discours et le pouvoir, qui soulignent le rôle des pratiques culturelles et discursives dans la construction de l'identité et de l'« autre ». Ce cadre initial est

ensuite enrichi par la conception de Billig du « nationalisme banal », qui met en évidence la reproduction quotidienne de l'identité nationale, et par l'approche constructiviste de Wendt, centrée sur le modèle *alter/ego*, permettant de lire la rivalité gastronomique turco-grecque comme un processus de construction identitaire réciproque.

De la conceptualisation de Billig du « nationalisme banal » à la notion de « nationalisme culinaire » proposée par Ferguson, puis au concept de « gastonationalisme » élaboré par DeSoucey, cette trajectoire intègre également la perspective historique de Hirschon ainsi que les travaux d'Özkırımlı sur le nationalisme. Les continuités et les transformations des pratiques culinaires sont dès lors appréhendées en tenant compte de l'arrière-plan historique et comme faisant partie intégrante du nationalisme.

Par la suite, l'approche de Simon Anholt sur le *nation branding* se conçoit dans une perspective gastronomique. Ensuite, les travaux d'Atsuko Ichijo et de Ronald Ranta, qui considèrent la cuisine comme une expression de l'identité nationale, ainsi que le concept de *culinary diplomacy* développé par Sam Chapple-Sokol et celui de *gastrodiplomacy* proposé par Paul Rockower, montrent comment la gastronomie s'intègre dans la littérature académique en tant qu'outil de diplomatie publique.

Une fois clarifiée la place de la gastronomie dans la diplomatie publique, la porte du « conflit gastronomique » peut s'entrouvrir ; à ce stade, la cuisine est appréhendée comme un espace de lutte et de suprématie culturelle à travers sa dimension spatiale. La perspective de Christian Boudan sur la guerre culinaire, l'accent mis par Yves Lacoste sur la géographie, ainsi que les conceptualisations de Lefebvre sur la spatialité permettent de souligner la centralité des régions dans le conflit gastronomique.

À partir de cette compréhension régionale, il devient alors possible d'aborder la nature transnationale et hybride de la cuisine. Ici, la thèse du « choc des civilisations » de Huntington est retenue comme un cadre de référence pour penser le dépassement des frontières, tandis que la notion de « modernité liquide » de Zygmunt Bauman permet de comprendre la circulation transnationale des pratiques culinaires. À ce stade, les travaux de Sami Zubaida, qui mettent en évidence les appartenances partagées à

travers les cultures alimentaires, ainsi que l'approche de Homi K. Bhabha sur l'« hybridité », montrent que les pratiques gastronomiques ouvrent la voie non seulement au conflit mais aussi au partage et à la création d'appartenances multiples.

Enfin, en partant de l'analyse de Millas sur la construction de « l'autre imaginé » dans les relations turco-grecques, et en mobilisant le concept du « visage de l'autre » chez Levinas ainsi que la tension « hostilité/hospitalité » proposée par Derrida, il devient possible d'évaluer la transformation potentielle de la guerre culinaire en une hospitalité pacifiée autour de la table.

Méthodologie :

Ce travail est une recherche qualitative rédigée dans une approche théorique et interprétative. Il adopte une perspective constructiviste en privilégiant une lecture comparative fondée sur le discours et la représentation, à travers les exemples turc et grec. S'appuyant sur un corpus composé de sources académiques (ouvrages et articles), de documents institutionnels (notamment les dossiers de l'UNESCO), ainsi que de représentations culturelles médiatiques et parfois populaires, cette étude vise à mettre en lumière le champ de la construction identitaire et de la rivalité gastronomique dans le cadre du nationalisme. La méthodologie de ce mémoire repose sur l'approche comparative et un examen thématique structuré autour de trois axes principaux : identité/soi et l'autre, conflit/diplomatie, appartenance/hospitalité.

Plan du mémoire :

Afin de répondre aux questions de recherche formulées, le mémoire est structuré en deux grandes parties. La première partie s'intéresse à la manifestation du « moi » et de « l'autre » dans la cuisine. On y aborde d'abord les principales théories du nationalisme, puis les pratiques du nationalisme banal et, de là, le passage vers le gastrationalisme, afin de montrer comment la gastronomie fonctionne comme vecteur d'identité et d'appartenance. Enfin, cette partie examine comment la culture culinaire est institutionnalisée en Turquie et en Grèce à travers les inscriptions au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO et les stratégies de *nation branding*.

La seconde partie traite de la dimension conflictuelle de la cuisine. La « gastro-guerre » y est proposée comme une conceptualisation de la scène des luttes d'appropriation et des rivalités identitaires. Dans cette partie, la gastronomie est analysée à la fois comme instrument de *soft power* et de suprématie culturelle, mais également comme un espace de circulation transnationale, d'hybridité et d'appartenances multiples. Ce cadre s'achève en interrogeant la possibilité d'un passage de la guerre culinaire à la paix à table, à travers un dialogue à construire entre hostilité et hospitalité.



PARTIE I : LA REPRÉSENTATION DE SOI ET DE L'AUTRE DANS LA CUISINE : GASTRONATIONALISME À TRAVERS DE L'IDENTITÉ

Cette première partie se concentre sur la manière dont la cuisine devient un terrain de construction et de reproduction identitaire. D'une part, on analyse la formation de l'identité à travers le prisme du nationalisme et le lien entre le nationalisme banal et les pratiques culinaires ; d'autre part, on met en lumière l'évolution des politiques gastronomiques turques et grecques, de la nationalisation culturelle aux inscriptions à l'UNESCO, jusqu'aux stratégies de *nation branding*.

A. Nationalisme culinaire

Le nationalisme n'est pas un concept complexe à expliquer ou à comprendre ; son caractère *self-evident* en fait un concept *doxa*⁶ selon la définition de Pierre Bourdieu. Sur cette base, le nationalisme en tant que concept *doxa* doit être compris comme un ensemble de croyances et d'opinions naturelles et légitimes, acceptées sans remise en question sur les plans social et politique.

Le cadre théorique de cette partie de l'étude repose sur les théories modernistes du nationalisme, qui soutiennent que les nations ont été construites à l'époque moderne essentiellement à l'aide d'outils culturels et politiques. Cependant, la nature complexe du sujet permettra également de se référer aux orientations et aux points de vue des théoriciens primordialistes et ethno-symbolistes afin de clarifier certains concepts et faits. C'est pour cette raison que les hypothèses fondamentales des approches primordialistes et ethno-symbolistes seront brièvement présentées, en plus de la théorie du nationalisme moderniste.

Selon l'approche primordialiste, les identités nationales trouvent leur origine dans des liens historiques anciens, elles sont naturelles, immuables et donc considérées

⁶ Pierre Bourdieu, *Esquisse d'une théorie de la pratique, précédé de Trois études d'ethnologie kabyle*, Paris, Éditions du Seuil, février 2000, p. 239.

comme inaltérables. Cette approche part du principe que les individus appartiennent à une communauté en vertu de caractéristiques culturelles intrinsèques telles que l'ascendance, la langue ou la religion, partagées depuis la naissance.⁷ Le langage de l'approche primordialiste est également ancien. Cette approche a été critiquée depuis les années 1970, notamment en raison de la nature fixe et immuable qu'elle attribue à l'identité nationale, qui remonte à des temps très anciens, et du fait qu'elle s'appuie sur des liens émotionnels.⁸ Il convient ici de souligner que le terme « primordial » dans le contexte historique désigne quelque chose de sacralisé, d'ancien mais de précieux. Cela signifie que le caractère primordial n'est pas tant primitif et ancien que profond et chargé de sens, ce qui aide à comprendre son caractère « ancestral » et souligne l'aspect profond de la théorie.

L'approche moderniste soutient que les nations et le nationalisme (comme le nom de l'approche l'indique) sont entièrement le résultat de l'ère moderne.⁹ Selon cette conception, les nations ont été construites et inventées comme un phénomène moderne, parallèlement aux besoins de l'époque moderne, sur la base de facteurs tels que l'industrialisation, la structure étatique centralisée, la diffusion des moyens de communication et la sécularisation.¹⁰

L'approche ethno-symboliste, quant à elle, fait le pont entre les approches primordialiste et moderniste. Bien qu'elle s'inscrive dans la lignée de l'approche moderniste en considérant les nations comme des entités modernes, elle repose sur l'idée que celles-ci s'ancrent dans la continuité historique et l'héritage culturel des groupes ethniques. Les mythes communs, l'héritage ethnique, les symboles et la mémoire collective sont les éléments clés qui nourrissent cette approche.¹¹ Selon l'approche ethno-symboliste, tout comme dans l'approche moderniste, les nations, aussi modernes soient-elles, ne sont ni naturelles ni entièrement artificielles. À cet égard, la conception ethno-symboliste du nationalisme repose sur des couches culturelles relativement plus souples et fluides. Bien qu'elle puisse être considérée

⁷ Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures*, New York, Basic Books, 1973, pp. 255-310.

⁸ Umut Özkırımlı, *Theories of Nationalism: A Critical Introduction*, 2^e éd., Extended and Updated (Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2010), pp. 60-67.

⁹ Ernest Gellner, *Nations and Nationalism*, 2^e éd., Ithaca, Cornell University Press, 2006, pp. 172-194.

¹⁰ Eric Hobsbawm, « Introduction : Inventing Traditions », dans *The Invention of Tradition*, éd. Eric Hobsbawm et Terence Ranger, Cambridge, Cambridge University Press, 1983, pp. 1-14.

¹¹ Anthony D. Smith, *National Identity (Milli Kimlik)*, trad. Bahadır Sina Şener, İstanbul, İletişim Yayıncılık, 1999, pp. 23-38.

comme un résultat de l'ère moderne, à l'instar de l'approche moderniste, la théorie du nationalisme ethno-symboliste part du principe que la construction culturelle ne part pas de zéro, mais résulte de la continuité des processus de transformation historique, culturelle et ethnique.¹²

Dans cette partie, on se concentrera sur une définition du nationalisme fondée sur le *cultural turn* qui a fait parler de lui avec l'avènement de la postmodernité, au cœur d'une révolution paradigmatique dans les sciences sociales après les années 1980. Vers la fin du XXe siècle, avec la transformation profonde de la logique des sciences sociales, les métarécits ont été remis en question et les questions touchant de près la vie quotidienne ont commencé à être étudiées, ainsi que leur importance.¹³ La nutrition et la cuisine, autrefois seulement liées de manière indirecte aux sciences sociales, sont aujourd'hui devenues un champ de recherche des relations internationales à travers leur articulation avec le nationalisme.

1. La construction du nationalisme et de l'identité culturelle

« Nationalism is first and foremost a state of mind and act of consciousness, which since the French Revolution, has become more and more common to mankind. »
(Le nationalisme est avant tout un état d'esprit et un acte de conscience, qui, depuis la Révolution française, est devenu de plus en plus courant dans l'humanité.)¹⁴

- Hans Kohn

Les traités de Westphalie de 1648, point de départ de la souveraineté au sens moderne, de l'État moderne et des relations internationales modernes fondées sur la souveraineté, constituent également le fondement du nationalisme.¹⁵ 1789 marque le début de la montée du nationalisme. À partir de la seconde moitié du XVIIIe siècle, dans un contexte historique marqué à la fois par l'héritage de la Révolution française, par les ruptures sociales et politiques qu'elle a engendrées, ainsi que par les

¹² Anthony D. Smith, « From ethnies to nation », dans *The Ethnic Origins of Nations*, Oxford, Blackwell Publishing, 1986, pp. 153-173.

¹³ Michel de Certeau, *L'invention du quotidien 1. Arts de faire*, nouv. éd., établie et présentée par Luce Giard, Paris, Gallimard, 1990, pp. 71-73.

¹⁴ Hans Kohn, *The Idea of Nationalism: A Study in Its Origins and Background* [1944], New Brunswick et Londres, Transaction Publishers, 2005, pp. 10-11.

¹⁵ Jason Farr, « The Westphalia Legacy and the Modern Nation-State », *International Social Science Review*, vol. 80, no 3/4, 2005, pp. 156-159, <https://www.jstor.org/stable/41887235> (consulté le 7 février 2025).

transformations de la révolution industrielle, le nationalisme est devenu un moyen de créer un sens et un sentiment d'appartenance pour les États, les sociétés et les individus.¹⁶ À ce stade, où l'État moderne est désigné comme un État-nation, que l'on parle de *peuple*, de *publique*, de latin *populus*, de *société* ou de grec *demos*, la nation est désormais le sujet lui-même. Le nationalisme, quant à lui, remplit la fonction d'imaginer les individus vivant ensemble à l'intérieur des frontières nationales sous une identité commune.¹⁷ En ce sens, les réponses collectives apportées à la question « qui sommes-nous ? » contribuent à la construction d'une identité culturelle au sein des couches politiques, sociales et historiques. Par conséquent, la construction de l'identité culturelle ne reflète pas un processus entièrement naturel ; elle doit plutôt être comprise comme une production et une reproduction continue, où l'idéologie du nationalisme constitue la principale source du récit identitaire culturel. Ainsi, dans ce contexte historique où l'idée de nationalisme s'est renforcée et que l'on qualifie de période moderne, on peut affirmer que l'identité culturelle a commencé à être considérée comme une question politique.

Ernest Renan, l'un des premiers penseurs à avoir donné un cadre théorique à la notion de nationalisme, a donné en 1882 à la Sorbonne une conférence intitulée « Qu'est-ce qu'une nation ? »¹⁸ Dans le texte de cette conférence, Renan s'est démarqué des approches qui l'ont précédé et a également servi de guide pour les tendances nationalistes d'inspiration constructiviste qui seront étudiées par la suite.¹⁹ Renan ne considère pas la nation comme une entité limitée par des catégories fixes et objectives telles qu'une origine ethnique, une religion, une langue ou une géographie commune. Affirmant que la nation est un principe spirituel, Renan la définit comme une mémoire historique commune et un consentement quotidien renouvelé.²⁰ Cette mémoire commune se forme dans un contexte historique, à travers la volonté commune d'oublier les souffrances passées et de se souvenir des victoires, des actes héroïques et des luttes, afin de les garder vivants dans la mémoire collective.²¹ Cela revient à définir la nation

¹⁶ Eric Hobsbawm, *The Age of Revolution: Europe 1789–1848*, 1^e éd., New York, Vintage Books, 1996, pp. 27–76.

¹⁷ Benedict Anderson, *Hayali Cemaatler : Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması*, trad. İskender Savaşır, 7^e éd., Istanbul, Metis Yayınları, 2014, pp. 20–22.

¹⁸ Ernest Renan, *Qu'est-ce qu'une nation ?* (conférence prononcée à la Sorbonne, le 11 mars 1882), Paris, Mille et une nuits, 1997.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.*, pp. 42–47.

²¹ *Ibid.*

comme un processus de renoncement conscient et de souvenir sélectif. Dans l'expression de Renan, la nation est « un plébiscite de tous les jours ».²² En d'autres termes, la nation se construit sur la base d'une mémoire et d'une volonté commune ; l'identité culturelle produit dans ce cadre. L'identité culturelle est un récit qui englobe autant les souvenirs communs que les oublis communs et qui, au niveau de la conscience collective, est le produit d'un processus de construction politique fondé sur la volonté. Par exemple, les hymnes et les symboles nationaux sont fondés sur la connaissance et la mémoire du passé ; même si les souffrances endurées et les pertes matérielles et morales subies pour l'existence d'un État-nation ont pour origine « l'autre », on est fier des souffrances qui ont abouti à des victoires. Ces expressions, qui prennent tout leur sens à travers les légendes, les mythes et les récits historiques symboliques, sont parallèles à « la dialectique de l'oubli et la mémoire »²³. Par exemple, en Turquie, lors de la journée commémorative de la victoire de Çanakkale et des martyrs, le 18 mars, les institutions et organismes officiels servent généralement un repas symbolique composé d'une demi-miche de pain et d'une compote de raisins, qui auraient été consommés par les soldats pendant la guerre. Ce souvenir concrétisé est devenu une pratique qui limite l'oubli et maintient la mémoire collective vivante.

Eric Hobsbawm, dans son ouvrage intitulé *The Invention of Tradition* (écrit en collaboration avec Ranger), souligne que la construction d'une nation s'effectue par le biais de traditions inventées. Dans cet ouvrage, Hobsbawm affirme que, bien que ces traditions soient présentées comme ayant une continuité dans le contexte historique, elles ont en réalité été produites à l'ère moderne.²⁴ Dans cette optique, le nationalisme reproduit l'identité culturelle à travers des symboles, des rituels et une histoire pouvant être qualifiée d'officielle dans le contexte moderne, et ce de manière consciente ; c'est pourquoi les traditions sont considérées comme inventées.²⁵ Par cette approche, que l'on peut considérer comme historico-constructiviste, Hobsbawm fonde également cette conception sur le discours national. Dans la terminologie de Hobsbawm, le nationalisme est présenté comme une invention « sélective » de symboles et de pratiques rituelles du passé, transposés dans le présent. Selon lui, même si les nouvelles traditions nationales sont présentées comme existant depuis toujours, elles reflètent

²² *Ibid.*

²³ Nicole Lapierre, « Dialectique de la mémoire et de l'oubli », *Communications*, no 49, 1989, pp. 5-10, https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1989_num_49_1_1734 (consulté le 10 mars 2025).

²⁴ Hobsbawm, *op. cit.*, pp. 1-14.

²⁵ *Ibid.*, p. 4.

une construction stratégique dans la construction de l'identité. De cette manière, le nationalisme, avec ses dimensions symboliques et cérémonielles, est produit a posteriori dans la période moderne.²⁶ Pour résumer, Hobsbawm, qui contribue à l'approche constructiviste avec cette perspective critique, insiste sur le fait que les identités nationales se construisent à partir de traditions inventées dans la période moderne plutôt que d'une continuité historique.

Cette idée de construction trouve un écho fort dans l'ouvrage de Benedict Anderson intitulé *Imagined Communities*. Dans cet ouvrage, Anderson avance, à travers le concept de « communautés imaginaires », que la nation est une communauté imaginaire et que le nationalisme se construit sur une base culturelle historique, à travers des récits et des symboles communs.²⁷ D'après cet ouvrage, la nation, qui est une communauté imaginaire, se construit à partir d'éléments discursifs tels que la presse écrite (capitalisme de l'imprimé), une langue commune et des narrations historiques.²⁸ Anderson définit cette unité imaginaire comme un ensemble d'individus appartenant à la même nation, qui vivent dans une harmonie et une cohésion, même s'ils ne peuvent jamais se connaître ni se voir les uns les autres.²⁹ Il souligne donc que des peuples qui sont en quelque sorte une *communauté imaginaire* ont construit leur identité culturelle à partir de cette imagination.

Ahmet Kutsi Tecer, enseignant, poète, dramaturge et homme politique turc connu pour ses travaux sur le folklore, écrit dans son poème intitulé « Orada Bir Köy Var Uzakta » (Il y a un village au loin) :

*Orda bir köy var, uzakta / O köy bizim köyümüzdür.
Gezmesek de, tozmasak da / O köy bizim köyümüzdür.
(Il y a un village, là-bas, au loin / Ce village est le nôtre.
Même si nous n'y allons pas, même si nous n'y flânon pas / Ce village est le nôtre.)*³⁰

Ces vers de Tecer correspondent parfaitement à l'idée d'« imagi-nation ». Le village, en tant que lieu où l'individu n'est pas physiquement présent mais auquel il se

²⁶ *Ibid.*, p. 13.

²⁷ Anderson, *op. cit.*, p. 13.

²⁸ *Ibid.*, pp. 52-62.

²⁹ *Ibid.*, p. 20.

³⁰ Ahmet Kutsi Tecer, « Orda Bir Köy Var Uzakta », *Parlementaires poètes*, Ankara, Türkiye Büyük Millet Meclisi Yayınları, 1990, p. 298, <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/items/8807832c-f14a-4b80-810e-31ac007781d3> (consulté le 10 mars 2025).

sent appartenir et attaché, apparaît dans ce poème comme le reflet littéraire de la construction imaginaire de la nation. À ce stade où la poésie rencontre la réflexion théorique, cette œuvre littéraire est également une manifestation de l'élément du capitalisme imprimé, un phénomène social dans l'approche constructiviste d'Anderson.

À partir de cela, on peut affirmer que cette communauté politique imaginée est l'une des principales sources de la conception constructiviste et souligne clairement que le nationalisme est un processus de construction culturelle. En effet, le nationalisme est une forme d'identité construite dans un contexte historique et social, où le sentiment d'appartenance culturelle est intimement lié au politique.

Le nationalisme est l'une des idéologies sociales et politiques les plus influentes de la période moderne ; Cela est par ailleurs un outil permettant de construire une identité qui rassemble les individus autour d'un sentiment collectif d'appartenance. On peut affirmer que les produits culinaires consommés à la même table, les recettes, la culture gastronomique et les récits liés à l'histoire constituent également une identité collective et constituent une source importante de mémoire culturelle collective dans la construction de l'identité. La cuisine, qui joue un rôle important dans la construction et la préservation de l'identité nationale, constitue également une source, un miroir et une archive unique en son genre, reflétant la géographie, l'histoire et les codes culturels d'une nation.³¹ La cuisine joue un rôle indéniable dans le renforcement du sentiment d'appartenance, ainsi que dans la construction de l'identité nationale et de la conscience collective. Dans ce contexte, où les émotions prennent le pas sur la rationalité, l'identité occupe une place centrale dans la compréhension des approches du nationalisme qui affectent directement notre vie quotidienne et nos expériences quotidiennes, et dans l'établissement d'un pont entre le nationalisme et la cuisine. Tout comme les États-nations, la gastronomie est également une construction, et Auguste Escoffier n'est pas seulement le créateur de la cuisine française moderne, mais aussi celui qui a établi et systématisé la hiérarchie gastronomique, le système des brigades de cuisine.³² À l'instar des récits historiques, de la langue et des symboles qui permettent aux États-

³¹ Atsuko Ichijo et Ronald Ranta, *Yemek ve Ulusal Kimlik : Gündelik Yaşamdan Küresel Siyasete*, trad. de l'anglais par Emrullah Ataseven, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2018, p. 194.

³² Mehmet Doğan, « Auguste Escoffier (1846–1935) : Master of Culinary Arts », *Hotel Restaurant & Hi-Tech Magazine*, no 12, 2023, pp. 1-7, https://www.researchgate.net/publication/388820037_Auguste_Escoffier_1846-1935_Master_of_Culinary_Arts (consulté le 10 mars 2025).

nations de forger leur identité, les cuisines et, dans un sens plus professionnel, la gastronomie ont aussi été inventées et disciplinées grâce à des précurseurs tels qu'Escoffier.³³

2. Nationalisme banal et la reproduction gastronomique de l'identité nationale

Bien que l'identité nationale semble souvent étroitement liée aux guerres, aux victoires et aux récits historiques fondateurs, elle est en réalité également présente dans les routines quotidiennes et la continuité des expériences quotidiennes. Si la construction de l'identité est souvent comprise comme le résultat de récits historiques chargés d'émotion ou de grandes luttes idéologiques, elle se nourrit aussi en grande partie de symboles nationaux, de coutumes et d'habitudes sociales. Par conséquent, l'identité nationale n'est pas uniquement construite sur la base de discours officiels et de l'État ; elle se façonne également à travers les médias, le langage quotidien et les préférences, et se reproduit naturellement et spontanément dans la répétition du quotidien.

L'ouvrage de Michael Billig intitulé *Banal Nationalism* ne limite pas le nationalisme aux mouvements politiques radicaux et bruyants ni aux conflits ; il soutient que le nationalisme se reproduit constamment à travers les pratiques, les routines et les symboles de la vie quotidienne.³⁴ Dans cet ouvrage, Billig se concentre sur le lien étroit entre le caractère banal des pratiques quotidiennes et le nationalisme. Billig souligne que l'identité nationale ne se résume pas à des mythes fondateurs ; par conséquent, il serait insuffisant de définir le nationalisme, qui se reproduit avec une banalité sans effort dans les pratiques et les symboles de la vie quotidienne, comme une simple idéologie politique. Billig renforce cette banalité par la présence de drapeaux flottant sur les bâtiments publics, les hymnes nationaux, par les pièces de monnaie et les billets de banque, par le langage courant et le discours des médias, par les vêtements et les cuisines et même par la répétition naturelle et sans effort des symboles nationaux lors des compétitions sportives.³⁵ Il est donc possible de constater

³³ Auguste Escoffier, *Le Guide culinaire : aide-mémoire de cuisine pratique*, Paris, Flammarion, 1903.

³⁴ Michael Billig, *Banal Nationalism (Banal Milliyetçilik)*, trad. Cem Şişkolar, Istanbul, Gelenek Yayıncılık, 2002, p. 50.

³⁵ *Ibid.*, *passim*.

que le nationalisme banal est présent dans notre cuisine, sur nos tables et dans nos palais. Parfois, une nappe, une casserole en cuivre, une théière, une tasse à café en porcelaine, une assiette, une cuillère et une fourchette en argent, voire un couteau, un mouchoir, peuvent être des symboles nationaux du nationalisme banal.

Dans l'ouvrage de Michael Billig, les exemples liés au sport et aux compétitions sportives constituent aussi un domaine remarquable où sont visibles les pratiques et les symboles quotidiens qui construisent l'identité nationale. En effet, les drapeaux, les hymnes nationaux, les uniformes nationaux et le sentiment d'unité présents lors des compétitions sportives renforcent le sentiment d'appartenance émotionnelle à la nation. Le sport, en tant que domaine représentatif, se construit non seulement à travers les activités des athlètes ou les pages sportives des journaux, mais également à travers les slogans des supporters nationaux qui contiennent des symboles culturels.³⁶

En effet, lors des compétitions internationales de football organisées ces dernières années, notamment lors de l'EURO 2024, les débats nationalistes se sont déplacés sur les terrains de football. Lors du match Turquie-Autriche, le footballeur turc Melih Demiral a fait le geste de la main du loup gris pour exprimer sa joie après avoir marqué un but. Ce geste a été associé par l'UEFA à l'utilisation du même signe par le Parti nationaliste d'extrême droite en Turquie, Parti d'action nationaliste, et a donc été considéré comme un symbole politique.³⁷ Pourtant, le loup gris est, à l'origine, un symbole essentiel dans la mythologie turque.³⁸ Par ailleurs, lors des matchs de l'EURO 2024, des éléments nationalistes et culturels ont spontanément émergé parmi les supporters, et la culture culinaire et les produits de la cuisine nationale ont été utilisés comme un moyen de rivalité sur les terrains, dans un contexte de nationalisme banal.³⁹ En ce sens, le nationalisme gastronomique gagne en visibilité dans le cadre du nationalisme banal. Ainsi, la gastronomie et la cuisine, en tant qu'extension du sport,

³⁶ *Ibid.*, pp. 142-144.

³⁷ Anastassia Tsoukala, « On politics and football », dans *A roundtable discussion on the politics of EURO 2024: A collective commentary*, éd. Jan Andre Lee Ludvigsen, *Soccer and Society*, vol. 26, no 1, 2025, pp. 179-188, spéc. pp. 181-182, <https://doi.org/10.1080/14660970.2024.2383104> (consulté le 11 mars 2025).

³⁸ Zafer Altun, « Türk Kültüründe “Kurt Kavramı” Üzerine Bir İnceleme » (*A Study On The Concept Of “Wolf” In The Turkish Culture*), 21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum / Education And Society In The 21st Century, vol. 8, no 22, 2019, pp. 91-108, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/857517> (consulté le 11 mars 2025).

³⁹ « Euro 2024 « food wars » spice up action as baguettes and spaghetti desecrated », *The Guardian*, 18 juin 2024, <https://www.theguardian.com/football/article/2024/jun/18/euro-2024-food-wars-spice-up-action-as-baguettes-and-spaghetti-desecrated> (consulté le 12 mars 2025).

sont devenues un espace symbolique qui rappelle et reproduit l'identité nationale, ce qui sera approfondi dans la section suivante à l'aide d'exemples à la lumière du concept de *everyday nationalism* (nationalisme quotidien).

Ernest Gellner, qui souligne que le nationalisme est une nécessité de la modernité et une conséquence inévitable de la société industrielle moderne, évoque un processus d'homogénéisation culturelle à l'ère des États-nations.⁴⁰ Gellner affirme que la nation, standardisée par les systèmes éducatifs et les moyens de communication, est devenue un produit culturel grâce à cette homogénéité et soutient que c'est ainsi qu'une *high culture* (haute culture) a été construite.⁴¹ Cette conception de Gellner met en évidence le fait que le nationalisme est une idéologie construite par les institutions modernes dans le triangle de l'historicité, de la politisation et de la socialisation, plutôt que sur les origines ethniques.⁴² Les symboles nationalistes naturellement présents dans la vie quotidienne, que Billig qualifie de « nationalisme banal », renforcent également ce processus de construction décrit par Gellner. Par conséquent, le fonctionnement de la haute culture au niveau social est rendu possible par des pratiques quotidiennes issues de l'État et axées sur l'individu, telles que les discours médiatiques, les drapeaux flottant au vent, les symboles sur les pièces de monnaie et les cérémonies nationales. C'est la conception moderne du nationalisme qui a créé la haute culture, tandis que c'est l'ensemble des symboles et des habitudes de la vie quotidienne du nationalisme banal qui la maintient. La haute culture est donc, tout comme la culture nationale, banale et l'expression d'un *habitus* reproduit sous des formes naturelles. Pierre Bourdieu explique la construction sociale des comportements individuels et des identités sociales par le concept d'*habitus*. L'*habitus* est la source de pratiques intériorisées qui, en se reproduisant, déterminent la manière dont les individus perçoivent l'ordre dans lequel ils se trouvent.⁴³ Le nationalisme banal est également la manifestation constructive de l'*habitus*, en tant que correspondance de ces pratiques socialement intériorisées qui semblent naturelles. Par conséquent, le banal trouve son équivalent dans l'*habitus* et le nationalisme banal est non seulement un outil politique fondé sur le discours et issu de l'histoire, mais aussi l'ensemble des habitudes culturelles présentes dans les pratiques quotidiennes ordinaires.⁴⁴

⁴⁰ Gellner, *op. cit.*, p. 163.

⁴¹ *Ibid.*, pp. 165-171.

⁴² *Ibid.*, p. 191.

⁴³ Pierre Bourdieu, *Le sens pratique*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1980, p. 88.

⁴⁴ Billig, *op. cit.*, p. 55.

Toujours selon la terminologie de Bourdieu, le concept de *doxa*, qui désigne un ensemble de discours dont la véracité est acceptée sans discussion ni remise en question, correspond à la banalité telle que la décrit Michael Billig.⁴⁵ Dans la vie quotidienne, le drapeau présent dans l'espace public ; les hymnes répétés lors des fêtes officielles et nationales et lors des cérémonies, voire lors des compétitions nationales ; les portraits, les inscriptions et les symboles figurant sur les pièces de monnaie ou les billets que nous utilisons tous les jours sont considérés comme naturels par les individus et, dans leur aspect incontesté, deviennent une *doxa*. Ainsi, le sentiment d'appartenance nationale s'intègre dans la structure de la vie quotidienne sans qu'il soit nécessaire de discuter des normes ou d'utiliser un discours particulier. Le nationalisme banal est un réflexe naturel qui est quotidiennement ravivé dans la mémoire de l'identité nationale et qui reste ainsi vivant dans des routines sans effort. C'est aussi naturel que de prendre trois repas par jour.

Le patriotisme, qui est un sentiment d'appartenance nationale et d'attachement, se réfère à des actions politiques, à des pratiques quotidiennes et à des discours, mais il peut parfois se transformer en enthousiasme guidé par des sentiments et des passions nationalistes, voire en chauvinisme. La cuisine et les plats sont, pour les individus appartenant à une nation, des éléments intouchables, comme le drapeau ou l'hymne national. Le sentiment d'appartenance et la sensibilité que les individus éprouvent à l'égard de leur culture culinaire et de leur cuisine ne sont-ils pas similaires à la fierté avec laquelle ils brandissent leur drapeau ? Si l'on veut expliquer ce patriotisme culinaire en termes de terminologie gastro-politique, on peut le qualifier de « gastro-patriotisme ». Il peut également s'agir de chauvinisme culinaire ; dans ce sens, on peut même parler de « gastro-chauvinisme », un concept dérivé du chauvinisme gastronomique. Cette conception du patriotisme, c'est-à-dire le « gastro-patriotisme » dans le domaine culinaire, est moins modérée qu'agressive. Au-delà d'une position nationaliste qui pourrait se retrouver dans un groupe commun autour d'un repas ou dans une cuisine, il s'agit d'une intention agressive et d'un champ d'action politique qui ne laisse aucune place à l'autre et qui est devenu l'une des causes importantes des guerres culinaires, nourri par la haute culture de Gellner. Les produits gastronomiques standardisés renforcent le sentiment d'appartenance et créent ainsi un terrain

⁴⁵ Bourdieu, *Esquisse d'une théorie de la pratique*, op. cit., p. 239.

conflictuel qui positionne les autres cuisines comme « autres » et les dévalorise dans certains cas, en établissant une forme de haute culture.

Tout comme le discours politique dans les articles des quotidiens renforce l'identité nationale et utilise la langue du « nous », on utilise également la première personne du pluriel dans le langage culinaire quotidien.⁴⁶ Par exemple, pour les mantı, une spécialité de la cuisine nationale turque, on ne dira pas « je mange les mantı avec du yaourt », mais « nous mangeons les mantı avec du yaourt ». Le mantı est un produit cuisiné et consommé dans de nombreuses cuisines nationales à travers le monde, principalement en Asie, sous différents noms (khinkali, buuz, mandu, pelmeni, pierogi, gyoza, ravioli, etc.), cependant ce qui caractérise le Türk Mantısı, c'est son identification avec le yaourt, autre produit emblématique de la cuisine turque.⁴⁷ La question du yaourt, qui fait actuellement l'objet d'un débat sur l'appartenance culturelle dans les cuisines nationales turque et grecque, sera abordée plus en détail dans la suite de cet étude.

3. Du nationalisme quotidien au gastronationalisme : la gastronomie du national

Le processus de construction du nationalisme se manifeste dans la vie quotidienne et s'articule autour d'une idée d'appartenance politique, mais aussi de récits historiques, de symboles, de lieux et de pratiques culturelles. En tant que forme d'appartenance, l'identité culturelle permet aux individus de se sentir membres d'une nation grâce à la langue, à la religion, aux traditions, à l'histoire et aux pratiques quotidiennes. En ce sens, le nationalisme relève davantage du domaine émotionnel que du domaine rationnel ; en effet, comme évoqué dans la section précédente sous le concept de nationalisme banal, le discours fondateur du nationalisme renvoie directement à la vie quotidienne. Le concept de nationalisme, dans son intersection avec la culture culinaire, permet d'aborder la question du sentiment d'appartenance et de protection. Partant de l'idée que les cuisines sont construites comme les nations, il

⁴⁶ Arus Yumul et Umut Özkırmılı, « Reproducing the Nation : « Banal Nationalism » in the Turkish Press », *Media, Culture & Society*, vol. 22, no 6, 2000, pp. 787-804, <https://doi.org/10.1177/016344300022006005> (consulté le 12 mars 2025).

⁴⁷ Servet Kazım Güney, « Foods spreading from Turkish cuisine to the world », *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, vol. 8, no 2, 2023, pp. 159-169, spéc. pp. 160-161, <https://doi.org/10.31822/jomat.2023-8-2-159> (consulté le 12 mars 2025).

convient de souligner qu'elles sont le résultat de processus de transformation historique et sociale. En outre, les cuisines nationales peuvent être instrumentalisées à des fins politico-économiques et acquérir ainsi un sens. La gastronomie donc joue un rôle essentiel dans le processus de construction nationale ; sur le plan constructiviste, l'acte de cuisiner et de manger, en tant que pratique quotidienne à part entière, est un domaine qui constitue en soi une nation.

Umut Özkırmılı suggère que le nationalisme n'est pas seulement un produit du modernisme et de l'État-nation, mais qu'il est aussi une forme d'identité culturelle. Il affirme que les identités ne sont pas des entités statiques, mais plutôt une continuité construite au fil de l'histoire, et que le nationalisme tend à naturaliser cette continuité.⁴⁸ Les éléments culturels tels que la cuisine, l'habillement, la langue et la musique sont également à la fois le sujet et l'objet du nationalisme dans ce sens. Özkırmılı apprécie le fait que les théoriciens modernistes du nationalisme tels qu'Anderson et Hobsbawm aient pris en compte la construction rationnelle de l'identité, mais souligne néanmoins que celle-ci n'est pas suffisamment nourrie par les expériences de la vie quotidienne. La critique d'Özkırmılı offre une perspective selon laquelle le nationalisme doit être repensé au-delà d'une idéologie fondée uniquement sur des discours historiques et politiques, en tenant compte des modèles culturels, des pratiques quotidiennes et des symboles.⁴⁹ Cette affirmation est essentielle pour reconnaître la nécessité d'aborder la gastronomie, qui est un aspect de la vie quotidienne, en tenant compte du nationalisme.

Jon E. Fox et Cynthia Miller-Idriss approfondissent la relation ordinaire et naturelle entre le nationalisme et les pratiques quotidiennes mise en évidence par Michael Billig dans son ouvrage intitulé *Banal Nationalism*, en distinguant le concept de *everyday nationalism* (le nationalisme quotidien) dans leur article intitulé « Everyday Nationhood ».⁵⁰ Fox et Miller-Idriss se concentrent sur l'individu et soulignent que le nationalisme se développe dans la vie quotidienne à travers un processus de reproduction fondé sur le discours et les actions. En affirmant que

⁴⁸ Özkırmılı, *Theories of Nationalism*, op. cit., chap. 6 « New Approaches to Nationalism », pp. 169-198.

⁴⁹ Umut Özkırmılı, *Milliyetçilik Üzerine Güncel Tartışmalar: Eleştirel Bir Müdahale* İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2010, chap. 7 « Milliyetçiliği Yeniden Düşünmek: Toplumsal İnşa Yaklaşımı », pp. 147-176.

⁵⁰ Jon E. Fox and Cynthia Miller-Idriss, « Everyday Nationhood », *Ethnicities* 8, no. 4, 2008, pp. 536-563, https://www.researchgate.net/publication/229006765_Everyday_Nationhood (consulté le 12 mars 2025).

l'identité nationale se façonne à travers les pratiques quotidiennes des individus ordinaires, ils vont au-delà du nationalisme banal et expliquent que celle-ci ne se construit pas uniquement à travers des structures soutenues par l'État ou des canaux officiels, mais également à travers les activités quotidiennes ordinaires des personnes ordinaires.⁵¹ De ce fait, il est possible d'affirmer que le nationalisme quotidien n'est pas seulement issu des institutions étatiques, mais qu'il est aussi présent dans les conversations quotidiennes des individus ordinaires, dans leurs choix vestimentaires, leurs habitudes alimentaires, leur manière de soutenir leurs équipes sportives, reproduisant ainsi l'identité nationale à travers l'appartenance et devenant un domaine niche du nationalisme banal.

Le nationalisme, qui englobe des sentiments, des émotions et des goûts, a toujours été un aspect fort de notre vie quotidienne, et c'est cette dimension puissante qui façonne et entretient l'esprit national. Être une nation, cela signifie parler, goûter, voir, entendre, sentir, en bref, utiliser ses cinq sens. Le nationalisme, qui construit l'identité culturelle et la reproduit chaque jour à travers les cinq sens, raconte toujours une transformation politique et historique ; cette transformation révèle qui on est, qui on est aujourd'hui et qui on n'est pas. Dans la terminologie de Bourdieu, *les goûts* déterminent *les dégoûts*, et donc *les goûts* sont aussi *des dégoûts*.⁵² La langue, l'histoire, les symboles et les phénomènes quotidiens tels que la cuisine ou l'alimentation, qui constituent la culture, ne sont pas des données immuables de nos goûts, mais doivent être compris comme un processus construit à partir d'informations produites par le discours. En effet, le concept d'identité se concrétise par des oppositions binaires ; car ce qui fait de nous « nous », c'est une forme d'appartenance à ce qui n'est pas « nous », c'est-à-dire « l'autre » et la manifestation de « l'autre ». Comme le souligne Henri Tajfel dans son ouvrage *Human Groups and Social Categories: Studies in Social Psychology*, une catégorie sociale qui exprime qui « nous » sommes dit en même temps qui « nous » ne sommes pas.⁵³ Sur cette base, l'identité culturelle, tant pour les États en tant qu'acteurs que pour les individus, correspond davantage à un champ sémantique et d'action qui implique une continuité dans sa construction et la définition de ses limites qu'à une essence immuable.

⁵¹ *Ibid.*, pp. 554-555.

⁵² Pierre Bourdieu, *La Distinction : critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979, p. 482.

⁵³ Henri Tajfel, *Human Groups and Social Categories : Studies in Social Psychology*, Cambridge, Cambridge University Press, 1981.

Dans son article intitulé *Culinary Nationalism*, Priscilla Parkhurst Ferguson affirme que les plats ne servent pas uniquement à se nourrir, mais que la cuisine est en outre une source de fierté nationale et un élément d'appartenance culturelle. D'après Ferguson, les plats et recettes nationaux constituent une construction narrative qui établit un lien avec le passé et sert aujourd'hui de symbole dans les luttes identitaires.⁵⁴ Ferguson soutient que le nationalisme culinaire est un élément significatif de l'identité et met en lumière, dans le contexte des relations internationales, la manière dont la cuisine nationale et son héritage permettent aux nations de se définir et de se représenter. Le nationalisme culinaire reproduit ainsi le moi et l'autre dans la cuisine, à travers une image de la nation fondée sur la mémoire et les discours identitaires quotidiens.

Michaela DeSoucey est le nom qui a introduit le concept de *gastronationalism* (gastronationalisme) dans la littérature en combinant la cuisine et la gastronomie au sens plus professionnel avec l'économie et la politique sur une base académique. Selon la définition de DeSoucey, le gastronationalisme désigne l'utilisation de la production, de la distribution et de la consommation alimentaires pour définir et maintenir le pouvoir émotionnel de l'attachement national. Dans ce contexte, le gastronationalisme est une représentation de l'identité nationale, mais il joue également un rôle important dans la commercialisation des sentiments nationalistes sur le plan culturel.⁵⁵ Le gastronationalisme de DeSoucey, en se concentrant sur l'acteur étatique, conceptualise la gastronomie comme un outil permettant de comprendre l'alimentation et la politique dans un monde globalisé.⁵⁶ DeSoucey, parallèlement à Ferguson, soutient que les repas ne se limitent pas à leur dimension nutritionnelle, élargissant leur portée pour en faire des symboles politiques et des instruments qui construisent et préservent l'identité nationale. Ce rôle de la gastronomie dans la construction de l'identité nationale s'oppose à l'idée d'appropriation d'un élément culinaire par une autre nation, et

⁵⁴ Priscilla Parkhurst Ferguson, « Culinary Nationalism », *Gastronomica: The Journal for Food Studies*, vol. 10, no 1, 2010, pp. 102-109, https://www.researchgate.net/publication/51094981_Culinary_Nationalism (consulté le 14 mars 2025).

⁵⁵ Michaela DeSoucey, « Gastronationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in the European Union », *American Sociological Review*, vol. 75, no 3, 2010, pp. 432-455, spéc. p. 433, https://www.researchgate.net/publication/249802916_Gastronationalism_Food_Traditions_and_Authenticity_Politics_in_the_European_Union (consulté le 14 mars 2025).

⁵⁶ Atsuko Ichijo, « Food and Nationalism: Gastronationalism Revisited », *Nationalities Papers*, 2020, pp. 1-9, https://www.researchgate.net/publication/339239752_Food_and_Nationalism_Gastronationalism_Revisited (consulté le 15 mars 2025).

contribue ainsi à tracer une frontière nationaliste en privilégiant l'appartenance et en excluant l'autre.

Dans des articles écrits à peu près à la même période, Ferguson parle de « nationalisme culinaire » tandis que DeSoucey évoque le « gastronationalisme ». Il est d'ailleurs possible de constater que ces deux concepts sont parfois utilisés de manière interchangeable. Les articles de Ferguson et DeSoucey permettent de considérer la cuisine comme un espace où s'exprime concrètement la prédominance culturelle, au-delà de la simple alimentation. À ce titre, on peut affirmer que la gastronomie est un terrain de lutte pour l'identité nationale, au-delà des questions de goût, pour établir un sentiment d'appartenance et tracer des frontières. En ce sens, le *gastronationalism* conceptualisé par Michaela Desoucey est le reflet de *everyday nationalism* (le nationalisme quotidien) dans la cuisine. En effet, la protection de la cuisine nationale ne se limite pas au niveau institutionnel ; l'attitude nationaliste gastronomique se reproduit également dans les pratiques quotidiennes des individus. Dans le contexte du nationalisme quotidien qui souligne que l'identité culturelle ne se construit pas uniquement à partir de drapeaux, d'hymnes et de discours officiels fondés sur l'État, le fait de s'approprier un plat à table tout en excluant l'autre, et en discutant de ses origines dans le but d'établir la supériorité de ce plat ou de ce produit culinaire, c'est le nationalisme gastronomique qui trouve son expression dans le langage et les actions du peuple. Cette manifestation nationaliste du nationalisme quotidien définit, dans le contexte de l'identité culturelle, un « nous » collectif avec un « autre » inévitable.

Dans son ouvrage intitulé *Le Cru et le Cuit*, Claude Lévi-Strauss met en évidence les oppositions binaires fondées sur l'identité. Selon lui, la culture acquiert son sens à travers ces dualités.⁵⁷ Soi et l'autre, symboliquement crus et cuits, se trouvent naturellement dans le nationalisme quotidien et permettent la construction de l'identité nationale. Ainsi, la culture se façonne à partir d'une distinction identitaire. La dualité qui naît de cette distinction symbolique reproduit le gastronationalisme, l'une des couches culturelles quotidiennes du nationalisme. Cette opposition binaire renvoie à nouveau à un récit historique qui nous aide à comprendre l'identité nationale à travers la cuisine et qui délimite ce qui nous appartient et ce qui nous représente. Comme le

⁵⁷ Claude Lévi-Strauss, *Le Cru et le Cuit*, vol. 1 de *Mythologiques*, Paris, Librairie Plon, 1964 ; rééd., Paris, Plon, 2014, *passim*.

soulignent Ferguson et DeSoucey, en rappelant que la pratique alimentaire n'est pas seulement un moyen de se nourrir, mais qu'elle revêt également une dimension symbolique, on retrouve dans la théorie de Lévi-Strauss ce processus de construction du sens culturel. Tout comme les aliments crus sont cuits avant d'être servis à table, les pratiques quotidiennes naturelles produisent la culture, qui s'exprime par ce biais.

Alexandre Dumas écrit dans son Grand Dictionnaire de Cuisine :

« Mais, quelque part que l'homme soit né, il faut qu'il mange;

...

c'est à la fois la grande préoccupation de l'homme sauvage et de l'homme civilisé.

Seulement, sauvage, il mange par besoin.

Civilisé, il mange par gourmandise. »⁵⁸

Il est essentiel de prendre en compte le fait que, quelle que soit la localisation géographique d'un individu lors de sa naissance, la question de la nutrition s'avère indispensable. Cette dynamique constitue l'une des préoccupations majeures de l'être humain, qu'il soit dans un état de nature ou une société civilisée. La distinction majeure réside dans la motivation de l'individu : tandis que l'être sauvage se nourrit exclusivement par nécessité, l'être civilisé savoure les mets pour leur propre plaisir. Par conséquent, l'acte quotidien de manger est une pratique aussi naturelle que l'acquisition d'une culture, est la manifestation quotidienne de la construction culturelle et, à l'instar de la dualité qui donne son titre à l'œuvre de Lévi-Strauss (*le cru et le cuit*), elle permet d'exprimer l'identité sur le plan littéraire et théorique en faisant référence à l'homme sauvage, brut et non transformé, et à l'homme civilisé, cuit par les acquis culturels.

Le gastronationalisme, avec son récit historique de la cuisine, ses processus de production et son marketing, renforce l'identité nationale et le nationalisme, ce qui implique son instrumentalisation. Le gastronationalisme aborde les aspects de la préparation et de la consommation des produits culinaires en les associant à des normes et à des valeurs. En effet, la cuisine nationale est un patrimoine culturel et les nations ont conscience de cette richesse et se soucient de la préserver. En ce sens, la cuisine et ses produits suscitent un sentiment d'appartenance entre deux ou plusieurs États ou régions, mais aussi un réflexe de compétition.⁵⁹ Cette appropriation fondée sur

⁵⁸ Alexandre Dumas, *Le Grand Dictionnaire de cuisine*, Paris, Alphonse Lemerre, 1873, p. 18.

⁵⁹ Ichijo et Ranta, *op. cit.*, p. 194.

l'identité propre peut parfois se manifester sous la forme d'une volonté de supériorité. Les nations produisent des stéréotypes qui les glorifient et les exaltent, tandis qu'elles dénigrent et rabaissent les stéréotypes des autres nations auxquelles elles sont confrontées. Il s'agit là d'une manière de préserver l'identité propre dont les nations ont besoin pour assurer leur survie.⁶⁰ En ce sens, lors du Championnat d'Europe de football 2024 (EURO 2024) organisé par l'UEFA, de nombreux supporters ont mis en scène des guerres alimentaires ou bien des guerres culinaires à travers des banderoles, des pancartes et des gestes symboliques : les suisses ont affiché « Fondue better than Goulash » (sic : la fondue est meilleure que le goulasch) face à la Hongrie ;⁶¹ les italiens ont brandi « Eat pasta and run fasta » (sic : mange des pâtes et cours plus vite) contre l'Albanie,⁶² tandis que les albanais cassaient des spaghettis, symbole culinaire emblématique de l'Italie ;⁶³ les polonais ont affiché « Kielbasa better than Gouda » (sic : la kielbasa est meilleure que le gouda) face aux Pays-Bas ;⁶⁴ les supporters autrichiens, pour leur part, ont cassé des baguettes pour glorifier leur pain traditionnel, le *Semmel*, lors du match contre la France ;⁶⁵ les italiens ont proclamé « Pasta > Paella » contre l'Espagne ;⁶⁶ les turcs et les portugais se sont affrontés par banderoles interposées « Baklava > Pastel de Nata » ;⁶⁷ enfin, lors du match Turquie-Autriche, les turcs ont affiché « Kebap is better than Schnitzel » (le kebab est meilleur que le schnitzel), les autrichiens, pour leur part, ont répliqué par « Schnitzel is better than Kebab » (le schnitzel est meilleur que le kebab).⁶⁸ Tous ces exemples, qui ont trouvé un écho dans la presse et sur les réseaux sociaux, mettent en évidence l'expression du gastronationalisme dans la vie quotidienne.⁶⁹

⁶⁰ Tajfel, *op. cit.*

⁶¹ Voir Annexe 1.

⁶² Voir Annexe 2.

⁶³ Voir Annexe 3.

⁶⁴ Voir Annexe 4.

⁶⁵ Voir Annexe 5.

⁶⁶ Voir Annexe 6.

⁶⁷ Voir Annexe 7.

⁶⁸ Voir Annexe 8.

⁶⁹ The Guardian, *op. cit.* ; « Taraftarlar arasındaki “yemek savaşları” sürüyor; Türkiye-Avusturya maçında “kebab” kazandı, “şnitzel” kaybetti », *T24*, 3 juillet 2024, <https://t24.com.tr/foto-haber/taraftarlar-arasindaki-yemek-savaslari-suruyor-turkiye-avusturya-macinda-kebab-kazandi-sinitzel-kaybetti,33701> (consulté le 17 mars 2025).

B. Sur l'axe de l'histoire, de l'inscription et de la promotion : la rivalité gastronomique entre deux pays voisins

En tant que lieu où le nationalisme s'est inévitablement et quotidiennement répandu, la cuisine a été reproduite comme un espace culturel après la formation des États-nations turc et grec, à la fois en se séparant par endroits des éléments étrangers sous l'influence de l'idée d'homogénéisation et en se nourrissant du passé.⁷⁰⁷¹ La question de la culture culinaire nationale entre la Turquie et la Grèce n'est pas seulement une rivalité qui se lit à travers les produits culinaires, mais aussi un processus de reconstruction de l'identité nationale des deux États à travers leur reconnaissance mutuelle, parallèlement à la conception du modèle « alter et ego » d'Alexander Wendt.⁷² Dans ce processus, les deux États développent chacun leur propre *ego* et, par ce biais, cherchent à se construire une identité en se redéfinissant constamment par rapport à l'autre, sans pour autant l'exclure totalement en tant qu'*alter*.⁷³

Alexander Wendt, l'un des pionniers de la théorie constructiviste des relations internationales, affirme dans son article intitulé *Anarchy is What States Make of It* (L'anarchie est ce que les États en font) que l'identité (en tant qu'*ego*) n'est pas immuable et qu'elle prend forme dans l'interaction avec l'*alter*.⁷⁴ Selon le modèle *alter et ego*, les États définissent leur identité nationale (*ego*) tout en construisant celle de l'autre (*alter*).⁷⁵ Ce contexte de détermination mutuelle transforme la question de l'identité culinaire nationale entre la Turquie et la Grèce en un champ de rivalité symbolique, compris comme un processus de construction mutuelle des identités

⁷⁰ Ali Batu et Heysem Suat Batu, « Historical Background of Turkish Gastronomy from Ancient Times to Day », *Journal of Ethnic Foods*, vol. 5, no 2, 2018, pp. 76-82, https://www.researchgate.net/publication/325249770_Historical_Background_of_Turkish_Gastronomy_from_ancient_times_to_day (consulté le 19 mars 2025) cité dans İlay Romain Örs, « Culinary Complexities in Turkey and Greece: On Food, Nation, and Identity in the Aegean », *Journal of Modern Greek Studies*, vol. 42, no 2, 2024, pp. 225-256, spéc. p. 229, https://www.researchgate.net/publication/385503685_Culinary_Complexities_in_Turkey_and_Greece_On_Food_Nation_and_Identity_in_the_Aegean (consulté le 19 mars 2025).

⁷¹ Michael Herzfeld, *Ours Once More: Folklore, Ideology, and the Making of Modern Greece*, Austin, University of Texas Press, 1982, cité dans Örs, *op. cit.*, spéc. p. 231.

⁷² Alexander Wendt, « Anarchy Is What States Make of It: The Social Construction of Power Politics », *International Organization*, vol. 46, no 2, 1992, pp. 391-425 <https://www.jstor.org/stable/2706858> (consulté le 20 mars 2025), voir aussi Tim Dunne, Milja Kurki et Steve Smith (dir.), *Uluslararası İlişkiler Teorileri : Disiplin ve Çeşitlilik*, trad. Musa Ceylan, Ankara, Felix Kitap, 2021, p. 238.

⁷³ *Ibid.*

⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ *Ibid.*

nationales, sans se limiter à un héritage culinaire historique, c'est-à-dire au passé. En discutant de produits culinaires populaires tels que le baklava - *baklavas*, le dolma - *dolmades*, le cacik - *tzatziki*, que les deux nations revendiquent comme leur appartenant, elles cherchent à renforcer leur identité nationale en établissant une supériorité sur l'autre.

À ce stade, la critique de l'orientalisme par Edward Said s'articule autour du processus de construction identitaire mutuellement constitué qui découle de l'interaction basée sur les hypothèses de l'*alter* et de l'*ego* de Wendt. En effet, tout comme dans le modèle *alter* et *ego* proprement dit, où l'*alter* est construit à partir d'une définition de l'*ego*, dans la critique de l'orientalisme de Said, l'Orient est un régime de vérité construit par le discours occidental ; à tel point que l'Orient est décrit comme un lieu qui a besoin d'être civilisé par le discours occidental.⁷⁶ En d'autres termes, l'Occident est hégémonique, supérieur (ego), tandis que l'Orient est l'autre (alter). En d'autres termes, l'Occident est hégémonique, supérieur (ego), tandis que l'Orient est l'autre (alter). Cette similitude conceptuelle correspond à la notion de « the West and the Rest »⁷⁷ développée par Stuart Hall dans son ouvrage *Formations of Modernity*. Selon Hall, « the West » (l'Occident), unifié et homogène, est décrit comme le centre du monde, tandis que « the Rest » (les autres) désigne les diverses régions du monde, notamment le Moyen-Orient, l'Extrême-Orient, l'Afrique, l'Amérique latine, les peuples autochtones d'Amérique du Nord et l'Australasie, qui présentent de grandes différences historiques, culturelles et économiques.⁷⁸ Le discours « the West and the Rest » simplifie et homogénéise ces différences, créant ainsi une opposition binaire qui façonne les perceptions et les attitudes du grand public. Selon la relation de savoir et de pouvoir établie entre l'Occident et l'Orient, l'Occident est hégémonique, tandis que l'Orient est l'autre ; et Stuart Hall fait référence à l'Occident et au reste du monde pour indiquer que l'Orient a été construit à partir de l'Occident. Si nous revenons à l'exemple de la Turquie et de la Grèce, cette pratique d'altérisation, dans le contexte de la culture culinaire nationale, est mise en œuvre à travers un savoir construit sur l'Occident, à la fois à travers le sentiment d'attachement au passé que les Turcs éprouvent pour l'Empire ottoman et leur histoire, et à travers leurs revendications

⁷⁶ Edward W. Said, *L'Orientalisme : Les Conceptions occidentales de l'Orient*, trad. Berna Ülner, 7^e éd., Istanbul, Metis Yayınları, 2013.

⁷⁷ Stuart Hall, « The West and the Rest: Discourse and Power », in *Formations of Modernity*, éd. Stuart Hall et Bram Gieben, Cambridge, Polity Press, 1992, pp. 275-331.

⁷⁸ *Ibid.*, p. 279-280.

d'appartenance à l'Europe sur le plan civil. Par conséquent, cette question persistante entre la Turquie et la Grèce concernant la culture et l'identité culinaires nationales exprime un domaine complexe et multicouche. En ce sens, la distinction entre « nous et eux » se manifeste dans la cuisine. En tant que forme de rappel culturel, la dualité entre moi et l'autre s'étend aux plats et aux produits culinaires.

1. La nationalisation de la culture culinaire dans les relations turco-grecques à partir de 1923

Dans cette section, on examinera comment la culture culinaire s'est développée comme un élément d'identité nationale entre la Turquie et la Grèce depuis 1923. L'année 1923, qui marque la fondation de la République de Turquie, est un tournant décisif dans la formation des fondements culturels de l'identité nationale turque. Le traité de Lausanne, signé en 1923, a notamment entraîné un échange de populations, qui a marqué à la fois une rupture et une continuité sur les plans politique et culturel. Au cours de cette période où les frontières ont été tracées et les populations déplacées, la cuisine, en tant qu'élément culturel de l'identité nationale, a été emportée avec la mémoire. Les changements démographiques ont provoqué une transformation sociale de la culture dans les deux pays, ce qui a conduit à une redéfinition non seulement des dynamiques politiques régionales, mais aussi de la cuisine.

L'échange de populations désigne le processus de déplacement réciproque des chrétiens d'Anatolie, principalement grecs et arméniens, et des musulmans de Grèce. Il a entraîné de profonds changements tant sur le plan social que culturel en Turquie et en Grèce. Les communautés musulmanes et chrétiennes, qui avaient cohabité pendant des siècles sous l'Empire ottoman, ont été séparées par de nouvelles frontières. La « séparation des peuples » (unmixing peoples) a signifié à la fois une rupture et le début d'un processus de construction d'une nouvelle nation.⁷⁹ Les changements démographiques dans les deux États visaient à assurer l'homogénéité ethnique et religieuse et constituent à cet égard l'un des éléments les plus concrets de la politique nationaliste naissante. Ainsi, les identités nationales ont été redéfinies de manière plus précise dans les deux sociétés. Les mesures idéologiques prises dans le cadre de ce

⁷⁹ Renée Hirschon, « Unmixing Peoples in the Aegean Region », dans Renée Hirschon (ed.), *Crossing the Aegean: An Appraisal of the Consequences of the 1923 Compulsory Population Exchange between Greece and Turkey*, Oxford, Berghahn Books, 2003, pp. 11-12.

processus de construction nationale ont également contribué à façonner la culture culinaire nationale. La culture culinaire nationale s'est développée parallèlement à l'identité nationale, tout en permettant la définition d'un « autre ».

La fondation de la République de Turquie a marqué le passage de la cuisine multiculturelle héritée de l'Empire ottoman à la « cuisine turque ». Comme le soulignent Umut Özkırmımlı et Spyros Sofos, parallèlement à la politique d'homogénéisation et d'exclusion⁸⁰ menée pendant cette nouvelle période, les éléments considérés comme « turcs » ont été valorisés dans la cuisine. Au début de la République, avec l'accélération des mouvements d'occidentalisation et de modernisation d'une part, et la mise en avant des racines anciennes de l'histoire turque à travers les thèses nationales d'autre part, la cuisine turque a commencé à prendre forme. Dans le contexte de l'occidentalisation, le fait que certains livres de cuisine publiés dans les premières années de la République se concentraient davantage sur les recettes de la haute cuisine française que sur les plats du Moyen-Orient ou de l'Empire ottoman témoigne de l'ambition de la République de devenir un État européen moderne et civilisé.⁸¹

Au cours de la période républicaine en Turquie, Ekrem Muhittin Yeğen est l'un des noms les plus éminents de la littérature culinaire. Yeğen a introduit les techniques et les systèmes de mesure occidentaux dans la cuisine, dans le but d'atteindre une standardisation moderne des recettes.⁸² Cependant, tout en utilisant des instruments occidentaux dans la cuisine, Yeğen n'est pas intervenu dans le caractère local de la cuisine turque. Il a notamment présenté les deux styles en associant des recettes turques et occidentales.⁸³ L'héritage culinaire de la cuisine ottomane ne se prêtait pas à la création d'une cuisine que l'on pourrait qualifier d'occidentale à part entière. Les thèses historiques fondatrices de l'identité nationale de l'époque ont reproduit la culture culinaire nationale en s'inspirant des anciens États turcs d'Asie centrale, des traditions nomades, des civilisations anatoliennes et de la Mésopotamie.⁸⁴

⁸⁰ Umut Özkırmımlı ve Spyros A. Sofos, *Tarihin Cenderesinde: Yunanistan ve Türkiye'de Milliyetçilik*, İstanbul, İletişim Yayınları, 2008, pp. 131-146.

⁸¹ Özge Samancı, « Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemlerinde Yemek Kitapları », *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, vol. 31, no. 2, 2020, p. 205-210, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1229795> (consulté le 21 mars 2025) cité dans Örs, *op. cit.*, spéc. p. 230.

⁸² Ekrem Muhittin Yeğen, *Alaturka ve Alafranga Yemek Kitabı*, İstanbul : sans nom d'éditeur, 1944.

⁸³ *Ibid.*

⁸⁴ Örs, *op. cit.*, spéc. p. 229.

Ces expressions de la littérature culinaire turque expriment également le caractère unique et ancestral de l'identité culturelle turque. Ainsi, après 1923, la culture culinaire turque s'est construite en s'inspirant de la richesse multiculturelle de l'Empire ottoman et du patrimoine des peuples turcs d'Asie centrale. Au cours des premières années de la République, les politiques linguistiques et historiques, telles que la théorie du Langage-Soleil ou les thèses historiques d'origine centre-asiatique, soutenues par Mustafa Kemal Atatürk, alors président de la République turque, en tant que projet idéologique et culturel, ont été façonnées par les efforts visant à créer une identité turque fondamentale et universelle.⁸⁵ Cependant, la culture culinaire n'a pas suivi la même ligne que le nationalisme archéologique. La tendance dominante dans la culture culinaire a été de s'efforcer d'atteindre les normes universelles de la modernité plutôt que de se replier sur le passé. Le remplacement du repas traditionnel au sol par une table nappée, l'encouragement à l'utilisation des couverts et la codification des règles de bienséance à table dans les livres de savoir-vivre (adab-ı muâşeret en turc) témoignent de la volonté de faire de la cuisine une « vitrine de la civilisation ». ⁸⁶ Dans ce contexte, la cuisine turque a tiré parti des techniques et des modes de présentation occidentales. Cependant, contrairement à d'autres domaines linguistiques, historiques et culturels, ce processus ne repose pas sur une recherche des origines ou une absolutisation du passé, mais sur une vision moderniste tournée vers l'avenir.

En ce qui concerne la Grèce, il est possible de dire que l'échange a eu des effets indéniables sur la culture culinaire grecque. Après 1923, le processus de consolidation de l'État-nation grec a également entraîné une redéfinition de la culture culinaire nationale.⁸⁷ Les communautés d'échange venues en Grèce ont apporté avec elles la culture culinaire riche, variée et épicée de l'Anatolie.⁸⁸ Outre les épices, le yaourt, les plats à base d'huile d'olive et les mezzés sont également des éléments nouveaux qui

⁸⁵ Emmanuel Szurek, « The Man Sick of Europe: A Transnational History of Kemalist Science, » in *Kemalism: Transnational Politics in the Post-Ottoman World*, ed. Nathalie Clayer, Fabio Giomi, and Emmanuel Szurek, London, I.B. Tauris/Bloomsbury, 2019, pp. 264–299.

⁸⁶ Rifat Aydın, « Yemek ve Âdâb-ı Muâşeret, » *Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences* 25, no 4, 2023, pp. 1583-1594, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2977325>, (consulté le 22 mars 2025).

⁸⁷ Hirschon, *op. cit.*, pp. 3-12.

⁸⁸ Achillefs Keramaris, Eleni Kasapidou et Paraskevi Mitlianga, « *Savoring the past, preserving the future: a mixed-methods examination of culinary traditions among Pontic Greeks in Northern Greece* », *Journal of Ethnic Foods* 12 no 5, 2025, <https://doi.org/10.1186/s42779-025-00265-7> (consulté le 3 avril 2025).

ont été introduits dans la cuisine grecque par les Grecs d'Anatolie.⁸⁹ De nos jours, la cuisine grecque moderne est réputée pour ses *soutzoukakia Smyrneika* (boulettes de viande à la mode d'Izmir), les *dolmadakia* (feuilles de vigne farcies), l'*atzem pilaf* (riz au mouton) et les *keftedes* en sauce tomate épicée, qui s'inspirent principalement du riche patrimoine culinaire d'Izmir (Smyrne), considérée comme la ville la plus cosmopolite de la mer Égée à l'aube du XXe siècle, a joué un rôle central dans le brassage culturel de la région.⁹⁰ À la suite de l'échange de populations de 1923, les Smyrniotes qui se sont installés dans des villes telles que Thessalonique ont été les architectes d'un transfert culturel tant démographique que culinaire. En effet, à mesure que les communautés d'échangés se sont intégrées à la société grecque et que cette intégration a inévitablement pris la forme d'une cohabitation multiculturelle, les produits culinaires qualifiés de « tures », attribués à l'héritage culinaire ottoman et étiquetés « orientaux »⁹¹, sont devenus au fil du temps des éléments forts de la culture culinaire grecque, et sont même devenus des « plats grecs ».⁹² Ce processus de transformation constitue un exemple significatif de la capacité de l'identité nationale à se remodeler grâce à la flexibilité culturelle.

La construction de la culture culinaire nationale en Grèce, parallèlement à la conception de l'histoire nationale en Turquie, repose en grande partie sur l'héritage de la Grèce antique et sur une appartenance occidentale (européenne). Dans ce contexte, après 1923, en particulier du point de vue grec, après la catastrophe de l'Asie Mineure (le désastre d'Anatolie pour certains), et avec l'échec du rêve de la *Megali Idea* de la Grèce, une conception endogène de la nation a été adoptée, renforçant ainsi l'idée d'occidentalité.⁹³

⁸⁹ Alice James, « Memories of Anatolia : generating Greek refugee identity », *Balkanologie* [En ligne], vol. 5, no 1-2, 2001, mis en ligne le 2 juin 2008, <http://journals.openedition.org/balkanologie/720> (consulté le 3 avril 2025).

⁹⁰ Andrew Dalby et Rachel Dalby, *Gifts of the Gods: A History of Food in Greece*, Londres, Reaktion Books, 2017, pp. 148–151.

⁹¹ Renée Hirschon, *Heirs of the Greek Catastrophe: The Social Life of Asia Minor Refugees in Piraeus* Oxford, Clarendon Press, 1989, p. 24. L'autrice mentionne que les réfugiés venus de l'intérieur de l'Anatolie ont été qualifiés de « Anatolites » (c'est-à-dire « orientaux »), étiquette souvent associée à des stéréotypes négatifs.

⁹² James, *op. cit.*, pp. 5–7.

⁹³ Haris Exertzoglou, « Children of Memory: Narratives of Asia Minor Refugees and Greek National Identity », *Journal of Modern Greek Studies*, vol. 24, no. 2, 2006, pp. 343–366, spéc. pp. 353–355, https://www.researchgate.net/publication/309315536_Children_of_Memory_Narratives_of_the_Asia_Minor_Catastrophe_and_the_Making_of_Refugee_Identity_in_Interwar_Greece (consulté le 23 avril 2025).

Le chef Nikolaos Tselementes a redéfini la cuisine grecque grâce à la publication de son ouvrage *Odigos Mageirikis kai Zaxaroplastikis* (Guide de cuisine et de pâtisserie) en 1930.⁹⁴ Formé à Vienne, Tselementes a été le précurseur d'une transformation idéologique dans le domaine de la gastronomie en modernisant les produits traditionnels de la cuisine grecque à l'aide de techniques culinaires françaises et en les adaptant aux normes européennes modernes.⁹⁵ Tselementes, qui s'est démarqué de l'influence ottomane grâce au principe d'homogénéisation de cette période, est le pionnier d'une conception de la cuisine grecque axée sur les saveurs helléniques, qu'il présente dans une perspective entièrement orientaliste. Selon lui, les plats qui se sont développés conjointement pendant la période ottomane sont essentiellement des plats grecs, et cela génère une dichotomie. Selon Tselementes, il existe des plats grecs authentiques et des plats orientaux altérés. L'objectif est de sauver les plats grecs authentiques de leur passé oriental, de l'influence turque et ottomane et de leur altération, et de les ramener à leur origine hellénique authentique sous une forme contemporaine et européenne, en tant que partie intégrante du patrimoine culturel grec.⁹⁶ À la même époque qu'Ekrem Muhittin Yeğen, Nikolaos Tselementes, qui a façonné la littérature culinaire en Grèce, a cherché à utiliser les techniques culinaires occidentales comme un moyen de redéfinir l'identité culinaire grecque. En ajoutant des éléments issus de la cuisine française, tels que la sauce béchamel, aux plats traditionnels, il s'est lancé dans un véritable projet d'ingénierie culinaire occidentale.⁹⁷ En ce sens, Tselementes visait également à transformer les plats traditionnels afin de les dissocier de la culture turque. Contrairement à Tselementes, Yeğen a encouragé l'utilisation des techniques culinaires occidentales dans la cuisine locale en recourant à une modernisation technique.

⁹⁴ Nikólaos K. Tselementés, *Odigós mageirikís kai zaxaroplastikís* (Guide de cuisine et de pâtisserie), Athènes, Ekdoisis V. Papachrysanthou, 1930.

⁹⁵ Catherine Rickman, « How Nicholas Tselementes Shook Up Ancient Greek Cuisine And Beyond », Tasting Table, <https://www.tastingtable.com/1185193/how-nicholas-tselementes-shook-up-ancient-greek-cuisine-and-beyond/> (consulté le 25 avril 2025).

⁹⁶ Sofia Grigoriadou, « Béchamel » : The Taste of Public Memory, Forgetting and Discipline in Athens and Skopje. *Balkanologie*, vol. 19, no 2, 2024, pp. 1-24, spéc. pp. 3-6, <https://journals.openedition.org/balkanologie/6469> (consulté le 11 mai 2025).

⁹⁷ *Ibid.*

2. Patrimoine culinaire de Turquie et de Grece et inscriptions au PCI de l'UNESCO

De nos jours, la cuisine, dans son sens le plus large, est un moyen de différenciation. Promouvoir et préserver la cuisine au niveau international n'est pas seulement un réflexe d'appropriation culturelle des sociétés, mais aussi une manifestation des politiques identitaires de l'État. Les produits culinaires, les traditions culinaires et même les techniques culinaires, qui font partie du patrimoine culturel immatériel (PCI) de l'UNESCO, sont ainsi devenus un domaine d'expression important. La Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, adoptée par l'UNESCO en 2003, offre aux États une opportunité de représentation internationale de leurs éléments culturels.⁹⁸ Cette opportunité se transforme parfois en une lutte pour la légitimité. L'inscription du patrimoine culinaire ne se limite pas à l'UNESCO ; il exprime une institutionnalisation fondée sur le discours⁹⁹ et, grâce à certains systèmes de protection ayant une base financière, tels que les indications géographiques, l'appartenance culturelle est reproduite. Par conséquent, tant la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'UNESCO que les enregistrements d'indications géographiques ne sont pas seulement une question de protection. La reconnaissance internationale du patrimoine culinaire construit un espace institutionnel de distinction entre « nous » et « les autres » sur la base du discours¹⁰⁰ identitaire. En effet, au-delà d'un simple processus administratif, il s'agit ici d'un discours de pouvoir politique qui détermine, sur la scène internationale, quelle histoire sera considérée comme traditionnelle.¹⁰¹ Parallèlement à la théorie du discours de Michel Foucault, les demandes auprès de l'UNESCO, au-delà de leur caractère officiel, produisent un régime de vérité¹⁰² sur ce qui est traditionnel et mérite d'être préservé par une organisation internationale, et même à qui cela appartient. De ce point de vue, la cuisine est à la fois un espace de représentation culturelle et un espace de

⁹⁸ UNESCO, *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, UNESCO, <https://ich.unesco.org/fr/convention> (consulté le 13 mai 2025).

⁹⁹ Michel Foucault, *L'ordre du discours. Leçon inaugurale au Collège de France*, Paris, Gallimard, 1971, pp. 9-24.

¹⁰⁰ *Ibid.*

¹⁰¹ Michel Foucault, *Il faut défendre la société. Cours au Collège de France (1975-1976)*, édition établie sous la direction de François Ewald et Alessandro Fontana, par Mauro Bertani et Alessandro Fontana, Paris, Gallimard/Seuil, coll. « Hautes Études », 1997, pp. 35-45.

¹⁰² Michel Foucault, *Du gouvernement des vivants. Cours au Collège de France (1979-1980)*, éd. établie sous la direction de François Ewald et Alessandro Fontana, par Michel Senellart, Paris, Gallimard / Seuil, coll. « Hautes Études », 2012, pp. 91-92 et 98-99.

pouvoir institutionnalisé. Ainsi, l'identité culinaire culturelle acquiert en quelque sorte un sens et des limites grâce à un régime de vérité produit par l'international.

À ce stade, les éléments culinaires inscrits ou en cours d'inscription sur les listes du patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO en Turquie et en Grèce seront examinés. En considérant ces éléments qui contribuent à la reconnaissance internationale des deux pays, il est possible de dire que la Turquie occupe une place plus prépondérante dans les listes de l'UNESCO.¹⁰³

Si l'on considère d'abord la Turquie, en examinant chronologiquement les processus de candidature et d'inscription, le premier élément culinaire inscrit au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO est le « La tradition cérémonielle du Keşkek ». ¹⁰⁴ Selon les informations publiées par la Commission nationale turque pour l'UNESCO, le keşkek, inscrit en 2011 sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité, reflète en réalité le rituel du keşkek dans son ensemble, qui est propre à la société anatolienne. Ce plat traditionnel, préparé ensemble par les femmes et les hommes dans de grandes marmites, est également une expression de la solidarité collective dans la culture rurale anatolienne. Préparé lors de cérémonies spéciales et de jours fériés tels que les mariages et les fêtes religieuses en Anatolie, le keşkek est un plat qui reflète principalement la vie villageoise.¹⁰⁵ Le keşkek, plat traditionnel et populaire de la cuisine turque, montre que le patrimoine culinaire turc ne se limite pas à la cuisine de la cour ottomane. Il est évident que la Turquie souhaite également faire connaître sa culture culinaire et son identité gastronomique à travers les saveurs locales préparées avec soin et minutie dans les régions anatoliennes et servies lors d'occasions spéciales. Comme on peut le comprendre, la Turquie, dans son identité nationale moderne, privilégie dans sa cuisine ce qui est local et proche du peuple. En effet, si l'on considère son contenu, le keşkek, dont les principaux ingrédients sont le blé et la viande, n'est pas un plat sophistiqué ou complexe.¹⁰⁶ Les invités participent parfois à la préparation et à la cuisson du keşkek.¹⁰⁷ Le keşkek est

¹⁰³ UNESCO, « Turquie : éléments inscrits sur les listes du patrimoine culturel immatériel », UNESCO - patrimoine culturel immatériel, <https://ich.unesco.org/fr/etat/turkiye-TR?info=elements-sur-les-listes> (consulté le 14 mai 2025).

¹⁰⁴ UNESCO, « La tradition cérémonielle du Keşkek », UNESCO - patrimoine culturel immatériel, <https://ich.unesco.org/fr/RL/la-tradition-ceremonielle-du-kekek-00388> (consulté le 14 mai 2025).

¹⁰⁵ *Ibid.*

¹⁰⁶ *Ibid.*

¹⁰⁷ *Ibid.*

donc un plat qui renforce le dialogue social, car il est traditionnellement préparé et consommé en commun par les hôtes et leurs invités.¹⁰⁸ De cette manière, les recettes et les méthodes de préparation sont transmises des chefs cuisiniers aux apprentis, et la tradition du keşkek se perpétue de génération en génération, tant sur le plan rituel que gustatif.

Le deuxième élément, le mesir macunu, plus largement connu sous le nom de « Les festivités du Mesir Macunu » de Manisa, a été inscrit en 2012 sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité.¹⁰⁹ Le *mesir macunu* est apparu au XVI^e siècle, à la suite de la maladie de Hafsa Sultan, épouse du sultan ottoman Yavuz Sultan Selim. Le médecin en chef de la medrese de la mosquée du Sultan (Sultan Camii), Merkez Efendi, s'est mis à la recherche d'un remède et a créé une pâte médicinale appelée *mesir macunu* en turc (*la pâte de mesir*), en mélangeant 41 variétés de plantes et d'épices fraîches, ce qui a permis à Hafsa Sultan de se rétablir.¹¹⁰ Une fois rétablie, Hafsa Sultan a ordonné que cette pâte soit distribuée au peuple. Chaque année, entre le 21 et le 24 mars, un festival traditionnel est organisé à Manisa pour célébrer le *mesir macunu* ; la pâte préparée est distribuée au public dans l'espoir qu'elle lui apporte prospérité et guérison.¹¹¹ Dans ce contexte, le *mesir macunu*, à la fois élément gastronomique et source de bienfaits médicaux grâce à ses propriétés aromathérapeutiques, est l'expression d'une continuité historique de la culture culinaire.

Le troisième élément, la culture et la tradition du café turc ont été inscrites en 2013 sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'UNESCO.¹¹² Le café turc, qui nous vient également de l'époque ottomane du XVI^e siècle, est une boisson traditionnelle qui, parallèlement au *mesir macunu*, reflète une continuité historique et constitue une pratique sociale ritualisée de la vie

¹⁰⁸ *Ibid.*

¹⁰⁹ UNESCO, « Les festivités du Mesir Macunu », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2012, <https://ich.unesco.org/fr/RL/les-festivites-du-mesir-macunu-00642> (consulté le 14 mai 2025).

¹¹⁰ T.C. Manisa Valiliği, « Şifa Şehri Manisa - Uluslararası Mesir Macunu Festivali », <http://www.manisa.gov.tr/sifa-sehri-manisa-uluslararasi-mesir-macunu-festivali> (consulté le 18 mai 2025).

¹¹¹ UNESCO, *op. cit.*, « Les festivités du Mesir Macunu ».

¹¹² UNESCO, « La culture et la tradition du café turc », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2013, <https://ich.unesco.org/fr/RL/la-culture-et-la-tradition-du-cafe-turc-00645> (consulté le 25 mai 2025).

quotidienne.¹¹³ Le café turc est une boisson riche en détails traditionnels et en significations, de sa préparation à sa présentation. Le café turc n'est pas seulement un accompagnement pour une conversation ; ce qui fait le café turc, c'est avant tout le soin apporté à sa préparation pour qu'il soit mousseux.¹¹⁴ De plus, le café turc se distingue par ses traditions particulières, comme le fait qu'il soit accompagné de *şerbet* (ou sherbet, une boisson sucrée traditionnelle ottomane) ou de liqueur et de loukoums.¹¹⁵ Par ailleurs, la place symbolique du café turc dans les cérémonies traditionnelles où la famille du futur époux sollicite l'accord de celle de la future épouse, ainsi que le rituel de divination à partir du marc de café, font partie intégrante des éléments qui définissent l'identité propre du café turc.¹¹⁶ Lors de la visite traditionnelle visant à obtenir le consentement des familles en vue du mariage, si la future mariée offre un café turc sucré au prétendant, cela signifie qu'elle est disposée à l'épouser ; en revanche, un café salé exprime un refus implicite. Ainsi, le café turc dépasse la simple fonction de boisson ; il constitue un symbole porteur de mémoire collective et d'identité culturelle.¹¹⁷ Le fait qu'il porte directement le nom « turc » contribue également à en affirmer l'appartenance en tant qu'héritage gastronomique.

Le quatrième élément, la tradition de fabrication et de partage du pain plat : (Lavash, Katırma, Jupka, Yufka), la Turquie, en collaboration avec l'Azerbaïdjan, l'Iran, le Kazakhstan et le Kirghizistan, a été inscrite en 2016 sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité.¹¹⁸ Il s'agit d'un exemple réussi de l'idée que les éléments culinaires n'appartiennent pas seulement aux États, mais aussi aux régions. En effet, la cuisine traditionnelle turque, au-delà de l'empire ottoman,

¹¹³ Sinem Çapar İleri, « The analysis of the importance of Turkish coffee and coffeehouses with the comparison between British and Ottoman culture », *RumeliDE Journal of Language and Literature Studies*, numéro spécial 8, 2020, pp. 392-397, spéc. p. 392, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1356998> (consulté le 25 mai 2025).

¹¹⁴ Kemalettin Kuzucu et M. Sabri Koz, *Türk kahvesi*, Istanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2015, p. 138.

¹¹⁵ Sinem Çapar İleri, *op. cit.*, p. 393.

¹¹⁶ Fatih Balcı, « Cezveden Kültüre 40 Yıl : Türk Kahvesi ve Geleneği », *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, vol. 7, no 87, 2019, pp. 315-328 <https://asosjournal.com/DergiTamDetay.aspx?ID=14688> (consulté le 25 mai 2025) ; Ömür Alyakut, « Türk Mutfak Kültürünün Kahveye Verdiği Kimlik : Türk Kahvesi », *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, vol. 10, no 94, 2023, pp. 1012-1024, spéc. p. 1020, https://www.researchgate.net/publication/370630982_Turk_Mutfak_Kulturunun_Kahveye_Verdigi_Kimlik_Turk_Kahvesi (consulté le 25 mai 2025).

¹¹⁷ Fulya Özerkan, « Turkish Coffee, Not Just a Drink but a Culture », *UNESCO Courier*, 31 mars 2023, <https://courier.unesco.org/en/articles/turkish-coffee-not-just-drink-culture> (consulté le 25 mai 2025).

¹¹⁸ UNESCO, « La culture de la fabrication et du partage de pain plat : lavash, katırma, jupka, yufka », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2016, <https://ich.unesco.org/fr/RL/la-culture-de-la-fabrication-et-du-partage-de-pain-plat-lavash-katırma-jupka-yufka-01181> (consulté le 25 mai 2025).

porte des traces évidentes de l'Asie centrale et, cela va sans dire, du Moyen-Orient, compte tenu de l'histoire de la Turquie.

Le cinquième élément, inscrit en 2022 sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité, intitulé « la culture du *çay* (thé) : un symbole d'identité, d'hospitalité et d'interaction sociale », est un dossier commun à la Turquie et à l'Azerbaïdjan.¹¹⁹ Dans les deux pays, le thé noir est cultivé et consommé par une grande majorité de la population.¹²⁰ Derrière cette tradition apparemment banale se cache une culture riche en théières traditionnelles, samovars et tasses à thé.¹²¹ En outre, si l'on examine l'ensemble des inscriptions de la Turquie sur la Liste du patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'UNESCO, on constate qu'elles ont toutes en commun le thème de l'hospitalité et du partage.

Le sixième élément, toujours dans le cadre d'un exemple de dossier multinational, *l'Iftar/Eftari/Iftar/Iftar* et ses traditions socioculturelles désignent la pratique consistant à se réunir autour d'un repas après la fin du jeûne religieux dans les pays à majorité musulmane.¹²² Inscrit en 2023 sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité, ce rituel constitue un exemple remarquable de l'influence de la religion et des pratiques religieuses sur la culture culinaire et les habitudes alimentaires.¹²³

¹¹⁹ UNESCO, « La culture du *çay* (thé) : un symbole d'identité, d'hospitalité et d'interaction sociale », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2022, <https://ich.unesco.org/fr/RL/la-culture-du-cay-the-un-symbole-d-identite-d-hospitalite-et-d-interaction-sociale-01685> (consulté le 25 mai 2025).

¹²⁰ Hamlet Isaxanli, « Tea, Coffee and Cocoa – A Cultural Phenomenon in Azerbaijan », *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*, vol. 26, no 4, 2023, pp. 110-118, spéc. pp. 104-105, <https://doi.org/10.5782/2223-2621.2023.26.4.100> (consulté le 25 mai 2025) ; Oktay Zorlu, Bedirhan Güneşdoğmuş, Sefa Sözer, Selman Akaslan, Batuhan Göçen, İlker Dikmen et Ümit Ünver, « Assessing energy and environmental impacts of Turkish-style tea brewing: efficiency, consumption, and carbon footprint », *NPJ Science of Food*, publié en partenariat avec Beijing Technology and Business University & International Union of Food Science and Technology, vol. 8, 2025, pp. 1-7, <https://doi.org/10.1038/s41538-025-00405-y> (consulté le 25 mai 2025).

¹²¹ Ayşe Yıldırım et Saniye Karaca, « Traditional Turkish coffee culture and gastronomy tourism », *Journal of Ethnic Foods*, vol. 9, 2022, pp. 1-11, spéc. pp. 2-3, <https://doi.org/10.1186/s42779-022-00124-9> (consulté le 25 mai 2025) ; Isaxanli, *op. cit.*, spéc. pp. 106-111.

¹²² UNESCO, « L'Iftar/Eftari/Iftar/Iftar et ses traditions socioculturelles », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2023, <https://ich.unesco.org/fr/RL/l-iftar-eftari-iftar-iftar-et-ses-traditions-socioculturelles-01984> (consulté le 25 mai 2025).

¹²³ *Ibid.*

En Grèce, « la diète méditerranéenne » a été inscrit en 2013 sur la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité par l'UNESCO.¹²⁴ Il s'agit d'une candidature conjointe de la Grèce, de l'Italie, de l'Espagne, du Maroc, de la Croatie, du Portugal et de la République de Chypre.¹²⁵ La diète méditerranéenne, qui désigne non pas un élément culinaire, un plat ou une tradition culinaire, mais un ensemble d'habitudes alimentaires, est une inscription très complète. Cette inscription étant définie comme un régime alimentaire propre au bassin méditerranéen, ne devrait-elle pas inclure les autres pays riverains de la Méditerranée ? Ou bien, au lieu d'utiliser un nom de région dans l'inscription correspondante, ce régime alimentaire pourrait-il être qualifié d'un autre nom désignant un style alimentaire différent ? En outre, l'inclusion du Portugal, pays d'Europe du Sud-Ouest qui n'est pas bordé par la Méditerranée, dans la demande montre que les paramètres de la définition du patrimoine culturel peuvent être assouplis et que les stratégies de diplomatie culturelle peuvent être légitimées au niveau international.

En 2014, la Grèce a été inscrite à titre individuel sur la Liste du patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'UNESCO pour « le savoir-faire de la culture du mastiha à l'île de Chios ».¹²⁶ Cette certification, qui vise à préserver le patrimoine culturel et gastronomique, est également l'expression d'une économie villageoise et d'un mode de production fondé sur la solidarité.¹²⁷ Le pistachier lentisque ou l'arbre à mastic pousse naturellement dans les régions côtières de la Turquie.¹²⁸ En effet, l'île de Chios est très proche de la Turquie ; et en Turquie, le mastiha est largement utilisée comme arôme, en particulier dans les régions de l'Égée et de la Thrace, dans des produits tels que la crème glacée, le café turc, le loukoum, le riz au lait, la crème de lait, la confiture et les biscuits.¹²⁹ Héritée de la cuisine de la cour ottomane, la crème

¹²⁴ UNESCO, « La diète méditerranéenne », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2013, <https://ich.unesco.org/fr/RL/la-diete-mediterranee-00884> (consulté le 25 mai 2025).

¹²⁵ *Ibid.*

¹²⁶ UNESCO, « Le savoir-faire de la culture du mastiha à l'île de Chios », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2014, <https://ich.unesco.org/fr/RL/le-savoir-faire-de-la-culture-du-mastiha-a-l-ile-de-chios-00993> (consulté le 25 mai 2025).

¹²⁷ *Ibid.*

¹²⁸ Ahmet Onay, Hakan Yıldırım et Mehmet Ali Yavuz, « Sakız Ağacı (*Pistacia lentiscus* L.) Yetiştiriciliği ve Reçinesi », *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, vol. 6, no 2/2, 2016, pp. 133-144, spéc. p. 133, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/buyasambid/issue/29826/320991> (consulté le 25 mai 2025).

¹²⁹ Nurhayat Tabanca, Ayşe Nalbantsoy, Paul E. Kendra, Fatih Demirci et Betül Demirci, « Chemical Characterization and Biological Activity of the Mastic Gum Essential Oils of *Pistacia lentiscus* var.

de lait aromatisée à la mastiha (*sakızlı muhallebi*) reste emblématique. Parmi les variantes populaires de cette saveur figurent le biscuit à la mastiha d'Alaçatı (Izmir), le biscuit au mastiha et au fromage frais (type ricotta) de Çanakkale, le biscuit à la mastiha d'Ayvalık, ainsi que le *kurabiye de Kavala* d'Edirne, préparé avec de la mastiha et des amandes.¹³⁰ Le biscuit de Kavala tire son nom de la ville de Kavala, située aujourd'hui à la frontière grecque, qui était autrefois un important centre commercial et culturel de l'Empire ottoman.¹³¹ Bien qu'il n'existe aucune source écrite à ce sujet, la forme en croissant de la biscuit de Kavala permet de penser qu'il existe un lien avec le croissant, symbole d'identité et de puissance dans l'Empire ottoman et dans le monde islamique, et donc avec les origines culturelles et gastronomiques de l'influence ottomane. Bien que la consommation et l'utilisation de la mastiha soient considérables dans la cuisine turque, la Turquie n'a entrepris aucune démarche pour s'approprier le mastiha, ni déposé de demande d'inscription. Il serait donc incorrect de conclure que le mastiha est un élément de concurrence gastronomique entre la Turquie et la Grèce.

En dehors de la Liste du patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO, un autre outil de reconnaissance important est celui des indications géographiques. La Turquie mène des politiques actives de protection des produits alimentaires et agricoles locaux par l'intermédiaire d'un organisme national, l'Office turc des brevets et des marques (*Turkish Patent and Trademark Office* – TPTO, nom officiel utilisé au niveau international ; *Türk Patent ve Marka Kurumu* – Türktopatent, en turc).¹³² La Grèce, quant à elle, poursuit ses politiques en matière d'indications géographiques et d'appellations d'origine protégées (IGP, AOP) dans le cadre de l'Union européenne.¹³³

chia from Turkey », *Molecules*, vol. 25, no 9, 2020, article 2136, <https://doi.org/10.3390/molecules25092136> (consulté le 25 mai 2025).

¹³⁰ *Ibid.* ; Cansu Ağan et Çağla Özer, « Damla Sakızının Türk Mutfağındaki Yeri, Önemi ve Kullanım Alanları », *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, vol. 4, no 3, 2020, pp. 3002-3015, spéc. pp. 3006-3010, https://www.researchgate.net/publication/342769620_Damla_Sakizinin_Turk_Mutfagindaki_Yeri_Onemi_ve_Kullanim_Alanlari (consulté le 25 mai 2025).

¹³¹ Kemal Ergen, İsmail Kızıllırmak et Senem Ergen, « Gastronomik Ürünlerin Destinasyon Seçimine Olan Etkisi : Edirne İli Örneği », *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences* (BNEJSS), vol. 6, no 3, 2020, pp. 1-10, spéc. p. 4, https://www.ibaness.org/bnejss/2020_06_03/01_Ergen_et_al.pdf (consulté le 25 mai 2025).

¹³² Özden İlhan, Neşe Altıntaş, Nazlı Şimşek ve Sertaç Dokuzlu, « Geographical Indication Regulations and Practices in Türkiye », dans *Worldwide Perspectives on Geographical Indications*, édité par Emilie Vandecandelaere et al., Food and Agriculture Organization of the United Nations & Springer, Cham, 2025, pp. 148-150.

¹³³ Thanasis Kizos et Hristos Vakoufari, « Alternative Agri-Food Geographies? Geographic Indications in Greece », *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, vol. 102, no 2, 2010, pp.

En résumé, deux discours et deux conceptions distincts prédominent en Turquie et en Grèce en matière d'indications géographiques gastronomiques. En Turquie, le système des indications géographiques exprime une institutionnalité nationale, tandis qu'en Grèce, il correspond à un processus de politiques de protection intégré à l'Union européenne. Partant de là, il convient de préciser que la définition et l'enregistrement de la tradition ne constituent pas un régime de vérité¹³⁴ toujours produit selon les mêmes normes.

3. Le rôle du local et du national dans le *nation branding* gastronomique en Turquie et en Grèce

Le concept de « nation branding » a été introduit pour la première fois par Simon Anholt. Après avoir conceptualisé les stratégies de *branding* du secteur privé au niveau des États-nations en 1996, Anholt a continué à développer le concept de *nation branding* au début des années 2000 et a été le premier à l'étudier dans un cadre théorique aux niveaux académique, politique, économique et culturel à l'échelle internationale.¹³⁵

L'indice des marques nationales (*Nation Brands Index*), élaboré par Anholt en 2005, a permis de systématiser le concept de *nation branding* et s'est largement répandu, notamment parmi les pays occidentaux. L'indice des marques nationales (*Nation Brands Index*), élaboré par Anholt en 2005, a permis de systématiser le concept de *nation branding* et s'est largement répandu, notamment parmi les pays occidentaux.¹³⁶

Le fait qu'Anholt transpose les stratégies de marque issues du secteur privé dans les pratiques de la politique internationale, en les désignant sous le terme de *nation branding*, permet de comprendre, en parallèle avec la définition de la culture proposée

220-235, https://www.researchgate.net/publication/229929687_Alternative_Agri-Food_Geographies_Geographic_Indications_in_Greece (consulté le 27 mai 2025).

¹³⁴ Foucault, *Du gouvernement des vivants*, op. cit., pp. 91-92.

¹³⁵ Simon Anholt, « Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations », *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, vol. 2, no 1, 2011, article 1, pp. 6-12, <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1> (consulté le 27 mai 2025).

¹³⁶ Simon Anholt, « Anholt Nation Brands Index: How Does the World See America », *Journal of Advertising Research*, vol. 45, no 3, 2005, pp. 296-304, <https://doi.org/10.1017/S0021849905050336> (consulté le 28 mai 2025).

par Şerif Mardin, que « la culture se constitue comme un système de symboles destiné à maintenir le schéma existant d'une société, relativement souple mais en général sujet à un changement lent et progressif ».¹³⁷ Ce lien entre le nationalisme culturel et les objectifs politiques s'établit à travers les codes culturels, la mémoire commune et les symboles quotidiens, ce qui, dans le domaine de la gastronomie, permet d'établir un lien entre le *nation branding* et le nationalisme banal. En ce sens, le nationalisme turc et le nationalisme grec instrumentalisent leur identité culturelle dans le cadre de l'image de marque nationale afin de servir un objectif politique à travers la cuisine. Par conséquent, la cuisine, en tant qu'élément du *nation branding* dans le cadre de la diplomatie culturelle pour la Turquie et la Grèce, revêt également, selon la définition de Mardin¹³⁸, une dimension idéologique pour les deux États-nations. À ce stade, on peut évoquer l'existence d'un État qui, avec une nation qui le caractérise, produit également « ce qui nous appartient » et le représente à l'échelle internationale à travers un ensemble de stratégies de marketing nationaliste appelé « nation branding ». Cette approche est celle qui a permis d'établir le *nation branding* à travers la gastronomie.

Il est évident que le *nation branding* joue un rôle significatif dans la diplomatie, pouvant influencer les politiques extérieures des États ; et les États doivent s'inspirer de leur identité locale pour atteindre cet objectif. L'importance accordée à l'utilisation de produits locaux, de produits alimentaires à indication géographique ou de matières premières spécifiques à une région renforce non seulement leur importance économique, mais aussi leur appartenance culturelle et leur continuité historique, promouvant et préservant ainsi l'identité culturelle et la valorisant à l'échelle mondiale. Selon Anthony Giddens, les États-nations possèdent, outre leur caractère politique et juridique, une dimension sociale qui produit une identité et un sentiment d'appartenance.¹³⁹ De ce point de vue, bien que les stratégies de *nation branding* trouvent leur origine dans le local, elles sont construites pour le domaine international. En effet, les stratégies de *nation branding* permettent de préserver le patrimoine culturel gastronomique tout en assurant sa représentation internationale.

En examinant la question de *nation branding* sous l'angle gastronomique, on constate que les stratégies de promotion, en s'inspirant de la force des éléments locaux

¹³⁷ Şerif Mardin, *İdeoloji*, 16^e éd., Istanbul, İletişim Yayınları, 2013, p. 105.

¹³⁸ *Ibid.*

¹³⁹ Anthony Giddens, *The Nation-State and Violence*, Cambridge, Polity Press, 1985, p. 215.

et nationaux, contribuent à préserver la mémoire culturelle et à assurer la continuité historique.¹⁴⁰ Lorsque les saveurs locales et les produits culinaires nationaux acquièrent une renommée mondiale, les récits identitaires nationaux se renforcent et ce sentiment d'appartenance se développe à la fois au niveau national et international. En Turquie et en Grèce, les produits locaux issus du terroir, le patrimoine culinaire technique et traditionnel lié à leur transformation et à leur utilisation dans les recettes sont des éléments précieux qui contribuent à la renommée mondiale de l'identité nationale. Par conséquent, il serait pertinent de positionner le *nation branding* gastronomique comme une stratégie de promotion visant à préserver le caractère local et national.

Dans le domaine du *nation branding* gastronomique, l'utilisation des adjectifs « local » et « national » est extrêmement efficace pour faire connaître le patrimoine local et national à un niveau international. Selon Papp-Váry (The Role of Country Names in Country Branding), les noms de pays agissent comme des noms de marque et suscitent automatiquement des associations mentales ; par exemple, le slogan « Are you Hungary ? », qui joue sur les mots « Hungary » (Hongrie en français) et « hungry » (affamé en français), montre comment les noms de pays renforcent les stratégies de marque.¹⁴¹ Bien que l'utilisation des qualificatifs « turc » et « grec » ne soit pas obligatoire, elle est utile pour souligner l'appartenance culturelle et renforcer le *nation branding*. Du point de vue des stratégies de *nation branding*, cette question de la dénomination permet aux nations qui, comme la Turquie et la Grèce, possèdent des produits culinaires communs pouvant faire l'objet de controverses, de valoriser leur cuisine sur le plan symbolique et juridique. Il ne s'agit pas seulement d'une stratégie marketing ou d'une préoccupation économique ; cela sert également une quête de suprématie culturelle qui passe par l'appartenance. Cette pratique de dénomination peut être associée à la notion de « représentation »¹⁴², en particulier pour les produits

¹⁴⁰ Khoo Suet Leng et Nurwati Badarulzaman, « Branding George Town World Heritage Site as City of Gastronomy: Prospects of Creative Cities Strategy in Penang », *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, vol. 8, no 3, 2014, pp. 322-332, <https://doi.org/10.1108/ijcthr-08-2012-0065> (consulté le 28 mai 2025).

¹⁴¹ Árpád Ferenc Papp-Váry, « The Role of Country Names in Country Branding », dans *Proceedings of IAC-MEM 2015 in Vienna: International Academic Conference on Management, Economics and Marketing*, Prague, Czech Institute of Academic Education, 2015, pp. 134-149, spéc. pp. 134-137, https://www.papp-vary.hu/english/The_Role_of_Country_Names_in_Country_Branding.pdf (consulté le 28 mai 2025).

¹⁴² Stuart Hall, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Londres, Sage Publications, 1997, pp. 61-63.

dont l'origine et l'appartenance sont sujettes à débat. Elle permet de reproduire une identité, une appartenance nationale, en la standardisant et en la fixant de manière stricte. Par conséquent, même si la condition de dénomination n'est pas une exigence spécifique au *nation branding*, elle constitue une réponse aux débats historiques et politiques et clarifie les limites de l'appartenance.

Dans ce contexte, le produit alimentaire qui suscite le plus de débats est le yaourt. Tout d'abord, le mot « yoğurt » désigne en turc le lait fermenté jusqu'à obtenir une consistance aigre et semi-solide ; il est dérivé du verbe « yoğurmak » (pétrir ou épaissir en français), qui signifie « épaissir », « coaguler » ou « couper ».¹⁴³

Tous deux rédigés au XI^e siècle, et figurent parmi les textes fondateurs de la langue et de la littérature turques post-islamiques. Le fait que le mot « yoğurt » apparaisse dans le *Kutadgu Bilig* et dans le *Dîvânü Lugâti't-Türk*, ouvrage encyclopédique et culturel de Kaşgarlı Mahmud, constitue l'un des témoignages écrits les plus anciens et les plus solides de l'appartenance de ce produit à la culture turque. Le yaourt occupe une place importante dans la mémoire linguistique et culturelle des Turcs.¹⁴⁴ En outre, le yaourt est l'un des produits les plus indispensables de la cuisine nationale turque, utilisé à la fois comme ingrédient dans la préparation des plats et comme accompagnement.¹⁴⁵ De la recette turque consommée au petit-déjeuner appelée « çılbrı », qui consiste en des œufs pochés servis sur du yaourt à l'ail avec du beurre et du piment rouge en poudre, à la recette à base de yaourt appelée « yoğurt çorbası » (soupe au yaourt) ; en passant par le yaourt servi en accompagnement de kebabs tels que l'iskender döner kebab, et comme accompagnement incontournable des repas du soir, le yaourt est un aliment extrêmement répandu à presque tous les repas, tant à la maison qu'au restaurant.

¹⁴³ Elena Hadjimbei, George Botsaris et Stavrie Chrysostomou, « Beneficial Effects of Yoghurts and Probiotic Fermented Milks and Their Functional Food Potential », *Foods*, vol. 11, 2691, 2022, <https://doi.org/10.3390/foods11172691>, pp. 1-15, spéc. p. 1, citant : Harold McGee, Patricia Dorfman, Janet Greene et Alex McGee, *On Food and Cooking: The Science and Lore of the Kitchen*, New York, Scribner, 2004, pp. 44-51.

¹⁴⁴ Yusuf Has Hâcib, *Kutadgu Bilig*, traduit du vieux turc oriental par Reşid Rahmeti Arat, préparé par Çetin Şan et Serap Tuba Yurteser, Istanbul, Kabalcı Yayınevi, 1^{re} éd. avril 2006 ; 2^e éd. septembre 2008, p. 765 (consulté le 29 mai 2025 via hudayiyolu.org.tr) ; Kaşgarlı Mahmud, *Dîvânü Lugâti't-Türk*. Traduction turque, traduit par Besim Atalay, Ankara, Türk Tarih Kurumu Basımevi, 1985 (Publications de la Société de la langue turque, no 2:521).

¹⁴⁵ Yekta Gezginç et Cuma Akbay, *An Analysis of Household's Yogurt Consumption in Turkey*, *Journal of Food and Nutrition Research*, vol. 3, no 4, 2015, pp. 285-289, <https://doi.org/10.12691/jfnr-3-4-9> (consulté le 29 mai 2025).

Sur le marché mondial, on peut affirmer que le fait que le yaourt soit vendu sous le nom de « yaourt grec » dans les supermarchés est essentiellement dû à une domination culturelle occidentale. En 2005, un entrepreneur turc, Hamdi Ulukaya, a acquis une usine de yaourt fermée à New York et a lancé en 2007, sous le nom de *Chobani Greek Yogurts*, un yaourt turc épais et crémeux.¹⁴⁶ Ulukaya est un entrepreneur originaire de l'Est de la Turquie : il est né à Erzincan, dans la région de l'Anatolie orientale, et sa famille est originaire d'Elazığ, également située dans cette même région.¹⁴⁷ Dans une interview où on lui a demandé pour quelle raison les yaourts *Chobani* étaient commercialisés comme des yaourts grecs et non comme des yaourts turs, il a répondu qu'il existait à l'époque un marché pour les yaourts grecs aux États-Unis et que les yaourts *Chobani* avaient poursuivi ce phénomène en conservant l'appellation « grec » et en le développant davantage.¹⁴⁸ Comme on peut le comprendre à partir de cette déclaration d'Ulukaya, le statut hégémonique obtenu par le yaourt sous l'appellation « grec » sur le marché mondial est le résultat d'un discours occidental. Ici, parallèlement à la critique de l'orientalisme d'Edward Said, il s'agit de conférer une nouvelle identité nationale à un produit culinaire de « l'autre » en lui attribuant l'adjectif grec, à travers le discours construit par l'Occident sur « l'autre ».¹⁴⁹ De cette manière, le produit en question, le yaourt, est approprié et re-codé. Par conséquent, le yaourt grec est non seulement un produit alimentaire et un produit culinaire, mais il est aussi devenu un symbole de l'idéologie occidentale à travers le gastronationalisme. Il convient d'ajouter que, sous l'Empire ottoman, notamment à Istanbul, la profession de laitier était largement dominée par des artisans d'origine bulgare, révélant une circulation régionale des savoir-faire autour du yaourt.¹⁵⁰ D'ailleurs, la demande conjointe de la Turquie et de la Bulgarie pour inscrire le yaourt sur la liste du

¹⁴⁶ « Chobani's Founder on Growing a Start-Up Without Outside Investors », *Harvard Business Review*, octobre 2013, <https://hbr.org/2013/10/chobanis-founder-on-growing-a-start-up-without-outside-investors> (consulté le 29 mai 2025).

¹⁴⁷ « Chobani Founder Hamdi Ulukaya on the Journey from Abandoned Factory to Yogurt Powerhouse » *Harvard Business Review*, 25 avril 2022, <https://hbr.org/2022/04/chobani-founder-hamdi-ulukaya-on-the-journey-from-abandoned-factory-to-yogurt-powerhouse> (consulté le 29 mai 2025).

¹⁴⁸ Meltem Ersoy, « Neden Türk değil de Yunan yoğurdu ? Chobani CEO'su Ulukaya Habertürk'e konuştu », *Habertürk*, 18 janvier 2015, <https://www.haberturk.com/ekonomi/alisveris/haber/1031847-neden-turk-degil-de-yunan-yogurdu?page=9> (consulté le 29 mai 2025).

¹⁴⁹ Said, *op. cit.*, p. 261.

¹⁵⁰ Nalan Turna, « Tanzimat'tan II. Meşrutiyet'e (1839-1908) Esnaf Hareketliliği, Devlet Kontrolü ve İstanbul », *Cihannüma Tarih ve Coğrafya Araştırmaları Dergisi*, vol. VI, no 2, décembre 2020, pp. 95-127, spéc. p. 105, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cihannuma/issue/58400/843130> (consulté le 29 mai 2025).

patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO en 2024 témoigne de la reconnaissance institutionnelle de cette histoire commune.¹⁵¹

En examinant les produits culinaires portant un nom national, on constate que le café turc est sans aucun doute un autre élément gastronomique. Bien que son arrière-plan soit différent, il existe ici aussi une controverse sur la dénomination, similaire à celle qui oppose la Turquie et la Grèce au sujet du yaourt. À la suite de l'intervention militaire turque à Chypre en 1974, de nombreux lieux et éléments portant l'adjectif « turc » en Grèce ont été renommés ; par exemple, « Tourkolimano » (le port turc) au Pirée est devenu « Mikrolimano » (le petit port).¹⁵² Le café n'a bien sûr pas échappé à cette dynamique. Avant l'opération de Chypre, le café était connu dans toute la Grèce sous le nom de « café turc ». Après que la junta militaire a pris le pouvoir et interdit tout ce qui portait une connotation turque, il a commencé à être désigné sous le nom de « café grec ».¹⁵³ La marque grecque Bravo a lancé une campagne publicitaire intitulée « We Call It Greek » (*Emeis ton leme Elliniko*), qui a réussi à transformer le nom d'un produit jusque-là relativement neutre dans la langue locale depuis plus d'un siècle en un symbole d'identité nationaliste renaissante. L'usage de l'un ou l'autre de ces noms est ainsi devenu un marqueur symbolique permettant de distinguer les « traîtres à la patrie » des « patriotes ».¹⁵⁴ Cependant, l'inscription du café turc au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO apporte une forme de clarification à ce sujet : l'adjectif national « turc » joue, dans le cadre du *nation branding* gastronomique, une fonction de renforcement de l'identité nationale à travers le cas spécifique du café turc.¹⁵⁵

Il est possible d'affirmer que le *lokoum*, accompagnement emblématique du café turc, constitue un élément fort de l'identité gastronomique de la Turquie, notamment grâce à sa notoriété sur le marché international, en particulier en Occident, sous

¹⁵¹ UNESCO, *États soumissionnaires et priorités pour le cycle de 2025*, n° 70, « Bulgarie; Türkiye – Traditional techniques of yogurt making and related social practices » (candidature multinationale), <https://ich.unesco.org/fr/etats-soumissionnaires-et-priorites-2025-01348> (consulté le 29 mai 2025).

¹⁵² Leonidas Karakatsanis, *Turkish-Greek Relations: Rapprochement, Civil Society and the Politics of Friendship*, London, Routledge, 2014, p. 11, n. 26, citant Takis Theodoropoulos, « The Coffee and the Anti-Greeks », *Ta Nea*, 28 July 2012, ainsi que Ilias Petropoulos, *Greek Coffee*, 1990.

¹⁵³ *Ibid.*

¹⁵⁴ *Ibid.*

¹⁵⁵ UNESCO, « La culture et la tradition du café turc », op. cit.

l'appellation de « Turkish Delight ».¹⁵⁶ Il est curieux de noter que dans son roman *The Lion, the Witch and the Wardrobe*, publié en 1950, l'auteur C. S. Lewis mentionne dix fois le « Turkish Delight » dans un seul chapitre.¹⁵⁷ Cette œuvre a été adaptée au cinéma en 2005 sous le même titre, en tant que premier film de la série *The Chronicles of Narnia*, et la scène mettant en scène le Turkish Delight a été fidèlement reprise dans l'adaptation.¹⁵⁸ Par conséquent, conformément au concept d'industrie culturelle¹⁵⁹ d'Adorno et Horkheimer, le « Turkish delight » a été reproduit dans le cadre des produits culturels et grâce à sa popularité croissante, il est ainsi devenu une représentation réussie du *nation branding*. Bien qu'il n'existe pas d'enregistrement d'indication géographique nationale ou internationale sous le nom de « Turkish Delight », sa notoriété en fait l'un des produits culinaires emblématiques de la Turquie.¹⁶⁰ En revanche, en 2007, une variété de loukoum appelée « Loukoumi Geroskipou » a obtenu le statut d'indication géographique protégée (IGP) accordé par l'Union européenne, dans la République turque de Chypre du Sud.¹⁶¹ En Grèce et dans l'administration chypriote grecque (dite République de Chypre), les tentatives d'appropriation du lokoum sous le nom de « Loukoumi » ou « Loukoumi Geroskipou » ; sans aucune référence au qualificatif « turc », témoignent de la persistance d'une tension identitaire autour de ce produit.

¹⁵⁶ Ali Batu et Bilal Kirmaci, « Production of Turkish delight (lokum) », *Food Research International* 42, 2009, p. 1-7, https://www.academia.edu/35656928/Production_of_Turkish_delight_lokum (consulté le 30 mai 2025).

¹⁵⁷ Del Kehl, « Grooving a Symbol: Turkish Delight in Narnia », *Sehnsucht: The C.S. Lewis Journal* 1, no 1, 2007, pp. 29-42, spéc. p. 30, <https://www.jstor.org/stable/48578647> (consulté le 30 mai 2025) ; Clive Staples Lewis, *The Lion, the Witch and the Wardrobe* New York, HarperCollins, 1972, chap. IV.

¹⁵⁸ Del Kehl, *op. cit.*

¹⁵⁹ Max Horkheimer et Theodor W. Adorno, *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1974, chap. « La production industrielle des biens culturels ».

¹⁶⁰ Oğuz Çam, « Dünyada ve Türkiye’de Lokum: Gastronomi Kapsamında Bir Değerlendirme », *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi* 7, no 2, 2024, pp. 325-342, spéc. pp. 333-336, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/4151456> (consulté le 30 mai 2025).

¹⁶¹ Union européenne - Commission européenne, « Loukoumi Geroskipou (PGI) », *Geographical indications and quality schemes - Geographical indications food and drink*, https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-food-and-drink/loukoumi-geroskipou-pgi_en (consulté le 30 mai 2025).

PARTIE II : LA RÉGION CONFLICTUELLE DE LA CUISINE : GUERRE CULINAIRE, DIPLOMATIE CULTURELLE ET PATRIMOINE PARTAGÉ ENTRE LA TURQUIE ET LA GRÈCE

Cette seconde partie aborde la cuisine comme un espace conflictuel de rivalité et de diplomatie. D'une part, on analyse la *guerre culinaire* ou la « gastro-guerre » ainsi que les stratégies de *soft power* gastronomique nourries par les revendications d'authenticité et une lutte pour la suprématie culturelle ; d'autre part, on dépasse les limites de ce champ conflictuel pour explorer les dynamiques transnationales, les cuisines hybrides, les appartenances multiples et la possibilité d'un passage de la guerre dans la cuisine à une paix à la table.

A. Guerre culinaire ou « gastro guerre » : une forme de conflit pour la suprématie nationale

La rivalité gastronomique entre la Turquie et la Grèce, au-delà d'une simple question d'appropriation culinaire, prend tout son sens dans un contexte où les identités nationales se construisent sur des plans politique, historique, culturel et social, à travers une opposition entre le soi et l'autre. Dans ce contexte, à l'instar du modèle *alter/ego* d'Alexander Wendt, le phénomène culinaire renvoie à un espace symbolique dans cette interaction duale où le moi et l'autre se définissent l'un par l'autre.¹⁶² En ce sens, les conflits d'appropriation qui se poursuivent à travers des produits culinaires tels que le baklava, le cacik ou les dolma, qui font souvent l'objet de débats compétitifs dans la culture populaire, vont au-delà d'une simple revendication gastronomique et constituent la réponse globale à l'objectif de reconnaissance, de légitimation et d'acceptation banale, quotidienne et populaire de l'identité nationale, fondée sur des racines historiques. Ainsi, en tant qu'espace, la cuisine devient un champ de bataille inclusif qui, dans le contexte de la gastronomie, donne un sens à « moi » et « l'autre » dans les relations internationales.

¹⁶² Wendt, *art. cit.*, cité dans Dunne, Kurki et Smith, *op. cit.*, p. 238.

Dans son article intitulé *The State as Person in International Theory* (L'État comme personne dans la théorie des relations internationales)¹⁶³, Wendt examine la capacité des acteurs étatiques à fonctionner comme des personnes dans les relations internationales. Selon Wendt, les États se comportent comme des individus dans la mesure où ils ont des intérêts et une identité.¹⁶⁴ La rivalité gastronomique entre la Turquie et la Grèce peut également être interprétée dans ce contexte. Dans le cadre du nationalisme banal, les expressions telles que « La Turquie revendique la paternité du baklava » ou « La Grèce s'approprie le tzatziki », qui apparaissent dans les médias et la presse, contiennent en réalité des discours dans lesquels l'acteur étatique est considéré comme un sujet personnel.

Partant de là, on peut affirmer que la formule de Carl von Clausewitz selon laquelle « la guerre est une simple continuation de la politique par d'autres moyens »¹⁶⁵ offre un cadre extrêmement pertinent pour analyser la rivalité gastronomique entre la Turquie et la Grèce. Cette rivalité, qui se déroule non pas sur un champ de bataille, mais à travers le patrimoine culinaire, correspond à une conception de la guerre internationale non armée, silencieuse, mais efficace. La rivalité gastronomique, qui vise à défendre les intérêts nationaux et la domination symbolique par le biais de la diplomatie gastronomique, se produit parallèlement à la proposition de Clausewitz.

1. Gastronomie comme instrument de *soft power*

Joseph S. Nye définit le *soft power* (puissance douce) comme la capacité d'orienter les préférences d'autrui par le pouvoir de l'attraction.¹⁶⁶ Il s'agit bien sûr d'une question de persuasion et d'attraction qui concerne les dirigeants des démocraties que chez ceux des pays autoritaires.¹⁶⁷ Les dirigeants et les politiciens des démocraties produisent quotidiennement du *soft power* en utilisant des méthodes de persuasion et

¹⁶³ Alexander Wendt, « The State as Person in International Theory », *Review of International Studies*, vol. 30, no 2, avril 2004, pp. 289-319, Cambridge, Cambridge University Press, [en ligne] : <https://www.jstor.org/stable/20097917> (consulté le 2 juin 2025).

¹⁶⁴ *Ibid.*

¹⁶⁵ Carl von Clausewitz, *De la guerre*, éd. abrégée, trad. de l'allemand et présenté par Nicolas Waquet, Paris, Rivages poche / Petite Bibliothèque, 2014, pp. 43-44.

¹⁶⁶ Joseph S. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York, PublicAffairs, 2004, p. 5.

¹⁶⁷ *Ibid.*, p. 6.

d'attraction.¹⁶⁸ En ce sens, on peut certainement parler de banalité du *soft power*, car il s'agit d'un élément fondamental de la politique démocratique quotidienne.

Le fait de considérer la gastronomie, élément culturel attrayant, comme un outil de diplomatie publique permet d'évoquer la notion de « gastrodiploatie ». ¹⁶⁹ La gastrodiploatie est donc une forme de *soft power* qui trouve son origine dans les sentiments nationalistes. Le lien entre identité et nationalisme, qui s'articule autour du sentiment d'appartenance, ainsi que la signification et l'influence attribuées à la cuisine sous l'effet de la mondialisation, expriment le concept de gastrodiploatie en tant qu'élément de *soft power* et outil de diplomatie culturelle.

Les termes *culinary diplomacy*¹⁷⁰ (la diplomatie culinaire) et *gastrodiploacy*¹⁷¹ (la gastrodiploatie), bien qu'ils aient deux significations différentes, sont souvent utilisés comme synonymes ou interchangeable. À première vue, il ne semble pas y avoir de différence majeure entre les deux, mais en réalité, leurs définitions, leurs portées, leurs acteurs, leurs publics cibles, leurs objectifs, leurs domaines et formes d'application sont distincts. Cela montre que ces deux concepts, que l'on peut qualifier de relativement nouveaux dans les sciences sociales, existent depuis longtemps dans la pratique, mais n'ont pas encore été appréhendés d'un point de vue théorique ; la distinction empirique entre les deux n'est pas encore clairement établie. Il ne fait aucun doute que la distinction entre ces deux concepts deviendra plus claire et plus profonde à mesure que les stratégies et les activités de diplomatie culinaire et de gastrodiploatie prendront de l'ampleur dans la vie quotidienne.

Il convient tout d'abord de distinguer la diplomatie culinaire, qui concerne les relations entre les États, de la gastrodiploatie, qui concerne les relations entre l'État

¹⁶⁸ Ibid

¹⁶⁹ Doğan Demirkıran et Ali Faik Demir, « Re-Thinking Gastronomy as a Foreign Policy Instrument: Turkish Cuisine and Turkey's Gastrodiploacy Activism », *Üsküdar University Journal of Social Sciences*, no 17, 2023, pp. 1-19, <https://dergipark.org.tr/en/pub/uskudarsbd/issue/82418/1335172> (consulté le 3 juin 2025).

¹⁷⁰ Sam Chapple-Sokol, « Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds », *The Hague Journal of Diplomacy*, vol. 8, 2013, pp. 161-183, <http://culinarydiplomacy.com/wp-content/uploads/2013/09/breaking-bread-to-win-hearts-and-minds.pdf> (consulté le 4 juin 2025). Cet article offre l'une des conceptualisations académiques les plus complètes du concept de « culinary diplomacy ».

¹⁷¹ Paul Rockower, « Projecting Taiwan: Taiwan's Public Diplomacy Outreach », *Issues & Studies*, vol. 47, no 1, 2011, pp. 107-152, [https://doi.org/10.7033/ISE.201103_47\(1\).0004](https://doi.org/10.7033/ISE.201103_47(1).0004) (consulté le 4 juin 2025). Cet article contient l'une des premières définitions académiques détaillées du concept de « gastrodiploacy ».

et l'espace public.¹⁷² À cet égard, il est important de préciser que l'expression « espace public » désigne essentiellement l'espace public d'autres nations ou États-nations. Selon le chercheur Sam Chapple-Sokol, la diplomatie culinaire consiste à utiliser la nourriture comme un outil pour créer des interactions interculturelles dans le but de renforcer les interactions et la coopération et de communiquer par le biais de la nourriture.¹⁷³ La diplomatie culinaire consiste à utiliser la nourriture et les boissons afin de créer une atmosphère amicale entre les dirigeants, les hauts fonctionnaires et les missions diplomatiques lors de visites, de négociations, d'activités diplomatiques et de réunions dans le cadre des relations intergouvernementales. Le concept de diplomatie culinaire offre un cadre officiel dans lequel les repas officiels entre responsables gouvernementaux dans le contexte des relations interétatiques, les symboles et le partage des repas véhiculent des messages non verbaux. La diplomatie culinaire est également une stratégie qui utilise la culture gastronomique et culinaire pour établir ou développer les interactions culturelles et le dialogue entre les États. Ce type de diplomatie vise à établir des ponts entre les nations par le biais de la nourriture, des traditions et de la culture culinaire. La diplomatie culinaire peut donc être considérée comme un « outil de négociation ». ¹⁷⁴ Partant de ces définitions, on peut dire que, au début du mois de décembre 2001, la participation de Glafcos Cléridès au dîner donné en son honneur par Rauf Denктаş en République turque de Chypre du Nord, puis, à la fin du même mois, la visite de retour de Denктаş qui s'est rendu, pour la première fois depuis vingt-six ans, dans la partie grecque de Nicosie afin d'assister au dîner offert en son honneur par le dirigeant de l'administration chypriote grecque, Cléridès, constituent de bons exemples de diplomatie culinaire.¹⁷⁵

D'une certaine manière, la diplomatie culinaire est une extension du concept de *smart diplomacy* (diplomatie intelligente) défini par l'ancienne secrétaire d'État

¹⁷² « Géopolitique du goût : diplomatie culinaire et gastrodiploatie », *Portail de l'IE*, avril 2015, <https://www.portail-ie.fr/univers/influence-lobbying-et-guerre-de-linformation/2015/geopolitique-du-gout-diplomatie-culinaire-et-gastrodiploatie/> (consulté le 13 juin 2025).

¹⁷³ Chapple-Sokol, *op. cit.*, p. 162.

¹⁷⁴ Pierre Sivignon, « La gastronomie au cœur des relations internationales - Négociation diplomatique et influence internationale », *Classe Internationale*, 26 avril 2022, <https://classe-internationale.com/2022/04/26/la-gastronomie-au-coeur-des-relations-internationales-negociation-diplomatique-et-influence-internationale/> (consulté le 13 juin 2025).

¹⁷⁵ « The Cyprus sticking point », *The Economist*, 4 décembre 2001, <https://www.economist.com/news/2001/12/04/the-cyprus-sticking-point> (consulté le 13 juin 2025) ; « Denktash Makes Landmark Visit to Southern Cyprus », *Reuters*, décembre 2001, disponible via IslamWeb, <https://www.islamweb.net/en/article/3060/denktash-makes-landmark-visit-to-southern-cyprus> (consulté le 13 juin 2025).

américaine Hillary Clinton.¹⁷⁶ Même si la diplomatie culinaire semble être un élément de *soft power*, elle possède indéniablement une dimension de *smart power* (le pouvoir intelligent). Nye définit le *smart power* comme la combinaison stratégique du *hard power* et du *soft power*.¹⁷⁷ Même s'il n'y a pas de guerre au sens de la théorie du réalisme classique en relations internationales, la cuisine génère un conflit et, par conséquent, considérer la diplomatie culinaire comme un élément de *soft power* et n'en accepter que l'aspect pacifique revient à aller à l'encontre de la notion dans son ensemble. Dans cette optique, il convient de noter que la diplomatie culinaire ne vise pas toujours à convaincre par le charme, que son aspect conflictuel ne doit pas être négligé et qu'elle peut même être à elle seule une cause de conflit. La diplomatie culinaire, qui a trouvé sa place dans la littérature en tant que représentation du *soft power*, peut être qualifiée de *smart power*, qui revendique parfois son aspect conflictuel, mais qui ne comporte pas de couches de coercition telles que le *hard power*. En effet, soulignant que le repas est la plus ancienne forme de diplomatie, Mme Clinton a été à l'origine de la création du *Diplomatic Culinary Partnership* (*Partenariat culinaire diplomatique*, ci-après « DCP ») en septembre 2012, lorsqu'elle était secrétaire d'État, et a ainsi donné une nouvelle dimension à l'initiative culinaire des États-Unis dans le domaine diplomatique.¹⁷⁸ Partant de là, on peut affirmer que la diplomatie culinaire, concept multidimensionnel, a acquis sa signification actuelle grâce aux actions de Hillary Clinton, figure politique de premier plan. Ce type de concept n'est pas toujours introduit dans la littérature par des universitaires, mais peut également l'être par des politiciens.

Tout comme la diplomatie culinaire, la gastrodiplomatie vise à établir des relations amicales internationales. La différence la plus frappante réside dans le fait que, dans la diplomatie culinaire, les acteurs sont les États et les missions diplomatiques, tandis que dans la gastrodiplomatie, les acteurs sont les États et les 'autres' peuples. Le concept de *gastrodiplomacy* (le gastrodiplomatie) a été utilisé pour la première fois en 2002 dans un article du magazine *The Economist*, qui analysait les efforts de diplomatie publique menés par le gouvernement thaïlandais dans le cadre de la campagne/du programme « Global Thai » visant à promouvoir la cuisine

¹⁷⁶ Charles Spence, « Gastrodiplomacy: Assessing the Role of Food in Decision-Making », *Flavour*, vol. 5, no 4, 2016, p. 1-16, <https://flavourjournal.biomedcentral.com/articles/10.1186/s13411-016-0050-8> (consulté le 14 juin 2025); voir aussi Kul, *op. cit.*, p. 88.

¹⁷⁷ Nye, *op. cit.*, p. 32.

¹⁷⁸ Spence, *op. cit.*

thaïlandaise dans le monde.¹⁷⁹ Cet article ne propose pas une explication théorique du concept de gastrodiplomatie, mais son utilisation dans le contexte des stratégies mises en œuvre par la Thaïlande a contribué à le populariser auprès des lecteurs et du grand public.¹⁸⁰ Ainsi, les efforts du gouvernement thaïlandais contribuent à la compréhension du concept de « gastrodiplomatie » en tant qu'ensemble de stratégies visant à utiliser la cuisine comme un outil de politique étrangère, et ont permis d'introduire ce concept dans la littérature académique. Paul Rockower est le nom qui a théorisé et conceptualisé la gastrodiplomatie. Selon lui, la gastrodiplomatie est une forme de diplomatie culturelle qui s'inscrit dans le cadre de la diplomatie publique et qui offre la possibilité de découvrir concrètement une autre culture et d'entrer ainsi en contact avec elle.¹⁸¹ En d'autres termes, on peut dire que la gastrodiplomatie est l'ensemble des stratégies de *soft power* mises en œuvre par les États pour promouvoir leur cuisine à l'échelle internationale et créer une image positive, ou pour améliorer leur image existante.¹⁸²

En Grèce, le *New International Youth Gastrodiplomacy Project* (le Nouveau projet international de gastrodiplomatie pour les jeunes, avril 2022) constitue un exemple significatif de la *gastrodiplomatie*.¹⁸³ Dans le cadre de ce projet, des étudiants en gastronomie et arts culinaires de Thessalonique et d'Israël ont préparé des plats traditionnels de leur pays respectif, filmé le processus et diffusé les vidéos en direct.¹⁸⁴ Soutenue par le ministère du Tourisme grec et la *World Food Travel Association*, cette initiative crée un solide environnement de dialogue interculturel à travers la gastronomie. En regardant la Turquie, l'initiative gastrodiplomatique la plus réussie est sans doute le projet *Turkish Coffee Truck* (Camion de Café Turc), lancé en 2008 aux États-Unis par une citoyenne turco-américaine, Gizem Şalcıgil White, avec un groupe de volontaires, via la création du site web www.turkayfe.org.¹⁸⁵ Ce projet a conduit,

¹⁷⁹ « Thailand's Gastro-Diplomacy: Like the Cuisine, Like the Country », *The Economist*, vol. 362, no 8261, 2002, <https://www.economist.com/asia/2002/02/21/thailands-gastro-diplomacy> (consulté le 15 juin 2025).

¹⁸⁰ *Ibid.*

¹⁸¹ Paul Rockower, « Recipes for Gastrodiplomacy », *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 8, no 3, 2012, pp. 235-246, <https://www.semanticscholar.org/paper/Recipes-for-gastrodiplomacy-Rockower/9d95d95a073bd93cc31be70511cd64b2f63d8653> (consulté le 15 juin 2025).

¹⁸² Lionel Choukroun, « Le chef et le diplomate », *Géoéconomie*, no 78/1, 2016, pp. 175-186, <https://www.cairn.info/revue-geoéconomie-2016-1-page-175.htm> (consulté le 16 juin 2025).

¹⁸³ « New International Youth Gastrodiplomacy Project », *World Food Travel Association*, avril 2022, <https://www.worldfoodtravel.org/new-international-youth-gastrodiplomacy-project> (consulté le 16 juin 2025).

¹⁸⁴ *Ibid.*

¹⁸⁵ Kul, *op. cit.*, pp. 156-161.

en 2011, au lancement d'une série d'événements intitulés « *Le Café Turc : du XVIe au XXIe siècle et au-delà* », organisés en coopération avec la plus célèbre entreprise de café en Turquie, *Kuru Kahveci Mehmet Efendi*, l'Association turco-américaine de Washington, l'ambassade de Turquie à Washington et la Maison turque à New York.¹⁸⁶ Face à l'intérêt croissant pour ces événements, le projet *Turkish Coffee Truck* a été concrétisé. À bord d'un camion décoré de motifs traditionnels reflétant la culture du café turc, cette initiative a pris de l'ampleur à travers cinq États américains, offrant non seulement du café turc, mais aussi des spécialités de la cuisine turque telles que le lokoum, le *salep* et la *boza*.¹⁸⁷

2. Authenticité, conservatisme gastronomique et rivalité fraternelle des identités culinaires

À l'heure où la nourriture est devenue un moyen de différenciation, l'authenticité gastronomique est un facteur important qui détermine la position internationale d'une cuisine. La standardisation est très utile dans le domaine de l'authenticité gastronomique.¹⁸⁸ En effet, l'authenticité d'une cuisine ne peut être garantie et préservée qu'en l'institutionnalisant, puis en la protégeant et en la conservant. Ce processus, que nous pouvons qualifier de « gastro-conservatisme », au fond, sert aussi à mettre en place une stratégie de *nation branding* et trouve son origine directement dans le gastronationalisme.¹⁸⁹ Le réflexe de protection des éléments gastronomiques et de la culture culinaire propres à un individu, une institution ou une organisation appartenant à un État-nation est une stratégie qui contribue à la construction de l'identité nationale et à sa préservation.

Dans ce contexte, le programme « Global Thai » mis en œuvre par le gouvernement thaïlandais a rencontré un grand succès grâce à l'envoi de chefs thaïlandais dans différents pays du monde et à l'ouverture de restaurants thaïlandais aux quatre coins du globe.¹⁹⁰ Le gouvernement thaïlandais a réalisé cet objectif en proposant des cours de cuisine, en fournissant des informations sur ce sujet, en investissant dans la création de restaurants thaïlandais dans le monde entier et en

¹⁸⁶ *Ibid.*

¹⁸⁷ *Ibid.*

¹⁸⁸ DeSoucey, *op. cit.*, pp. 437-442.

¹⁸⁹ *Ibid.*

¹⁹⁰ Ichijo et Ranta, Food, National Identity and Nationalism, *op. cit.*, pp. 153-155.

exportant des produits culinaires qu'il présente comme « authentiques ».¹⁹¹ L'authenticité des plats vise à garantir la standardisation de la cuisine thaïlandaise à l'échelle internationale et nationale, ainsi qu'à améliorer son image authentique.¹⁹² La diplomatie du dim sum de Taïwan, la diplomatie du kimchi de la Corée et la diplomatie du samosa de l'Inde sont des exemples de gastrodiploatie similaires au plan « Global Thai » mené par le gouvernement thaïlandais.¹⁹³

Après avoir standardisé et protégé les éléments et les valeurs gastronomiques d'une nation-État, celle-ci revendique ensuite son appartenance en affirmant « ceci est à moi ». Comme on ne peut parler d'un « moi » sans « autre », le gastro-conservatisme établit en réalité une position de séparation par rapport à l'autre.¹⁹⁴ L'authenticité gastronomique est donc essentielle pour préserver et perpétuer l'identité culturelle face à l'autre. Les éléments gastronomiques standardisés sont des outils qui permettent de distinguer « l'autre » de « nous » ; ils renforcent ainsi notre revendication nationaliste selon laquelle nous avons une identité unique.

En 1986, l'empoisonnement et le décès de 19 personnes dans la région des Langhe, causés par la présence de méthanol dans des vins locaux, ainsi que l'annonce de l'ouverture d'un restaurant McDonald's sur la Piazza di Spagna à Rome, ont marqué le début du mouvement *Slow Food* en Italie.¹⁹⁵ En protestant contre l'ouverture du restaurant, et sous son appellation anglaise *Slow Food*, une réaction contre la culture fast-food a été exprimée. Le mouvement *Slow Food*, qui a continué à gagner en popularité avec son slogan « Good, clean, fair » (bon, propre, juste), s'est opposé aux menaces de l'époque contre les traditions gastronomiques, l'alimentation saine et l'authenticité.¹⁹⁶ Cette conception est toujours d'actualité sous le même nom. Dans le cadre du mouvement *Slow Food* en Turquie, les initiatives relatives aux fromages gruyère¹⁹⁷ et kaşar dans le village de Boğatepe, à Kars, constituent un exemple

¹⁹¹ *Ibid.*

¹⁹² *Ibid.*

¹⁹³ Ichijo et Ranta, *Food, National Identity and Nationalism*, *op. cit.*, pp. 25-26.

¹⁹⁴ Wendt, « Anarchy Is What States Make of It », *art. cit.*, pp. 391-425.

¹⁹⁵ Stephen Schneider, « Good, Clean, Fair: The Rhetoric of the Slow Food Movement », *College English*, vol. 70, no 4, 2008, pp. 384-402, spéc. pp. 385-386, <https://www.jstor.org/stable/25472277> (consulté le 17 juin 2025).

¹⁹⁶ *Ibid.*, pp. 387-392.

¹⁹⁷ Kenan Arınç, « Boğatepe Köyü'nde Gravyer Peyniri Üretimi ve Sürdürülebilir Gelişme Açısından Önemi (Kars/Türkiye) », *Türk Coğrafya Dergisi*, no 70, 2018, p. 7, <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/448422> (consulté le 18 juin 2025). Le fromager suisse David Moser, arrivé en 1878 dans le village de Boğatepe, alors sous occupation russe, constata que la

remarquable de standardisation des techniques traditionnelles de fabrication du fromage dans la région et de soutien aux producteurs locaux.¹⁹⁸ İlhan Koçulu, président du conseil d'administration de *Koçulu Peynircilik* (Koçulu Fromagerie) et fondateur de l'association *Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği* (Association pour l'environnement et la vie de Boğatepe), est également un pionnier du mouvement *Slow Food* dans la région.^{199,200} En outre, la communauté *Slow Food* de l'île de Marmara poursuit activement ses activités autour des olives, de l'huile d'olive, des poissons et autres produits de la mer propres à l'île.²⁰¹ En Grèce, les restaurants d'Athènes et de Patras proposent des menus composés de produits locaux et nationaux, et cette approche, bien qu'elle ne soit pas spécifiquement désignée comme telle, est parallèle aux principes fondamentaux du mouvement *Slow Food* en matière d'authenticité gastronomique.²⁰²

Priscilla Parkhurst Ferguson, qui a conceptualisé le nationalisme culinaire et l'a approfondi dans la littérature académique, propose les recettes de cuisine et les codes de vision de la vie qui leur sont associés comme indicateurs fondamentaux de l'identité.²⁰³ Tout en préservant le lien authentique entre le régional et le patrimoine historique, la conception de Ferguson nous aide à examiner les formes de traitement de la culture culinaire à travers la nostalgie et la représentation, et nous permet d'établir un pont entre l'idée de gastro-conservatisme et le mouvement *Slow Food*.

région possédait des conditions idéales pour la production de gruyère – hauts plateaux, pâturages riches et climat froid – ; il y fonda une première petite laiterie, et la production se diffusa rapidement.

¹⁹⁸ Şaban Çelikoğlu et Evren Atış, « Boğatepe Köyü'nde (Kars) Geleneksel Kars Gravyer ve Kaşar Peyniri Üretiminin Yöre Ekonomisi ve Tanıtımına Katkısı », *Actes du Türk Coğrafya Kurumu 75. Kuruluş Yılı Uluslararası Kongresi*, İstanbul, Türk Coğrafya Kurumu Yayınları, 2017, pp. 310-324, https://www.researchgate.net/publication/327719744_Bogatepe_Koyu%27nde_Kars_Geleneksel_Kars_Gravyer_ve_Kasar_Peyniri_Uretimini_Yore_Ekonomisi_ve_Tanitimina_Katkisi (consulté le 19 juin 2025) ; Saniye Gül Güneş ve Dilek Gökçen Sabur, « Slow Food Hareketi yerel lezzet turları örneğinde », *Journal of Food Nutrition and Gastronomy-JFNG*, vol. 2, no 1, 2023, pp. 105-123, spéc. pp. 114-119, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2991406> (consulté le 19 juin 2025).

¹⁹⁹ Çelikoğlu et Atış, *op. cit.*, pp. 310-324.

²⁰⁰ « İlhan Koçulu », Relations publiques, Conseil du Tourisme de la Turquie (Kültür ve Turizm Bakanlığı), <https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/TR-204436/ilhan-koculu.html> (consulté le 19 juin 2025).

²⁰¹ « Webinar : Applications Slow Food sur l'île de Marmara », Département de gastronomie et arts culinaires, Université de Beykoz, animé par Dr. Emine Önel Kurt (co-leader, Communauté Slow Food Marmara Adası) et modéré par Dr. Serap Nazır, 7 novembre 2024, <https://www.beykoz.edu.tr/etkinlik/5095-webinar-marmara-adasi-slow-food-uygulamaları> (consulté le 19 juin 2025).

²⁰² Gerasimos-Panagiotis Angelopoulos, Jan Arend Schulp et Vanessa de Oliveira Menezes, « Local food and authenticity in Greek restaurants », *Research in Hospitality Management*, vol. 9, no 1, 2019, pp. 63-68, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/22243534.2019.1653605> (consulté le 19 juin 2025)

²⁰³ Ferguson, *op. cit.*, pp. 102-104.

Le concept de « glocalisation », qui renforce le mouvement *Slow Food*, est un phénomène apparu dans le monde des affaires japonais dans les années 1980 et qui a été approfondi dans la littérature académique en 1990 avec Ronald Robertson.²⁰⁴ Comme son nom l'indique, ce concept, qui peut être décrit comme un mélange entre le global et le local, exprime une double interaction : grâce à la glocalisation, le local peut se manifester dans le global, et le global dans le local. Ainsi, lorsqu'on se concentre sur l'authenticité gastronomique, cela explique la préservation du gastronomisme, qui se nourrit du local, dans les activités de promotion et de représentation telles que les stratégies de *nation branding* au niveau international ; cela fonctionne selon la logique « penser global, agir local »²⁰⁵. La coexistence de l'homogénéisation et de l'hétérogénéisation due à l'interaction entre le local et le global trouve en fait un écho dans le mouvement *Slow Food*, mais montre également qu'il est possible de tirer parti du local dans le cadre du fast food. Partant de là, le concept de « mcdonaldisation » de George Ritzer, bien qu'il représente une menace à la fois pour le mouvement *Slow Food* et pour l'authenticité gastronomique, bénéficie en quelque sorte de la glocalisation à sa manière.²⁰⁶ À titre d'exemple, le menu « McTurco », introduit en 2004 dans les restaurants McDonald's en Turquie, se présente comme un fast-food authentique inspiré de la gastronomie locale. De plus, en 2003, le géant mondial de l'alimentation et des boissons PepsiCo, propriétaire de la célèbre marque de chips Doritos, a commercialisé dans les supermarchés turcs des chips appelées « Doritos Alaturka » avec le slogan « Uniques au monde », ce qui constitue aussi un exemple réussi de glocalisation.²⁰⁷²⁰⁸ De la même manière, le menu « Greek Mac » qui a pris sa place dans les restaurants McDonald's en Grèce et la commercialisation des chips

²⁰⁴ Roland Robertson, « Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity », dans *Global Modernities*, éd. Mike Featherstone, Scott Lash et Roland Robertson, Londres, Sage Publications, 1995, pp. 25-44, <https://warwick.ac.uk/fac/arts/history/students/modules/hi31v/syllabus/week18/robertson-1995.pdf> (consulté le 20 juin 2025).

²⁰⁵ İsmail Metin et Yıldırım Kızgın, « Multinational Fast Food Chains' Global Think, Local Act » Strategy: A Case Study on McDonald's Turkey », *International Journal of Marketing Studies*, vol. 7, no 1, 2015, pp. 106-116, <https://ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/42389> (consulté le 20 juin 2025).

²⁰⁶ George Ritzer, *Toplumun McDonaldlaştırılması: Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme*, trad. Şen Süer Kaya, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2e éd., 2011, p. 23.

²⁰⁷ *Ibid.*, p. 108.

²⁰⁸ Leman Nazlıcan Kiraz, « The Role of Culture in Glocal Advertisements of Global Brands: A Comparison Between Turkey and United Kingdom », mémoire de master, Université d'Économie d'Izmir, 2021, pp. 45-46, <https://gris.ieu.edu.tr/bitstream/20.500.14365/332/1/2422.pdf> (consulté le 20 juin 2025).

«Wavy Tzatziki » de la marque Lay's, une marque appartenant également à PepsiCo, sont des exemples qui illustrent parfaitement le concept de glocalisation.²⁰⁹

3. Cuisine comme champ de bataille : une lutte pour la suprématie gastronomique

Ode à l'artichaut

« L'artichaut
au coeur tendre
s'est vêtu en guerrier,
droit, il a construit
un petit dôme,
il est resté
imperméable
sous
ses écailles »²¹⁰

- Pablo Neruda

Dans ces vers, le diplomate, homme politique et poète chilien Pablo Neruda présente les éléments culinaires qui font partie de la vie quotidienne comme un reflet symbolique des domaines de la guerre, de la lutte et du pouvoir. Neruda y dépeint l'artichaut tel un guerrier, mêlant à travers la poésie l'image culinaire à des métaphores de la lutte. Dans le contexte des relations internationales, il est nécessaire de comprendre la cuisine afin d'analyser un conflit ou une guerre à travers le prisme de la nationalité des éléments alimentaires, de leurs modes de production et de consommation. En tant qu'espace, la cuisine est essentiellement un ensemble de ressources, de règles et d'expériences. Partant du principe (ou de l'idée souvent attribuée à Ibn Khaldûn) que « la géographie est le destin²¹¹ », on peut affirmer que la

²⁰⁹ Feriha Dikmen Deliceirmak, « The Glocal Marketing Strategies of Global Brands: Coca-Cola and McDonald's », *Journal of International Business and Management*, vol. 5, no 7, 2022, pp. 1-22, spéc. pp. 16-22, <https://rpajournals.com/wp-content/uploads/2022/07/JIBM-2022-06-5414.pdf> (consulté le 21 juin 2025) ; Prepared Foods Editorial Staff, « Lay's Wavy Tzatziki, Masala and Honey Butter », *Prepared Foods*, 16 août 2024, <https://www.preparedfoods.com/articles/129619-lays-wavy-tzatziki-masala-and-honey-butter> (consulté le 21 juin 2025).

²¹⁰ Pablo Neruda, *Odas elementales*, Buenos Aires, Editorial Losada, 1954, pp. 17-19 ; id., *Odes élémentaires*, trad. de l'espagnol par Jean-Francis Reille, Paris, Gallimard, coll. « Du monde entier », 1974.

²¹¹ Ibn Haldûn, *Mukaddime*, 2 vol., éd. Süleyman Uludağ, Istanbul, Dergâh Yayınları, 6e éd., 2009. Cette formule est fréquemment attribuée à Ibn Khaldûn, sans toutefois apparaître textuellement dans sa *Muqaddimah* (1377). Elle reflète une interprétation de ses analyses sur l'influence déterminante de la géographie sur les sociétés.

géographie détermine également le destin de la cuisine. Comprendre la cuisine, c'est avoir une idée de la géographie d'une communauté ou d'une région, mais c'est aussi comprendre son histoire, ses codes culturels, ses traditions et, surtout, ses habitudes. Selon Christian Boudan, les règles relatives à la cuisine varient en fonction de l'environnement écologique et des données géographiques et climatiques. De plus, ces règles produisent des systèmes de goûts.²¹² Ces systèmes de goût, que l'on peut qualifier comme le produit de cet ensemble de règles, renvoient au cadre interconnecté que Pierre Bourdieu désigne par *habitus*²¹³ et *goût*²¹⁴. Ce cadre se rapporte non pas à la dimension géographique et climatique de l'acte de manger et de boire, mais à sa banalité, à son caractère ordinaire et à sa reproduction quotidienne.

Les recettes et les techniques culinaires, leur élaboration et même leur mode de consommation fournissent également des indications géographiques sur une région. À ce stade, étant donné qu'il s'agit d'un terme générique, lorsque la cuisine reste trop générale, le terme approprié est « gastronomie ». Comme on peut le comprendre, le terme « gastronomie » a une connotation plus scientifique, académique et professionnelle. Dans son ouvrage intitulé *Géopolitique du goût : la guerre culinaire*, Boudan affirme que la gastronomie « est née au début du XIXe siècle de la collaboration entre les écrivains et les professions liées à l'alimentation, dans le but de diffuser largement l'art culinaire, qui s'était développé au service de la noblesse, auprès des classes bourgeoises ».²¹⁵ Le mot gastronomie est finalement une science, dans la mesure où il offre une réponse scientifique aux processus culinaires tels que la préparation et la consommation des aliments. Il se distingue donc de la cuisine, qui est un terme plus général, même s'il n'y a pas de différences profondes entre les deux. Dans le sens qu'il a acquis depuis le point de départ indiqué par Boudan jusqu'à aujourd'hui, la gastronomie est « une discipline qui étudie les relations entre la culture, la cuisine et les habitudes alimentaires ».²¹⁶ Partant de là, il convient de souligner que c'est la gastronomie qui établit et explique la relation entre la cuisine et les autres disciplines.

²¹² Christian Boudan, *Mutfak Savaşı : Damak Zevkinin Jeopolitiği*, trad. du fr. par Yaşar Avunç, Istanbul, Ayrıntı Yayınları, 2006, p. 18.

²¹³ Bourdieu, *Le sens pratique*, op. cit., p. 88.

²¹⁴ Bourdieu, *La Distinction*, op. cit., p. 482.

²¹⁵ Boudan, op. cit., p. 12, cité d'après ma traduction du turc.

²¹⁶ Kul, op. cit., p. 19, cité d'après ma traduction du turc.

Contrairement à la notion de cuisine, la gastronomie est une discipline qui englobe le cadre culturel et le contexte historique des aliments et des boissons, tout en mettant en lumière leurs dimensions politiques et socio-économiques. C'est pour cette raison qu'il est important de garder à l'esprit, lorsque l'on évoque les luttes culinaires sur fond de nationalisme, qui constituent le cadre principal de cette thèse, qu'il s'agit en réalité d'une guerre gastronomique, liée à la gastronomie. C'est pourquoi, à partir de ce stade, l'utilisation du concept de « gastro-guerre » à la place de « guerre culinaire » permettra d'approfondir la compréhension théorique et empirique de ce travail, ce qui contribuera à la construction d'une analyse de la guerre gastronomique dans les relations internationales et la société contemporaine. En effet, si la guerre culinaire fait uniquement référence à une guerre alimentaire, le point où la préparation, la présentation, les modes de consommation, la promotion, les origines, l'histoire et les récits qui se cachent derrière un plat deviennent un conflit entre deux ou plusieurs nations est, en substance, une guerre gastronomique, c'est-à-dire une « gastro-guerre ».

La cuisine, qui joue un rôle considérable dans la construction et la préservation de l'identité nationale, constitue une source unique en son genre, car elle reflète la géographie, l'histoire et les codes culturels d'une nation. Elle contribue indéniablement au renforcement du sentiment d'appartenance. Au-delà d'une simple nécessité vitale, manger est l'un des principaux éléments qui constituent et façonnent l'identité. En tant que lieu reflétant l'identité, les habitudes et le patrimoine historique d'une société, la cuisine joue un rôle important dans la construction de la mémoire collective. Ensemble d'habitudes, la culture culinaire est essentiellement un récit. La géographie est la principale source qui alimente ce récit, qui est une forme d'expression de l'histoire et de l'identité des peuples. La culture culinaire d'une région ou d'une société ne se limite pas aux produits cultivés sur ces terres, mais se reproduit grâce à l'accumulation et à la répétition quotidienne des ustensiles de cuisine développés dans cette région, des techniques, des recettes et des habitudes de consommation qui en découlent. Par conséquent, la géographie sert avant tout à cuisiner et la cuisine constitue dès lors le champ de bataille lui-même.²¹⁷ La spatialité de la cuisine doit être comprise à travers la géographie, c'est-à-dire le territoire, car la cuisine est une réponse à ce que la

²¹⁷ Yves Lacoste, *Coğrafya, Her Şeyden Önce Savaş Yapmaya Yarar*, trad. du fr. par Selim Sezer, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2014 ; voir aussi l'ouvrage.

géographie offre. Le sol, le climat et les ressources naturelles sont les éléments fondamentaux qui constituent la culture culinaire d'une société ; en d'autres termes, toutes les cuisines sont le produit de la géographie dans laquelle elles s'inscrivent. Les produits qui peuvent être cultivés dans cette géographie et la manière dont les gens les servent à table déterminent le caractère de la cuisine. En résumé, il existe une cuisine créée par la géographie ; une cuisine naît et se développe à partir de ces terres, puis devient la géographie de cette cuisine.²¹⁸

Selon Henri Lefebvre, les concepts d'État, d'espace et de territoire sont inextricablement liés : chaque terme implique analytiquement et historiquement les autres. Lefebvre souligne donc non seulement la nécessité d'appréhender le pouvoir étatique dans une perspective spatialisée et territorialisée, mais aussi le rôle essentiel que joue l'État dans l'exercice de son pouvoir sur l'espace territorial.²¹⁹ Dans les écrits de Lefebvre, le concept d'« espace étatique » est généralement utilisé comme synonyme de territoire. Bien que Lefebvre n'ait jamais explicitement formulé cette idée, une grande partie du cadre analytique qu'il applique à la question de l'espace étatique implique directement une conceptualisation de l'espace étatique en tant que territoire.²²⁰ Tout comme la nation est imaginée comme une communauté, l'espace national doit également être imaginé.²²¹ Dans le contexte de l'identité et des intérêts, les communautés attribuent un sens au cadre national qu'elles imaginent. En d'autres termes, le sens social s'acquiert dans un contexte social. Ainsi, le lien entre la nation et la cuisine en tant qu'espace dépasse, dans le contexte de la « gastro-guerre », la simple question de savoir à quel peuple appartient tel ou tel plat, pour aboutir à la transformation des productions culturelles liées à des récits historiques en véritables enjeux de lutte sur la scène internationale. De la même manière que, lors des compétitions sportives internationales, les athlètes aussi bien que les supporters ou les spectateurs reproduisent un langage propre à la guerre en brandissant des drapeaux, et que la victoire est assimilée à un triomphe militaire, dans la gastro-guerre, gagner équivaut à conquérir un territoire, tandis que perdre équivaut à la perte d'un

²¹⁸ *Ibid.*

²¹⁹ Neil Brenner et Stuart Elden, « Henri Lefebvre on State, Space, Territory », *International Political Sociology*, vol. 3, no 4, 2009, pp. 353-377, spéc. p. 364, <https://academic.oup.com/ips/article-abstract/3/4/353/1798607?redirectedFrom=fulltext> (consulté le 22 juin 2025).

²²⁰ *Ibid.*, p. 365.

²²¹ Billig, *op. cit.*, p. 89.

territoire.²²² Or, perdre un territoire, puisqu'il s'agit du territoire de l'espace national imaginé, c'est comme perdre sa maison ; c'est douloureux.²²³ Dès lors, la gastro-guerre entre la Turquie et la Grèce, au-delà d'une lutte pour le patrimoine culturel, est un conflit symbolique qui ravive les souffrances et les pertes historiques des deux parties lors de la Guerre d'Indépendance turque et du processus du traité de Lausanne.

Carl Schmitt définit le concept de territoire comme un « espace politique ». Il s'agit d'un espace vital pour la souveraineté et l'existence politique d'une société. Le territoire, qui délimite les frontières d'une société, sert de symbole à l'unité politique et d'espace à protéger, et le territoire contrôlé par un État est une manifestation concrète de la souveraineté de cet État.²²⁴ Pour Lefebvre, l'espace a également une dimension politique, car l'espace est politique. Lefebvre nous dit que l'espace (social) n'est pas seulement un lieu de conflit, mais aussi un objet de lutte en tant que moyen de contrôle, de domination et de pouvoir.²²⁵ Le nationalisme, présent dans tous les domaines de la vie, est un exemple remarquable de cette idée de domination ; en effet, le concept de domination ne concerne pas seulement l'État, il est directement lié à la vie quotidienne et il est impossible de parler des limites de ce pouvoir dominant. Le conflit entre « notre plat » et « non, c'est notre plat » a également une fonction similaire dans la délimitation des frontières de l'identité nationale. Le nationalisme quotidien renforce ces distinctions par le biais de discours ordinaires, de représentations médiatiques, de revendications d'origine ou de pratiques de géolocalisation, tout en redéfinissant le patrimoine culturel de l'autre par des stratégies d'exclusion ou de transformation. Ainsi, la gastro-guerre, au-delà d'un conflit de revendications culinaires possessives, devient une politique identitaire où se reproduit la prédomination culturelle.

²²² *Ibid.*, p. 142.

²²³ *Ibid.*, p. 91.

²²⁴ Carl Schmitt, *Theory of the Partisan: Intermediate Commentary on the Concept of the Political*, trad. G. L. Ulmen, New York, Telos Press Publishing, 2007.

²²⁵ Henri Lefebvre, *The Production of Space*, trad. Donald Nicholson-Smith, Oxford, Basil Blackwell, 1991, pp. 26-27.

B. Discussion sur les limites de la gastronomie : au-delà des frontières de la cuisine

Dans son article intitulé *The Clash of Civilizations?* (Le Choc des civilisations ?)²²⁶, Samuel Huntington aborde, comme le titre l'indique, un conflit qui oppose davantage les civilisations que les nations. Il permet ainsi d'interpréter l'antagonisme culturel au-delà des frontières nationales, à travers le prisme du régionalisme. Considérant les cultures multiples comme source des conflits fondamentaux dans le monde, Huntington joue un rôle important dans la compréhension de la gastro-guerre entre les cuisines turque et grecque. Le conflit turco-grec qui se joue à travers la cuisine rend visible le « choc des civilisations », dans la mesure où l'antagonisme, nourri par l'héritage culturel des deux nations dans leur passé civilisationnel, produit une *gastro-guerre* et éclaire ses manifestations dans la vie quotidienne. Tout comme le gastronationalisme produit la gastro-guerre, selon Huntington, les appartenances culturelles produisent des conflits politiques.²²⁷

Même si Huntington présente les cultures comme étant en conflit et considère cela comme une fatalité, la gastronomie peut constituer un élément déterminant grâce à son potentiel à transformer ce conflit en paix autour de la table, où les identités divergentes peuvent se rencontrer.²²⁸ En ce sens, la table apparaît comme un espace de négociation. L'approche de Stuart Hall, qui considère les relations interculturelles comme un espace de tension généré par les différences et de négociation, soutient également cette idée.²²⁹

²²⁶ Samuel P. Huntington, « *The Clash of Civilizations ?* », *Foreign Affairs*, vol. 72, no 3, été 1993, pp. 22-49, [http://bev.berkeley.edu/Ethnic%20Religious%20Conflict/Ethnic%20and%20Religious%20Conflict/20045621%20\(1\).pdf](http://bev.berkeley.edu/Ethnic%20Religious%20Conflict/Ethnic%20and%20Religious%20Conflict/20045621%20(1).pdf) (consulté le 23 juin 2025).

²²⁷ *Ibid.*

²²⁸ *Ibid.*

²²⁹ Stuart Hall, « Cultural Identity and Diaspora », in Jonathan Rutherford (ed.), *Identity: Community, Culture, Difference*, London, Lawrence & Wishart, 1990, pp. 222-237.

1. Transnationalisme gastronomique

Dans cette section, on parlera du « transnationalisme gastronomique », c'est-à-dire d'une cuisine transnationale, libérée de ses frontières et de sa nationalité.²³⁰ Bien que les produits culinaires, les plats, les boissons et les recettes, comme on l'a vu dans les sections précédentes, soient sujets à des conflits dans le cadre de discours nationalistes, d'appropriation et de préservation, ils circulent néanmoins au-delà des frontières nationales.²³¹ Dire que les plats ont un pays, une nationalité, exprime une conception extrêmement restrictive. En effet, les cuisines appartiennent à des « régions ». Même si les cuisines ont des identités, elles doivent être évaluées en fonction de leur appartenance régionale.

Les guerres, les migrations forcées, les déplacements de population, voire l'exil, n'ont pas pour conséquence de restreindre ou de limiter les plats, mais au contraire de favoriser leur diffusion. Même si les frontières des États changent et que les peuples ou les communautés se déplacent, les plats restent là où ils ont été créés, car ils sont le produit de leur terroir. De plus, tout comme la mémoire collective des peuples ou des communautés qui emportent leurs habitudes avec eux, les traditions culinaires sont transmises sous forme d'histoires et d'habitudes. L'échange de populations qui a eu lieu en 1923 à Lausanne a entraîné le déplacement forcé des cuisines en Turquie et en Grèce. Avec les populations, les recettes, les techniques de cuisson, les saveurs et les habitudes alimentaires ont également été transférées. C'est ainsi qu'est apparue une gastronomie migrante, qui a dépassé les frontières nationales. En effet, les plats sont l'un des exemples les plus concrets des éléments culturels que les communautés emportent avec elles.

En ce sens, les personnes déplacées ont conservé leurs habitudes et leurs routines tout en essayant de préserver la mémoire de leur pays natal. La cuisine a ainsi créé un « lieu de mémoire²³² » au-delà des frontières des États-nations. D'un côté, les

²³⁰ Jorge Yeshayahu Gonzales-Lara, *Gastronomic Transnationalism : The Diaspora, Gastronomic Transnationalism and International Migrations in Food Culture and Economy*, Miami, La Diaspora Consultant's, 2024, pp. 13-15.

²³¹ *Ibid.*

²³² Pierre Nora, « *Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire* », *Representations*, no 26, Special Issue: Memory and Counter-Memory, 1989, pp. 7-24, spéc. p. 7, <https://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/ARCH230/PierreNora.pdf> (consulté le 23 juin 2025).

souffrances que l'on souhaite oublier, de l'autre, les habitudes quotidiennes qui reviennent chaque jour, telles que les plats cuisinés et les tables dressées, apparaissent comme une dialectique de la mémoire et de l'oubli.²³³ Et bien sûr, le fait que les plats soient devenus des vecteurs d'identité, conséquence de l'échange, a été rendu possible par la proximité géographique de la Grèce et de la Turquie, qui leur confère des produits similaires. En ce sens, il convient de souligner à nouveau l'influence inévitable de la géographie sur la cuisine.

Le paradoxe réside dans le fait que, à l'instar des personnes qui ont émigré dans le cadre de l'échange, les plats ont également migré et ont été nationalisés en Turquie et en Grèce, donnant lieu à des revendications gastronomiques et, par conséquent, à des conflits d'appartenance. Avec la naissance des États-nations turc et grec, les plats issus du patrimoine commun ottoman ont fait de la cuisine un sujet de rivalité identitaire. Alors que peu de gens évoquent ce passé commun, l'insistance sur le « nous » dans les discours turcs et grecs et la construction d'une gastronomie fondée sur une origine transnationale ont donné lieu à une division et à une altérisation. En ce sens, les plats et les revendications culinaires ont donné naissance à une « gastro-guerre ».

La cuisine est aussi une extension de l'historiographie. Le processus de construction des identités nationales grecque et turque modernes est en réalité une dialectique de la mémoire et de l'oubli.²³⁴ Du point de vue de la Grèce, il s'agit d'une défaite traumatisante, la « Catastrophe d'Asie Mineure », tandis que du point de vue de la Turquie, il s'agit d'une réussite, la « victoire de l'indépendance ». Par conséquent, l'échange et la nationalisation qui a suivi ont eu un impact considérable sur la vie quotidienne, et les habitudes culinaires et alimentaires ont bien sûr été touchées par ces changements. Les Turcs, les Grecs et les autres communautés partageant la même géographie au sein de l'Empire ottoman ont créé une culture culinaire ottomane commune. Après l'échange, la séparation des deux nations a été le principal facteur de nationalisation et de nationalisation de ce patrimoine culturel commun, créant ainsi une distinction entre « nous » et « eux ».²³⁵ En effet, les traces de cette séparation et

²³³ Lapierre, *op. cit.*, p. 7.

²³⁴ Özkırımlı et Sofos, *Tarihin Cenderesinde*, *op. cit.*, chap. 4 « Geçmiş, Bellek, Tarih », pp. 69-91.

²³⁵ *Ibid.*, chap. 2 « Modernite, Aydınlanma, Batılılaşma », pp. 15-38 ; Sami Zubaida, « National, Communal and Global Dimensions in Middle Eastern Food Cultures », dans *Culinary Cultures of the Middle East*, éd. Sami Zubaida et Richard Tapper, Londres - New York, Tauris Parke Paperbacks, 2000, pp. 33-45.

de la nationalisation qui l'a accompagnée se prolongent jusqu'à nos jours et, dans le domaine culinaire en particulier, les plats et les produits alimentaires communs de l'époque ottomane sont devenus un élément de concurrence dans la période moderne, reproduisant chaque jour les discours nationalistes réciproques.

La conceptualisation de la *liquid modernity* (la modernité liquide) par Zygmunt Bauman affirme que les identités se construisent sur un mouvement fluide et en constante transformation, comme c'est le cas ici.²³⁶ Si l'on adapte cette approche au domaine de la gastronomie, on constate que les plats constituent des indicateurs d'identité non fixes et que les déplacements liés à la migration, aux échanges et à la circulation culturelle permettent de parler de transnationalisme gastronomique. Ainsi, les plats qui entrent dans la circulation internationale, tels que le cacik/tzatziki, ne peuvent plus être considérés comme appartenant à un seul État-nation et deviennent impossibles à fixer.

De plus, le *Creative Cities Network* (UCCN, Réseau des villes créatives de l'UNESCO) dans le champ de la gastronomie transpose les cuisines urbaines au-delà des frontières et les transforme en même temps en une marque transnationale.²³⁷ La Turquie est représentée par Gaziantep, Hatay et Afyonkarahisar, tandis que la Grèce est représentée par Thessalonique et Héraklion, qui a récemment rejoint le Réseau des villes créatives de l'UNESCO en 2023, dans le champ de la gastronomie.²³⁸ Dans le contexte du transnationalisme gastronomique, outre les inscriptions gastronomiques sur les listes du patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'UNESCO et les villes gastronomiques du réseau des villes créatives, l'ensemble des activités de promotion telles que les campagnes, les festivals et les projets soutenus par l'État menés par la Turquie et la Grèce témoignent de la circulation de la cuisine sur la scène internationale.

²³⁶ Zygmunt Bauman, *Liquid Modernity*, Cambridge - Malden, Polity Press, 2000, p. 12.

²³⁷ UNESCO, *Creative Cities Network (UCCN), champ : Gastronomie*, site de l'UNESCO, <https://www.unesco.org/fr/creative-cities/grid?fq%5BCreative+field%5D%5BGastronomy%5D> (consulté le 24 juin 2025).

²³⁸ *Ibid.*

2. Cuisines hybrides, appartenances multiples

Les plats appartiennent généralement à des régions géographiques communes.²³⁹ Le climat, les produits agricoles cultivés dans des régions géographiques similaires et dans des conditions similaires, ainsi que les produits de l'élevage, sont déterminants à cet égard et font que les mêmes plats apparaissent dans des versions très proches les unes des autres. On peut affirmer que les cuisines turque et grecque se ressemblent en raison du riche contexte culturel et de la proximité géographique des deux pays.

La péninsule grecque et la plupart des îles de la mer Égée ont été sous la domination de l'Empire ottoman pendant environ cinq siècles, à différentes périodes et pour des durées variables.²⁴⁰ D'un point de vue historique, la cuisine grecque présente donc de profondes similitudes avec les gastronomies anatolienne, levantine et balkanique.²⁴¹ Par conséquent, de nombreux plats présentés aujourd'hui comme relevant de la « cuisine grecque » sont en réalité le fruit d'une longue cohabitation et d'échanges culturels. Dans ce contexte, tenter de construire un patrimoine culinaire indépendant de l'influence ottomane, homogène et pouvant être qualifié de « grec » au sens contemporain du terme, relève davantage d'un récit identitaire national que d'une réalité historique. En réalité, de nombreux plats du répertoire culinaire turc se retrouvent sous des formes similaires dans la cuisine grecque ; inversement, la liste des plats qui ne font pas partie de la cuisine turque et qui peuvent être considérés comme propres à la cuisine grecque est assez limitée.²⁴² Cela montre que le patrimoine gastronomique peut être interprété à travers ses différences, mais aussi à travers ses similitudes.

Le concept d'*hybridity* (d'hybridité)²⁴³ de Homi K. Bhabha offre un cadre analytique pour examiner les différences et les similitudes entre les cuisines turque et grecque. Selon Bhabha, les identités culturelles produisent des formes « hybrides » à

²³⁹ Zubaida, *op. cit.*, pp. 33–34.

²⁴⁰ Richard Clogg, *A Concise History of Greece*, 4^e éd., Cambridge, Cambridge University Press, 2021, chapitre 2 : « Ottoman rule and the emergence of the Greek state », pp. 7-45.

²⁴¹ Serdar Oktay et Nafiya Guden, « Yunan, Türk ve Kıbrıs mutfaklarının gastronomik kültürel yansıması », *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, vol. 4, no 2, 2021, pp. 465-481, <https://doi.org/10.33083/joghat.2021.87> (consulté le 24 juin 2025).

²⁴² *Ibid.*

²⁴³ Homi K. Bhabha, *The Location of Culture*, London - New York, Routledge, 1994, passim.

la suite de l'histoire, des relations de pouvoir et des interactions bilatérales.²⁴⁴ En ce sens, un discours culinaire pur, homogène ou standardisé est en réalité une construction des discours des États-nations. Au cours des cinq cents ans de domination de l'Empire ottoman, les cuisines des régions d'Anatolie, des Balkans, du Levant et du monde arabe se sont intensément mélangées, entraînant une fusion des recettes, des techniques de cuisson et des habitudes alimentaires.²⁴⁵ Aujourd'hui, le baklava (*baklava* en turc / *baklavas* en grec), la moussaka (*musakka* en turc / *mousakas* en grec), le dolma (*dolma* en turc / *dolmas* en grec), le sarma (*sarma* en turc / *sarmas* en grec, aussi *yaprakia* pour les feuilles de vigne), le cacik / le tzatziki (*cacik* en turc / *tzatziki* en grec), ainsi que le café (*Türk kahvesi* en turc / *Ellinikós kafés* en grec, littéralement « café grec ») sont des produits que les deux parties considèrent comme les leurs, mais qui sont essentiellement le fruit de la géographie et de l'histoire communes. L'ensemble de ces points communs constitue ce que Bhabha appelle le *third space* (le troisième espace), une zone où les frontières gastronomiques nationales s'assouplissent et deviennent perméables, où se produisent des cuisines hybrides.²⁴⁶

Ces plats ne doivent pas être réduits aux seules cuisines turque et grecque, car ils font également partie d'un vaste patrimoine culinaire de la région méditerranéenne orientale.²⁴⁷ Par conséquent, la politique identitaire menée par la Turquie et la Grèce sur le plan gastronomique et ses manifestations, qui se transforment en revendications nationalistes, constituent en réalité une reconstruction discursive. C'est pourquoi, selon le concept d'*hybridité* de Bhabha, on peut affirmer que la source de la gastro-guerre entre la Turquie et la Grèce réside dans un patrimoine gastronomique commun revendiqué par les deux côtés, et que ce sont précisément ce patrimoine commun et cette histoire transnationale qui sont à l'origine des identités multiples. Mentionnée dans la section précédente, Hatay, l'une des villes gastronomiques du Réseau des villes créatives de l'UNESCO, est un excellent exemple de cuisine hybride en Turquie, grâce à sa structure multiculturelle et à la coexistence des cuisines arabe et turque.²⁴⁸ De même, Thessalonique, également membre du réseau des villes gastronomiques de

²⁴⁴ *Ibid.*

²⁴⁵ Boudan, *op. cit.*, p. 164.

²⁴⁶ Bhabha, *op. cit.*, pp. 53-56.

²⁴⁷ Zubaida, *op. cit.*, pp. 33-34, 38-40.

²⁴⁸ UNESCO, *Creative Cities Network (UCCN)*, *op. cit.*

l'UNESCO, a acquis sa forme actuelle sous l'influence byzantine, ottomane et balkanique, et possède un patrimoine culinaire véritablement hybride.²⁴⁹

Selon Sami Zubaida, elles sont le produit d'interactions historiques, régionales et culturelles qui ne peuvent être strictement délimitées par des identités nationales.²⁵⁰ Bien que Zubeida se concentre sur les communautés ethniques et religieuses qui ont cohabité pendant des siècles dans la région de la Méditerranée orientale et du Moyen-Orient, parallèlement à l'approche de Bhabha qui aborde le concept d'hybridité au niveau gastronomique, elle nous permet également d'évoquer les cuisines hybrides et les appartenances et identités multiples, en particulier en Grèce et en Turquie. Selon Zubeida, ce que l'on qualifie de cuisine nationale a été construit à partir des discours de l'époque moderne.²⁵¹ Le fait est que les unions politiques multiethniques et multiconfessionnelles telles que l'Empire ottoman ont donné naissance à des cuisines hybrides en mélangeant les cuisines. Cela offre, dans le cas de la Turquie et de la Grèce, un fondement théorique solide pour contester les revendications de cuisines pures et singulières issues du discours gastronationaliste, ainsi que la *gastro-guerre* qui en découle. Zubeida nous permet de définir les cuisines turque et grecque comme porteuses d'identités multiples qui se sont formées au sein d'un même espace géographique, sans les réduire à une appartenance unique et sans nier l'autre.

Par exemple, la moussaka (turc : musakka) n'appartient pas uniquement à la cuisine turque ou grecque ; on en trouve également différentes versions dans les Balkans, au Levant et en Afrique du Nord.²⁵² En Turquie, la moussaka est un plat mijoté, tandis qu'en Grèce, il s'agit d'un plat au four préparé avec une sauce béchamel (selon l'interprétation de Tselementes, qui souhaitait standardiser la cuisine grecque en s'inspirant de la cuisine française).²⁵³ Bien que la Turquie et la Grèce revendiquent toutes deux la moussaka, le mot « moussaka » est d'origine arabe et signifie « refroidi,

²⁴⁹ *Ibid.*

²⁵⁰ Zubaida, *op. cit.*, pp. 33-34, 38-40.

²⁵¹ *Ibid.*, pp. 39-41.

²⁵² *Ibid.*, pp. 33-34 ; Felicity Cloake, « Everything you need to know about moussaka, the classic Greek dish », *Food by National Geographic Traveller (UK)*, Issue 21, 2023, <https://www.nationalgeographic.co.uk/travel/2023/08/everything-you-need-to-know-about-moussaka-the-classic-greek-dish> (consulté le 25 juin 2025).

²⁵³ Oktay et Guden, *op. cit.*, pp. 470-472 ; Tselementés, *op. cit.*

servi froid ».²⁵⁴ Le fait que la moussaka à l'huile d'olive soit préparée sans viande et servie froide au Levant et en Égypte est directement lié à cette référence étymologique.²⁵⁵ Partant de là, on peut en déduire que la moussaka, dont l'origine remonte probablement à la cuisine du Levant arabe, s'est diffusée dans l'Empire ottoman avant d'être introduite en Grèce.

Lorsqu'il est question des plats à l'huile d'olive servis froids, c'est sans doute l'ensemble des *mezes* (des mezzés) qui vient immédiatement à l'esprit. La culture du mezzé constitue l'un des exemples les plus visibles de ces identités gastronomiques multiples qui nous permettent de qualifier les cuisines turque et grecque de « cuisines hybrides ».²⁵⁶ Préparés selon des recettes similaires et portant souvent les mêmes noms, les mezzés communs sont servis tant sur les tables de rakı et dans les meyhanes turcs que sur les tables d'ouzo et dans les tavernes grecques.²⁵⁷ Leurs traditions de consommation sont, de part et d'autre, revendiquées comme relevant du « nôtre ». En somme, le mezzé et sa culture, bien qu'ils soient parfois projetés comme un marqueur d'appartenance exclusive à travers les discours gastronationalistes contre l'« autre », sont en réalité, comme l'a souligné Zubaida, le produit de multiples appartenances. À ce stade, une parenthèse s'impose : la question du mezzé, lorsqu'elle inclut le rakı et l'ouzo, ainsi que les cultures du meyhane et de la taverne, intègre une dimension d'authenticité dans les rituels de consommation, tout en reflétant l'esprit du mouvement *Slow Food*. Soutenant la standardisation du mezzé tout en préservant son authenticité, *International Meze Festival* (le Festival international du mezzé), dont la 7^e édition se tiendra cette année à Antalya, Turquie, constitue une initiative de promotion significative à cet égard.²⁵⁸

²⁵⁴ Felicity Cloake, *art. cit.* ; Clifford A. Wright, *A Mediterranean Feast: The Story of the Birth of the Celebrated Cuisines of the Mediterranean, from the Merchants of Venice to the Barbary Corsairs* New York, William Morrow and Company, 1999, p. 229.

²⁵⁵ Salma Hage, *The Middle Eastern Vegetarian Cookbook*, Londres, Phaidon Press, 2016, recette « Lebanese Vegan Moussaka », consulté sur James Beard Foundation, <https://www.jamesbeard.org/recipes/lebanese-vegan-moussaka> (consulté le 26 juin 2025) ; « Egyptian Moussaka », *Africa Center (University of Pennsylvania)*, d'après Claudia Roden, *A Book of Middle Eastern Food*, Penguin, 1978, https://www.africa.upenn.edu/Miscellany/Egyptian_Moussaka_12912.html (consulté le 26 juin 2025).

²⁵⁶ Wright, *op. cit.*, p. 118.

²⁵⁷ Oktay et Guden, *op. cit.*, pp. 470-471.

²⁵⁸ « 6^e Festival international du mezzé », *Meze Festival* (site officiel), Akra Hotels, <https://mezefestivali.com/en/> (consulté le 27 juin 2025).

3. Guerre dans la cuisine, paix à la table : de l'hostilité à l'hospitalité

« La paix, c'est les mains des hommes qu'on serre
Et sur la table du monde, le pain frais »²⁵⁹

- Yannis Ritsos

Dans ces vers, Yannis Ritsos figure la paix par l'un des aliments les plus accessibles de la cuisine : le pain. Partagé le plus souvent sur des tables communes, le pain, par sa chaleur et sa fraîcheur, réchauffe non seulement les estomacs mais aussi les cœurs grâce au partage ; il exprime ainsi l'idée d'une table commune et pacifiée. À ce stade, vient à l'esprit la définition percutante que Sam Chapple-Sokol donne de la diplomatie culinaire, « breaking bread to win hearts and minds » (partager le pain pour gagner les cœurs et les esprits).²⁶⁰ Dans ce cadre, l'un des slogans les plus répandus de la diplomatie publique : « nous connaître, c'est nous aimer » (*to know us is to love us*), se trouve, en matière de gastrodiploamatie, transposé en « nous goûter, c'est nous aimer » (*to taste us is to love us*).²⁶¹ En montrant que, grâce au partage et au dialogue à une même table, la paix est possible entre les parties, ce cadre met en évidence l'importance stratégique, dans les relations internationales, des notions de diplomatie culinaire et de gastrodiploamatie.

À ce stade, en tant qu'espace où le quotidien rencontre le diplomatique, la cuisine reconduit le *imagined other*, (l'autre imaginé)²⁶² mis en avant par Hercules Millas. Millas soutient que les identités nationales se construisent à travers un « autre imaginé ». ²⁶³ Cette perspective s'apparente à un point de convergence entre la conceptualisation des « communautés imaginées » d'Anderson et le modèle *alter/ego* de Wendt.²⁶⁴ Un soi national qui se positionne à la fois dans une

²⁵⁹ Yannis Ritsos, « Ειρήνη / "PAIX" », version française de Marco Valdo M.I., *Chansons contre la guerre* (*Antiwar Songs*), 10 septembre 2012, <https://www.antiwarongs.org/canzone.php?id=42298&lang=fr> (consulté le 27 juin 2025).

²⁶⁰ Chapple-Sokol, *op. cit.*.

²⁶¹ Gülseli Aygül Alan, « Diplomaside özel bir alan : gastrodiploamasi », dans *Kamu Diplomasisinde Yeni Yaklaşımlar ve Örnekler*, sous la dir. de Gaye Aslı Sancar, Istanbul, Beta, 2016, pp. 109-127, spéc. p. 114, https://www.researchgate.net/publication/305659330_DIPLOMASIDE_OZEL_BIR_ALAN_GASTRODIPLOMASI (consulté le 28 juin 2025) ; Kul, *op. cit.*, pp. 85-86.

²⁶² Hercules Millas, *The Imagined 'Other' as National Identity: Greeks & Turks*, Ankara, Civil Society Development Programme (CSDP) / NGO Support Team (Euromed), 2004, pp. 52-55.

²⁶³ *Ibid.*, p. 43.

²⁶⁴ *Ibid.*, p. 52 ; Wendt, « Anarchy Is What States Make of It », *art. cit.*, pp. 391-425.

communauté imaginée et dans la reconnaissance mutuelle née de la rencontre avec l'autre offre un point de jonction éclairant pour comprendre l'« autre imaginé » proposé par Millas. Selon Millas, l'édification issue de l'interaction binaire des identités turque et grecque ne se réduit pas à une simple symbolique de l'hostilité ; elle devient un miroir incontournable de la reconnaissance de l'identité.²⁶⁵ L'« autre imaginé » chez Millas apparaît ainsi comme le corrélat, au niveau individuel, du modèle *alter/ego* de Wendt.²⁶⁶

Le gastronationalisme, dont procèdent les revendications d'appropriation du type « c'est à nous », débouche sur une *gastro-guerre* qui, paradoxalement, peut ouvrir la voie à la paix : la présence, sur une même table, des mêmes plats revendiqués par les deux parties atténue l'hostilité par le partage. Elle ménage la rencontre en face-à-face avec l'Autre au sens lévinasien et, dans la terminologie derridienne, l'éventualité d'une hospitalité.²⁶⁷ Ainsi, ce qui se manifeste comme une guerre dans la cuisine peut se convertir à table en une interaction propice à la paix. Comme le souligne Millas, une approche qui, au lieu d'exclure l'autre, le constitue par l'imagination, ouvre, autour de la même table, un espace de reconnaissance réciproque renouvelée.²⁶⁸

En revenant à 1923, à la suite de l'échange de populations gréco-turc consécutif au Traité de Lausanne, les processus de nationalisation en Turquie et en Grèce ont exercé un effet direct sur la sphère culturelle et sur les habitudes du quotidien, partant sur la cuisine. S'agissant des mets que ces deux peuples partageaient à l'époque ottomane, les revendications d'appartenance aujourd'hui portées par des discours de gastronationalisme sont devenues un sujet de controverse populaire et ont contribué à produire la *gastro-guerre*.

Le concept lévinasien du « visage d'autrui » offre une perspective philosophique pour comprendre le cadre symbolique des cuisines turque et grecque, qui va du conflit à la conciliation.²⁶⁹ Pour Lévinas, la rencontre en face-à-face avec autrui relève d'une

²⁶⁵ Millas, *op. cit.*, p. 50-52.

²⁶⁶ Wendt, « Anarchy Is What States Make of It », *art. cit.*, pp. 391-425.

²⁶⁷ Emmanuel Lévinas, *Totalité et infini : essai sur l'extériorité*, Paris, Le Livre de Poche, 1990 [1961], pp. 43-44 ; Jacques Derrida, *De l'hospitalité*. Anne Dufourmantelle invite Jacques Derrida à répondre, Paris, Calmann-Lévy, 1997, p. 98 et 103.

²⁶⁸ Millas, *op. cit.*, p. 50-52.

²⁶⁹ Lévinas, *op. cit.*, p. 44 ; voir aussi p. 211 et 214.

situation éthique et conduit non pas à lui nuire, mais à se sentir responsable de lui.²⁷⁰ En ce sens, les mets communs qui constituent un enjeu de rivalité entre la Turquie et la Grèce désignent un terrain éthique de confrontation à l'autre ; et la table correspond à ce terrain. Partager la table avec celui que l'on tient pour ennemi requiert l'hospitalité : au lieu de mépriser son patrimoine culinaire, cela engage un passage vers l'acceptation et, de là, une amitié. Ainsi, la *gastro-guerre* devient, par l'entremise de la table, un espace ouvert à la paix. Se trouver à la même table que l'autre contre lequel on se dispute, tout en formulant, à travers des éléments culinaires communs, des revendications d'appartenance au « nous », relève de l'hospitalité éthique au sens lévinasien et rend possible une paix.²⁷¹ Toutefois, selon Jacques Derrida, on ne peut parler que d'une hospitalité conditionnelle : l'autre, devenu l'« hôte », ne saurait être tenu pour l'égal de celui qui accueille ; partant, une paix pleine et entière ne peut être pleinement affirmée.²⁷² De ce point de vue, la terminologie derridienne de l'hospitalité s'éclaire.

À titre d'exemple, on peut envisager une table de mezzé comme un lieu de rencontre lisible à travers le concept lévinasien du « visage d'autrui ».²⁷³ Qu'il s'agisse d'une table de mezzé turque ou grecque, le visage de l'autre est un appel à dépasser les limites du moi. À cette table, la co-présence de l'invitation de l'autre et de l'effort de l'hôte pour préserver sa propre identité instaure une prudente garde des frontières. En s'appuyant sur l'opposition derridienne hostilité/hospitalité, la table de mezzé constitue une expression d'hospitalité ; mais, du point de vue des revendications portées par le gastronationalisme, elle peut aussi se manifester comme un geste d'hostilité.²⁷⁴ La *gastro-guerre* entre la Turquie et la Grèce met en évidence cette double nature du mezzé. D'une part, le partage et le dialogue deviennent possibles autour de la même table ; d'autre part, les prétentions relatives au « véritable propriétaire » du mezzé se poursuivent en arrière-plan. Cette hostilité tapie au sein de l'hospitalité engendre l'ambivalence dont parle Derrida. Ainsi, le mezzé peut à la fois figurer une table pacifique et amicale et porter la lutte autour de l'identité culturelle.

²⁷⁰ *Ibid.*, p. 214-217.

²⁷¹ *Ibid.*, p. 214 et 334-335.

²⁷² Derrida, *op. cit.*, p. 98-103.

²⁷³ Lévinas, *op. cit.*, p. 44.

²⁷⁴ Derrida, *op. cit.*, pp. 98-103.

Dans le cadre de la gastrodiploatie, les pratiques de table ainsi que la culture et le patrimoine culinaires sont mobilisés avant tout pour donner à voir l'hospitalité d'une nation aux autres. La diplomatie culinaire, qui ne vise pas toujours à instaurer une atmosphère pacifique, peut parfois être mobilisée, à la table des relations intergouvernementales, pour exprimer une position au moyen des plats et des boissons et signifier à la partie adverse sa position ; de ce fait, même lorsque le message n'est pas entièrement positif, elle peut jouer le rôle d'un instrument efficace d'apaisement. Parfois, elle attise la lutte et durcit les positions en faisant monter la tension ; parfois, au contraire, elle contribue à adoucir l'atmosphère selon le contexte. La cuisine, et la diplomatie qui l'accompagne, n'est donc pas toujours un facteur de facilitation.

À titre d'exemple, sous l'Empire ottoman, le *çaşnigir* (goûteur/échanson du palais), chargé de goûter les mets et les boissons afin de prévenir tout empoisonnement visant le sultan et sa famille, assumait une tâche cruciale.²⁷⁵ L'existence même d'une telle charge signale la fragilité du climat de confiance au sein du palais et doit être gardée à l'esprit quand on considère les rencontres du sultan, à table, avec d'autres souverains et dignitaires étrangers : le *çaşnigir* veille alors avant tout à la sauvegarde de sa santé. Cette institution met en lumière l'antinomie ami/ennemi inhérente à l'hospitalité et autorise à parler d'une hospitalité conditionnelle. La perception de la cuisine, au-delà du « manger », comme facteur de menace apparaît ainsi au sein de la cour ottomane. Dans l'Empire byzantin, l'équivalent fonctionnel le plus proche est le pinkernès (échanson), chargé du service des boissons auprès de l'empereur ; en pratique, la sûreté de l'offrande, le cas échéant par une dégustation préalable, relevait de ce service.²⁷⁶

Il ressort de tout ce qui précède que, comme chez Derrida, l'hospitalité ne garantit pas une confiance absolue, tant à l'échelle des États que dans les relations interpersonnelles ; elle relève dès lors d'une espace de contrôle. Par conséquent, le passage de la *gastro-guerre* à la paix n'est possible que dans le cadre d'une hospitalité conditionnelle.

²⁷⁵ İlber Ortaylı, *Osmanlı Sarayında Hayat*, İstanbul, Yitik Hazine Yayınları, 2008, p. 68.

²⁷⁶ Pseudo-Kodinos, *The Constantinopolitan Court: Offices and Ceremonies*, éd. et trad. Ruth Macrides, José A. Munitiz, Dimitar Angelov, Farnham, Ashgate, 2013, p. 157.

CONCLUSION

Ce mémoire a visé à contribuer à combler la lacune qui persiste encore dans la discipline des Relations Internationales en ce qui concerne l'étude de la gastronomie. Animé par cette motivation et ce dessein, il a abordé le lien entre gastronomie, nationalisme et relations internationales à travers la rivalité culinaire turco-grecque, en examinant la manière dont ce lien se situe dans les dynamiques d'identité, d'appartenance, de diplomatie publique et de régionalité. Dans cette perspective, à partir des arrière-plans historiques, des intersections culturelles et des tensions incessantes entre la Turquie et la Grèce, les formes par lesquelles la gastronomie nationale produit identité, conflit et dialogue ont été mises en lumière.

Dans ce travail, la question principale à laquelle il s'agissait de répondre était la suivante : Comment la cuisine, à travers le nationalisme, construit-elle l'identité et produit-elle un champ de lutte gastronomique, et comment le conflit qui en résulte peut-il se transformer, entre la Turquie et la Grèce, en un dialogue d'hospitalité grâce à la diplomatie publique et aux appartenances partagées ? Cette question a été déclinée en trois étapes. La première consistait en une sous-question portant sur la manière dont la représentation du « soi » et de « l'autre » se façonne dans les cuisines turque et grecque à travers les politiques patrimoniales de l'UNESCO et les stratégies de *nation branding*, en établissant un récit qui rend possible le passage du nationalisme banal au gastrnationalisme. La réponse donnée à cette sous-question constitue à elle seule près de la moitié du présent travail. Comme il n'était pas possible de parler du nationalisme banal sans comprendre d'abord le nationalisme en tant que tel, puis d'établir ensuite le passage vers le gastrnationalisme, l'analyse a débuté par une présentation des théories fondamentales du nationalisme et de son développement en tant qu'idéologie. Il est ainsi apparu que le nationalisme banal se manifestait dans la politique du quotidien et dans les pratiques ordinaires de la vie, et que la cuisine en faisait partie ; ce qui a permis d'ouvrir la voie vers le gastrnationalisme et de mettre en évidence la manière dont le « soi » et « l'autre » se définissent mutuellement dans les cuisines turque et grecque.

À ce stade, il apparaît que la rivalité gastronomique entre la Turquie et la Grèce ne se limite pas à une discussion autour des noms de plats ou des recettes, mais constitue une manifestation concrète de la manière dont le « moi » et l'« autre », ainsi que le « nous » et l'« autre » à l'échelle nationale, sont définis dans le cadre du nationalisme et de la construction identitaire. Longtemps considérée dans les relations internationales comme un donné statique, l'identité est désormais, selon les approches théoriques contemporaines postérieures aux années 1980 (en particulier le constructivisme et son champ d'analyse), envisagée non pas comme fixe, mais comme un savoir discursif façonné par l'histoire et par les dynamiques sociales. Il est donc possible d'affirmer qu'évoquer le national revient en même temps à exprimer l'international, et que l'inverse est tout aussi valable.

Par la suite, le deuxième axe d'analyse portait sur la manière dont, à travers la spatialité de la cuisine, une « gastro-guerre » se reflète dans les débats sur l'authenticité, les conservatismes gastronomiques et les recherches de suprématie culturelle des deux pays voisins. Dans cette perspective, la gastronomie a été envisagée comme un instrument de *soft power*, et l'étude s'est nourrie non seulement du gastronationalisme mais aussi de conceptualisations telles que la gastrodiploatie et la diplomatie culinaire. La rivalité culinaire entre la Turquie et la Grèce a ainsi été abordée comme un conflit, sous l'angle de la diplomatie publique, et conceptualisée par le terme de « gastro-guerre ». À ce stade, la cuisine a été appréhendée dans sa dimension géographique, en tant qu'espace ; ce qui a mis en évidence la nécessité de définir les appartenances non pas au niveau des États, mais à l'échelle régionale. En d'autres termes, il a été conclu que les plats appartiennent moins aux pays qu'aux régions. Dans ce sens, les réponses apportées à la deuxième sous-question ont servi de pont vers la troisième. Les dynamiques transnationales, la question de l'hybridité des cuisines et, comme prolongement, celle des appartenances multiples ont ouvert la discussion sur la possibilité d'un passage de l'hostilité à l'hospitalité à la table turco-grecque, en partant de l'idée que la table peut constituer un instrument potentiel de réconciliation.

La cuisine occupe une place particulière dans les relations turco-grecques. Le fait que la Grèce et la Turquie aient partagé pendant des siècles une proximité culturelle et géographique, notamment grâce à la structure multiculturelle de l'Empire

ottoman, rend inévitable l'existence de saveurs communes. Situées de part et d'autre de la mer Égée, les cuisines turque et grecque partagent ainsi le même héritage génétique et se sont enrichies des mêmes goûts. Les petites différences au sein de ces saveurs communes ont contribué au développement des deux cuisines. Or, ces différences, associées aux discours nationalistes, ont donné naissance à la « gastro-guerre », un conflit qui perdure encore aujourd'hui. Dans des sociétés aussi étroitement imbriquées, l'existence de tels paradoxes n'a rien de surprenant.

Dans l'ensemble, la conclusion la plus évidente qui puisse être tirée est que le gastronationalisme ne saurait se limiter à l'appropriation des recettes et des produits culinaires. Avec les enregistrements internationaux, les listes du patrimoine de l'UNESCO, les stratégies de *nation branding* et les activités culturelles de la diplomatie publique telles que la gastrodiploatie, le gastronationalisme devient un champ de représentation et de rivalité dans les relations internationales. Ces enregistrements, qui promeuvent à l'échelle internationale les cuisines de la Turquie et de la Grèce et renforcent l'image nationale par le biais de la culture, jouent un rôle essentiel dans la présentation des identités culturelles sur la scène mondiale. En ce sens, l'exemple de la Turquie et de la Grèce met en évidence que l'hostilité, née de la reproduction des tensions historiques et politiques à travers la cuisine, peut potentiellement évoluer vers l'hospitalité grâce à la proximité régionale, aux appartenances communes et aux efforts de promotion.

De nouveau, dans l'ensemble, une autre conclusion qui peut être formulée est que le principal handicap rendant impossible l'homogénéisation et la standardisation de la cuisine turque réside dans sa richesse culturelle et géographique ainsi que dans son immense patrimoine gastronomique. Puisant ses origines à la fois dans les traditions d'Asie centrale, dans la cuisine de cour de l'Empire ottoman et dans l'héritage gastronomique de l'Anatolie, la cuisine turque s'est développée comme une cuisine impériale extrêmement riche. Lorsqu'on observe les cuisines de Thrace, de l'Égée et de la Méditerranée, il apparaît que la Turquie abrite en son sein une cuisine équivalente à celle de la Grèce, et même bien davantage. C'est précisément ce qui la distingue de la cuisine grecque. Le caractère impérial de la cuisine turque rend en revanche plus difficile, à l'échelle internationale, le développement des processus de promotion dans le domaine gastronomique, comparativement à la Grèce.

En conclusion, ce mémoire souligne que la gastronomie n'est pas seulement un objet de consommation lié à l'alimentation. La cuisine est présentée comme un instrument qui reproduit les identités, suscite des luttes et des conflits, mais qui, dans sa dimension conviviale de la table, peut également rendre possible l'émergence d'un dialogue orienté vers la réconciliation. En somme, ce mémoire conceptualise la cuisine à la fois comme une source de conflit et, à travers la régionalité et les appartenances multiples, comme une source potentielle de paix. En apportant une modeste contribution à un domaine encore relativement peu étudié dans la discipline des Relations Internationales, ce travail propose un cadre analytique plus visible en examinant, à travers l'exemple de la Turquie et de la Grèce, le langage nationaliste de la cuisine, les stratégies culturelles et les enregistrements internationaux. De plus, les Grecs et les Turcs sont deux nations qui ont vécu ensemble pendant des siècles. Au fil du temps, peu importe qui a inventé un plat, ces deux peuples ont mangé et bu les mêmes choses, les ont apprises, transmises et interprétées à leur manière. Il s'agit d'un patrimoine commun, nourri par une interaction constante. Quelle que soit la nation ou la société qui respecte l'histoire d'une saveur, maîtrise sa tradition et s'efforce de la faire vivre et de la rendre visible, en se l'appropriant, cette saveur appartient alors à la géographie culturelle de cette communauté.

Enfin, s'il convient d'exprimer certaines difficultés rencontrées lors de la rédaction de ce travail, il est possible de souligner, en premier lieu, que le fait de ne pas connaître le grec a constitué une limite dans les passages où il aurait été nécessaire de fournir des exemples comparatifs issus de la Grèce. Indépendamment de cela, le fait que la gastronomie soit un domaine encore relativement nouveau dans la discipline des Relations Internationales représente en soi un handicap. Pour cette raison, se limiter à aborder des notions récemment introduites dans la littérature académique, telles que le gastronationalisme, uniquement dans le cadre où elles ont été définies, n'aurait pas suffi pour ce travail. Cela a conduit à recourir à de nombreux domaines et à leurs figures majeures, notamment les études historiques et sur le nationalisme, la sociologie, les relations internationales et la théorie politique, la philosophie politique, les cultural studies (études culturelles) et même l'anthropologie, afin de mobiliser leurs conceptualisations. Ainsi, même si cette recherche peut sembler, à première vue, s'appuyer sur une pluralité foisonnante de théories et de théoriciens, il s'agit d'un choix délibéré. Là où la gastronomie rejoint le nationalisme, son caractère encore

émergent dans les relations internationales a été compensé par une approche interdisciplinaire, rassemblant différentes perspectives intellectuelles et conceptualisations, dans le but que cette diversité soit comprise non pas comme une dispersion, mais comme une richesse qui ancre et approfondit l'analyse. À ce titre, ce travail peut constituer un point de référence pour les recherches futures sur la gastronomie et le nationalisme : le cadre présenté, à la fois conceptuel, institutionnel, parfois métaphorique et comparatif, peut être transposé à d'autres contextes géographiques, et sa dimension interdisciplinaire est susceptible d'inspirer de futurs travaux dans différents champs.



BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages :

ALAN Gülseli Aygöl, « Diplomaside özel bir alan : gastrodiplomasi », dans SANCAR Gaye Aslı (dir.), *Kamu Diplomasisinde Yeni Yaklaşımlar ve Örnekler*, Istanbul, Beta, 2016.

ANDERSON Benedict, *Hayali Cemaatler : Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması*, trad. İskender Savaşır, 7^e éd., Istanbul, Metis Yayınları, 2014.

BAUMAN Zygmunt, *Liquid Modernity*, Cambridge - Malden, Polity Press, 2000.

BHABHA Homi K., *The Location of Culture*, London - New York, Routledge, 1994.

BILLIG Michael, *Banal Nationalism (Banal Milliyetçilik)*, trad. Cem Şişkolar, Istanbul, Gelenek Yayıncılık, 2002.

BOUDAN Christian, *Mutfak Savaşı : Damak Zevkinin Jeopolitiği*, trad. du français par Yaşar Avunç, Istanbul, Ayrıntı Yayınları, 2006.

BOURDIEU Pierre, *La Distinction : critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.

BOURDIEU Pierre, *Le sens pratique*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1980.

BOURDIEU Pierre, *Esquisse d'une théorie de la pratique, précédé de Trois études d'ethnologie kabyle*, Paris, Éditions du Seuil, 2000.

CLAUSEWITZ Carl von, *De la guerre*, éd. abrégée, trad. de l'allemand et présenté par Nicolas Waquet, Paris, Rivages poche / Petite Bibliothèque, 2014.

CLOGG Richard, *A Concise History of Greece*, 4^e éd., Cambridge, Cambridge University Press, 2021.

DALBY Andrew et DALBY Rachel, *Gifts of the Gods: A History of Food in Greece*, Londres, Reaktion Books, 2017.

DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien 1. Arts de faire*, nouv. éd., établie et présentée par Luce Giard, Paris, Gallimard, 1990.

DERRIDA Jacques, *De l'hospitalité. Anne Dufourmantelle invite Jacques Derrida à répondre*, Paris, Calmann-Lévy, 1997.

DUMAS Alexandre, *Le Grand Dictionnaire de cuisine*, Paris, Alphonse Lemerre, 1873.

DUNNE Tim, KURKI Milja et SMITH Steve (dir.), *Uluslararası İlişkiler Teorileri : Disiplin ve Çeşitlilik*, trad. Musa Ceylan, Ankara, Felix Kitap, 2021.

ESCOFFIER Auguste, *Le Guide culinaire : aide-mémoire de cuisine pratique*, Paris, Flammarion, 1903.

FOUCAULT Michel, *L'ordre du discours. Leçon inaugurale au Collège de France*, Paris, Gallimard, 1971.

FOUCAULT Michel, *Il faut défendre la société. Cours au Collège de France (1975-1976)*, édition établie sous la direction de François Ewald et Alessandro Fontana, par Mauro Bertani et Alessandro Fontana, Paris, Gallimard/Seuil, coll. « Hautes Études », 1997.

FOUCAULT Michel, *Du gouvernement des vivants. Cours au Collège de France (1979-1980)*, éd. établie sous la direction de François Ewald et Alessandro Fontana, par Michel Senellart, Paris, Gallimard / Seuil, coll. « Hautes Études », 2012.

GEERTZ Clifford, *The Interpretation of Cultures*, New York, Basic Books, 1973.

GELLNER Ernest, *Nations and Nationalism*, 2^e éd., Ithaca, Cornell University Press, 2006.

GIDDENS Anthony, *The Nation-State and Violence*, Cambridge, Polity Press, 1985.

GONZALES-LARA Jorge Yeshayahu, *Diasporas: Gastronomic Transnationalism & Transmigrations in Food Culture and Economy*, Miami, La Diaspora Consultant's, 2024.

HAGE Salma, *The Middle Eastern Vegetarian Cookbook*, Londres, Phaidon Press, 2016, recette « Lebanese Vegan Moussaka », consulté sur James Beard Foundation, <https://www.jamesbeard.org/recipes/lebanese-vegan-moussaka>.

HALL Stuart, « Cultural Identity and Diaspora », dans RUTHERFORD Jonathan (dir.), *Identity: Community, Culture, Difference*, London, Lawrence & Wishart, 1990, pp. 222-237.

HALL Stuart, « The West and the Rest: Discourse and Power », dans Stuart HALL et Bram GIEBEN (dir.), *Formations of Modernity*, Cambridge, Polity Press, 1992.

HALL Stuart, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Londres, Sage Publications, 1997.

HALLIDAY Fred, « The future of International Relations: fears and hopes », dans Steve Smith, Ken Booth et Marysia Zalewski (dir.), *International Theory: Positivism and Beyond*, Cambridge, Cambridge University Press, 1996.

HAS HACIB Yusuf, *Kutadgu Bilig*, traduit du vieux turc oriental par Reşid Rahmeti Arat, préparé par Çetin Şan et Serap Tuba Yurteser, Istanbul, Kabalcı Yayınevi, 1^{re} éd., avril 2006 ; 2^e éd., septembre 2008.

HERZFELD Michael, *Ours Once More: Folklore, Ideology, and the Making of Modern Greece*, Austin, University of Texas Press, 1982.

HIRSCHON Renée, *Heirs of the Greek Catastrophe: The Social Life of Asia Minor Refugees in Piraeus*, Oxford, Clarendon Press, 1989.

HIRSCHON Renée, « Unmixing Peoples in the Aegean Region », dans Renée HIRSCHON (dir.), *Crossing the Aegean: An Appraisal of the Consequences of the 1923 Compulsory Population Exchange between Greece and Turkey*, Oxford, Berghahn Books, 2003.

HOBSBAWM Eric, *The Age of Revolution: Europe 1789-1848*, 1^e éd., New York, Vintage Books, 1996.

HOBSBAWM Eric et RANGER Terence (dir.), *The Invention of Tradition*, Cambridge, Cambridge University Press, 1983.

HORKHEIMER Max et ADORNO Theodor W., *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1974.

IBN HALDÛN, *Mukaddime*, 2 vol., éd. Süleyman Uludağ, 6^e éd., Istanbul, Dergâh Yayınları, 2009.

ICHIJO Atsuko et RANTA Ronald, *Yemek ve Ulusal Kimlik : Gündelik Yaşamdan Küresel Siyasete*, trad. de l'anglais par Emrullah Ataseven, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2018.

KAŞGARLI Mahmud, *Dîvânü Lugâti't-Türk. Traduction turque*, traduit par Besim Atalay, Ankara, Türk Tarih Kurumu Basımevi, 1985 (Publications de la Société de la langue turque, no 2:521).

KOHN Hans, *The Idea of Nationalism: A Study in Its Origins and Background* [1944], New Brunswick et Londres, Transaction Publishers, 2005.

KUL Neslihan, *Mutfak, Kimlik, Diplomasi: Türkiye'de Gastro Diplomasi*, Ankara, Tün Eğitim Yayınları, 2019.

KUZUCU Kemalettin et KOZ M. Sabri, *Türk kahvesi*, Istanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2015.

LACOSTE Yves, *Coğrafya, Her Şeyden Önce Savaş Yapmaya Yarar*, trad. du français par Selim Sezer, Istanbul, Ayrıntı Yayınları, 2014.

LEFEBVRE Henri, *The Production of Space*, trad. Donald Nicholson-Smith, Oxford, Basil Blackwell, 1991.

LÉVINAS Emmanuel, *Totalité et infini : essai sur l'extériorité*, Paris, Le Livre de Poche, 1990 [1961].

LÉVI-STRAUSS Claude, *Le Cru et le Cuit*, vol. 1 de *Mythologiques*, Paris, Librairie Plon, 1964 ; rééd., Paris, Plon, 2014.

LEWIS Clive Staples, *The Lion, the Witch and the Wardrobe*, New York, HarperCollins, 1972.

MARDİN Şerif, *İdeoloji*, 16^e éd., İstanbul, İletişim Yayınları, 2013.

MCGEE Harold, DORFMAN Patricia, GREENE Janet et MCGEE Alex, *On Food and Cooking: The Science and Lore of the Kitchen*, New York, Scribner, 2004.

MILLAS Hercules, *The Imagined 'Other' as National Identity: Greeks & Turks*, Ankara, Civil Society Development Programme (CSDP) / NGO Support Team (Euromed), 2004.

NERUDA Pablo, *Odas elementales*, Buenos Aires, Editorial Losada, 1954.

NERUDA Pablo, *Odes élémentaires*, trad. de l'espagnol par Jean-Francis Reille, Paris, Gallimard, coll. « Du monde entier », 1974.

NYE Joseph S., *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York, PublicAffairs, 2004.

ORTAYLI İlber, *Osmanlı Sarayında Hayat*, İstanbul, Yitik Hazine Yayınları, 2008.

ÖZKIRIMLI Umut, *Milliyetçilik Üzerine Güncel Tartışmalar: Eleştirel Bir Müdahale*, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2010.

ÖZKIRIMLI Umut, *Theories of Nationalism: A Critical Introduction*, 2^e éd., Extended and Updated, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2010.

ÖZKIRIMLI Umut et SOFOS Spyros A., *Tarihin Cenderesinde: Yunanistan ve Türkiye'de Milliyetçilik*, İstanbul, İletişim Yayınları, 2008.

PSEUDO-KODINOS, *The Constantinopolitan Court: Offices and Ceremonies*, éd. et trad. Ruth Macrides, José A. Munitiz et Dimiter Angelov, Farnham, Ashgate, 2013.

RENAN Ernest, *Qu'est-ce qu'une nation ? (conférence prononcée à la Sorbonne, le 11 mars 1882)*, Paris, Mille et une nuits, 1997.

RITZER George, *Toplunun McDonaldlaştırılması: Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme*, trad. Şen Süer Kaya, 2^e éd., İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2011.

ROBERTSON Roland, « Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity », dans FEATHERSTONE Mike, LASH Scott et ROBERTSON Roland (dir.), *Global Modernities*, Londres, Sage Publications, 1995.

RODEN Claudia, *A Book of Middle Eastern Food*, Londres, Penguin, 1978, recette « Egyptian Moussaka », consulté via Africa Center (University of Pennsylvania), https://www.africa.upenn.edu/Miscellany/Egyptian_Moussaka_12912.html.

SAID Edward W., *L'Orientalisme : Les Conceptions occidentales de l'Orient*, trad. Berna Ülner, 7^e éd., Istanbul, Metis Yayınları, 2013.

SCHMITT Carl, *Theory of the Partisan: Intermediate Commentary on the Concept of the Political*, trad. G. L. Ulmen, New York, Telos Press Publishing, 2007.

SMITH Anthony D., « From ethnies to nation », dans *The Ethnic Origins of Nations*, Oxford, Blackwell Publishing, 1986.

SMITH Anthony D., *National Identity (Milli Kimlik)*, trad. Bahadır Sina Şener, İstanbul, İletişim Yayıncılık, 1999.

SZUREK Emmanuel, « The Man Sick of Europe: A Transnational History of Kemalist Science », dans Nathalie CLAYER, Fabio GIOMI et Emmanuel SZUREK (dir.), *Kemalism: Transnational Politics in the Post-Ottoman World*, London, I.B. Tauris / Bloomsbury, 2019.

TAJFEL Henri, *Human Groups and Social Categories : Studies in Social Psychology*, Cambridge, Cambridge University Press, 1981.

TECER Ahmet Kutsi, « Orda Bir Köy Var Uzakta », dans *Parlementaires poètes*, Ankara, Türkiye Büyük Millet Meclisi Yayınları, 1990, <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/items/8807832c-f14a-4b80-810e-31ac007781d3>.

TSELEMENTÉS Nikólaos K., *Odigós mageirikís kai zaxaroplastikís (Guide de cuisine et de pâtisserie)*, Athènes, Ekdoisis V. Papachrysanthou, 1930.

WELDES Jutta, LAFFEY Mark, GUSTERSON Hugh et DUVALL Raymond (dir.), *Cultures of Insecurity: States, Communities, and the Production of Danger*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1999.

WRIGHT Clifford A., *A Mediterranean Feast: The Story of the Birth of the Celebrated Cuisines of the Mediterranean, from the Merchants of Venice to the Barbary Corsairs*, New York, William Morrow and Company, 1999.

YEĞEN Ekrem Muhittin, *Alaturka ve Alafranga Yemek Kitabı*, İstanbul, s.n., 1944.

ZUBAIDA Sami et TAPPER Richard (dir.), *A Taste of Thyme: Culinary Cultures of the Middle East*, London, Tauris Parke, 1994.

ZUBAIDA Sami, « National, Communal and Global Dimensions in Middle Eastern Food Cultures », dans ZUBAIDA Sami et TAPPER Richard (dir.), *Culinary Cultures of the Middle East*, Londres - New York, Tauris Parke Paperbacks, 2000.

Articles :

AĞAN Cansu et ÖZER Çağla, « Damla Sakızının Türk Mutfağındaki Yeri, Önemi ve Kullanım Alanları », *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, vol. 4, no 3, 2020, pp. 3002-3015.

ALTUN Zafer, « Türk Kültüründe “Kurt Kavramı” Üzerine Bir İnceleme » (A Study On The Concept Of “Wolf” In The Turkish Culture), *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum / Education And Society In The 21st Century*, vol. 8, no 22, 2019, pp. 91-108.

ALYAKUT Ömür, « Türk Mutfak Kültürünün Kahveye Verdiği Kimlik : Türk Kahvesi », *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, vol. 10, no 94, 2023, pp. 1012-1024.

ANGELOPOULOS Gerasimos-Panagiotis, SCHULP Jan Arend et OLIVEIRA MENEZES Vanessa de, « Local food and authenticity in Greek restaurants », *Research in Hospitality Management*, vol. 9, no 1, 2019, pp. 63-68.

ANHOLT Simon, « Anholt Nation Brands Index: How Does the World See America », *Journal of Advertising Research*, vol. 45, no 3, 2005, pp. 296-304.

ANHOLT Simon, « Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations », *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, vol. 2, no 1, 2011, article 1, pp. 6-12.

ARINÇ Kenan, « Boğatepe Köyü’nde Gravyer Peyniri Üretimi ve Sürdürülebilir Gelişme Açısından Önemi (Kars/Türkiye) », *Türk Coğrafya Dergisi*, no 70, 2018, pp. 1-18.

AYDIN Rıfat, « Yemek ve Âdâb-ı Muâşeret », *Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences*, vol. 25, no 4, 2023, pp. 1583-1594.

BALCI Fatih, « Cezveden Kültüre 40 Yıl : Türk Kahvesi ve Geleneği », *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, vol. 7, no 87, 2019, pp. 315-328.

BATU Ali et BATU Heysem Suat, « Historical Background of Turkish Gastronomy from Ancient Times to Day », *Journal of Ethnic Foods*, vol. 5, no 2, 2018, pp. 76-82.

BATU Ali et KIRMACI Bilal, « Production of Turkish delight (lokum) », *Food Research International*, vol. 42, 2009, pp. 1-7.

BRENNER Neil et ELDEN Stuart, « Henri Lefebvre on State, Space, Territory », *International Political Sociology*, vol. 3, no 4, 2009, pp. 353-377.

CHAPPLE-SOKOL Sam, « Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds », *The Hague Journal of Diplomacy*, vol. 8, 2013, pp. 161-183.

CHOUKROUN Lionel, « Le chef et le diplomate », *Géoéconomie*, no 78/1, 2016, pp. 175-186.

ÇAM Oğuz, « Dünyada ve Türkiye’de Lokum: Gastronomi Kapsamında Bir Değerlendirme », *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, vol. 7, no 2, 2024, pp. 325-342.

ÇAPAR İLERİ Sinem, « The analysis of the importance of Turkish coffee and coffeehouses with the comparison between British and Ottoman culture », *RumeliDE Journal of Language and Literature Studies*, numéro spécial 8, 2020, pp. 392-397.

DELICEIRMAK Feriha Dikmen, « The Glocal Marketing Strategies of Global Brands: Coca-Cola and McDonald's », *Journal of International Business and Management*, vol. 5, no 7, 2022, pp. 1-22.

DEMİRKİRAN Doğan et DEMİR Ali Faik, « Re-Thinking Gastronomy as a Foreign Policy Instrument: Turkish Cuisine and Turkey's Gastrodiploacy Activism », *Üsküdar University Journal of Social Sciences*, no 17, 2023, pp. 1-19.

DESOUCEY Michaela, « Gastronationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in the European Union », *American Sociological Review*, vol. 75, no 3, 2010, pp. 432-455.

DOĞAN Mehmet, « Auguste Escoffier (1846–1935) : Master of Culinary Arts », *Hotel Restaurant & Hi-Tech Magazine*, no 12, 2023, pp. 1-7.

ERGAN Kemal, KIZILIRMAK İsmail et ERGAN Senem, « Gastronomik Ürünlerin Destinasyon Seçimine Olan Etkisi : Edirne İli Örneği », *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, vol. 6, no 3, 2020, pp. 1-10.

EXERTZOGLOU Haris, « Children of Memory: Narratives of Asia Minor Refugees and Greek National Identity », *Journal of Modern Greek Studies*, vol. 24, no 2, 2006, pp. 343-366.

FARR Jason, « The Westphalia Legacy and the Modern Nation-State », *International Social Science Review*, vol. 80, no 3/4, 2005, pp. 156-159.

FERGUSON Priscilla Parkhurst, « Culinary Nationalism », *Gastronomica: The Journal for Food Studies*, vol. 10, no 1, 2010, pp. 102-109.

FOX Jon E. et MILLER-IDRISS Cynthia, « Everyday Nationhood », *Ethnicities*, vol. 8, no 4, 2008, pp. 536-563.

GEZGİNÇ Yekta et AKBAY Cuma, « An Analysis of Household's Yogurt Consumption in Turkey », *Journal of Food and Nutrition Research*, vol. 3, no 4, 2015, pp. 285-289.

GRIGORIADOU Sofia, « "Béchamel": The Taste of Public Memory, Forgetting and Discipline in Athens and Skopje », *Balkanologie*, vol. 19, no 2, 2024, pp. 1-24.

GÜNEŞ Saniye Gül et SABUR Dilek Gökçen, « Slow Food Hareketi yerel lezzet turları örneğinde », *Journal of Food Nutrition and Gastronomy – JFNG*, vol. 2, no 1, 2023, pp. 105-123.

GÜNEY Servet Kazım, « Foods spreading from Turkish cuisine to the world », *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, vol. 8, no 2, 2023, pp. 159-169.

HADJIMBEI Elena, BOTSARIS George et CHRYSOSTOMOU Stavrie, « Beneficial Effects of Yoghurts and Probiotic Fermented Milks and Their Functional Food Potential », *Foods*, vol. 11, 2691, 2022, pp. 1-15.

HUNTINGTON Samuel P., « The Clash of Civilizations ? », *Foreign Affairs*, vol. 72, no 3, été 1993, pp. 22-49.

ICHIJO Atsuko, « Food and Nationalism: Gastronationalism Revisited », *Nationalities Papers*, 2020, pp. 1-9.

ISAXANLI Hamlet, « Tea, Coffee and Cocoa – A Cultural Phenomenon in Azerbaijan », *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*, vol. 26, no 4, 2023, pp. 110-118.

İLHAN Özden, ALTIŞTAŞ Neşe, ŞİMŞEK Nazlı et DOKUZLU Sertaç, « Geographical Indication Regulations and Practices in Türkiye », dans Emilie VANDECANDELAERE et al. (dir.), *Worldwide Perspectives on Geographical Indications*, Cham, Food and Agriculture Organization of the United Nations & Springer, 2025.

JAMES Alice, « Memories of Anatolia : generating Greek refugee identity », *Balkanologie* [en ligne], vol. 5, no 1-2, 2001, mis en ligne le 2 juin 2008.

KARAKATSANIS Leonidas, *Turkish-Greek Relations: Rapprochement, Civil Society and the Politics of Friendship*, London, Routledge, 2014.

KEHL Del, « Grooving a Symbol: Turkish Delight in Narnia », *Sehnsucht: The C.S. Lewis Journal*, vol. 1, no 1, 2007, pp. 29-42.

KERAMARIS Achillefs, KASAPIDOU Eleni et MITLIANGA Paraskevi, « Savoring the past, preserving the future: a mixed-methods examination of culinary traditions among Pontic Greeks in Northern Greece », *Journal of Ethnic Foods*, vol. 12, no 5, 2025.

KIZOS Thanasis et VAKOUFARIS Hristos, « Alternative Agri-Food Geographies? Geographic Indications in Greece », *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, vol. 102, no 2, 2010, pp. 220-235.

KHOO Suet Leng et BADARULZAMAN Nurwati, « Branding George Town World Heritage Site as City of Gastronomy: Prospects of Creative Cities Strategy in Penang », *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, vol. 8, no 3, 2014, pp. 322-332.

LAPID Yosef, « The Third Debate: On the Prospects of International Theory in a Post-Positivist Era ». *International Studies Quarterly*, vol. 33, no 3, 1989, pp. 235-254.

LAPIERRE Nicole, « Dialectique de la mémoire et de l'oubli », *Communications*, no 49, 1989, pp. 5-10.

METİN İsmail et KIZGIN Yıldırım, « Multinational Fast Food Chains' Global Think, Local Act Strategy: A Case Study on McDonald's Turkey », *International Journal of Marketing Studies*, vol. 7, no 1, 2015, pp. 106-116.

NORA Pierre, « Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire », *Representations*, no 26, Special Issue: Memory and Counter-Memory, 1989, pp. 7-24.

ONAY Ahmet, YILDIRIM Hakan et YAVUZ Mehmet Ali, « Sakız Ağacı (*Pistacia lentiscus* L.) Yetiştiriciliği ve Reçinesi », *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, vol. 6, no 2/2, 2016, pp. 133-144.

OKTAY Serdar et GUDEN Nafiya, « Yunan, Türk ve Kıbrıs mutfaklarının gastronomik kültürel yansıması », *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, vol. 4, no 2, 2021, pp. 465-481.

ÖRS İlay Romain, « Culinary Complexities in Turkey and Greece: On Food, Nation, and Identity in the Aegean », *Journal of Modern Greek Studies*, vol. 42, no 2, 2024, pp. 225-256.

ÖZERKAN Fulya, « Turkish Coffee, Not Just a Drink but a Culture », *UNESCO Courier*, 31 mars 2023.

ROCKOWER Paul, « Projecting Taiwan: Taiwan's Public Diplomacy Outreach », *Issues & Studies*, vol. 47, no 1, 2011, pp. 107-152.

ROCKOWER Paul, « Recipes for Gastrodiplomacy », *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 8, no 3, 2012, pp. 235-246.

SAMANCI Özge, « Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemlerinde Yemek Kitapları », *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, vol. 31, no 2, 2020, pp. 205-210.

SCHNEIDER Stephen, « Good, Clean, Fair: The Rhetoric of the Slow Food Movement », *College English*, vol. 70, no 4, 2008, pp. 384-402.

SPENCE Charles, « Gastrodiplomacy: Assessing the Role of Food in Decision-Making », *Flavour*, vol. 5, no 4, 2016, pp. 1-16.

TABANCA Nurhayat, NALBANTSOY Ayşe, KENDRA Paul E., DEMİRCİ Fatih et DEMİRCİ Betül, « Chemical Characterization and Biological Activity of the Mastic Gum Essential Oils of *Pistacia lentiscus* var. *chia* from Turkey », *Molecules*, vol. 25, no 9, 2020, article 2136.

TSOUKALA Anastassia, « On politics and football », dans *A roundtable discussion on the politics of EURO 2024: A collective commentary*, éd. Jan Andre Lee LUDVIGSEN, *Soccer and Society*, vol. 26, no 1, 2025, pp. 179-188.

TURNA Nalan, « Tanzimat'tan II. Meşrutiyet'e (1839-1908) Esnaf Hareketliliği, Devlet Kontrolü ve İstanbul », *Cihannüma Tarih ve Coğrafya Araştırmaları Dergisi*, vol. VI, no 2, décembre 2020, pp. 95-127.

WENDT Alexander, « Anarchy Is What States Make of It: The Social Construction of Power Politics », *International Organization*, vol. 46, no 2, 1992, pp. 391-425.

WENDT Alexander, « The State as Person in International Theory », *Review of International Studies*, vol. 30, no 2, avril 2004, pp. 289-319, Cambridge, Cambridge University Press.

YILDIRIM Ayşe et KARACA Saniye, « Traditional Turkish coffee culture and gastronomy tourism », *Journal of Ethnic Foods*, vol. 9, 2022, pp. 1-11.

YUMUL Arus et ÖZKIRIMLI Umut, « Reproducing the Nation : “Banal Nationalism” in the Turkish Press », *Media, Culture & Society*, vol. 22, no 6, 2000, pp. 787-804.

ZORLU Oktay, GÜNEŞDOĞMUŞ Bedirhan, SÖZER Sefa, AKASLAN Selman, GÖÇEN Batuhan, DİKMEN İlker et ÜNVER Ümit, « Assessing energy and environmental impacts of Turkish-style tea brewing: efficiency, consumption, and carbon footprint », *NPJ Science of Food*, publié en partenariat avec Beijing Technology and Business University & International Union of Food Science and Technology, vol. 8, 2025, pp. 1-7.

Presse :

« Chobani Founder Hamdi Ulukaya on the Journey from Abandoned Factory to Yogurt Powerhouse » *Harvard Business Review*, 25 avril 2022, <https://hbr.org/2022/04/chobani-founder-hamdi-ulukaya-on-the-journey-from-abandoned-factory-to-yogurt-powerhouse> (consulté le 29 mai 2025).

« Chobani's Founder on Growing a Start-Up Without Outside Investors », *Harvard Business Review*, octobre 2013. <https://hbr.org/2013/10/chobanis-founder-on-growing-a-start-up-without-outside-investors> (consulté le 29 mai 2025).

CLOAKE Felicity, « Everything you need to know about moussaka, the classic Greek dish », *Food by National Geographic Traveller (UK)*, Issue 21, 2023, <https://www.nationalgeographic.co.uk/travel/2023/08/everything-you-need-to-know-about-moussaka-the-classic-greek-dish> (consulté le 25 juin 2025).

« Denktash Makes Landmark Visit to Southern Cyprus », *Reuters*, décembre 2001, disponible via IslamWeb, <https://www.islamweb.net/en/article/3060/denktash-makes-landmark-visit-to-southern-cyprus> (consulté le 13 juin 2025).

« Thailand's Gastro-Diplomacy: Like the Cuisine, Like the Country », *The Economist*, vol. 362, no 8261, 2002, <https://www.economist.com/asia/2002/02/21/thailands-gastro-diplomacy> (consulté le 15 juin 2025).

« The Cyprus sticking point », *The Economist*, 4 décembre 2001, <https://www.economist.com/news/2001/12/04/the-cyprus-sticking-point> (consulté le 13 juin 2025).

« Euro 2024 « food wars » spice up action as baguettes and spaghetti desecrated », *The Guardian*, 18 juin 2024, <https://www.theguardian.com/football/article/2024/jun/18/euro-2024-food-wars-spice-up-action-as-baguettes-and-spaghetti-desecrated> (consulté le 12 mars 2025).

« The Cyprus sticking point », *The Economist*, 4 décembre 2001, <https://www.economist.com/news/2001/12/04/the-cyprus-sticking-point> (consulté le 13 juin 2025).

Meltem Ersoy, « Neden Türk değil de Yunan yoğurdu ? Chobani CEO'su Ulukaya Habertürk'e konuştu », *Habertürk*, 18 janvier 2015, <https://www.haberturk.com/ekonomi/alisveris/haber/1031847-neden-turk-degil-de-yunan-yogurdu?page=9> (consulté le 29 mai 2025).

Prepared Foods Editorial Staff, « Lay's Wavy Tzatziki, Masala and Honey Butter », *Prepared Foods*, 16 août 2024, <https://www.preparedfoods.com/articles/129619-lays-wavy-tzatziki-masala-and-honey-butter> (consulté le 21 juin 2025).

« Taraftarlar arasındaki “yemek savaşları” sürüyor; Türkiye-Avusturya maçında “kebab” kazandı, “şinitzel” kaybetti », *T24*, 3 juillet 2024, <https://t24.com.tr/foto-haber/taraftarlar-arasindaki-yemek-savaslari-suruyor-turkiye-avusturya-macinda-kebab-kazandi-sinitzel-kaybetti,33701> (consulté le 17 mars 2025).

Sources électroniques :

« 6^e Festival international du mezzé », Meze Festival (site officiel), Akra Hotels, <https://mezefestivali.com/en/> (consulté le 27 juin 2025).

« Géopolitique du goût : diplomatie culinaire et gastrodiploatie », *Portail de l'IE*, avril 2015, <https://www.portail-ie.fr/univers/influence-lobbying-et-guerre-de-linformation/2015/geopolitique-du-gout-diplomatie-culinaire-et-gastrodiploatie/> (consulté le 13 juin 2025).

« İlhan Koçulu », *Relations publiques*, Conseil du Tourisme de la Turquie (Kültür ve Turizm Bakanlığı), <https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/TR-204436/ilhan-koculu.html> (consulté le 19 juin 2025).

« New International Youth Gastrodiploacy Project », avril 2022. <https://www.worldfoodtravel.org/new-international-youth-gastrodiploacy-project> (consulté le 16 juin 2025).

RICKMAN Catherine, « How Nicholas Tselementes Shook Up Ancient Greek Cuisine And Beyond », *Tasting Table*, <https://www.tastingtable.com/1185193/how-nicholas-tselementes-shook-up-ancient-greek-cuisine-and-beyond/> (consulté le 25 avril 2025).

RITSOS Yannis, « Ειρήνη / “PAIX” », version française de Marco Valdo M.I., *Chansons contre la guerre (Antiwar Songs)*, 10 septembre 2012, <https://www.antiwarsongs.org/canzone.php?id=42298&lang=fr> (consulté le 27 juin 2025).

SIVIGNON Pierre, « La gastronomie au cœur des relations internationales - Négociation diplomatique et influence internationale », *Classe Internationale*, 26 avril 2022. <https://classe-internationale.com/2022/04/26/la-gastronomie-au-coeur-des-relations-internationales-negociation-diplomatique-et-influence-internationale/> (consulté le 13 juin 2025).

T.C. Manisa Valiliği, « Şifa Şehri Manisa - Uluslararası Mesir Macunu Festivali », <http://www.manisa.gov.tr/sifa-sehri-manisa-uluslararasi-mesir-macunu-festivali> (consulté le 18 mai 2025).

UNESCO, *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, UNESCO, <https://ich.unesco.org/fr/convention> (consulté le 13 mai 2025).

UNESCO, *Creative Cities Network (UCCN), champ : Gastronomie*, site de l'UNESCO, <https://www.unesco.org/fr/creative-cities/grid?fq%5BCreative+field%5D%5BGastronomy%5D> (consulté le 24 juin 2025).

UNESCO, *États soumissionnaires et priorités pour le cycle de 2025*, n° 70, « Bulgarie; Türkiye – Traditional techniques of yogurt making and related social practices » (candidature multinationale), <https://ich.unesco.org/fr/etats-soumissionnaires-et-priorites-2025-01348> (consulté le 29 mai 2025).

UNESCO, « La culture de la fabrication et du partage de pain plat : lavash, katyrma, jupka, yufka », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2016, <https://ich.unesco.org/fr/RL/la-culture-de-la-fabrication-et-du-partage-de-pain-plat-lavash-katyrma-jupka-yufka-01181> (consulté le 25 mai 2025).

UNESCO, « La culture du çay (thé) : un symbole d'identité, d'hospitalité et d'interaction sociale », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2022, <https://ich.unesco.org/fr/RL/la-culture-du-cay-the-un-symbole-d-identite-d-hospitalite-et-d-interaction-sociale-01685> (consulté le 25 mai 2025).

UNESCO, « La culture et la tradition du café turc », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2013, <https://ich.unesco.org/fr/RL/la-culture-et-la-tradition-du-cafe-turc-00645> (consulté le 25 mai 2025).

UNESCO, « La diète méditerranéenne », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2013, <https://ich.unesco.org/fr/RL/la-diete-mediterraneenne-00884> (consulté le 25 mai 2025).

UNESCO, « La tradition cérémonielle du Keşkek », UNESCO - patrimoine culturel immatériel, <https://ich.unesco.org/fr/RL/la-tradition-ceremonielle-du-kekek-00388> (consulté le 14 mai 2025).

UNESCO, « Le savoir-faire de la culture du mastiha à l'île de Chios », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2014, <https://ich.unesco.org/fr/RL/le-savoir-faire-de-la-culture-du-mastiha-a-l-ile-de-chios-00993> (consulté le 25 mai 2025).

UNESCO, « Les festivités du Mesir Macunu », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2012, <https://ich.unesco.org/fr/RL/les-festivites-du-mesir-macunu-00642> (consulté le 14 mai 2025).

UNESCO, « L'Iftar/Eftari/Iftar/Iftor et ses traditions socioculturelles », *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2023, <https://ich.unesco.org/fr/RL/l-iftar-eftari-iftar-iftor-et-ses-traditions-socioculturelles-01984> (consulté le 25 mai 2025).

UNESCO, « Turquie : éléments inscrits sur les listes du patrimoine culturel immatériel », *UNESCO - patrimoine culturel immatériel*, <https://ich.unesco.org/fr/etat/turkiye-TR?info=elements-sur-les-listes> (consulté le 14 mai 2025).

Union européenne - Commission européenne, « Loukoumi Geroskipou (PGI) », *Geographical indications and quality schemes - Geographical indications food and drink*, https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-food-and-drink/loukoumi-geroskipou-pgi_en (consulté le 30 mai 2025).

Communications / actes de colloques :

ÇELİKOĞLU Şaban et ATİŞ Evren, « Boğatepe Köyü'nde (Kars) Geleneksel Kars Gravyer ve Kaşar Peyniri Üretiminin Yöre Ekonomisi ve Tanıtımına Katkısı », *Actes du Türk Coğrafya Kurumu 75. Kuruluş Yılı Uluslararası Kongresi*, Istanbul, Türk Coğrafya Kurumu Yayınları, 2017, pp. 310-324.

PAPP-VÁRY Árpád Ferenc, « The Role of Country Names in Country Branding », dans *Proceedings of IAC-MEM 2015 in Vienna: International Academic Conference on Management, Economics and Marketing*, Prague, Czech Institute of Academic Education, 2015, pp. 134-149.

« Webinar : Applications Slow Food sur l'île de Marmara », Département de gastronomie et arts culinaires, Université de Beykoz, animé par Dr. Emine Önel Kurt (co-leader, Communauté Slow Food Marmara Adası) et modéré par Dr. Serap Nazır, 7 novembre 2024, <https://www.beykoz.edu.tr/etkinlik/5095-webinar-marmara-adasi-slow-food-uygulamalari> (consulté le 19 juin 2025).

Mémoire de master :

KİRAZ Leman Nazlıcan, « The Role of Culture in Glocal Advertisements of Global Brands: A Comparison Between Turkey and United Kingdom », mémoire de master, Université d'Économie d'Izmir, 2021, <https://gcris.ieu.edu.tr/bitstream/20.500.14365/332/1/2422.pdf> (consulté le 20 juin 2025).

ANNEXES

Annexe 1 : Supporters suisses brandissant une pancarte « Fondue better than Goulash » (EURO 2024, match Suisse-Hongrie).



Source : Marco Steinbrenner/DeFodi Images via *Getty Images*, reproduit dans *ESPN*, « Food fight: Fans turn Euro 2024 into battle of national dishes », 15 juin 2024, https://www.espn.co.uk/football/story/_/id/40372277/food-fight-fans-turn-euro-2024-battle-national-dishes (consulté le 16 mars 2025).

Annexe 2 : Supporters italiens brandissant une banderole « Eat pasta run fasta » (EURO 2024, match Italie-Albanie).



Source : *The Guardian*, « Euro 2024: seven days away from the action - in pictures », 24 juin 2024, <https://www.theguardian.com/football/article/2024/jun/24/euro-2024-seven-days-away-from-the-action-in-pictures> (consulté le 16 mars 2025).

Annexe 3 : Un supporter albanais cassant des spaghettis devant un groupe d'Italiens (EURO 2024, match Albanie-Italie).



Source : *Express*, « Euro 2024: Albania fans mock Italy with spaghetti banner », <https://www.express.co.uk/sport/football/1911727/Euro-2024-Albania-Italy-spaghetti-football>, image : X / @kos_data (consulté le 16 mars 2025).

Annexe 4 : Supporters polonais brandissant une pancarte « Kielbasa better than Gouda » face aux Pays-Bas (EURO 2024, match Pologne-Pays-Bas).



Source : *Taipei Times*, « A Poland fan holds a sign reading “Kielbasa better than Gouda” prior to their UEFA Euro 2024 Group D match against the Netherlands », <https://www.taipeitimes.com/News/sport/archives/2024/06/20/2003819623>, image : AFP (consulté le 16 mars 2025).

Annexe 5 : Supporters autrichiens cassant des baguettes (EURO 2024, match Autriche-France).



Source : *Independent*, « Euro 2024 fans breaking baguettes is the purest expression of patriotism », <https://www.independent.co.uk/voices/euro-2024-football-fans-breaking-baguettes-austria-france-b2564640.html> (consulté le 16 mars 2025).

Annexe 6 : Supporters italiens proclamant « Pasta > Paella » face à l’Espagne (EURO 2024, match Italie-Espagne).



Source : *Getty Images*, « Fan of Italy holds up a hand-made banner reading Pasta > Paella during the UEFA Euro 2024 match between Spain and Italy », image : Robbie Jay Barratt - *AMA Sports Photo Agency*, n° 2157866514, <https://www.gettyimages.in/detail/news-photo/fan-of-italy-holds-up-a-hand-made-banner-reading-pasta-news-photo/2157866514> (consulté le 16 mars 2025).

Annexe 7 : Supporters turcs brandissant une pancarte « Baklava > Pastel de Nata » (EURO 2024, match Turquie-Portugal).



Source : *Instagram*, publication de *@futbolarena*, Westfalenstadion,
<https://www.instagram.com/p/C8hg9FGoYxo/> (consulté le 16 mars 2025).

Annexe 8 : Supporters tures brandissant une pancarte « Kebab is better than Schnitzel », tandis que les Autrichiens, pour leur part, répliquaient par « Schnitzel is better than Kebab » (EURO 2024, match Turquie-Autriche).



Source : T24, « Taraftarlar arasındaki yemek savaşları sürüyor: Türkiye-Avusturya maçında kebab kazandı, şinitzel kaybetti », <https://t24.com.tr/foto-haber/taraftarlar-arasindaki-yemek-savaslari-suruyor-turkiye-avusturya-macinda-kebab-kazandi-sinitzel-kaybetti,33701> (consulté le 16 mars 2025).

TEZ ONAY SAYFASI

Üniversite : T.C. GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
 Enstitü : SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
 Hazırlayanın Adı Soyadı : Sılay OKUMUŞOĞLU
 Tez Başlığı : Gastronationalisme, identité et gastro-guerre :
 appartenance et diplomatie publique à la table turque
 et grecque
 Savunma Tarihi : 04 / 09 / 2025
 Danışman : Doç. Dr. Ali Faik DEMİR

JÜRİ ÜYELERİ:

Unvan, Ad-Soyad

İmza

Doç. Dr. Ali Faik DEMİR

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep ARIKANLI

Dr. Öğr. Üyesi Cem SAVAŞ

Prof. Dr. Ulun AKTURAN

Enstitü Müdürü