

Yam

le magazine des chefs



— LES RECETTES YAM : GRANDE TABLE & SIMPLE TABLE —
— RENCONTRE AVEC PAUL PAIRET, CHEF DE L'ULTRAVIOLET À SHANGHAI —
— LA FABRICATION DE LA PORCELAINES DE LIMOGES —
— LES GRAVES DE PESSAC-LÉOGNAN —



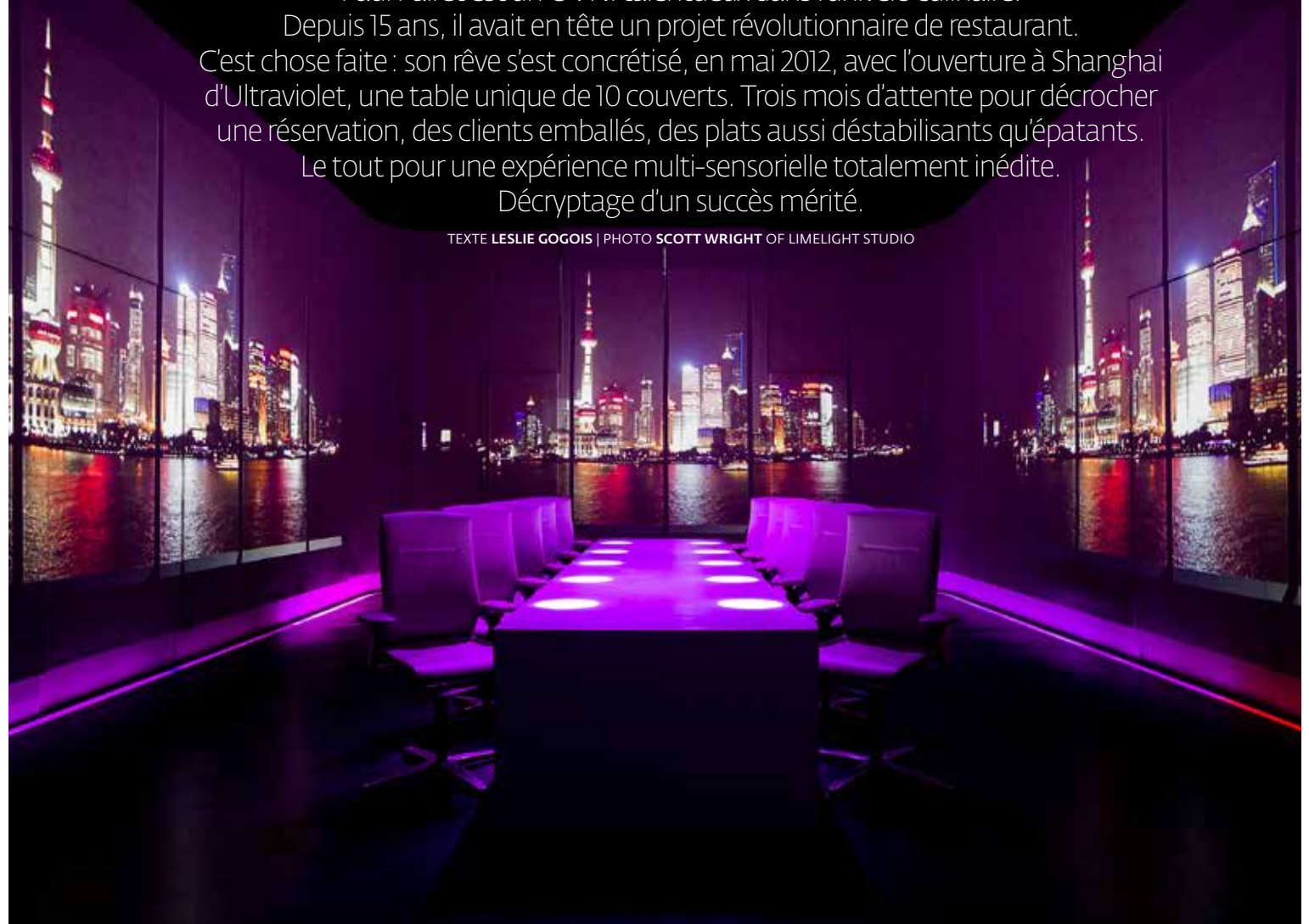




PAUL PAIRET, LE NOUVEAU VATEL

Paul Pairet est un OVNI talentueux dans l'univers culinaire. Depuis 15 ans, il avait en tête un projet révolutionnaire de restaurant. C'est chose faite : son rêve s'est concrétisé, en mai 2012, avec l'ouverture à Shanghai d'Ultraviolet, une table unique de 10 couverts. Trois mois d'attente pour décrocher une réservation, des clients emballés, des plats aussi déstabilisants qu'épatants. Le tout pour une expérience multi-sensorielle totalement inédite. Décryptage d'un succès mérité.

TEXTE LESLIE GOGOIS | PHOTO SCOTT WRIGHT OF LIMELIGHT STUDIO





ON N'EST PAS DANS UNE DÉMARCHE INTELLECTUELLE, CÉRÉBRALE, MAIS PLUS DANS L'ÉMOTION.

CERTAINES RENCONTRES

MARQUENT, CELLE-CI EN FAIT PARTIE. Des 20 minutes d'interview initialement prévues, nous nous retrouvons à parler plus de 2 heures avec ce chef à part. Casquette kaki vissée sur la tête – sa marque de fabrique –, anecdotes en rafale, esprit ouvert à tout, Paul Pairet fait partie de ces cuisiniers charismatiques qu'on pourrait écouter des heures. «La cuisine, c'est ma raison d'être. C'est elle qui me commande»...

Il faut dire que Yannick Alléno nous avait prévenu : «Paul Pairet, c'est le nouveau Vatel. Ultraviolet, ce n'est pas un restaurant, c'est un lieu dans lequel il y a un rythme, une profusion. On est sans cesse surpris. J'ai eu la chance d'y dîner, j'ai vraiment été impressionné. C'est assez extraordinaire...», nous confiait-il quelques jours avant qu'on ne le rencontre. La comparaison avec Vatel, maître d'hôtel d'origine suisse, est particulièrement parlante : ce cuisinier légendaire, aux manettes de la maison de Chantilly au XVII^e siècle, était bien plus qu'un simple chef. Il veillait à tout, de l'organisation des festivités aux approvisionnements, tout cela avec faste et splendeur. Comme lui, Paul Pairet ne laisse aucun détail au hasard...

Son idée géniale ? Avoir conçu un menu tel un bijou qui a besoin d'un écrin. Le voilà donc qui crée, pour chaque plat, un scénario sur-mesure, orchestré par des technologies multi-sensorielles : des images projetées à 360° qui évoquent l'origine de la recette, des faisceaux lumineux braqués sur les assiettes, une musique qui fait passer des Beatles à Debussy, des parfums diffusés par des micro-pulseurs, comme l'odeur de mer ou d'humus. Ici, tous les sens sont chatouillés, réveillés de leur torpeur... Un lieu qui ne peut laisser insensible. Concrètement, les 10 heureux élus se retrouvent chez Mr & Mrs Bund, l'autre restaurant de Paul Pairet à Shanghai, une brasserie moderne. Ils sont ensuite emmenés dans un lieu tenu secret, à travers un dédale de ruelles. Arrivés devant une porte d'entrepôt, ils débarquent dans une salle éclairée d'une lumière fluorescente. Un mur s'entrouvre alors sur une large salle aux murs blancs au milieu de laquelle trône une longue table rectangulaire en Corian. Pas de décor, pas de peintures, pas de vue. Une salle d'un blanc immaculé. La valse des plats peut alors débiter.

YAM | Parlez-nous du concept d'Ultraviolet...
PAUL PAIRET | C'est le projet de ma vie, j'y pense depuis 15 ans... Mon idée initiale, c'était de débarrasser les clients des contraintes de la carte. Je propose une seule table de 10 couverts pour maîtriser le maximum de paramètres, que ce soit la lumière, la musique, les odeurs, le rythme et l'enchaînement des plats... Je veux orienter les 5 sens des clients. On n'est pas dans une démarche intellectuelle, cérébrale, mais plus dans l'émotion. Avec un tel contrôle, on évite le parasitage et le souvenir du plat dégusté devient plus puissant. Ici, à l'Ultraviolet, on peut forcer la concentration du client. Comme si, en quelque sorte, on cherchait à élever la mémoire du plat...

PAUL PAIRET EN 4 DATES

1998 : CHEF DU CAFÉ
MOSAÏC À PARIS

2005 : OUVERTURE DU
RESTAURANT JADE ON 36
À L'HÔTEL SHANGRI-LA
DE SHANGHAI

2008 : OUVERTURE
DE MR & MRS BUND

2012 : OUVERTURE
D'ULTRAVIOLET

JE N'AI
AUCUNE
BARRIÈRE,
J'EMBRASSE
TOUS LES
PRODUITS.
SI C'EST BON,
C'EST BON,
PEU IMPORTE
L'INGRÉDIENT
UTILISÉ.

YAM | *Comment créez-vous votre menu?*

P. P. | Avec les 20 plats servis, je veux raconter une histoire. Le rythme compte beaucoup : cela va de 1 à 6 bouchées, environ 4 minutes par plat. Certaines recettes sont là pour déstabiliser, chahuter, d'autres au contraire pour réconforter.

YAM | *Et pour le vin?*

P. P. | Le vin est servi sur les plats les plus simples, qui vont jouer le rôle de repères pendant le dîner. Comme par exemple, un verre de Riesling sur le homard aux algues. Pour les plats plus «ésotériques», je ne sers pas de vin.

YAM | *Quels produits aimez-vous travailler?*

P. P. | Je n'ai aucune barrière, j'embrasse tous les produits. Si c'est bon, c'est bon, peu importe l'ingrédient utilisé. Pour moi, des sardines en conserve ne sont pas moins bonnes que les fraîches. D'ailleurs, j'ai toujours servi mes mousses de sardine ou de thon directement dans leur boîte. Elles viennent de là, elles y retournent... Je ne m'arrête pas à la noblesse des produits, je n'ai jamais compris cette histoire de noblesse, pourquoi le homard serait-il meilleur que le maquereau? Tout m'inspire, le Coca-Cola, les bonbons gélifiés... Je n'ai aucune limite.

YAM | *Qui vient dîner à Ultraviolet? Plutôt des Chinois ou des étrangers?*

P. P. | Il n'y a pas de règle, on reçoit aussi bien des étrangers de passage à Shanghai que des expatriés. Les Chinois viennent aussi car ils sont curieux et veulent avoir vécu cette expérience. Selon les soirées, il y a des couples, des jeunes, des plus âgés... Pas de profil-type.

YAM | *Que voudriez-vous que les clients se disent après avoir testé votre restaurant?*

P. P. | Je veux juste qu'ils aient passé un bon moment, quelles que soient les raisons de ce bon moment.

YAM | *Comment concevez-vous les scénarii qui accompagnent chacun de vos plats?*

P. P. | Je travaille en amont sur ces

scénarii. Avant l'ouverture, on avait développé des visuels, mais la moitié d'entre eux ne fonctionnaient pas finalement. Ils étaient trop élaborés. Ce qui marche, c'est un scénario primitif, caricatural. Il ne faut pas chercher trop loin, sinon les clients sont déconnectés. Pour mon pain de truffe, par exemple, les clients voient une image de forêt. On diffuse, en même temps, une belle odeur sèche de sous-bois développée par Mane, spécialement pour Ultraviolet, couplée à une fumée de cigare. L'ensemble est dégusté sur une musique très douce : Carnivale/ Gonzales. Il faut, à chaque fois, trouver quelque chose d'universel...

YAM | *Vous avez réinterprété le traditionnel fish and chips anglais. Racontez-nous?*

P. P. | Je propose une version réduite de fish and chips avec des petites câpres trempées dans une pâte à beignet, frites et servies avec une pointe de crème d'anchois. En une bouchée, j'offre une vision réduite de Londres à mes clients. Londres, l'image universelle qu'on a tous, c'est la pluie et les Beatles. Sur les murs, à 360°, est projetée une vidéo de pluie qui tombe. Avec le son de la pluie, on a presque l'impression d'être mouillé.

YAM | *Un de vos objectifs est de faire voyager vos clients?*

P. P. | Oui, en un repas, ils vont aller de Londres, à l'Indonésie en passant par Marseille avec «l'encapsulated bouillabaisse» (bouillabaisse encapsulée). L'ambiance visuelle proposée tourne autour d'une partie de cartes, de Fernandel, de tons orange, jaune, ambre, safran, qui font penser à la Méditerranée... Les clients ne connaissent pas forcément Marseille et pourtant, il faut que le scénario fonctionne, qu'ils y soient allés ou pas.

YAM | *Comment évoquez-vous l'Indonésie?*

P. P. | Ma femme est indonésienne et une des recettes qu'elle préfère, c'est le gado-gado, un plat de légumes crus servis avec une sauce aux cacahuètes. Il sert à rafraîchir la bouche lorsqu'on déguste un plat très épicé, un peu







comme le tzatziki en Grèce ou le raïta en Inde. Pour renforcer ce côté rafraîchissant, je prépare des concombres fourrés d'une crème de cacahuète et couverts d'épices rappelant le gado-gado. Le tout est congelé comme un sorbet et servi avec une projection d'images de marionnettes et de musique balinaises. C'est la bonne ambiance pour ce plat-là...

YAM | *Au milieu du menu, les clients découvrent le « Loup Monte Carlo ». De quoi s'agit-il ?*

P. P. | On sert du pain aux clients, une simple baguette posée sur une planche. Quand le serveur la coupe, ils découvrent qu'elle est farcie de loup. C'est un plat qui est un hommage à Alain Ducasse à l'époque du Louis XV ; d'où l'allégation « You are not in the Louis XV » projetée pendant la dégustation et approuvée par le chef en personne. Ce plat rassemble la majorité des éléments de la Méditerranée sous un seul chapiteau : le pain.

YAM | *Comment cuisinez-vous cette recette ?*

P. P. | Je prépare une pâte à baguette et la laisse lever. Je sale le loup pendant 1 heure pour qu'il soit plus résistant à la chaleur. La chair de loup est mélangée avec un peu de pâte d'anchois, citron, ail, origan, basilic et olives noires. J'enroule ensuite cette farce de pâte à baguette. Le tout est cuit à 250 °C pendant 7 min ; et après un repos de 10 min, je termine la cuisson par 2 min à 250 °C. J'accompagne ce plat d'une vierge réalisée avec du chèvre, de l'huile d'olive, des tomates confites, de l'ail et du basilic.

YAM | *Un de vos plats signature s'intitule « Tomato mozza and again »...*

P. P. | J'ai mis plusieurs années de réflexion avant de créer ce plat : deux assiettes de tomates-mozza, identiques visuellement, sont servies aux clients... Mais attention, ce sont de faux jumeaux, il faut jouer au jeu des 8 erreurs car l'une est salée, l'autre sucrée. Dans la première, on sert un coulis de tomate, des framboises au vinaigre, de la pulpe de tomate au sel de citron. La seconde, tout est pareil mais travaillé en sucré : la pulpe de tomate, par exemple, est assaisonnée d'un sucre de citron. L'intérêt est avant tout conceptuel et non technique. Je l'accompagne d'un portrait d'Arcimboldo pour montrer que les apparences sont parfois trompeuses. Cette transition permet de passer du salé au sucré en douceur.

YAM | *Vous proposez aussi un hommage à Pierre Hermé ?*

P. P. | Oui, le dernier plat du menu est « l'Ispahan Dishwash », un ensemble très désorganisé servi sur un plateau, comme un relief de repas qui part à la plonge. Cette déclinaison de litchi, rose et framboise remplace les mignardises. On diffuse un parfum de rose très subtil avec La vie en rose en fond sonore.

YAM | *En quoi votre démarche se démarque-t-elle de celle de certains chefs, qui proposent eux aussi des menus dégustation d'une vingtaine de plats ?*

P. P. | J'ai deux regrets face à certains menus dégustation : tout d'abord, il n'y a jamais de temps de repos au cours du menu. Le client se retrouve face à 20

bouchées techniques qui s'enchaînent les unes aux autres. On est dans le registre de la performance. Chez Ultraviolet, je crée des moments de calme, prévus pour nettoyer le palais ou faire tomber le niveau de sel. Comme cette soupe de roquette servie avec une eau de tomate et de pêche. Une petite boisson, simple à préparer, qui arrive après le fromage, juste pour marquer une pause et passer tranquillement au plat d'après. L'autre reproche que je pourrais faire à ces menus dégustation-marathon ? Il ne s'agit pas, selon moi, d'un « vrai » repas. Les scénarii qui accompagnent mes plats suivent le type d'émotion qu'on veut susciter. Tout débute par 5 bouchées très rapides, dans une ambiance assez froide, comme toujours au début d'un repas. Puis l'ambiance se détend, c'est le moment de passer à autre chose.

YAM | *Quel est le prix du menu ?*

P. P. | 500 euros boissons comprises... Ce qui n'est pas si élevé quand on sait qu'on emploie 25 personnes pour 10 couverts, un des plus grands ratios qui existent dans le monde de la restauration. Nous sommes 10 en cuisine, 8 au service, 3 à la plonge, 3 au contrôle technique et 1 chauffeur. Tout le staff est polyvalent et peut assister au service lorsque certaines séquences nécessitent 10 à 14 serveurs simultanément. Ultraviolet, c'est le Titanic de la restauration... 