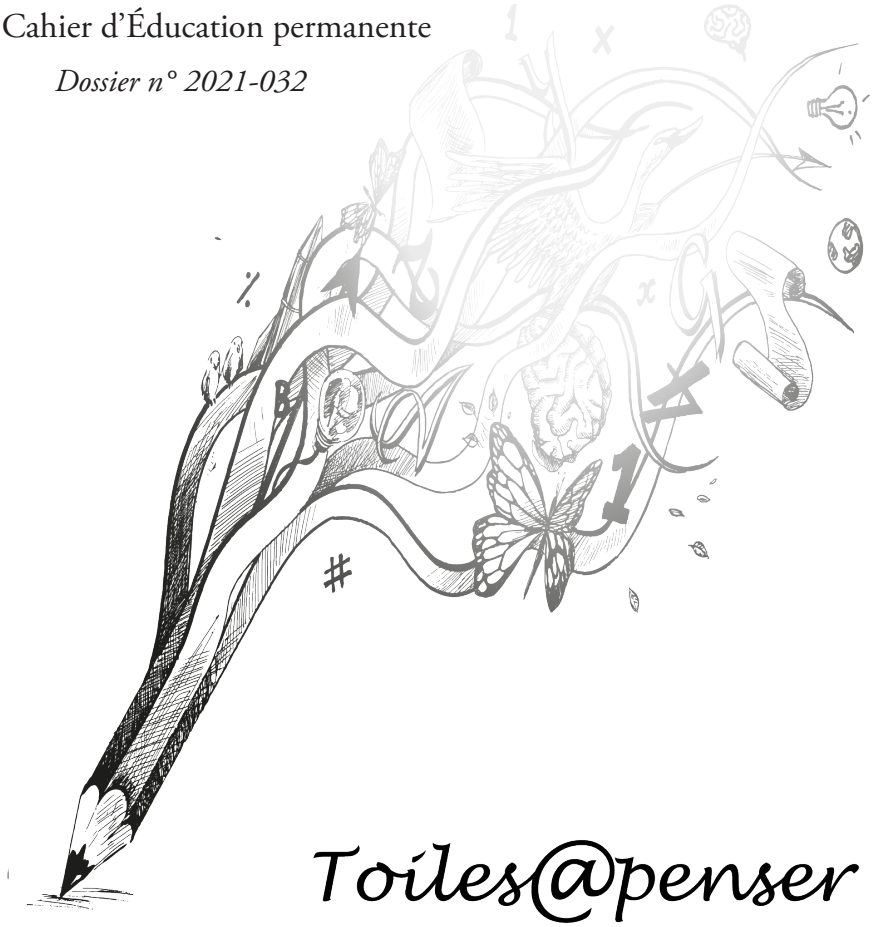
La Pensée et les Hommes ASBL

Cahier d'Éducation permanente

Dossier n° 2021-032



Toiles@penser

La fabrication de la Gueuze : un patrimoine à préserver

Guillaume Libioulle

La Pensée et les Hommes

Émissions de philosophie et de morale laïque
pour la radio et la télévision – Publications

Fondateurs (1954)
Robert Hamaide, Georges Van Hout

Comité exécutif
Henri Charpentier, , Baudouin Decharneux,
Jacques Ch. Lemaire, Fernand Letist, Philippe Liévin,
Michèle Mignon, Claude Wachtelaer

Rubriques
Publications – Radio – TV
Colloques – Ateliers philosophiques

Publications
Nathalie Deneumoustier
02 650 35 90 – revues@lapenseeetleshommes.be

Secrétariat
Myriam Goosse
02 640 15 20 – secretariat@lapenseeetleshommes.be

Médias
Fabienne Vermeylen
media@lapenseeetleshommes.be

Adresse centrale
Avenue Victoria, 5 – 1000 Bruxelles
http://www.lapenseeetleshommes.be

La Pensée et les Hommes
Association reconnue d'Éducation permanente par la Fédération Wallonie-Bruxelles

Connaissez-vous nos publications ?

Nous publions annuellement trois dossiers thématiques et un numéro « Varia ».

Dans sa nouvelle conception, notre revue paraît annuellement sous la forme de trois livres brochés qui comptent chacun environ cent pages et regroupent le point de vue d'une dizaine de spécialistes du sujet traité.

Chaque volume ambitionne de faire le point sur une question relative à la philosophie et à la morale de notre temps ou de traiter en profondeur un sujet qui intéresse les défenseurs des idéaux laïques.

Comment s'abonner à nos publications ?

En effectuant un versement au profit du compte :
Iban : Be46 0000 0476 6336
de *La Pensée et les Hommes* Asbl

Le prix de l'abonnement annuel s'élève à 40 € en Belgique
ou 50 € pour le reste de l'Europe (pour trois volumes thématiques
et un numéro de « Francs-Parlers »)
ou plus pour un abonnement de soutien.

Pour en savoir plus, visitez notre site Internet

http://lapenseeetleshommes.be

Les numéros relatifs à l'abonnement pour l'année 2021 seront consacrés aux thèmes suivants (sous réserve) :

n° 120 – *La symbolique de la grotte*
n° 121 – *Jacques Rifflet, un engagement humaniste pour l'éducation. Hommage*
n° 122 – *Francs-Parlers 2021*
n° 123 – *Panaït Istrati et le mythe du brigand d'honneur*

Le Musée bruxellois de la Gueuze : un patrimoine à préserver

Guillaume Libioulle

Il y a quelque temps, j'ai visité le Musée bruxellois de la Gueuze à Anderlecht. À l'origine de ce musée, se trouve la brasserie familiale Cantillon[1] qui a vu le jour en 1900. Pour survivre face à la concurrence des biens industriels, cette entreprise devient un musée en 1978. À cette date, Jean-Pierre Van Roy, le beau-fils d'une des filles de la famille Cantillion, décide, pour maintenir l'activité brassicole, de transformer la brasserie en musée. Cette tradition familiale se poursuit jusqu'à aujourd'hui, les enfants et petits-enfants de Jean-Pierre assurent la relève.

L'originalité de ce musée est qu'il propose non seulement la visite d'installations de brassage qui date du début du siècle dernier, mais que les cuves ou les bacs refroidisseurs d'époque sont encore fonctionnels. Dans le même ordre d'idées, la fermentation et la maturation du produit a lieu dans des tonneaux en bois et non dans des fûts métalliques comme c'est le cas dans la plupart des brasseries actuelles. Une autre spécificité de ce musée est qu'il maintient sur le territoire de la région bruxelloise le savoir-faire de la fabrication de la gueuze. Ces bières ont la particularité d'être acides. Pour cette raison, au cours du XX^{e} siècle, elles furent progressivement délaissées par les consommateurs au profit de bières plus sucrées. Mais depuis quelques années, avec le développement des microbrasseries, ce type de bière au goût particulier est recherché par les connaisseurs et revient au goût du jour. L'engouement est tel que la boutique du musée restreint le nombre de bières que les visiteurs peuvent acheter pour éviter la spéculation sur le produit et pour le maintenir à un prix raisonnable.

La gueuze est une bière à fermentation spontanée. Ce mode de fabrication des boissons alcoolisées est le plus ancien qui soit. En effet, de nos jours, le processus de fermentation, par lequel un liquide sucré devient

[1] Le Musée bruxellois de la Gueuze est située rue Gheude, 56 à 1070 Anderlecht. Site web : https://www.cantillon.be/.

de l'alcool, est maîtrisé. Mais cette connaissance n'existe que depuis la découverte dans la seconde moitié du XIXe siècle, par Louis Pasteur[2], du rôle des levures dans la fermentation. Auparavant, cette transformation était un mystère. On laissait le moût se refroidir à l'air libre dans un bac refroidisseur de faible profondeur et les levures présentes à l'état sauvage dans la brasserie[3] agissaient sur le liquide. À la fin du processus, on obtenait un liquide alcoolisé acidulé et non pétillant – un vin de grain en quelque sorte – le lambic.

À partir du produit de base qu'est le lambic, se fabrique, depuis le XIXe siècle, la Gueuze. Cette boisson est le résultat d'un assemblage, en bouteille, de plusieurs lambics d'âges différents – de six mois pour les plus jeunes à trois ans pour les plus vieux – plus ou moins sucrés et alcoolisés. Dans la bouteille, un peu comme pour le champagne –, mais sans ajout de sucre ou de liqueur de tirage –, une seconde fermentation s'opère qui génère du gaz carbonique et donc de la mousse. De nos jours, seules quelques brasseries procèdent encore de cette manière. La plupart des brasseries actuelles utilisent des levures cultivées et travaillent sur de grands volumes.

Selon le fruit ajouté au lambic, on peut ainsi obtenir des gueuzes avec une palette de goûts différents. La plus connue est la kriek à laquelle sont ajoutées des cerises acides : les griottes. Au final, on aboutit à un produit avec un côté fruité, mais qui, contrairement à ce que l'on a l'habitude de goûter, est non sucré. Selon la même technique, on peut obtenir des gueuzes aromatisées aux framboises ou aux raisins blancs. Ce sont, là, les variantes traditionnelles connues à partir de la fin du XIXe siècle et le début du XXe siècle. Cependant, depuis quelques années, à la brasserie Cantillon, grâce à la nouvelle génération, une série de recettes inédite voit le jour.[4]

Une tout autre notion du temps

Lorsque l'on visite le grenier de la brasserie Cantillon où sont entreposés les différents lambics qui mûrissent en fût, une phrase est inscrite à la craie sur l'un d'eux : « Le temps ne respecte pas ce qui se fait sans lui ».

[2] Louis Pasteur (1822-1895) est un chimiste et un microbiologiste français. Très connu pour son vaccin contre la rage en 1885. Il écrivit en 1857 un traité qui démontre de manière définitive le rôle joué par les micro-organismes dans la fermentation.

[3] Pour la gueuze, il s'agit des levures de type *Brettanomyces bruxellensis* qui sont naturellement présentes dans les environs de Bruxelles et plus particulièrement dans la vallée de la Senne.

[4] Si dés 1998, une biére aromatisé à l'abricot ont vu le jour en 2008 apparaît une bière aromatisée à la rhubarbe suivie en 2009 d'une bière aux fleurs de sureau.

Cette phrase de Paul Morand,[5] extraite de *L'Homme pressé*[6], fait l'apologie du temps, de la durée et de la tradition, en opposition à l'immédiateté et à la précipitation. Dans notre monde actuel, sur le plan de l'agro-alimentaire, nous avons tendance à accorder une valeur supérieure aux produits artisanaux par rapport aux produits industriels. Par exemple : des plats vendus tout préparés vont être considérés comme moins bons et ils laisseront un moins bon souvenir à celui qui les consomme que ceux issus du travail d'un petit artisan local.

Derrière cet *a priori*, il y a l'idée que le temps utile à leur préparation apporte du goût aux aliments. Tel est le cas pour un certain nombre de produits : ceux qui sont le résultat d'une fermentation, comme par exemple le pain, le saucisson, le vin et bien sûr, la bière, ou ceux qui demandent un affinage comme le fromage. Il en va de même pour tous les plats mijotés – les carbonnades flamandes, la blanquette de veau, la langue de bœuf – des plats qui demandent une préparation longue et donc un savoir-faire. Notre société, où tout s'accélère, a permis aux industries alimentaires de substituer le temps par des additifs, des adjuvants ou des conservateurs, qui sont parfois mal tolérés par certaines personnes. La citation de Paul Morand implique que le temps respecte ce qui se fait avec son concours. Une telle conception sous-tend que l'idée de préparation, de savoir-faire, d'attention, de tradition, de réservoir d'expériences soit associée à certains aliments. Ces notions se retrouvent au cœur du mouvement *Slow food*[7].

À notre époque, il est de bon ton de parler de diététique et d'alimentation saine. Il ne faut cependant pas oublier que se soucier de la qualité de ce que nous mangeons n'est possible que parce que nous vivons dans une société occidentale basée sur l'abondance. Il est important de garder à l'esprit qu'il n'en a pas toujours été ainsi et que, même aujourd'hui, dans les pays du tiers-monde ou dans les classes sociales défavorisées de notre pays, manger sainement est un défi. Dans ces conditions, encenser des produits de qualité, voire de luxe, a quelque chose d'indécent, puisque nous perdons

[5] Paul Morand (1888-1976) est un écrivain français qui, dès 1912, entreprend une carrière au sein du ministère des Affaires étrangères. Pendant la Seconde guerre mondiale, il prend parti pour le gouvernement de Vichy qui le nommera ambassadeur en Roumanie, puis en Suisse. Son attitude durant le conflit lui vaudra durablement l'hostilité du général de Gaulle qui consentira néanmoins à ce qu'il intègre l'Académie française en 1968.

[6] Paul Morand, *L'Homme pressé*, Paris, Gallimard, 1941.

[7] Le *Slow food* est un mouvement international créée en 1986 en Italie. En réaction à la menace d'homogénéisation que représente la restauration rapide, il entend promouvoir d'autres habitudes de consommation. Ainsi, il encourage la consommation d'aliments locaux, sains et respectueux de l'environnement, produits de façon équitable. Ce mouvement cherche aussi à sauvegarder des traditions culinaires et à assurer une éducation au goût.

de vue que nous avons les moyens économiques de bénéficier de produits de qualité alors que d'autres n'ont pas cette chance.

Notre société a tout intérêt à conserver des techniques ancestrales de production de nourriture. Avoir conscience de toutes les étapes de la fabrication lorsque nous mangeons un produit, nous sensibilise à sa valeur réelle et nous permet de mieux l'apprécier. Saveur et savoir ont la même racine en latin : *sapere.* En outre, le temps nécessaire à la fabrication des aliments apporte à ceux-ci une valeur impossible à obtenir autrement. De plus, il crée une attente qui accroît le plaisir à consommer ces aliments. Dans notre monde où tout s'accélère, il est indispensable de conserver des lieux qui maintiennent la tradition de gestes oubliés et d'un savoir-faire culinaire. Ajoutons encore que, dans la vie de tous les jours, nous prenons de moins en moins le temps de manger à notre aise. Souvent, notre vie trépidante nous pousse à consommer rapidement un repas ou une boisson, plutôt que de prendre le temps de les déguster. Or, la dégustation nous permet d'avoir une meilleure perception du goût, une appréciation plus fine des aliments. La conscience du temps et du savoir-faire qu'il a fallu pour produire un aliment nous incite, par respect pour le travail réalisé en amont, à prendre le temps de le déguster. Dans le cas de produits alcoolisés, la notion de dégustation est encore plus importante. Une consommation trop fréquente et excessive d'alcool provoque une assuétude et détériore la santé. Dans ces conditions, la modération est plus que jamais de mise.

La tradition : authenticité ou argument commercial ?

On pourrait se demander si cette allusion au temps et à la tradition n'est pas uniquement un argument *marketing* comme un autre. La valeur que la nourriture possède en elle-même est augmentée par la valeur qu'un récit lui donne et les entreprises l'ont bien compris. En ce qui concerne la majorité des bières d'abbaye, au contraire des bières trappistes, ce sont de grands groupes industriels qui les brassent. Ils mettent en avant le nom de l'abbaye pour évoquer la tradition chez le consommateur. Mais d'autres industries alimentaires ne sont pas en reste. Par exemple, une marque de mousse au chocolat se sert du tableau *La laitière* de Vermeer[8] pour promouvoir son produit. Dans le même ordre d'idées, une série de sociétés, parmi lesquelles des brasseries, vont mettre un point d'honneur à afficher la date de leur

[8] Johannes Vermeer (1632-1965) est un artiste peintre hollandais. Il est célèbre pour ses scènes d'intérieur, sa maîtrise de l'espace, de la lumière et des couleurs. Il sera redécouvert par les critiques d'art au XIX^e^ siècle et il est aujourd'hui considéré comme un des plus importants peintres hollandais du XVII^e^ siècle, avec Rembrandt et Frans Hals.

fondation. Certains produits vont être perçus comme traditionnels alors qu'ils ne le sont pas du tout. Un exemple parlant, la tartiflette n'est apparue que dans les années 1980 pour écouler les importantes productions de fromage reblochon et éviter une crise de surproduction.

Idéaliser la tradition est humain, mais il ne faut pas se fermer à la nouveauté. Lorsque l'on s'attache trop à elle, la tradition perd sa place dans la ligne du temps. Déconnectée de son époque de création, elle devient sacrée et inchangeable. Il n'est plus possible d'évoluer. Or, la tradition n'est pas en contradiction avec l'innovation. Face à nos usages alimentaires actuels, le maintien de formes anciennes de préparation nous permet d'avoir un réservoir d'expériences dans lequel puiser pour pouvoir créer.

Le goût des bières Cantillon est assez particulier, pas du tout sucré et avec une pointe d'acidité. Cette absence de sucre est assez déroutante pour les clients qui goûtent cette boisson pour la première fois, au point que certains parfois recrachent le breuvage. En effet, depuis la fin de la Seconde guerre mondiale, l'emploi du sucre s'est généralisé et nous ne sommes plus si familiers des saveurs acides et amères. Dans ces conditions, la tradition n'est plus utilisée comme un argument de vente, mais témoigne de l'écart qu'il y a entre les goûts de notre époque et ceux du XIX^{e} siècle. Cette distance gustative associée au fait que la brasserie familiale Cantillon est reconnue comme un musée peut être considérée comme une preuve de l'authenticité du produit et de son caractère patrimonial.

Dans notre monde actuel, où tout s'accélère de plus en plus, comment retrouver la capacité à savourer ? Que mettre en place pour que cette manière consciente et réfléchie de consommer soit à la portée de tous et pas seulement d'une élite ? De quelle manière faut-il conserver nos traditions gastronomiques pour continuer à s'en inspirer tout en gardant la possibilité d'innover, voire de les critiquer si nécessaire ? Et comment être attentif pour que cette évolution des goûts ne rime pas avec uniformisation ?

Bibliographie

Jackson, Michael, *Les Grandes Bières de Belgique*, Anvers, M.M. C-Coda, 1992, pp. 65-108.

Nos Toiles@penser 2020

disponibles sur demande et sur notre site https://www.lapenseeetleshommes.be

Questions d'éthique

CRISPR, questions éthiques pour ciseaux génétiques
L'animal de laboratoire face aux droits des animaux au XXIe siècle

Langue, langages et démocratie

Communication chez les poissons et détection du coronavirus Covid-19
L'orthographe est-elle respectable ?
La défaite de la pensée
Les colonnes de la démocratie vacillent-elles ?
Metamorphosis
Un, et deux, puis trois...

Mythes, rites et tradition

Sommes-nous des samouraïs ?
Les forgerons du Kasaï et leurs rites initiatiques
Le secret comme clé de voûte des discours antimaçonniques actuels

Judaïsme

Qu'est-ce que l'antisémitisme ?
« Petite » histoire de l'antisémitisme
La judéophobie
La récupération des biens juifs spoliés
L'imaginaire dans le judaïsme

Un monde durable

« Connexion » et « Durabilité »
L'environnement et ses enjeux pour la faune : Perte de biodiversité et méconnaissance de la faune
L'environnement et ses enjeux pour la faune : La prise de conscience

Penseurs et sociétés

Socrate
Pythagore
Mohamed Iqbal
Jean l'Évangéliste ou le théologien
Paul de Tarse, la théologie au service de la foi

Ceci n'est pas une pipe

La mouvance du langage
Soumission à la contrainte ou émancipation vers la liberté ?
Revenons à « Ceci est une pipe »
Une perte des liens sociaux et moraux

Violence, politique, éducation et presse aux États-Unis

La mormone de Jules Verne ou l'opposé de la femme idéale
La parabole de « The Man Who Shot Liberty Valance »

Les violences faites aux femmes

La violence morale
La violence conjugale, un problème non résolu
Ça vaut pas l'coup !
L'accompagnement judiciaire

Retrouvez la liste complète de nos *Toiles@penser* sur notre site internet à l'adresse www.lapenseeetleshommes.be, sous l'onglet Toiles.

Vous pouvez également obtenir la liste de nos *Toiles@penser* ou une de nos *Toiles@penser* en version papier sur simple demande au 02 640 15 20 ou par mail à secretariat@lapenseeetleshommes.be.

Vous souhaitez être tenu(e) au courant de nos publications, de nos émissions radiophoniques et de nos activités ?

Rien de plus simple,
consultez notre site internet
http://www.lapenséeeetleshommes.be

ou

renseignez-nous votre adresse de courriel
et nous vous enverrons nos programmes détaillés

La Pensée et les Hommes Asbl

Avenue Victoria 5 – 1000 Bruxelles
Tél. 02 640 15 20 – 02 650 35 90
secretariat@lapenseeetleshommes.Be
revues@lapenseeetleshommes.be
media@lapenseeetleshommes.be

Visitez notre site
www.lapenseeetleshommes.be

Association reconnue d'éducation permanente
par la Fédération Wallonie-Bruxelles