

# INTERVIEW

Propos de Seymourina Cruse et Steven Ware  
recueillis entre autres par Catherine Bourgouin pour *L'Écho des Savanes*,  
Mathilde Fenestraz pour le *CFJ*, Aurélie Godin pour *Le Journal des Femmes*  
et Charlotte Mannevy pour le journal *20 Minutes*.

**Publiées ici pour la première fois en version illustrée aux Éditions Delcourt, *Les Recettes inavouables* fêtent déjà plus de 15 ans d'imper-tinence culinaire. Quelle est la recette de ce succès ? D'où viennent les inavouables ? Comment ce phénomène est-il perçu dans le monde de la gastronomie ? Voici toutes les réponses...**

*Comment vous est venue l'idée d'écrire les premières Recettes inavouables ?*

À l'époque, le livre de cuisine ne nous parlait plus du tout. Les auteurs (trop pros), la liste des ingrédients (trop longue), la préparation (trop compliquée), les textes (trop tristes)... On se sentait intimidés, découragés d'avance, ou simplement pas concernés. Les seules recettes qui nous dépannaient vraiment n'avaient pas leur livre, elles nous avaient été confiées par des amis, incognito.

*À qui s'adressent ces ouvrages, alors ? À des nuls en cuisine ?*

Finalement l'ouvrage est parti tous azimuts. Vers les étudiants qui ont un petit budget, mais aussi vers les couples qui ont envie de recevoir en s'amusant, vers les personnes âgées qui ont une réserve d'ingrédients à portée de main dans leurs placards, vers les enfants parce que c'est facile, et même vers des gens qui savent vraiment bien cuisiner, peut-être parce que ça les amuse ou que ça leur donne des idées...

*Quel est l'intérêt de cuisiner des produits agroalimentaires ?*

L'intérêt du produit, c'est l'emprunt d'un goût. On l'emprunte et on le transpose à un endroit où on ne l'attendait pas. On associe deux ingrédients pas forcément faits l'un pour l'autre pour un résultat insolite à la clé.

*Quelle est votre recette fétiche ?*

Sans doute celle du crumble de sardines, qui a fait la couverture fétiche du premier album de *Recettes inavouables* paru chez Hachette Pratique.

*La cuisine, quelle qu'elle soit, doit-elle rester un mystère ?*

La cuisine a toujours eu quelque chose de mystérieux (autrefois, les recettes de famille étaient des secrets bien gardés, les cuisines des restaurants n'étaient pas ouvertes sur la salle comme aujourd'hui, les blogs culinaires n'existaient pas). Et puis, les recettes ont souvent quelque chose d'indécemment si on les lit comme la somme d'ingrédients. Prenez la recette archiclassique du quatre-quarts, par exemple. Si on vous demandait de manger de la farine, du sucre et du beurre en gobant un œuf entre chaque cuillerée, ce serait une torture. Pourtant une alchimie s'opère et on obtient ce fameux gâteau qu'on finit toujours jusqu'à la dernière miette.

*Les Inavouables, c'est bien plus qu'un livre de recettes, un concept ?*

À la sortie des *Inavouables*, on parlait de «concept book» et de propos «décalés». La formule «ovni» ou «pavé» dans l'univers de la gastronomie française était souvent utilisée. Aujourd'hui, cette gastronomie «décomplexée», ou «déculpabilisante», a trouvé sa place en librairie à côté des livres de chefs... On aura pourtant tout fait pour ne pas passer pour des pros !

*Des illustrations fun, des produits de consommation courante... On est très loin des livres de recettes de nos grands-mères ! C'est ça, l'avenir de l'édition culinaire ?*

De tout pour faire un monde : c'est ça, la vraie recette. Des plats végétariens, des recettes de grands-mères, des spécialités régionales et du monde entier... *Les Inavouables* rendent simplement compte de l'une des 1001 façons de cuisiner. Elles expriment surtout une attitude plus détendue vis-à-vis de l'alimentation.

*Vos livres constituent aussi de formidables vitrines pour les marques. Comment avez-vous procédé pour choisir celles qui y apparaissent ?*

Le choix n'a pas été très compliqué : toutes les marques sont passées à la casserole ! Une fois n'est pas coutume, on rend hommage aux qualités qu'on leur a trouvées. Ces produits sont souvent des concentrés de saveurs. Utilisés en petites quantités, ils sont capables de dégager des goûts qu'on n'obtiendrait qu'après des heures de préparation, à partir d'une quantité insensée d'ingrédients.

*Comment inventez-vous les recettes ?  
Quels conseils donneriez-vous à quelqu'un qui veut se lancer  
dans l'invention de recettes de ce type ?*

Bon courage ! Les expériences culinaires oscillent entre le formidable et l'immangeable (c'est soit l'un, soit l'autre, très facile de faire le tri). Mais tout n'est pas inventé. Il y a les recettes que tout le monde connaît mais qui sont justement tellement taboues qu'elles n'ont jamais été consignées dans un livre de cuisine ; il y a aussi pas mal de recettes qui sont de grands classiques à l'étranger mais qui demeurent aussi inconnues qu'incongrues en France ; enfin, il y a toutes ces recettes expérimentales : on cuisine une idée et on la teste ; si c'est bon, on la valide en invitant des amis à dîner...

*Quelles ont été les réactions lorsque vous avez fait tester les recettes ?*

Si vous servez une recette inavouable, il faut impérativement jouer le jeu et ne rien révéler avant que tout le monde ait fini deux fois son assiette. Quand vous passez aux aveux s'ensuit un silence de cathédrale qui peut glisser du malaise au fou rire. Ensuite les convives admettent à l'unanimité que c'était délicieux, et c'est la détente assurée sur tous les sujets diététiques, biologiques et politiques pour le reste de la soirée !

*Comment réagissent les gens de la profession  
face à votre définition de la gastronomie ?*

*Les Inavouables* définissent plus un état d'esprit qu'une gastronomie, elles sont tellement liées à des situations qu'on ose à peine parler de recettes, on est plutôt dans le registre des «trucs et astuces». Les grands chefs ont reçu le livre avec enthousiasme ; nous saluons leur talent et leur imagination mais on ne joue pas du tout dans la même catégorie, ce serait comme comparer une tarte à un cheval.

*Toutes vos recettes sont très bon marché.  
Avez-vous l'impression de réhabiliter la nourriture du pauvre ?*

Côté cuisine, les produits de marque ne sont pas réservés aux riches.