

Gastronomie coréenne, élément des relations internationales

JAE YEONG HAN

Résumé

La cuisine gastronomique coréenne, élément clé de l'identité nationale, a été revisitée après les Jeux olympiques de Séoul en 1988, à la suite desquels le *kimchi*, emblème du patrimoine culinaire coréen, a connu une diffusion mondiale. La cuisine, connue comme la « *K-Food* » dans la « vague coréenne », est considérée comme l'un des éléments du « *soft power* » dans la diplomatie sud-coréenne et la tradition culinaire coréenne est sauvegardée au niveau international par l'UNESCO.

Mots-clés : Gastronomie coréenne – Patrimoine culinaire – Identité coréenne – Diplomatie publique – Vague coréenne.

Abstract

Korean Gastronomy, an Aspect of International Relations

Korean gastronomic cuisine, a key feature of Korean national identity, was re-evaluated following the 1988 Olympic Games in Seoul. As a result, kimchi became a symbol of Korean culinary heritage. Its popularity spread in pace with globalization. Therefore, Korean culinary tradition has had to be preserved at an international level by UNESCO. Today, this cuisine – also known as “K-Food” – along with the “Korean wave”, is seen as an element of soft power in South Korean public diplomacy.

Keywords: *Korean gastronomy – Culinary heritage – Korean identity – Public diplomacy – Korean wave.*

Bien que, de nos jours, la Corée du Sud soit la onzième puissance économique mondiale, la gastronomie coréenne joue un rôle primordial dans sa diplomatie¹. La présence de puissances mondiales telles que la Chine et le Japon a conduit la Corée à élaborer une politique alimentaire et à

¹ Jae Yeong Han, chercheuse indépendante, a soutenu sa thèse de Doctorat en histoire intitulée « Division et guerre dans la mémoire coréenne depuis 1945 », sous la direction d'Hugues Tertrais, en 2014, à l'université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

sauvegarder son patrimoine gastronomique de manière à se défendre à l'égard de toute influence étrangère. La gastronomie coréenne reflète donc les interactions et les rapports de force entre la Corée et les pays qui l'entourent.

Dans cet article, nous allons traiter des enjeux autour de la gastronomie coréenne dans les relations internationales et de l'évolution historique de la place de la gastronomie coréenne. Ensuite, nous examinerons la contribution de la gastronomie au renforcement de l'identité culturelle coréenne, en tenant compte de la rivalité culturelle entre la Chine, le Japon et la Corée. Pour terminer, nous nous intéresserons au rôle de la gastronomie coréenne dans la diplomatie et le rayonnement culturel sud-coréens pour le renforcement de sa position dans les relations internationales.

Enjeux autour de l'alimentation et de la gastronomie coréennes dans les relations internationales

Évolution historique de la place de la gastronomie coréenne sur le plan international

La gastronomie coréenne traditionnelle a été influencée par l'art culinaire chinois, notamment par sa méthode de fermentation qui constituait également la base de la gastronomie coréenne. C'est sous cette influence chinoise que se sont développées les caractéristiques originales de la gastronomie coréenne pendant la période des anciens royaumes coréens (Goguryeo, Baekje et Silla), d'où l'apparition de la première version du *kimchi*, plat emblématique coréen à base de choux fermentés². Ensuite, pendant les dynasties coréennes Goryeo (918-1392) et Joseon (1392-1910), le protocole des repas a pris de l'importance, reflétant l'austérité de la

² Lim Jaehae, Hwang Kyeongsoon *et al.*, *The Humanistic Understanding of Kimchi and Kimjang Culture*, Gwangju, World Institute of Kimchi, 2015, p. 246.

hiérarchie sociale et de l'ordre sinocentrique, exigés par la philosophie confucéenne³.

Ce n'est qu'avec l'affaiblissement de la puissance chinoise, au milieu du XIX^e siècle, que la valeur de la gastronomie coréenne a été reconnue. L'établissement des relations diplomatiques et commerciales avec les États-Unis (1882), le Royaume-Uni (1883) et la France (1886) ont permis à la Corée de faire connaître ses particularités gastronomiques. Pendant les premiers contacts avec les Occidentaux, les repas coréens quotidiens, composés de riz et de légumes macérés, ont donné aux étrangers une image de pauvreté de la Corée⁴. Les plats rudimentaires des paysans de l'époque représentaient la simplicité du caractère du peuple coréen. Suite à l'ouverture du pays aux Occidentaux, la gastronomie coréenne a bénéficié des apports des gastronomies étrangères⁵. L'importation de produits alimentaires a modifié la composition des repas dans les familles coréennes ; par exemple, le miel et le sirop d'orge ont été supplantés par le sucre de canne⁶.

Pendant la colonisation japonaise (1910-1945), l'exportation massive de riz coréen vers le Japon a mis un frein au développement de la gastronomie coréenne. La gastronomie coréenne traditionnelle a été mise en péril et assimilée à la culture japonaise, donnant une image déformée du patrimoine

³ Hae-Kyung Chung, Dayeon Shin *et al.*, « Recovering the royal cuisine in Chosun Dynasty », *Journal of Ethnic Foods*, vol. 4, n° 4, 2017, p. 242-253, p. 250 ; Chang Hyeon Lee, Young Kim, « *Jongka*, the traditional Korean family: Exploring *jongka* food in the context of Korean food categories », *Journal of Ethnic Foods*, vol. 5, n° 1, 2018, p. 40-53, p. 45-46.

⁴ Adrien Launay, *La Corée et les missionnaires français*, Tours, Maison Alfred Mame et fils, 1901, p. 11-12.

⁵ Kyou-Jin Lee, « Study on Cognition and Acceptance of Western Food in Joseon Enlightenment Period (1876-1910) », *Journal of The Korean Society of Food Culture*, vol. 30, n° 6, 2015, p. 714-725, p. 716 (version coréenne).

⁶ Mi-Hye Kim, « The Research of Sugar's Application and Consumption Culture in the Modern Times' Cooking Book (1910-1948) », *Journal of The Korean Society of Food Culture*, vol. 32, n° 3, 2017, p. 185-203, p. 185 (version coréenne).

coréen à l'étranger⁷. Après l'indépendance en 1945 et la guerre de Corée (1950-1953), la Corée du Sud a pris conscience des enjeux de l'alimentation et de ses implications dans divers domaines politiques, économiques et sociaux⁸. L'aide alimentaire américaine a créé un état de dépendance alimentaire mais a aussi permis à des entreprises emblématiques sud-coréennes comme Samsung de se développer puisqu'elles étaient à l'origine des sociétés d'import d'aliments américains et sont devenues en quelques décennies des conglomérats dont l'influence sur la société et la politique est encore importante de nos jours⁹.

Sécurité alimentaire

Les catastrophes naturelles récurrentes, la sécheresse et les inondations ainsi que les conflits fréquents avec les pays voisins ont entraîné des problèmes de réserves alimentaires en Corée¹⁰. Les récoltes agricoles coréennes sont limitées en raison des conditions climatiques et géographiques, ce qui explique l'importance donnée à l'autosuffisance alimentaire, synonyme de survie.

Pendant les plans quinquennaux sud-coréens du développement économique entre 1962 et 1996, l'augmentation de la production alimentaire était prioritaire et le succès du mouvement des nouvelles communautés (*Saemaul Undong*¹¹) a permis l'autonomie alimentaire pour la production de riz. Malgré ce fait, au cours des années 1990, un protectionnisme alimentaire

⁷ Haksoon Yim, « Cultural Identity and Cultural Policy in South Korea », *The International Journal of Cultural Policy*, vol. 8, n° 1, 2002, p. 37-48, p. 39.

⁸ Jong Won Lee, « The Impact of the Korean War on the Korean Economy », *International Journal of Korean Studies*, vol. 5, n° 1, 2001, p. 97-118, p. 104-110.

⁹ Rhyu, Sang-young, « The origins of Korean chaebols and their roots in the Korean war », *The Korean Journal of International Relations*, vol. 45, n° 5, 2005, p. 203-230, p. 208-209.

¹⁰ OECD, *Review of Agricultural Policies in Korea*, Paris, OECD, 1999, p. 13.

¹¹ Karine Grijol, « La restructuration des campagnes coréennes », *Annales de Géographie*, t. 106, n° 595, 1997, p. 263-287, p. 268-270.

a été décrété pour protéger les aliments de base coréens, tel que le riz ou le bœuf, exposés à une grande concurrence étrangère. L'ouverture du marché des produits agro-alimentaires et l'importation de ces aliments de base sont au cœur des enjeux diplomatiques et même sources de tension entre la Corée du Sud et les États-Unis. En 2007, les deux pays ont signé un accord de libre-échange dont a été exclu le riz¹². En 2008, suite à la reprise des importations de bœuf américain, des manifestations antiaméricaines ont éclaté en Corée¹³. Les opposants à cette libéralisation ont même remis en cause la présence américaine sur le sol coréen, ce qui a augmenté la tension entre les deux pays.

Évolution de la gastronomie coréenne

La notion de gastronomie coréenne s'est développée à partir des valeurs sociales de convivialité, de générosité et de partage ainsi que des valeurs traditionnelles d'équilibre et d'harmonie entre l'homme et la nature. Le peuple coréen est particulièrement attentif et attaché à l'alimentation et la vie familiale et sociale sont associées à la nourriture. Dans la vie professionnelle, l'accueil d'un nouveau collègue commence souvent par un repas collectif de bienvenue.

Dans les années 1980, la gastronomie coréenne est entrée dans les relations internationales non seulement comme objet culturel mais aussi comme enjeu social, économique et diplomatique. Dans un pays politiquement et socialement divisé, notamment après la guerre de Corée, il était nécessaire de trouver un élément de cohésion sociale. La nourriture et les repas collectifs ont joué ce rôle. Par exemple, les éléments composant

¹² Jenny Hopkinson, *Overview of US-South Korea Agricultural Trade*, Congressional Research Service, 8 août 2018, p. 14-15 ; ministère des Affaires étrangères, République de Corée, *Dossier d'explication sur l'accord de libre-échange entre la Corée et les États-Unis*, juillet 2011, p. 16-17 (version coréenne).

¹³ Antonio Fiori, « Manifestations antiaméricaines en Corée du Sud dans les années 2000 : une forme de nationalisme revendiqué », *Outre-Terre*, vol. 2, n° 39, 2014, p. 162-176, p. 168-170.

le *bibimbap* (riz et légumes à mélanger) ou le *tangpyeongchae* (mélange de gelée de haricot mungo, de légumes et de bœuf) sont, pour les Coréens, des symboles d'harmonie et de rassemblement¹⁴. Chaque ingrédient s'intègre à un autre pour former un tout : c'est la symbolique de la société coréenne. L'industrie agro-alimentaire sud-coréenne a aussi permis le développement économique des régions rurales. Des programmes politiques ont préconisé l'augmentation de la production de riz pour permettre à la population de contribuer avec plus d'efficacité à l'économie coréenne¹⁵.

La gastronomie coréenne a été réinventée pendant la préparation des Jeux olympiques à Séoul en 1988 pour promouvoir le tourisme en Corée. La politique de la gastronomie a évolué rapidement dans les années 1990 grâce à une politique de promotion mondiale de la cuisine coréenne car la notoriété de la Corée du Sud ne reflétait pas suffisamment sa croissance économique. De nos jours, dans les événements diplomatiques et culturels tels que les réceptions dans les ambassades ou les centres culturels coréens à l'étranger, la gastronomie coréenne occupe une place prépondérante.

Depuis les années 1990, la gastronomie coréenne s'exporte et s'adapte au goût des étrangers. Dans les plats coréens exportés, les condiments essentiels tels que la sauce de soja, la pâte de soja ainsi que la pâte de piment sont modérément utilisés. Alors que la gastronomie coréenne traditionnelle englobe des repas gastronomiques coréens complets, souvent composés de plus d'une dizaine de plats et d'accompagnements épicés, la gastronomie coréenne exportée à l'étranger a été simplifiée. En Europe, la cuisine coréenne est souvent servie à l'occidentale (entrée, plat, dessert). L'Office national du tourisme coréen a cherché des plats tels que le

¹⁴ « Korean recipes: Tangpyeongchae mung bean jelly noodles », 2016 : <http://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=135913>, [consulté le 15 septembre 2019].

¹⁵ Dominique Barjot, « Le développement économique de la Corée du Sud depuis 1950 », *Les Cahiers de Framespa*, 2011 : <http://journals.openedition.org/framespa/899>, [consulté le 15 septembre 2019].

bibimbap, le *bulgogi* (barbecue coréen), le *samgyetang* (soupe de poulet) ou le *naengmyeon* (nouilles froides)¹⁶ que les Occidentaux pourraient apprécier et différencier des plats chinois et japonais. Depuis les années 2010, la notion de gastronomie coréenne s'est encore élargie en incluant même les en-cas vendus et consommés dans la rue (*street food*).

Gastronomie coréenne en renforcement de l'identité coréenne

Identité culinaire coréenne

Quand leurs conditions de vie se sont améliorées dans les années 1980, les Coréens ont pris conscience de l'importance de la préservation de la gastronomie traditionnelle, étroitement liée à l'identité coréenne¹⁷. De nos jours, les particularités de la gastronomie coréenne permettent aux étrangers d'y retrouver l'identité coréenne contemporaine. C'est pourquoi la Corée veut absolument sauvegarder certains éléments culinaires représentatifs tels que le *kimchi* de leur appropriation par les étrangers. Voyant que le Japon tentait de s'approprier le nom *kimuchi* (version japonaise du *kimchi*) à l'exportation, le sentiment de lien entre nourriture et identité nationale coréenne s'est renforcé¹⁸. De nos jours, le *kimchi* n'est plus exclusivement coréen, il est aussi fabriqué et consommé en Chine et au

¹⁶ « Principaux plats Hansik », Office national du tourisme coréen, 2018 : https://french.visitkorea.or.kr/fre/FO/FO_FR_5_2_2.jsp, [consulté le 15 septembre 2019].

¹⁷ Dans les années 1990, le nationalisme gastronomique coréen a été soutenu par une philosophie « *sintobulyi* » (Le corps est indissociable de la terre. Donc, il vaut mieux, pour la santé, consommer des produits alimentaires de son terroir plutôt que de consommer des produits importés) ; Aurélien Pasquier, « La cuisine coréenne comme représentation de la communauté nationale : analyse des rapports entre communauté et cuisine dans les films "Sikgaek" et "Sikgaek 2" », *Transtext(e)s Transcultures [en ligne]*, n° 10, 2015.

¹⁸ Lim Jaehae, Hwang Kyeongsoon et al., *The Humanistic Understanding of Kimchi...*, *op. cit.*, p. 20.

Japon. L'enregistrement du *kimchi* au Codex Alimentarius de l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et de l'Organisation mondiale de la santé (OMS)¹⁹ montre bien que le gouvernement est conscient de la nécessité de protéger le *kimchi* coréen. La crainte que le *kimchi* chinois ou japonais menace le *kimchi* authentiquement coréen a fait surgir un patriotisme gastronomique. Le *kimchi*, spécialité coréenne authentique, consommé quotidiennement par tous les Coréens, symbole du goût pimenté, est souvent utilisé comme image de marque par la Corée. La diaspora coréenne en Chine et en Russie, elle aussi, est connue pour sa consommation de *kimchi*, ce qui la différencie d'autres ethnies.

L'une des particularités de la gastronomie coréenne est le goût pimenté. La poudre de piment et la pâte de piment, repères importants qui distinguent clairement les Coréens des Chinois ou des Japonais, sont des marqueurs de l'identité coréenne. Le goût pimenté dans la gastronomie coréenne représente parfaitement le caractère vif et exalté du peuple coréen, même si les piments n'ont été introduits dans la cuisine coréenne qu'après le XVI^e siècle²⁰.

Sauvegarde de l'identité coréenne par le patrimoine gastronomique

L'Institut pour la promotion de la nourriture coréenne, agence gouvernementale créée en 2010 par le Président Lee Myung-bak, a pour mission « d'établir l'authenticité de la nourriture coréenne, développer l'industrie alimentaire coréenne et diffuser mondialement la cuisine

¹⁹ Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; Organisation mondiale de la santé, « Norme pour le *kimchi* (CXS 223-2001) » adoptée en 2001 et amendée en 2017.

²⁰ Institut national de l'histoire coréenne, « Légumes importés pendant la dynastie Joseon », *History* *Net* : http://contents.history.go.kr/front/km/view.do?levelId=km_010_0030_0020_0020 (version coréenne), [consulté le 15 septembre 2019].

coréenne²¹ ». Cette quête d'authenticité de la cuisine coréenne face à la mondialisation, a conduit à la notion de patrimoine gastronomique.

La politique de mondialisation de la diffusion de la gastronomie coréenne a entraîné la nomination de Jeonju, par l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), en 2012, « ville créative de la gastronomie coréenne »²². Jeonju représente la gastronomie traditionnelle coréenne par l'une de ses spécialités, le *bibimbap*, composé de riz mélangé à des légumes et facile à déguster.

Le *kimjang*, coutume annuelle de préparation et de partage du *kimchi*, a été inscrit au patrimoine immatériel de l'UNESCO en 2013 par la Corée du Sud et en 2015 par la Corée du Nord. Événement commun pour les deux Corées, le *kimjang* est donc devenu l'un des éléments culturels qui peuvent réunir les deux Corées. Pourtant, le fait que cette même tradition du *kimjang* ait été doublement inscrite à l'UNESCO à la demande de chacune des deux Corées séparément, reflétait plutôt la division des deux Corées sur le plan culturel²³.

Gastronomie coréenne dans les relations internationales

Importance de la gastronomie dans le rayonnement culturel

Aujourd'hui, la gastronomie coréenne est considérée comme l'un des éléments essentiels de la diplomatie sud-coréenne dans le rayonnement culturel du pays. Pourtant, le rôle de la gastronomie coréenne dans les relations internationales est un phénomène assez récent, malgré la prise de

²¹ Institut pour la promotion de la nourriture coréenne : <http://www.hansik.org>.

²² UNESCO, *Jeonju, UNESCO Creative City of Gastronomy 2012-2017 Monitoring Report*, 2017, p. 1.

²³ « À chacune son chou : les deux Corées jalouses de leur kimchi », *L'Express*, 21 décembre 2017.

conscience par le gouvernement sud-coréen de l'importance de la gastronomie dans la promotion de la culture coréenne. En 1970, la gastronomie royale traditionnelle de la dynastie Joseon a été désignée « patrimoine immatériel important » de la Corée du Sud par l'Administration du patrimoine culturel²⁴. Avec l'essor du tourisme en Corée depuis 1973, la cuisine coréenne a commencé à être connue des étrangers²⁵. Mais la plupart de restaurants coréens à l'étranger ciblaient une clientèle coréenne composée de touristes et d'expatriés coréens²⁶.

La gastronomie coréenne a commencé à être reconnue à l'étranger grâce à la politique de promotion culturelle renforcée à la suite du succès inattendu du *kimchi* pendant les Jeux olympiques en 1988²⁷. Le gouvernement sud-coréen a promu des plats tels que le *bulgogi* et le *bibimbap* ainsi que le *kimchi* comme plats nationaux coréens emblématiques²⁸. Ces plats sont devenus indispensables pour que la gastronomie coréenne trouve sa place sur le plan international car la Corée du Sud veut réinventer son image de pays développé en utilisant son patrimoine gastronomique²⁹. Ainsi que Paul Bocuse l'a mentionné : « la cuisine peut [...] parfois être érigée en propagande » et « certains pays en font même un outil de reconnaissance »³⁰ ; c'est le cas de la Corée du Sud qui a recours à sa gastronomie pour se rendre visible et se

²⁴ Okpyo Moon, « Dining Elegance and Authenticity: Archaeology of Royal Court Cuisine in Korea », *Korea Journal*, vol. 50, n° 1, 2010, p. 36-59, p. 37.

²⁵ Philippe Pons, « Les nouveaux voyages au pays du matin calme, dieux et jeux de Corée », *Le Monde*, 2 octobre 1976.

²⁶ « Globalizing Korean food », *Yonhap News*, 20 octobre 2010.

²⁷ Hong Sik Cho, « Food and Nationalism: Kimchi and Korean National Identity », *The Korean Journal of International Relations*, vol. 46, n° 5, 2006, p. 207-229, p. 214-215.

²⁸ Hahm Hanhee, « Rice and Koreans: Three Identities and Meanings », *Korea Journal*, vol. 45, n° 2, 2005, p. 89-106, p. 92.

²⁹ Anne Menneson, « Les limites de la diffusion du *soft power* japonais en France », *Asia Focus*, n° 65, mars 2018, p. 2-23, p. 11.

³⁰ Paul Bocuse, « De la gastronomie française comme point d'ancrage des relations internationales », *Géoéconomie*, vol. 78, n° 1, p. 133-150, 2016, p. 139.

créer une identité à l'étranger. Dans le cadre du programme « Corée créative » en 2004, le ministère sud-coréen de la Culture et du Tourisme a souligné l'importance de l'utilisation de la gastronomie traditionnelle dans les échanges internationaux afin de promouvoir une identité culturelle coréenne ouverte à l'étranger³¹. En 2008, le Premier ministre sud-coréen, Han Seung-soo a annoncé le début de la « mondialisation de la gastronomie coréenne³² ».

Suite à l'apparition, dans les années 2000, d'une nouvelle conception de la diplomatie dite « gastrodiplomatie », « stratégie de relations publiques qui correspond à la décision de certains gouvernements de promouvoir leur pays comme une marque³³ », le ministère sud-coréen des Affaires étrangères a mis la gastronomie en valeur dans sa politique extérieure, comme l'un des éléments importants de la « diplomatie publique »³⁴. La gastronomie coréenne joue un rôle de pilier culturel et d'appui pour la diplomatie sud-coréenne, et constitue un « *soft power*³⁵ » dans les relations internationales, autrement dit, « une source de puissance alternative pour accroître l'influence coréenne dans le monde³⁶ ».

La promotion de la gastronomie coréenne sur le plan international est importante non seulement pour la politique culturelle, mais aussi pour la promotion d'autres domaines politiques et économiques. En 2019, une loi a été votée pour la promotion de la gastronomie coréenne afin de renforcer la

³¹ Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme, République de Corée, *Stratégie à moyen et long terme pour la promotion et la diffusion de la culture gastronomique coréenne*, janvier 2017, p. 31 (version coréenne).

³² Philippe Mesmer, « Offensive gastronomique », *L'Express*, 23 janvier 2009.

³³ Philippe Faure, Jean-Claude Ribaut, « La gastronomie dans les relations internationales », *Géoéconomie*, vol. 78, n° 1, 2016, p. 151-166, p. 152.

³⁴ Ministère des Affaires étrangères, République de Corée, *Diplomatic White Paper*, 2011, p. 276.

³⁵ G. John Ikenberry, « Soft Power: The Means to Success in World Politics by Joseph S. Nye, Jr. », *Foreign Affairs*, mai/juin 2004.

³⁶ Muzaffar S. Abduazimov, « Public Diplomacy: Reappraising the South Korean Case through an Evolutionary Approach », *Korea Journal*, vol. 57, n° 3, 2017, p. 83-111, p. 101.

compétitivité de l'industrie de la gastronomie coréenne³⁷. La promotion de la gastronomie coréenne est associée avec l'ensemble de la « vague coréenne » musicale, cinématographique et des séries télévisées. Le tournant de la mondialisation de la cuisine coréenne coïncide avec le succès des séries télévisées sud-coréennes. Le tourisme gastronomique s'est développé après le succès international de la série intitulée « *Dae Jang Geum* » qui montrait la tradition de la haute cuisine à la cour des rois coréens³⁸.

Gastronomie coréenne et messages diplomatiques

La gastronomie joue un rôle diplomatique lors de réunions internationales pour transmettre implicitement des messages. Par exemple, lors de la visite d'État du Président américain Donald Trump à Séoul en novembre 2017, en servant, pendant un dîner officiel, un velouté de maïs et de millet, céréales précieuses en temps de pénurie alimentaire dans les années 1950, la Corée du Sud a transmis au président un message qui souligne la valeur de l'alliance entre ces deux pays depuis la guerre de Corée³⁹. Lors de ce dîner, d'autres messages, concernant les problèmes du passé et des conflits territoriaux avec le Japon, ont été aussi tactiquement transmis avec un plat composé de crevettes provenant des îles Dokdo (objet de contentieux territoriaux entre la Corée et le Japon)⁴⁰. Ce plat symbolique de crevettes de

³⁷ Article 1^{er} de la loi pour la promotion de la gastronomie coréenne du 27 août 2019 (ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales), entrée en vigueur le 28 août 2020.

³⁸ Jennifer Rousse-Marquet, « Les "dramas", moteur du *soft power* coréen », *La revue des médias*, 2012 : <https://larevuedesmedias.ina.fr/les-dramas-moteur-du-soft-power-coreen>, [consulté le 15 septembre 2019].

³⁹ « Trump is treated to menu symbolic of the alliance », *Korea Joongang Daily*, 8 novembre 2017.

⁴⁰ « Trump à Séoul : un dîner, des crevettes, et des messages clairs pour Tokyo », *Courrier international*, 8 novembre 2017.

Dokdo a finalement envenimé les relations entre la Corée du Sud et le Japon⁴¹.

Lors du dernier sommet intercoréen du 27 avril 2018, le menu préparé par la Corée du Sud comportait un dessert dont le nappage était décoré d'une plaque de chocolat ayant la forme du drapeau coréen réunifié. Les fleurs ornant le dessert symbolisaient le printemps des relations entre les deux Corées. La présence des îles Dokdo, représentées sur ce dessert, a fait réagir le gouvernement japonais⁴². Élément commun entre les deux Corées, la gastronomie pourrait aussi jouer un rôle important, dans les années à venir, dans le processus de détente et de réconciliation.

Pendant les trois dernières décennies, la gastronomie coréenne a été revisitée, développée et même réinventée, non seulement afin de sauvegarder la tradition culinaire coréenne mais aussi pour assurer un rôle diplomatique et politique qui va bien au-delà de la simple représentation culturelle. La gastronomie coréenne, en tant qu'outil diplomatique, a permis à la Corée du Sud de se faire connaître et de se faire une place dans les relations internationales depuis qu'elle a été incluse comme l'un des éléments de rayonnement culturel du programme « Han Style », composé de six éléments coréens : gastronomie, alphabet, costume traditionnel, maison traditionnelle, papier traditionnel et musique⁴³. Grâce à cette reconnaissance

⁴¹ Le Secrétaire général du Cabinet japonais Yoshihide Suga, a souligné, suite à ce repas, qu'il est « important d'éviter des actions qui auraient une mauvaise influence sur les relations étroites entre le Japon, les États-Unis et la Corée du Sud » (*The Mainichi*, 8 novembre 2017).

⁴² « Sommet des deux Corées : le dessert pour Kim Jong-un qui énerve le Japon », *France24*, 2018 : <https://observers.france24.com/fr/20180426-sommet-coree-nord-sud-dessert-kim-jong-enerve-japon-iles-disputees>, [consulté le 15 septembre 2019].

⁴³ Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme, République de Corée, *Livre blanc sur la politique culturelle et artistique*, décembre 2008, p. 184 (version coréenne).

internationale, la Corée du Sud peut bénéficier de retombées économiques générées par un nouveau tourisme gastronomique⁴⁴.

⁴⁴ Jia Choi, Daniel Gray, « Innovations in Korean culinary tourism », *Food and the Tourism Experience*, OECD, 2012, p. 165-173, p. 166.