

LA MAISON HISADA, UNE ENTREPRISE JAPONAISE FLORISSANTE DANS LE MONDE DU FROMAGE

Le fromage, produit phare de notre gastronomie est presque un symbole de la prospérité à la française, mélangeant tradition, bon goût et art de vivre. Loin de rester fermé, le marché français du fromage accueille de nouveaux venus, notamment des Japonais. L'Espace Culture et Paix, qui organise les semaines de la prospérité, a enquêté chez Eri Hisada, maître fromager dans le quartier japonais de Paris.

La prospérité évoque d'abord des images de richesse, mais n'oublions pas le premier sens du mot : bonne fortune ou bénédiction. Prospérer, c'est aussi s'épanouir, aller vers la plénitude. Chaque culture a ses symboles de prospérité. L'olivier, pour les méditerranéens, symbolise la longévité. Son huile couleur d'or évoque la richesse. Dans la Bible, le lait et le miel symbolisent l'abondance.

Le saumon figure la prospérité chez certains amérindiens, c'est plutôt le taureau chez les chinois. Cela dit, une statue de taureau jouxte Wall Street, le célèbre quartier de la bourse à New York.

Un sacré produit et un produit sacré

En France, il n'y a jamais de nature sans culture. On ne représente pas toujours la prospérité par un animal, mais par un produit animal travaillé, affiné même par l'être humain, avec la bienveillance du Ciel : le fromage. Ce produit a tout pour symboliser la prospérité à la française : il est sacré pour nos palais et bien des moines en fabriquent encore dans leurs abbayes, avec des prières dont eux seuls ont le secret éternel. D'ailleurs, quelle autre langue que le français pourrait baptiser un fromage « Caprice des dieux » ? Donc, pour la bénédiction, on est servis. Côté richesse, pas d'ambiguïté non plus. Un grand fromage de montagne s'appelle « Abondance ».

Ces fromages, la France en est le plus dynamique exportateur, le plus insatiable consommateur. Avaler un produit qui est souvent rond comme une pièce de monnaie, ça donne certainement de l'appétit pour faire des affaires. Pour que les comptes soient bien ronds, la France fabriquerait, selon une légende, 365 fromages, autant que de jours de l'année.

Le secteur est d'ailleurs innovant : à côté des grands fromages de tradition et des Appellations d'Origine Protégée, de nouveaux fromages « modernes » se créent sans cesse. Quant au bonheur et à la félicité, inutile d'en parler. Le fromage est la gourmandise avant le dessert. Certes, il a parfois été un aliment de base servant à calmer la faim, il a pu être un aliment des pauvres, mais on le classe plutôt du côté de l'alimentation du plaisir que parmi les produits de première nécessité. Surtout si on ... en reprend un petit bout pour finir son pain, ou l'inverse.

Régnant sur le globe du fromage, la France doit tout de même partager le camembert de la production mondiale avec d'autres géants : Italie, Pays-Bas, Allemagne, Suisse. Depuis quelques années, de nouveaux venus s'invitent par ailleurs dans le monde fermé des maîtres fromagers. Et parmi eux, des Japonais s'intéressent à nos tommes, nos fourmes et nos bleus. Passe encore d'en importer au Japon. Voilà que des Japonais fabriquent et vendent du fromage en France et pour des français. Pas si étonnant malgré tout : un pays dont le drapeau est un beau rond rouge sur un fond blanc devait un jour ou l'autre se convertir à ce qui tourne le plus rondement sur la terre, le fromage français.



*La maison Hisada au 47 rue de Richelieu, 75001 Paris
en bas la boutique, en haut le salon de dégustation*

Et cela se fait à Paris même, près de la Comédie Française, de l'Opéra et du Conseil Constitutionnel, temples de nos arts et de nos lois. Allez un peu au 47 rue de Richelieu, et vous verrez que c'est vrai. Chez Eri Hisada, la crémière est ... japonaise.



Eri Hisada (à droite) nous accueille dans sa boutique au rez-de-chaussée.

Madame Eri Hisada nous accueille avec chaleur et simplicité dans sa boutique. Nous montons ensuite au salon de dégustation à l'étage. On y propose différents menus accompagnés de vins de nos terroirs ou de saké. Les tables sont percées de trous, comme l'emmental. Aux murs, des aquarelles célèbrent le fromage, et divers objets l'évoquent, à commencer par une statuette de Saint-Uguzon, le saint patron des fromagers.

Chez Eri Hisada, les secrets de la prospérité semblent tenir à trois facteurs complémentaires : simplicité, art des relations, innovation

Raffinement du produit, simplicité et naturel de la personne

Ce qui frappe d'abord, avec Eri Hisada, c'est le contraste entre le raffinement de ses produits et la franchise, la simplicité, le naturel de sa personne. Tout est présenté avec élégance et finesse, mais sans le moindre artifice.



Entretien au salon de dégustation

Dans un monde où tout est souvent affaire d'image et d'emballage, et alors qu'on est dans un quartier chic de Paris, avec des produits de haut-de-gamme, on est d'abord étonné par l'authenticité de cette chef d'entreprise : avant de reprendre la branche française de l'entreprise de ses parents, Eri Hisada a étudié le sport au Japon, et on sent chez elle une grande énergie mentale et physique. « Un esprit sain dans un corps sain » est une formule qui semble lui coller à la peau. Elle apparaît enjouée, pleine de vitalité et de vivacité : avec ses bonnes joues, son grand sourire, ses yeux ronds et pétillants, sa coiffure naturelle, elle représente vraiment la crémière traditionnelle. On voit tout de suite qu'on a affaire à une femme d'action, manuelle, travailleuse, qui connaît le terrain. « Je connais la France mieux que le Japon, car je visite les fermes, et je découvre sans cesse de nouveaux terroirs, comme la Corse récemment. »

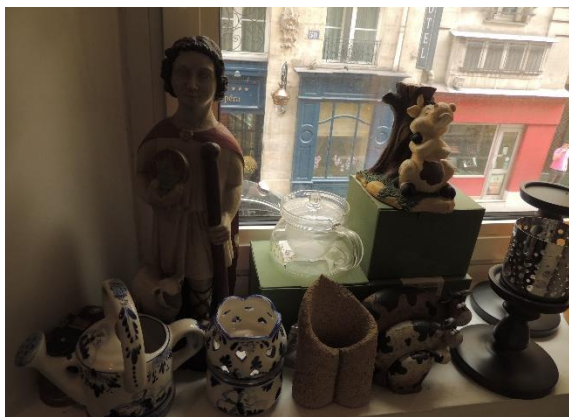


Chez Eri Hisada, on est vraiment dans l'économie réelle et directe, du cœur de l'artisan au cœur de son produit. Elle fait d'ailleurs elle-même pas mal des produits qu'elle vend, elle aime les servir et transmettre sa passion.

Goût des autres et « diplomatie du fromage »

Il y a chez Eri Hisada un immense respect des relations verticales, qu'on retrouve dans la culture japonaise, mais aussi dans les différentes confréries françaises tournant autour du fromage. Eri Hisada est une « initiée », elle a reçu de sa mère cette passion du fromage, et s'est efforcée de la cultiver humblement auprès des plus grands maîtres. Récemment, le journal télévisé de France 2 présentait

par Elise Lucet¹, a consacré une série de 5 reportages au « Mondial du Fromage » auquel participait Eri Hisada, et on peut la voir préparer ses épreuves auprès des formateurs et des conseillers les plus exigeants.



Saint Uguzon, le saint patron des fromagers, veille au premier étage sur la prospérité de la boutique Hisada.

Quand on parle avec elle, on peut sentir de longues années de préparation, pour apprendre la tradition et les secrets de cet artisanat. Eri Hisada est une personne qui a été vraiment formée et entraînée par sa mère et par ses maîtres pour atteindre le plus haut niveau d'excellence dans un métier d'hommes, encore peu ouvert aux Asiatiques. Elle a puisé dans son sens de la verticalité et de la tradition une très grande partie de sa force, qui lui vaut aujourd'hui d'être reconnue et acceptée.

Parallèlement, Eri Hisada a de grandes qualités naturelles pour l'autre aspect de la culture du fromage, faite de convivialité, de bonne humeur, de rondeur. C'est un métier où l'on ne peut pas réussir sans avoir le sens du contact, le goût des autres. Pour aimer et faire aimer le fromage, il faut avoir un esprit un peu onctueux. Eri Hisada est convaincue d'un lien entre le fromage, l'amour et la paix. « J'ai vu un couple de clients italiens arriver dans mon salon en se disputant vivement. Je leur ai servi quelques fromages et au bout de quelques minutes, ils étaient là à s'embrasser amoureusement », dit-elle en riant.

Pour rendre ses fromages encore plus attirants, Eri Hisada mise beaucoup sur une présentation impeccable, toute en finesse. Certains de ses fromages se présentent sur l'assiette comme de véritables gâteaux. Elle parle beaucoup, échange, se montre disponible et attentionnée. Non seulement elle aime le produit, mais elle aime tout le petit monde rural et traditionnel qui gravite autour du fromage. Elle nous rappelle que le Japon, avant d'être un géant des technologies et des robots, est un pays imprégné d'une multitude de traditions et de rituels liés à la maison et à la vie quotidienne. Or sur ce point, les Français et les Japonais ne peuvent que s'entendre. Ce sont deux pays où les arts de la table et du bien-manger sont quasiment sacrés.

Une grande créativité et un sens de l'innovation

La percée de la famille Hisada dans le fromage français ne peut s'expliquer sans un troisième facteur, peut-être le plus étonnant : la créativité. Innover en matière fromagère, surtout quand on vient du Japon est une véritable gageure. Un peu comme le vin, le fromage est un produit de tradition, avec ses appellations contrôlées, ses rites ancestraux, ses techniques millénaires. Toute innovation artisanale sera forcément regardée par la profession avec la plus grande circonspection. On ne peut absolument pas se permettre n'importe quoi. Mais Sanae Hisada et sa fille Eri se sont lancées dans un tour de force : proposer aux français toute une gamme de grands classiques revisités au goût japonais. Parmi ses créations originales, citons le Sakura Mochico, fromage qui accomode le Mozzarella avec de la feuille de cerisier japonais et la Boule de fromage de chèvre frais au Zeste de Yuzu séché ou alors aux aïrelles séchées. Sans parler du maroilles et du taleggio affiné au saké et de ses spécialités au wasabi (moutarde japonaise verte).

¹ www.francetvinfo.fr/culture/gastronomie/feuilleton-au-coeur-du-mondial-du-fromage-4-5_1068217.html



Parmi toutes ces créations, nous avons particulièrement apprécié son produit le plus élaboré, sans aucun doute le plus innovant et le plus magique. La boule de fromage de chèvre frais au zeste de yuzu est une création très audacieuse. Les Japonais ne sont pas naturellement attirés par le fromage et encore moins par le fromage de chèvre. Mais en magicienne des saveurs et des couleurs, Eri Hisada a confectionné une jolie boule onctueuse, enrobée d'écorce de citron japonais.

Par cette création très astucieuse, Eri Hisada parvient à reconstituer la forme naturelle du yuzu, un citron asiatique répandu en extrême-orient rejoignant ainsi l'art traditionnel japonais : imiter la nature. Mais elle le fait à partir d'un produit laitier inexistant au Japon, elle opère ainsi un divin mélange de Yin oriental et de yang occidental, parvenant à une synthèse à la fois simple et subtile.



Le fruit du yuzu dans la nature

On est d'ailleurs tenté de voir dans cette boule de chèvre au yuzu un éloge de la prospérité : la forme toute ronde, une saveur onctueuse, et la couleur dorée et légèrement sucrée du yuzu, tout nous met aussitôt dans une merveilleuse ambiance de bonne fortune, d'abondance, de gourmandise et de bonheur fondant.

Par une savante alchimie, la création originale de Eri Hisada crée une synthèse réussie du fromage, du gâteau et du fruit, qui rend hommage à deux cultures complémentaires.

Pour en savoir plus

Coordonnées de la maison Hisada

Adresse : 47 Rue de Richelieu 75001 Paris

Téléphone : 01 42 60 78 48 www.hisada.fr/news/fr

On consultera aussi

<http://guidedugout.fr/paris/place/salon-du-fromage-hisada>

<http://www.mondialdufromage.com/concours-fromager.html>