



le mirazur, au-delà du mirage

Installé à Menton depuis 2006, l'Argentin Mauro Colagreco collectionne les honneurs. Sa cuisine marie l'acidulé, le végétal et le très frais dans des compositions originales, toujours inspirées par les produits du marché ou de son jardin.

Texte Elvire von Bardeleben

Ci-dessus, le Mirazur à Menton.

Son nom n'est pas très connu en France, pourtant Mauro Colagreco, 38 ans, fait partie des chefs qu'on nous envie à l'étranger. Cette année, son restaurant le Mirazur est l'établissement français le mieux classé (en onzième position) dans le *Fifty Best*, le top mondial des meilleures adresses gastronomiques, devant les figures légendaires (Joël Robuchon, Alain Passard ou Pascal Barbot) et les nouvelles institutions (le Chateaubriand, Septime). Outre ce classement, l'Argentin collectionne les honneurs depuis son arrivée à Menton en 2006 : deux étoiles Michelin, prix du cuisinier de l'année au Gault & Millau en 2009 et même, en 2012, une décoration de chevalier des Arts et des Lettres.

Pour découvrir Mauro Colagreco, il faut aller le trouver à l'extrémité sud-est de l'Hexagone, au bout de la côte d'Azur, après

les plages de galets d'Antibes et le rocher de Monte-Carlo. Le Mirazur est encore en France, mais son voisin le plus proche, à une cinquantaine de mètres, est le poste de frontière italien.

De l'extérieur, l'enseigne ressemble à une tour de contrôle d'un autre temps. À l'intérieur, la disposition du bâtiment construit dans les années 30 prend tout son sens. Une baie vitrée circulaire, en surplomb, permet d'embrasser toute la côte. Les maisons de pierre ocre de Menton, les palmiers le long de la plage, bordée par la ligne de chemin de fer qui relie Vintimille à Nice, et la mer à perte de vue. On devine la chaleur du dehors, sans la ressentir. « *Les clients restent parfois si longtemps au déjeuner qu'on a à peine le temps de dresser pour le dîner* », confirme le maître d'hôtel.

Au pied du bâtiment, il y a un petit verger cultivé par Mauro Colagreco, mais ce n'est pas là que le chef s'approvisionne principalement : à deux minutes du restaurant se trouve sa maison, entourée d'un jardin de

deux hectares qui sert de garde-manger. En août, quand on s'y balade, on tombe sur des oignons nouveaux, du céleri, des framboises. On perd Mauro au milieu des épis de maïs de trois mètres de haut ; il en a importé du Pérou, douze variétés différentes et autant de pommes de terre. Dans le petit carré de tomates, on trouve des green zebra, des ananas vertes, des cornues des Andes et même des géantes de Russie dont certaines atteignent 800 grammes – sans engrais ni pesticides. Des courges trompettes prennent des formes curieuses en se coulant le long d'un muret, comme les horloges de Dalí.

Entre les amandiers et les tournesols, dont il récolte les graines pour un risotto, Mauro Colagreco explique que son jardin fournit 30 % des fruits et légumes de son restaurant, et qu'il aimerait faire plus. En attendant, pour compléter, il va au marché de Menton, à un kilomètre, ou à celui de Vintimille, à peine plus loin.

Ce jour-là, Mauro Colagreco s'aventure à Vintimille. En route, il raconte ses grands-

parents italiens, originaires des Abruzzes et de Calabre, que l'ambiance fasciste de l'entre-deux-guerres a poussé à émigrer en Argentine. Né là-bas, le chef parle tout de même la langue de ses ancêtres et se fond dans le décor du marché italien. Il fait la bise aux marchandes chez qui il a ses habitudes, répond aux « *ciao bello* » qu'on lui adresse, sait tenir tête à la mamma qui veut lui fourguer de superbes haricots noirs. Il choisit plutôt des pêches sauvages toutes rabougries, achète sans hésiter des aubergines pourpre et des poires qui, bien que très vertes, se révèlent tendres et sucrées.

« **Les marchés italiens et français se complètent**, dit le chef. *En Italie, les producteurs proposent des légumes plus amers, comme le radicchio, ou des courgettes trompettes très fines qui ont presque un goût d'avocat.* » Mauro a besoin de se rendre au marché au moins une fois par semaine pour trouver l'inspiration. Sur la carte, son menu ne l'engage à rien, si ce n'est, par son prix, à fournir un certain nombre de plats et une prestation mémorable. Le maître d'hôtel se renseigne sur les allergies et les goûts des convives, essaie de deviner s'ils ont l'habitude de se laisser surprendre par le contenu de leurs assiettes. Puis le chef improvise en fonction des informations recueillies.

Sur une série d'une dizaine de plats, seuls deux ou trois seront servis à toutes les tables. Même si elle varie sans cesse, sa cuisine est facilement identifiable. Le chef arrive à rendre les fruits et les légumes plus intéressants que la viande et le poisson – alors qu'il est plus facile de faire un très bon plat à base de protéines, surtout si on a un bon fournisseur de foie gras ou de langoustes. Chez lui, la salade de tomates est préparée avec les diverses variétés cultivées dans son jardin ; il rajoute des petites fraises des bois (achetées à Vintimille le matin même), des quartiers de figues, et un granité de tomates – au milieu de tant de fraîcheur, les tendres morceaux de mozzarella burrata passent presque inaperçus. Quand Mauro propose un filet de liche, même si le poisson méditerranéen est tendre et nacré, c'est le ragoût qui impressionne : composé de pois chiches frais, encore verts comme des petits pois et de mini courgettes croquantes. Quant au filet de canard, admirablement cuit à basse température, il est accompagné d'une déclinaison de prunes – certaines acides, à peines cuites, d'autres en confiture, délicieusement sucrées – relevées par quelques fleurs de fenouil, dont on garde le goût en bouche encore longtemps après avoir fini de saucer son assiette.

En plus d'expérimenter sans cesse, chaque année, Mauro creuse un thème, « *pour voir jusqu'où on peut aller* » avec, par exemple, les agrumes, les algues de Galice, ou les bulbes. « *Ma cuisine s'est construite ici, à Menton, d'où son côté acidulé, végétal, très frais* », raconte l'Argentin. Il ne la considère pas pour autant comme « *française* », la notion lui semblant vide ▶



Salade de tomates, liche et pois cassés, des plats de Mauro Colagreco.

► de sens : « *Qu'est-ce que c'est que la cuisine française, si ce n'est peut-être, la liberté de certains chefs, comme Alain Passard, dans la création ?* »

Quand il s'est installé à son compte au Mirazur, il y a huit ans, il a pris soin de ne rien cuisiner qui évoque l'Argentine, par peur « d'être jugé pour (ses origines, et non pour (s)on travail ». Maintenant qu'il a acquis la reconnaissance nécessaire, il ose intégrer des techniques et des ingrédients de son pays natal. Il s'essaie parfois au ceviche, précuit la viande avant de la faire griller au feu de bois, ajoute un peu de poudre maté dans sa glace au chocolat. Mauro s'est installé dans l'Hexagone en 2000 car il estimait que « c'était le pays qui avait marqué la cuisine occidentale », mais il n'avait pas l'intention de s'éterniser. Après être passé chez Alain Passard, Alain Ducasse, Bernard Loiseau et Guy Martin, il songeait à rentrer. Mais, aux débuts des années 2000, l'Argentine est plongée dans une crise financière qui ne laissait augurer rien de bon. « Si je revenais, je n'étais pas sûr de trouver un emploi là-bas et encore moins une clientèle si je m'établissais à mon compte. »

Il décide donc de poursuivre son expérience en France et de chercher, à terme, un

emplacement pour ouvrir en Espagne ou en Italie – des pays qui par leur langue et leur culture, lui sont plus familiers. En 2006, il tombe finalement sur le Mirazur, qui est à louer. La région lui plaît, surtout après cinq ans de grisaille parisienne, le bâtiment l'enchanté et la proximité avec l'Italie le rassure. Il se lance, même s'il a conscience que l'emplacement n'est pas évident : ce n'est pas un lieu de passage, l'enseigne est fermée depuis longtemps (son prédécesseur, doublement étoilé, avait mis la clé sous la porte quatre ans auparavant) et sa cuisine relève plus d'occasions exceptionnelles que de la cantine. Les premières années, Mauro, même épaulé par un investisseur, perd de l'argent. « On a fait beaucoup de service à zéro couvert au début », se souvient le chef. Afin de faire tourner la boutique, il accepte une mission de consulting pour un palace de Buenos Aires et des collaborations avec des grandes marques. Aujourd'hui, dans la même logique, il est aussi le chef à distance d'un restaurant à Shanghai à la cuisine « plus classique », où il place des anciens du Mirazur qu'il a formés.

Mauro Colagreco sait l'importance des distinctions qu'il a reçues. Sans ce coup de projecteur, l'aventure aurait tourné court. Il

est malgré tout un peu gêné par sa position dans le classement des 50 meilleurs restaurants : « Il y a en a tant d'autres en France du même niveau ou meilleurs que le Mirazur qui ne sont pas dans la liste... J'étais récemment chez Michel Troisgros par exemple, c'était magnifique. » De toutes les récompenses, c'est encore l'insigne de chevalier des Arts et des Lettres qui l'a le plus ému. En Argentine, avant de se lancer dans la cuisine, il a étudié la littérature française et être distingué au même titre des écrivains et des artistes « représente quelque chose pour [lui]. Et puis cette décoration reste à vie, ce n'est pas comme les étoiles... ».

Mauro Colagreco a conscience qu'en cuisine comme ailleurs, la mode change par définition et qu'un excellent chef n'aura pas éternellement les faveurs des guides et des classements. Mais l'homme est philosophe et suit déjà à la lettre une règle de vie édictée dans un classique de la littérature française : « Cela est bien, mais il faut cultiver notre jardin », disait Candide. ●

Le Mirazur, 30, avenue Aristide-Briand, 06500 Menton, tél. : 04 92 14 86 86. Menus à 70, 98 ou 140 €.
 ELVIRE VON BARDELEBEN - EDUARDO TORRES



des bouteilles en un clic

Grands crus introuvables, bonnes affaires... les sites de vente en ligne se multiplient. Zoom sur les cavistes Lavinia et Millesima.

Acheter du vin chez un caviste, la chose peut se révéler complexe pour qui n'est pas expert en cépages, taux de sulfates et autres données œnologiques. Pour s'en convaincre, il suffit de se rendre en fin de journée dans une boutique où l'on verra traîner de pauvres hères à la recherche de la bonne bouteille en vue du dîner imminent.

La solution, pour certains, semble se trouver en ligne. Et la vente de vins sur le web connaît, comme tous les domaines d'ailleurs (du panier de courses à l'accessoire de mode), une hausse constante depuis quelques années.

Dans le flux de sites spécialisés, il convient de comprendre qui est qui. Il y a les sites de ventes privées qui fonctionnent avec des

stocks géants et des listes de données de clients, ou des plateformes d'abonnement à des « packages » réguliers (chaque mois vous recevez une sélection de quelques bouteilles). Mais les cavistes en ligne connaissent également un succès, preuve de l'incursion d'une certaine qualité de vin dans la branche internet. À l'image du géant espagnol Lavinia, dont les activités numériques représentent aujourd'hui quinze pour cent du chiffre d'affaires global.

Démarrées en 2005 avec le lancement d'un site reconstruit en 2013, les activités de vente en ligne du caviste s'orientent vers des vins du monde entier avec une sélection soignée. Chaque bouteille est accompagnée d'un laïus plutôt bien fait (au moins pour les néophytes) et un numéro de téléphone permet de prendre l'avis d'un conseiller-

latitude idéale

Entre les 40° et 50° parallèles de la planète se développeraient les grands vins du monde, de la Bourgogne au Chili.

Qu'est-ce qui fait la différence entre un bon vin et un grand vin ? Autant la question est évidente, autant la réponse ne l'est pas. On peut cependant la trouver sous la plume toujours inspirée de l'écrivain Jean-Paul Kauffmann. « Décrire un bon vin est chose relativement facile. Des bons vins, on en élabore aujourd'hui à peu près partout. Ils procurent une satisfaction, un état de contentement où l'on ne désire rien de plus, rien de mieux que ce que l'on déguste. »

Mais, « un grand vin, c'est une autre affaire ». Quelle affaire ? Un « profond rapport de connivence entre le vin et la dégustation » qui « s'appelle l'émotion,

sentiment tout aussi malaisé à décrire ». Il ajoute : « L'attaque est soyeuse, tandis que viennent se déployer crescendo deux perceptions antinomiques, la finesse et la puissance, que seuls les grands vins savent unir. » Kauffmann parle aussi de « l'impulsion intérieure » des grands vins, de leur « retenue » : « chacun d'entre eux, tout en assumant sans restriction ses pouvoirs de séduction, doit se garder de la moindre exagération. » Surtout, « rien de trop ». Une vraie leçon de philosophie grecque. Ce qu'écrit Kauffmann, on peut le lire dans la préface d'un livre consacré aux grands vins : la Magie du 45° parallèle. Les deux auteurs, Olivier Bernard, à la tête du célèbre Domaine du Chevalier, dans les Graves, et le journaliste Thierry Dussard, y développent la théorie d'une « ligne à haute tension » des grands vins du monde, une latitude idéale, un « ruban magique »

sommelier. Pour cette rentrée 2014, l'entreprise propose sur son site une série d'exclusivités. Comme par exemple, un côtes-du-rhône 2013, produit par Mathieu Dumarcher, cuvée Gustave, à base de grenache et de carignan, à 15,20 euros. Un Alsace blanc du domaine de Sylvie Spielmann, un mélange de cépages traditionnels locaux qui offrent un résultat délicatement fruité, à 13 euros. Ou encore une cuvée Milhojas, AOC Priorat, minéral et équilibré, élaboré en Catalogne et originaire d'un producteur au nom évocateur, l'Infernal, à 19,20 euros.

Plus ciblé, le précurseur Millesima, lancé en 1998, détient un réel avantage concurrentiel sur les Bordeaux, avec des offres sur des grands crus, comme les Château Cantemerle ou le Château Malartic-Lagravière. Comptez plusieurs centaines d'euros par bouteille... Wine And Co, propriété du groupe LVMH, s'inscrit dans une logique de goûts grand public (avec des vins accessibles et faciles). Tous différents, ces sites s'adressent pourtant à un public similaire. Soit les CSP+, capables de dépenser une somme conséquente dans la bibine (chez Lavinia, le panier moyen d'une commande est de 300 euros et chez certains autres, il peut dépasser 1000 euros).

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, se connecter pour acheter une (ou plusieurs) bouteilles n'est pas une démarche qui vise à gagner du temps, mais est considéré comme un plaisir : 57 % des acheteurs de vin estiment qu'il s'agit d'une activité agréable, selon une enquête IPSOS/Lavinia. Preuve que sur un site ou dans une cave, acheter un flacon consiste surtout à déambuler quelque part. Cette recherche fait tout le charme de l'expérience. ● C. G.

www.lavinia.fr
www.wineandco.com
www.millesima.fr

qui parcourt la planète entre le 40° et le 50° parallèle de l'hémisphère nord, englobe la bourgogne et le bordelais, mais aussi l'Oregon, l'Argentine et le Chili aussi, mais dédaigne la Méditerranée où pourtant la vigne est née. C'est dans cet espace mystérieux que le vin trouve des conditions idéales pour que jaillisse l'expression du terroir et l'empreinte de chaque millésime. Vingt-six personnalités, liées au vin, dont un philosophe et un historien, commentent l'audacieuse théorie qui va faire grincer des dents. Lire de belles plumes sur de grands vins, c'est déjà un peu faire sauter les bouchons. ● JEAN-PIERRE PERRIN

La Magie du 45° parallèle, Olivier Bernard, Thierry Dussard, éditions Féret, 158 p., 19,50 €.
 LUC MANAGO