

[< retourner](#) | [imprimer](#)

LE JOURNAL FRANÇAIS DES ÉTATS-UNIS

FRANCE-AMÉRIQUE

Opération séduction de la région Nord à New York



Christelle Gérard

Le chef Marc Meurin et son second Matthieu Boutroy Chez Benoît à New York.

Christelle Gérard
23 avril 2011

Une semaine durant, des étudiants en BTS à Armentières, près de Lille, sont venus promouvoir leur région à New York. Dans leurs valises, des bières, des terrines, et de la bonne humeur.

« Nous voulions montrer que le Nord, ce n'est pas que la bière », expliquent Isabelle Refouni et Véronique Boone, respectivement professeurs d'anglais et de sciences économique et sociale. Deux ans durant, les deux quadragénaires et une vingtaine d'étudiants en BTS commerce international et management du lycée St Jude d'Armentières ont préparé « Lille région à New York ». Dans leurs valises, ils ont rapporté toutes sortes de bières, mais aussi des biscuits Delacre, des robes en dentelle, des écharpes en lin et même un char à voile pliable. « Notre région, c'est aussi du textile, de l'innovation et une culture très riche », précisent les deux professeurs.

Le point d'orgue de la semaine des Ch'tis à New York était vendredi, au 2^e étage du restaurant d'Alain Ducasse, *Chez Benoît*. Le chef doublement étoilé Marc Meurin avait également fait le déplacement, pour faire découvrir à la cinquantaine de distributeurs et autres publicitaires présents la gastronomie régionale.

« Le grand défi, c'était de faire de la cuisine du Nord avec des produits new-yorkais », explique le chef du Château de Beaulieu, à Busnes. Pari réussi pour Marc Meurin qui a étonné les Américains avec ses endives à la flamande, sa langue de Lucullus, entendez un feuilleté de langue de bœuf fumée et de foie gras, ou son parfait glacé à la chicorée et aux baies de genièvre. « Ce n'était pas évident, admet-il. Ici, par exemple, la poitrine fumée et le saumon fumé ne sont presque pas fumés », a-t-il pu constater. « Je n'ai pas pu cuisiner de beignet au Maroilles, il n'aurait pas passé la douane et on n'en trouve pas à New York, mais pour le reste, on a pu se débrouiller », souffle le chef.

Chaque étudiant présentait un produit régional, en espérant trouver un débouché aux Etats-Unis, ou un aspect de la culture, en comptant inciter les Américains de passage en France à visiter le Nord. « Il n'y a pas que Paris et le Sud. La France, c'est aussi le Nord », conclut Ando Randriana, responsable du stand des bières Jenlain, commercialisées par Wall Food.

Opération séduction réussie pour les étudiants, dont certains repartent avec des promesses de stage dans la Grosse Pomme.

[http://www.france-amerique.com/articles/2011/04/23/
operation_seduction_de_la_region_nord_a_new_york.html?print_page=true&return_page=
articles/2011/04/23/operation_seduction_de_la_region_nord_a_new_york.html](http://www.france-amerique.com/articles/2011/04/23/operation_seduction_de_la_region_nord_a_new_york.html?print_page=true&return_page=/articles/2011/04/23/operation_seduction_de_la_region_nord_a_new_york.html)