

Le web fait recette

Les blogueurs culinaires s'imposent sur la toile

Chloé Jaussaud*

» Depuis une dizaine d'années les amateurs de cuisine partagent massivement des recettes en proposant des blogs, jusqu'à devenir, tant du côté allemand que du côté français, de réelles stars du web, prisées des internautes, mais aussi appréciées des marques qui y voient une opportunité dans leur communication pour toucher de nouveaux publics et gagner en popularité.

Les blogs sont apparus sur le web en Europe dans les années 2000. Avant cela, la majorité des supports web étaient des sites Internet qui nécessitent des connaissances poussées en développement informatique pour être gérés. La communauté des « geeks », ces fanas des nouvelles technologies, fut la première à préempter les blogs, suivie par une myriade d'amateurs aux centres d'intérêts divers, fans de cuisine, de mode, de beauté, de photo

ayant le souhait de partager avec le plus grand nombre leurs créations et talents. En France comme en Allemagne, les blogueurs culinaires les plus influents aujourd'hui ont commencé leur activité entre 2000 et 2005, lorsque le phénomène des blogs a commencé à se formaliser et que des plateformes se sont développées pour les héberger.

La blogueuse allemande Nicole Stich a ainsi été l'une des pionnières du phénomène en Allemagne



Aus dem Netz auf den Tisch

Chloé Jaussaud, Expertin für soziale Netzwerke im Web, stellt beim Vergleich deutscher und französischer *Food-Blogs* fest, dass in Deutschland Gastronomisches wie Restaurantkritiken und *Haute Cuisine* bevorzugte Inhalte sind, während bei französischen Bloggern und Usern Kochrezepte für den Alltag im Mittelpunkt stehen. Ein weiterer Unterschied: *Food-Blogs* sind in Frankreich fest in Frauenhand; in Deutschland teilen Männer und Frauen das Interesse an den mittlerweile einfach zu erstellenden, längst auch von der Öffentlichkeitsarbeit entdeckten und seit etwa zehn Jahren in vielen Ländern sehr erfolgreichen privaten Kulinarik-Domains.

Red.

* Chloé Jaussaud est consultante en communication à l'agence *Elan* et spécialiste des médias sociaux.

et compte aujourd'hui parmi les dix meilleurs blogueurs culinaires au monde, d'après le magazine *Times*, avec son blog *Delicious-days.com*. Elle s'est lancée dans l'aventure en 2005, s'intégrant dans la petite communauté des blogueurs cuisine de l'époque, à la fois passionnée de cuisine et de photographie. Ces blogueurs, qui se sont fait con-

Nouvelles tendances

Les blogs ont ouvert l'Internet à des communautés nouvelles, autres que les journalistes et les professionnels du web. Grâce à ce format, il est désormais possible de publier du contenu facilement, une tendance qui n'a d'ailleurs pas cessé de s'affirmer.

En 2005, le jeune Allemand Christian Neukirchen lance par exemple dans cette mouvance *anarchaia.org* une plateforme permettant de poster du contenu varié, pas plus long qu'un paragraphe, inspirant le concept des sites de micro-blogging qui font fureur aujourd'hui parmi les blogueurs comme *twitter* et *tumblr*, et permettant ainsi de donner la parole au plus grand nombre, via des modalités de publication toujours plus simples.

naître sur la toile à la même époque, se recommandent entre eux en faisant circuler les internautes d'un blog à l'autre via des échanges de liens. Ainsi Nicole Stich recommande de visiter les blogs de ses « amis virtuels », *La Mia Cucina*, *Anonyme Köche*, *Nutriculinary*, *Rettet das Mittagessen*, qui étonnamment figurent tous dans le *top ten* des blogs de cuisine allemands établi par le magazine online allemand *web.de*.

On observe du côté français un phénomène similaire. Parmi les dix premiers blogs cuisine, d'après le classement établi par le spécialiste du web *Ebuzzing*, la plupart ont été créés la même année et forment désormais le socle de la communauté des blogueurs cuisine, faisant office de références auprès des médias et de modèles auprès des plus de 1 387 blogueurs culinaires en France, dont la majorité génère une très faible audience de moins de 50 visiteurs par jour.

En France comme en Allemagne, ces blogueurs deviennent de véritables stars. Les plus célèbres publient même leurs livres de recettes de cuisine, comme Nicole Stich, auteur des ouvrages *Delicious Days* et *Geschenkideen aus der Küche*. Le blogueur Stevan Paul, de *Nutriculinary*, figurant également parmi les dix blogs de cuisine allemands les plus en vue, a également son livre dédié, *Schlaraffenland*. Il publie sur son blog son programme de conférences et fait l'objet d'interviews comme Luisa Weiss, du blog *The Wednesday Chef*, interrogée par *focus.de* ou Ulrike Westphal du blog *Küchenlatein*, interrogée par le blog *Valentinas-Kochbuch*. En France, la blogueuse de *Papilles et pupilles* est également l'auteur de l'ouvrage *Pain gourmand*, des recettes pour toutes les occasions. Les émissions de télé-réalité s'arrachent aussi ces blogueurs stars des deux côtés de la frontière, avec des concepts comme *Un dîner presque parfait*, connu en Allemagne sous le nom de *Das perfekte Dinner*, qui au début faisaient participer le grand public et ont été déclinés en compétitions de blogueurs.

Tant de similitudes pourraient laisser croire que les blogs de cuisine sont finalement les mêmes dans tous les pays et que les blogueurs adoptent tous la même conception de la gastronomie. Il n'en est rien et les communautés de blogueurs en France et en Allemagne présentent leurs caractéristiques propres pour aborder la gastronomie, en raison de deux rapports historiques distincts à la gastronomie.

Un art et une activité du quotidien

En France, la gastronomie est considérée comme un art traditionnel. Le « repas gastronomique des français » est classé au patrimoine mondial de l'Unesco depuis 2010. En Allemagne comme dans nombre d'autres pays au monde, la gastronomie française fait figure de modèle, comme le note d'ailleurs la journaliste française en poste à Berlin, Pascale Hugues, qui s'étonne de la variété du vocabulaire français en matière de cuisine, par rapport au vocable allemand (« *la cuisine française apporte des souvenirs inoubliables* »). Pour autant, les Français n'ont été ni les seuls, ni les premiers à lancer des blogs de cuisine.

Etonnamment, on pourrait distinguer les blogs de cuisine allemands des blogs français en qualifiant les premiers de « blogs gastronomiques » et les seconds de « blogs de recettes ». Le paradoxe est bien là : les Allemands semblent valoriser davantage la haute-cuisine que les Français, lesquels s'orientent plus vers des tests en cuisine, des récits et échanges de recettes du quotidien, faciles et rapides à préparer le soir en rentrant du travail.

Cela s'illustre également par la typologie des blogueurs cuisine allemands (bien plus mixte que celle des blogueurs français) qui reproduit le stéréotype traditionnel de la femme aux fourneaux. Le blogueur Dorian (du blog *Mais pourquoi est-ce que je vous raconte ça ?*) semble être l'un des seuls cuisiniers à partager ses recettes aux côtés de femmes comme Pascale Weeks (*C'est moi qui l'ai fait*), Ophélie Launay (*Philo aux fourneaux*), Requia Badr (*Cuisine et confidences*), Anne Lataillade (*Papilles et pupilles*), Audrey Bourdin (*Audrey cuisine*). Du côté allemand, hommes et femmes se partagent l'intérêt pour la gastronomie, et traitent moins de recettes du quotidien que de cuisine valorisée par des photos de qualité, des présentations élaborées, un angle éditorial qui la rapproche d'autres arts comme la musique et le design. Certains, comme *Berlin isst bio* ou le blog du mouvement *Kitchenguerrilla* adoptent même une approche plus militante, revendiquant une alimentation saine et proposant à leurs lecteurs des décryptages de produits pour déjouer certains pièges du marketing.

Un tremplin pour professionnels

Ces blogueurs ont une autre caractéristique. Leur blog constitue souvent un pan de leur activité professionnelle et leur sert à se valoriser comme des experts du domaine. Alors que les internautes français cherchent avant tout des conseils pour cuisiner au quotidien, à lire des témoignages de cuisinières qui, comme eux, font des erreurs et prodiguent des astuces pour rattraper les plats ratés, les internautes allemands amateurs de cuisine recherchent une cuisine sublimée et voient dans ces blogs des espaces artistiques plutôt que des supports utiles semblables à des livres de cuisine. Les blogs allemands quant à eux présentent

moins des recettes réalisables au quotidien que des séries de photographies accompagnées de conseils œnologiques : *Anonyme Köche* par exemple donne avec ses visuels de soupe à la crevette et au potiron des conseils sur les vins ; le blog *Nutriculinary*, du Hambourgeois Stevan Paul, consacre pour sa part, outre ses recettes, une rubrique aux boissons ; et *Delicious-Days* est sponsorisé par un caviste. Chaque blogueur, qu'il soit designer de métier, critique gastronomique ou photographe, valorise ainsi son talent, qui lui sert de portfolio auprès de potentiels partenaires professionnels.

A l'inverse, les blogueurs français les plus en vue ne sont qu'une poignée, issus des métiers de la restauration ou des milieux artistiques. Des critiques gastronomiques bloguent également, mais ils ont une audience plus confidentielle et recommandent des restaurants inaccessibles à la majorité, ce qui les empêche d'accueillir une audience populaire. Gilles Pudlowski (*Les pieds dans le plat*), François Simon (*Simon Says*) ou encore Thierry Richard (*Chroniques du Plaisir*) constituent une communauté d'experts à part, éloignés du grand public. Pour la plupart, ce sont de réels passionnés de cuisine qui, pour satisfaire une volonté de partage, se sont lancés sur le web et sont désormais contactés par des marques qui leur proposent des partenariats rémunérés. Par comparaison, on trouve peu d'exemples similaires du côté des blogs allemands figurant dans le *top ten* des blogs de cuisine les plus populaires.

Les blogs français et allemands adoptent certes des angles différents pour traiter de gastronomie, notamment du fait d'un lien historiquement différent à la cuisine, mais on note un intérêt commun pour la cuisine, à l'heure où les produits de l'industrie agro-alimentaire sont de plus en plus décriés, que le consommateur est sensibilisé à l'importance de choisir de bons produits et qu'il y accorde une importance croissante. Ces deux angles complémentaires qui placent à la fois comme un art et comme une pratique quotidienne, montrent que l'alimentation est dans tous les cas au cœur des préoccupations sociétales et que derrière le développement du *fast-food*, un mouvement est en marche pour réapprendre à manger en prenant plaisir à regarder les aliments, à les présenter élégamment comme à les cuisiner.