



**HAL**  
open science

# Lorsque les goûts et les couleurs se discutent : quelles rhétoriques et esthétiques pour le journalisme culinaire ?

Morgane Mizzon

## ► To cite this version:

Morgane Mizzon. Lorsque les goûts et les couleurs se discutent : quelles rhétoriques et esthétiques pour le journalisme culinaire ?. Sciences de l'information et de la communication. 2020. dumas-03250335

**HAL Id: dumas-03250335**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03250335>**

Submitted on 4 Jun 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

## Mémoire de Master 1

Mention : Information et communication

Spécialité : Journalisme

# Lorsque les goûts et les couleurs se discutent Quelles rhétoriques et esthétiques pour le journalisme culinaire ?

Responsable de la mention information et communication  
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Lisa Bolz

Nom, prénom : MIZZON Morgane

Promotion : 2019-2020

Soutenu le : 05/05/2020

Mention du mémoire : Très bien

## REMERCIEMENTS

Je tiens à adresser mes remerciements à toutes les personnes qui ont rendu possible l'écriture de ce mémoire.

En premier lieu, à Lisa Bolz qui m'a rassuré dans le choix de mon sujet et m'a donné des indications précieuses pour mener à bien mes recherches.

Dans un second temps à mon conjoint, avec qui je partage la passion de la cuisine depuis plus de huit ans, et qui est pour moi une source d'inspiration quotidienne dans ce champ d'étude.

Mais aussi à son grand-père, Roger Chassang, fin gourmet et référence en terme de gastronomie française. C'est par lui que cette passion m'a été transmise, et ce mémoire parlerait de tout autre chose si je n'avais pas fait sa rencontre autour d'une bonne table.

Plus largement, je tiens à remercier tous mes proches, qui savent m'apporter à leur manière un soutien quotidien.

<b>INTRODUCTION</b>	<b>4</b>
<b>I- Faire parler l'assiette : l'élaboration d'un style d'expression propre au culinaire</b>	<b>7</b>
A- Soigner la présentation : littérarité et raffinement du journalisme culinaire	7
B- Des tours de langues pour stimuler les papilles : néologismes et jeux de mots	10
C- Pour une linguistique culinaire	13
<b>II- S'intéresser à l'arrière-plan : quand la nourriture n'est pas le plat principal du menu journalistique</b>	<b>17</b>
A- Faire le récit de l'humain derrière la nourriture	18
B- Le meilleur ingrédient du journaliste culinaire : la convivialité	23
a) Mettre à table la convivialité	23
b) Incorporer toutes les émotions	25
C- Servir la cuisine sous un aspect féérique	27
<b>III- Un journalisme d'immersion : décupler les sensations d'un spectateur/acteur</b>	<b>32</b>
A- La cuisine comme porte d'entrée vers la nature	32
B- Jouer de la frustration : le fossé sensoriel comme atout journalistique	37
C- Poursuivre le repas sur « Insta » : quand les médias culinaires s'emparent des réseaux	41
<b>CONCLUSION</b>	<b>46</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<b>48</b>
<b>RÉSUMÉ</b>	<b>51</b>
<b>MOTS-CLÉS</b>	<b>52</b>
<b>ANNEXES</b>	<b>53</b>



## INTRODUCTION

« *J'aime : la salade, la cannelle, le fromage, les piments, la pâte d'amandes, l'odeur du foin coupé, les roses, les pivoines, la lavande, le champagne...*<sup>1</sup> ». Dans son texte « J'aime, je n'aime pas », Roland Barthes discute l'indiscutable : les goûts et les couleurs.

C'est à cet exercice périlleux, et *a priori* purement subjectif, que doivent pourtant se plier les journalistes culinaires. Dans ses quelques lignes, Barthes montre pourtant la singularité des goûts et leur apparente futilité : « *J'aime, je n'aime pas : cela n'a aucune importance pour personne; cela, apparemment, n'a pas de sens. Et pourtant tout cela veut dire : mon corps n'est pas le même que le vôtre*<sup>2</sup> ». Prisonnier de ses propres préférences, goûts et dégoûts, prisonnier d'un corps qui n'est « *pas le même que le vôtre*<sup>3</sup> », le journaliste culinaire doit pourtant savoir transmettre ses expériences à un large public. Contrairement aux images, aux odeurs, ou aux sons, le goût n'est que par la médiation du « moi », par « *l'introduction en moi d'une parcelle du monde*<sup>4</sup> ». Le goût d'un aliment ne peut m'apparaître que lorsque l'aliment est introduit et détruit par ma bouche : une expérience que ne saurait retransmettre aucun média. Comment le journalisme culinaire réussit-il alors à captiver ? Comment éveiller, stimuler, le goût des auditeurs, téléspectateurs ou lecteurs sans leur faire manger quoi que ce soit ? Où réside le pouvoir évocateur et alléchant des documentaires culinaires ? Comment parler de quelque chose dont le spectateur ne fait pas l'expérience ? Armé d'un stylo, d'une caméra, ou d'un micro, le journaliste culinaire relève pourtant ce défi de transmission et réussit à s'imposer, en France comme ailleurs, sur tous les médias.

Malgré cette réussite, le secteur culinaire n'échappe pas au déclin que connaît la presse en France. À titre d'exemple, sur les 16 magazines référencés par l'OJD (Association pour le contrôle et la diffusion des médias), 9 ont connu un net recul de leur diffusion au cours de l'année 2019. Moins 17,21 % pour *Cuisine actuelle* et moins 21,04 % pour *Guide Cuisine*<sup>5</sup>. Toutefois, l'offre se diversifie et de nouvelles productions voient régulièrement le jour à l'image du mook<sup>6</sup> *180°C* sorti en 2017, et qui s'est rapidement imposé comme magazine culinaire d'exception avec son esthétique

---

1 BARTHES Roland, *Roland Barthes par Roland Barthes*, Editions du Seuil, Paris, 1975.

2 BARTHES Roland, *ibid.*

3 BARTHES Roland, *ibid.*

4 LE BRETON David, « Du goût en bouche au goût de vivre : une gustation du monde », *La saveur du monde. Une anthropologie des sens*, p. 329.

5 Classement diffusion presse magazine 2019, [acpm.fr](http://acpm.fr).

6 Contraction de magazine et de *book*.

soignée, son papier glacé et son prix élevé (20 €). *A contrario*, les émissions télévisées culinaires ne cessent de gagner de l'audience et le lancement, en février 2020 de la saison 11 de « Top Chef » a réuni plus de 3 millions de téléspectateurs<sup>7</sup>. Dès lors, comment les journalistes culinaires réussissent-ils à passionner les foules à propos d'un contenu destiné à être senti et manger, mais qui reste prisonnier du papier, des ondes, ou de l'écran. De quels ressorts usent ces journalistes spécialisés pour faire parler l'assiette ? Quels vocabulaire, formes syntaxiques ou procédés esthétiques sont utilisés par ces divers formats ? Entre l'obstacle sensoriel et la gageure lexicale, parler de goûts et de couleurs ne s'improvise pas.

Pour analyser les différents procédés du journalisme culinaire, il conviendra d'abord de le distinguer de celui de critique gastronomique. Tandis que ce dernier s'attache exclusivement à l'écriture de critiques de restaurants ; la fonction de journaliste gastronomique est plus large et peut comprendre l'écriture de papiers sur des nouvelles tendances culinaires, un aliment en particulier ou un chef en vogue... De plus, il faut préciser que les dénominations « journaliste culinaire » et « journaliste gastronomique » se réfèrent à la même réalité professionnelle. Les deux terminologies étant utilisées de façon interchangeable (même si l'emploi de « journaliste culinaire » apparaît plus fréquent), nous les utiliseront alternativement.

Par ailleurs, il s'agira d'analyser la multitude de réalités auxquelles renvoie le terme polysémique « culinaire ». C'est dans cette polysémie que réside peut-être la clé de transmission des journalistes culinaires. Pour dépasser l'aspect personnel du goût, les journalistes peuvent s'attacher aux autres facettes du culinaire et ainsi parler des éléments qui accompagnent la dégustation : récolte des matières premières, confection d'une recette, souvenir d'un chef par exemple.

Par conséquent, les productions journalistiques culinaires forment un matériau hétérogène et touchent des publics très variés. Afin d'étudier la diversité des techniques journalistiques employées, il semble pertinent de choisir trois ressources différentes, chacune issue d'un type de média : la presse écrite, la radio et la télévision. Le magazine *ELLE à table* constitue un matériau intéressant, dans la mesure où il réserve un espace significatif à un contenu plus rédigé que celui des seules pages recettes. Contrairement à des magazines plus « classiques », tels que *Régal* ou *Marmiton*, *ELLE à table* laisse beaucoup d'espace aux journalistes pour s'exprimer. À travers des reportages ou des portraits par exemple, le magazine livre une matière conséquente pour analyser

---

<sup>7</sup> « Audiences: «Top Chef», en forte hausse, signe un record », [en ligne] [tvmag.lefigaro.fr](http://tvmag.lefigaro.fr).

les spécificités rhétoriques et esthétiques du journalisme culinaire. L'émission radio « On va déguster », diffusée tous les dimanches sur *France Inter*, constitue quant à elle une ressource pertinente puisqu'elle réunit une équipe de chroniqueurs et divers invités, offrant ainsi un large panel de modes d'expressions liés au culinaire. Par ailleurs, en rassemblant chaque semaine environ 1,5 millions d'auditeurs<sup>8</sup>, son succès médiatique motive l'analyse des stratégies de l'émission. Enfin, le documentaire journalistique « Chef's Table », de part son parti pris esthétique et sa relative nouveauté (première diffusion en 2015), propose un angle novateur pour traiter du culinaire. En choisissant d'approcher le culinaire par le prisme des chefs et cheffes, en s'intéressant davantage à leur raison de cuisiner plutôt qu'à leur façon de le faire, le documentaire révèle un aspect plus inattendu du journalisme gastronomique.

Ainsi, si le goût, en tant que sens personnel et complexe, relève de l'indicible ; le culinaire convoque, au contraire, diverses notions et est abordé dans ces trois productions, sous une myriade d'angles et d'éclairages différents.

Dès lors, face à un terme aussi polysémique que le culinaire, le journaliste se trouve *a priori* assez libre pour écrire, parler, filmer à sa façon. Moins encadré et formaté que dans la presse généraliste, le journaliste culinaire doit pouvoir imposer un style qui lui est propre plus facilement. Cependant, en analysant plus précisément les différentes productions de journalistes culinaires, il semble qu'un certain style, que certaines approches et parti pris esthétiques ou linguistiques soient récurrents et transcendent les différents médias. Quelles méthodes utilisent donc les journalistes culinaires pour en venir à leur fin, à notre faim ? Si le goût personnel relève de l'indicible, quelles sont leurs techniques pour faire parler l'assiette ? Comment faire percevoir au lecteur le bouquet olfactif de ce ragoût ? Comment faire entendre à l'auditeur les saveurs de ce gâteau à l'orange ? Comment faire voir au téléspectateur la rondeur et la minéralité de ce bourgogne ? Un défi synesthésique, technique et linguistique se pose pour les journalistes culinaires : lorsque les goûts et les couleurs se discutent : quelles rhétoriques et esthétiques employer ?

---

<sup>8</sup> « France Inter - « On va déguster », [en ligne] [strategies.fr](http://strategies.fr).

# I- Faire parler l'assiette : l'élaboration d'un style d'expression propre au culinaire

## A- Soigner la présentation : littérature et raffinement du journalisme culinaire

Pour décrire le plus précisément un événement ou un lieu, le journaliste doit trouver le mot juste, être attentif à chaque détail, faire preuve de précision. Pour décrire un plat, le journaliste gastronomique a accès à un vocabulaire plus imagé et poétique que le journaliste politique par exemple. Par conséquent, le journaliste gastronomique, en plus d'être fin observateur, doit savoir être créatif et inventif pour retranscrire au mieux son expérience gustative propre. Les mots pour dire le goût sont en général métaphoriques et empruntés aux autres sens. Les qualités littéraires sont donc un atout essentiel aux journalistes gastronomiques. C'est d'ailleurs à ce niveau que Sidonie Naulin fait la distinction entre un journaliste et un critique gastronomique, le premier se distinguant par sa fine maîtrise de la langue : « *le journaliste qui critique des restaurants pour les médias se doit d'avoir une plume puisqu'il effectue à la fois l'enquête au restaurant et sa restitution littéraire*<sup>9</sup> ». Dans l'ouvrage *Le goût dans tout ses états*, le sociologue David Le Breton consacre un chapitre au passage culturel du goût sensoriel (ce que j'ai en bouche), au goût mélioratif (le goût de vivre). L'auteur décrit ainsi un « *glissement du goût, d'une perception sensorielle à un jugement esthétique*<sup>10</sup> ». Le sociologue en voit la raison dans le fait que « *la sensation gustative est à la fois une connaissance et une affectivité*<sup>11</sup> », puisque le savoir gustatif est corrélé au ressenti personnel. Le Breton précise que cette métaphorisation du gustatif survient après le XVIIe siècle, lorsqu'« *une distinction sociale par le goût se met en place*<sup>12</sup> ». Savoir mettre des mots sur ce que je goûte est ainsi signe de distinction sociale, comme l'est la maîtrise des lettres. Le chapitre s'interroge ainsi sur la difficulté rencontrée par cet « *art de la bouche*<sup>13</sup> » à bâtir son vocabulaire propre, comme si la mastication de l'objet d'étude décourageait non pas les discours, plutôt prolixes, mais les moyens que la langue se donne pour les tenir. Il existe ainsi un fossé linguistique entre la physiologie des cinq saveurs de base (sucré, salé, amer, acide, umami), et les qualités reconnues aux objets que l'on goûte, que la poéticité et la créativité cherchent à combler. Par conséquent, le discours

---

9 NAULIN Sidonie, *Des mots à la bouche, le journalisme gastronomique en France*, p.152.

10 LE BRETON David, « Du goût en bouche au goût de vivre » in *Le goût dans tous ses états*, p. 5.

11 LE BRETON David, *ibid.*, p.6.

12 LE BRETON David, *ibid.*, p.6.

13 LE BRETON David, *ibid.*, p.7.

gastronomique doit se doter d'un attribut *a priori* opposé aux qualités journalistiques - l'imagination : « *la langue qui goûte ne peut parler qu'en faisant un détour par l'imaginaire*<sup>14</sup> ».

L'émission « On va déguster » ne fait pas exception et fait preuve de nombreux détours par l'imaginaire et par la poésie, et ce notamment à travers la chronique vin de Dominique Hutin. Ces quelques minutes sont toujours l'occasion pour le chroniqueur de lier mécanique des fluides et des lettres comme dans cette phrase extraite de l'émission « Se reconvertir dans un artisanat de bouche » : « *Le savoir-faire peut rester à l'état de friche s'il n'est pas épaulé par un solide faire-savoir*<sup>15</sup> ». Les chroniqueurs de l'émission jouent ainsi fréquemment avec l'homonymie ou les structures en chiasme comme c'est le cas ici. Jouer avec les sons à la radio semble être un bon moyen d'attirer l'attention de l'auditeur et, lorsqu'il s'agit de goût, de mettre en éveil les sens. Pour clore la présentation d'une vigneronne partie vivre sa passion en Aveyron, Dominique Hutin déclame quelques phrases rimées et liées par une allitération en « l » et en « r » : « *Ils naviguent en aviron aux environs de l'Aveyron de loin en loin d'une île au lagon, de laguiole à la lune. Elle Aurile, lui Rémi, à la rame remettent en rime le roman de l'arôme. L'un et l'autre longent l'eau et s'allaitent au lait de l'aligot*<sup>16</sup> ». Les allitérations en « l », grâce au principe de l'harmonie imitative<sup>17</sup>, semblent reproduire le son d'un liquide qui s'écoule, le vin dans ce cas. L'auditeur peut ainsi entendre le son du liquide sans même que le vin soit mentionné. La chronique vin est le moment où le lien entre goût et poésie est le plus exploité dans l'émission « On va déguster ». Pour mettre le goût en mots, les figures stylistiques sont donc des outils très exploités par les journalistes culinaires. Si le mot manque pour décrire une qualité gustative, le recours à la poésie s'avère salvateur. À l'aide du style plutôt que du vocabulaire, le journaliste culinaire tente ainsi d'imiter, de retransmettre un attribut gustatif. Dominique Hutin, chroniqueur vin de l'émission dominicale de *France Inter* ouvre ainsi sa chronique sous une forme versifiée :

*« Trop bu de livres / trop lu de litres*

*Il est temps de / changer d'chapitre*

*Pour de mon verre / n'être plus l'esclave*

---

14 LE BRETON David, « Du goût en bouche au goût de vivre », *Le goût dans tous ses états*, p. 6.

15 Extrait de l'épisode « Se reconvertir dans un artisanat de bouche » d'« On va déguster » du 1er mars 2020.

16 Extrait de l'épisode « Se reconvertir dans un artisanat de bouche » d'« On va déguster » du 1er mars 2020.

17 Séquence verbale dont la lecture à haute voix rappelle par ses sonorités la nature des idées représentées (persee.fr).

*Je t'ai ouvert / mon livre de cave*  
*Boire ou séduire / Langage des signes*  
*Maintenant j'sais lire / entre les vignes<sup>18</sup> ».*

Si le vers ne se lit pas à la radio, sa fluidité linguistique accroche l'oreille et rappelle par ailleurs le fluide vinicole qui est l'objet de la chronique. Les répétitions de la consonne « l » mettent littéralement l'eau à la bouche du chroniqueur et retiennent l'attention des auditeurs. Allitérations, rimes suivies et homophonies se mêlent ainsi pour offrir une dimension poétique à la chronique culinaire. Toutefois, si les chroniques de Dominique Hutin révèlent l'aspect le plus littéraire du journalisme culinaire, ce style d'expression n'est pas, ou plus, un impératif du journalisme culinaire. Comme l'explique S. Naulin la presse gastronomique a connu des évolutions, et « *qualités littéraires* » ne riment plus nécessairement avec « *envolées lyriques* » : « *Aujourd'hui la rhétorique, l'emphase et l'érudition de l'après-guerre ne sont plus de mise, mais la dimension littéraire du journalisme gastronomique reste centrale<sup>19</sup> ».* Le rôle du journaliste culinaire réside aujourd'hui davantage dans un travail exigeant de traduction et de qualification des sensations gustatives. Dans la mesure où le goût est un sens exclusivement personnel, puisqu'il implique une introduction du monde en soi, donner du relief aux saveurs et odeurs qui ne peuvent pas être perçues par les spectateurs demande des qualités créatives et esthétiques certaines mais aussi une solide culture littéraire.

En effet, au-delà du niveau linguistique, le journalisme culinaire fait également le lien avec la littérature au niveau de ses références. La culture littéraire occupe ainsi une place centrale dans le discours gastronomique et les allusions aux auteurs tel que Proust ou Rabelais sont presque un leitmotiv du genre. Ainsi François-Régis Gaudry, présentateur de l'émission « On va déguster », est qualifié d' « *amoureux des lettres* » dans un article de *Télérama* consacré à l'émission : « *l'animateur lit régulièrement au micro des extraits de romans. Un zeste de littérature pour agrémenter une savoureuse émulsion qui mélange actualité, culture, gastro et bonne humeur<sup>20</sup> ».* L'émission a d'ailleurs consacré l'édition « Littérature & Gastronomie » à l'analyse du lien entre mots et mets le 25 septembre 2011. À cette occasion, Guillaume Gallienne fait la lecture du passage du souper de Jean Valjean extrait des *Misérables* de Victor Hugo. Par ailleurs, *ELLE à table* réserve

---

18 Extrait de l'épisode « Littérature et Gastronomie » d' « On va déguster ».

19 NAULIN Sidonie, *Des mots à la bouche, le journalisme gastronomique en France*, p.153.

20 LEFRANCOIS Carole, « On va déguster : le succès culinaire de *France Inter* », *Télérama*.

toujours une page aux sorties littéraires culinaires dans sa rubrique « Eat parade ». Il s'agit de la page « Très bonnes feuilles<sup>21</sup> » où six livres sont présentés du plus « philosophe » au plus « instructif » par exemple.

Cependant, comme Sidonie Naulin le souligne, le journalisme culinaire a beaucoup évolué depuis les années 1950 et n'est plus réservé à un mode d'expression lyrique. Ainsi, la littérarité de ce journalisme de niche s'étend au-delà des références littéraires classiques, au moyen de procédés stylistiques plus novateurs.

## **B- Des tours de langues pour stimuler les papilles : néologismes et jeux de mots**

*« Déjà testés parmi les douze échoppes : une Margherita bien joufflue chez Ludo's Pizza ; une chouette gaufre salée de Substrat, garnie d'une truite gravlaxée et des œufs de sa mère ; des lyonnaiseries coquines snackées par La Meunière – maousses frites de quenelle à trempouiller dans une mayo homardisée, régressives nuggets de tablier de sapeur avec sauce tartare ; sans oublier les tapassiettes des patrons – dodus arancini à base de céleri, noix et estragon<sup>22</sup> ».*

Dans cette critique issue du *Fooding*, le ton est donné : le style emphatique et lyrique des années 1950, analysé par Sidonie Naulin, est délaissé. Pour parler de goût personnel le magazine culinaire des années 2000 encourage plutôt un style d'expression courant voire argotique à l'image du « maousses » qualifiant les frites. La naissance du *Fooding* en 2000 répond, à l'époque, d'un besoin de ré-appropriation de l'art culinaire, de parler de plats qui ne figurent pas au guide Michelin, et la forme d'écriture s'adapte à cette volonté idéologique. La langue culinaire se délie et affirme un style novateur, à l'image de la cuisine que le guide choisit de mettre en lumière. Vingt ans après la création du *Fooding*, il est clair que le langage des journalistes culinaires français a pris un tournant stylistique. Face au constat d'un manque de vocabulaire afférent au goût, le *Fooding* a pris des mesures drastiques en ne fixant à ses journalistes aucune limite stylistique pour faire s'exprimer les papilles. Cependant, l'acceptation d'un niveau de langage courant ne rime pas avec une baisse d'exigence syntaxique ou grammaticale. Les phrases courent fréquemment sur plusieurs lignes, toujours avec une ponctuation et une orthographe soignées. Au-delà du niveau de langage souvent familier, le style se démarque par une abondance de néologismes tels que « gravlaxée » ou « homardisée » dans l'article cité précédemment. Anglicismes, mots-composés, adjectivation et

---

21 Extrait d'*ELLE à table*, voir annexe 1.

22 Avis du *Fooding* sur le restaurant « Food Traboule ».



substantification abusives, invention pure et simple de verbe ou de noms, adoption de références culturelles, argot : tous les mots sont permis pour inviter le lecteur à s'attabler... Dans un article publié sur ELLE.com, la volonté du fondateur du *Fooding* est décrite ainsi : « *Alexandre Cammas veut nous donner l'envie par les mots en privilégiant l'originalité et la dérision. Rendre la bonne bouffe accessible au plus grand nombre, par le biais des mots, et restituer toutes les impressions que laissent un restaurant et une cuisine*<sup>23</sup> ». Cette démocratisation culinaire s'accompagne ainsi d'une démocratisation langagière puisque certains termes issus de la tendance *Fooding*, font aujourd'hui parti du langage courant des journalistes culinaires. C'est le cas de l'adjectif « bistrannique », qualifiant une adresse où la technique culinaire est du niveau d'une table gastronomique mais avec des produits, un service, un lieu et un prix s'apparentant à un bistrot. Le présentateur d'« On va déguster » s'emploie lui aussi à jouer avec les mots comme le remarque une journaliste de *Télérama* : « *François-Régis Gaudry, qui n'est pas avare de formules, n'hésite pas à inventer son vocabulaire, usant de néologismes aussi cocasses que « cagibistro », pour définir ces petites enseignes épicuriennes qui fleurissent dans les grandes agglomérations*<sup>24</sup> ».

Au-delà des jeux de langue, le sujet culinaire autorise, voire invite, à une approche relativement légère qui ne serait pas envisageable pour d'autres thématiques. Par conséquent, légèreté et humour constituent des points centraux du style d'expression du journalisme culinaire. Bien que toutes les productions ne choisissent pas d'aborder le monde culinaire principalement sous son aspect ludique, nombre d'entre elles jouent tout de même quelques notes d'humour au sein d'une écriture plus sérieuse. Ainsi, si la ligne éditoriale d'*ELLE à table* est celle d'une approche plutôt esthétique et culturelle de la cuisine (place et soin apporté aux photographies), le magazine mêle régulièrement quelques touches d'humour à ses articles. L'éditorial<sup>25</sup> de Danièle Gerkens du n°127 présente les préparatifs du repas de Noël sur un ton léger et décomplexé. Si pour tous les maîtres et maîtresses de maison, le repas de Noël est le repas à ne pas manquer et génère une bonne dose de stress, la rédactrice en chef s'affaire à démonter le mythe de la cuisinière parfaite. Son éditorial se présente ainsi sous une forme de liste, le style télégraphique rend la lecture ludique, et le lecteur fait la découverte de tout ce que D. Gerkens voudrait faire sans pourtant y parvenir. Le menu de Noël est souvent une pièce d'écriture regorgeant de formules longues et surannées : de l'incontournable

---

23 Biographie d'Alexandre Cammas sur ELLE.fr

24 LEFRANCOIS Carole, « On va déguster : le succès culinaire de *France Inter* », *Télérama*, 1 mars 2018.

25 Extrait du *ELLE à table* n°127, voir annexe 2.



« *chapon braisé sur son lit de pomme de terres*<sup>26</sup> » au « *délice des bords de la Garonne en galante compagnie*<sup>27</sup> » comme on le lit dans l'article « Comment formuler un menu de fête ? ». Par un procédé d'accumulation apporté par la liste et la mise entre parenthèse d'éléments de « perfection » supplémentaires, D. Gerkens fait au contraire un programme humoristique de la soirée de Noël et moque les clichés de la soirée idéale : « *Des enfants qui courent (bien habillés et sans rien renverser). / -Une bûche (pas trop riche, pas trop sucrée, pas trop gluten)*.<sup>28</sup> ». Cette pseudo-liste parfaite de Noël est suivie d'un paragraphe introduit par la formule « *En vrai* » décrivant la réalité de la soirée de la rédactrice en chef du magazine et donne ainsi une impression de normalité rassurante pour les lecteurs et lectrices. L'objectif est de mimer la panique causée par cette soirée par le style d'écriture en introduisant les phrases par des verbes. Pas de ton élégiaque, ni de poésie pour parler de ces préparatifs, D. Gerkens propose au contraire un comparatif entre attentes et réalité. Une façon de créer de la connivence avec le public très populaire sur Instagram où les stars montrent l'envers du décor de leur photographies parfaites avec pour légende « *Expectation VS Reality*<sup>29</sup> ». Ainsi, cet éditorial présente la cuisine sous un jour agréable et non-contrainant où la bonne humeur doit primer. Au même titre que le cuisinier doit mettre à l'aise ses invités, les journalistes culinaires s'affairent ainsi fréquemment à décomplexer le public grâce à une approche plus légère de la cuisine et un ton humoristique.

De la même manière, l'émission « On va déguster » revendique régulièrement l'importance de prendre plaisir en cuisinant et donne une image de la cuisine très éloignée de celle exigeante et martiale, résonnant au cri du « oui chef ! » et très présente dans l'imaginaire commun. Ainsi, un article de *Télérama* consacré à l'émission du 16 février 2020 s'intitule « Sur *France Inter* : prendre de la brioche avec bonheur<sup>30</sup> ». À l'occasion de cette émission, Arnaud Daguin propose son habituelle « coup de lame ». Lors de cette chronique<sup>31</sup>, Arnaud Daguin fait rire invités et auditeurs grâce à ses jeux de mots et son approche ludique et humoristique de la cuisine. Toutefois, le chroniqueur apporte en quelques minutes de nombreuses informations sur le sujet du jour. Entre explications linguistiques, avec le rappel de l'étymologie du terme « azyne », point historique sur

---

26 « Comment formuler un menu de fête ? », *Journal des femmes*, en ligne.

27 « Comment formuler un menu de fête ? », *Journal des femmes*, en ligne.

28 Extrait du *ELLE à table* n°127, voir annexe 2.

29 En français « Attentes VS Réalité ».

30 MESLIN Mathilde, « Sur *France Inter* : prendre de la brioche avec bonheur », *Télérama*.

31 Voir annexe 3.

le rapport au levain dans la religion juive, et explications techniques du processus de fermentation du levain, le chroniqueur joue des mots et plaisante aisément à la table de l'émission. Cette chronique est un point central de l'émission et fait d'« On va déguster » un rendez-vous se voulant chaleureux et défendant une approche ludique de la cuisine contrairement à des émissions choisissant une approche plus technique (« Top Chef ») ou esthétique (« Chef's Table ») du sujet culinaire. La chronique d'Arnaud Daguin a par ailleurs la particularité de condenser les différentes stratégies linguistiques qui caractérisent le journalisme culinaire. La chronique « *le pourri n'existe pas* » est ainsi un exemple édifiant, puisqu'elle rassemble en quelques minutes, jeux de mots, poésie, plaisanteries, registre familier et envolées lyrique. La chronique s'ouvre avec le verbe familier « *schlinguer* », laisse place à la plaisanterie doublée d'une rime « *Momificateurs, thanatopracteurs, Pôle Emploi vous guette<sup>32</sup> !* », et se clôt sur une approche poétique de la mort « *Vos petits enfants pourront ainsi les beaux jours revenus se lutiner sous vos ombrages, en priant pour que vous restiez de bois. Et ainsi recommencer l'histoire<sup>33</sup> ...* ».

Du jeu de mots à l'argot, en passant par le ton humoristique, les journalistes culinaires s'attachent par conséquent à jouer avec la langue, pour stimuler nos papilles.

### C- Pour une linguistique culinaire

D'un article culinaire, le lecteur attend plus qu'une information « brute » telle que le serait l'adresse et le menu d'un restaurant. Parler de goût engage nécessairement un transfert de connaissances, de savoir. Le terme « sapide » possède d'ailleurs une racine commune avec le terme savoir : savoir du latin populaire *sapere* « *avoir de la saveur, du goût, du parfum (en parlant de choses)* » et « *avoir du goût, du discernement, être sage (en parlant de personnes)<sup>34</sup>* ». Pour une journaliste interrogée par Sidonie Naulin, cette recherche répond d'un besoin « *d'éviter le seul bouillon culinaire, d'une volonté de singulariser, d'être précis* », elle ajoute « *moi j'agis en linguiste<sup>35</sup>* ». Le lien entre littérature et gastronomie semble donc dépasser la similitude, les qualités linguistiques seraient même transposables à la matière culinaire. C'est en tout cas la démarche menée par l'Ouipo. Dans la lignée du mouvement artistique de l'Oulipo<sup>36</sup>, l'Ouipo est une

---

32 Extrait « le pourri n'existe pas », [franceinter.fr](http://franceinter.fr).

33 Extrait « le pourri n'existe pas », [franceinter.fr](http://franceinter.fr).

34 étymologie de « savoir » sur CNRTL.

35 NAULIN Sidonie, *Des mots à la bouche, le journalisme gastronomique en France*, p.154.

36 Ouvroir de littérature potentielle, groupe de littérature surréaliste né au XX<sup>ème</sup> siècle. Le groupe a pour but la découverte de nouvelles potentialités du langage et la modernisation de l'expression à travers des jeux d'écriture.

variante culinaire moins célèbre qui a cherché à souligner le potentiel littéraire de la cuisine et la similitude entre les deux arts. Ce mouvement apparaît pertinent pour notre étude, dans la mesure où il a cherché à effectuer une analyse structurale des textes relatifs au culinaire. Baptisés « anoucuipismes » par Harry Mathews et Noël Arnaud, ces outils linguistiques ont pour but de révéler les procédés récurrents mis en œuvre dans des textes culinaires existants. Si la démarche de l'Oucuipo n'est pas allée très loin, elle suggère, selon Benedict Beauge, qu'une analyse sémiologique de la nourriture est envisageable : « *la linguistique (analyse de discours, sociolinguistique, linguistique textuelle, mais également la syntaxe et la sémantique), de même que les études sur les médias, ont leur mot à dire en ce qui concerne la construction et la circulation des discours sur le monde culinaire*<sup>37</sup> ». Au-delà de la démarche de l'Oucuipo, le sémiologue Roland Barthes a également tenté une approche linguistique de la cuisine, car selon lui des catégories supra-segmentales peuvent être observées dans le langage culinaire :

« *un ensemble cohérent de traits alimentaires peut constituer une dominante à la fois complexe et homogène, propre à définir un régime général de goûts et d'habitudes ; cet « esprit » réunit des unités différentes (saveur, substance) et produit ainsi une unité composée, à laquelle une signification simple peut être attachée, rappelant peut-être les unités prosodiques, supra-segmentales, de la langue. [...] À quoi serviront les unités ainsi repérées ? À reconstituer des systèmes, des syntaxes (« menus ») et des styles (« régimes ») », non plus d'une façon empirique, mais d'une façon sémantique, de façon à pouvoir les comparer entre eux : il s'agit de faire apparaître, non ce qui est, mais ce qui signifie. Pourquoi ? Parce que ce qui nous intéresse, c'est la communication humaine, et que cette communication implique toujours un système de significations, c'est-à-dire un corps de signes discrets, détachés d'une masse insignifiante de matériaux*<sup>38</sup> ».

À titre d'exemple, l'anglicisme « *comfort-food* » se retrouve dans l'émission « On va déguster » intitulée « un tour du monde de la brioche<sup>39</sup> », tandis que le magazine *ELLE à table* publie en 2019 son « carnet de *comfort-food* d'automne ». Ces deux productions traitent pourtant de nourriture et de façon de cuisiner totalement différentes. L'émission de *France Inter* effectue un tour d'horizon des brioches, de la babka juive au kanelbullar suédois tandis que l'article d'*ELLE à table* donne des recettes telles qu'une « *soupe de potimarron* », des « *tartines de champignons poêlés* » ou un « *chocolat chaud aux épices d'automne* ». Quel est donc le dénominateur commun qui mène à classer toutes ces recettes sous la catégorie de « *comfort-food* » ? Cette expression est traduite par « aliment-réconfort » par le dictionnaire québécois. La définition donnée est celle d'un « *aliment*

<sup>37</sup> BEAUGE Bénédicte, « Cuisine potentielle en puissance : l'Oucuipo », *Sociétés & Représentations*, vol. 34, n°2, 2012, pp. 125-135.

<sup>38</sup> BARTHES Roland, « Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine », *Annales. Économies, sociétés, civilisations*, n° 5, 1961, p. 982.

<sup>39</sup> Émission du 16 février 2020, franceinter.fr.

qui procure une sensation de bien-être et de réconfort et qui est souvent associé à un souvenir heureux<sup>40</sup> ». De même, le blog Fourniresto.com considère cette catégorie comme entièrement subjective, car dépendante du ressenti du mangeur, mais aussi comme phénomène social :

« Mis à part l'émotion qu'ils peuvent susciter, les aliments-réconforts sont avant tout là pour bien remplir l'estomac. Du sucré ou du salé, il n'y a pas de distinction, tout est une question de goût. Ce phénomène est né après la grande crise de 2008 : de nombreuses personnes avaient le besoin de se faire plaisir. Ce besoin a donné naissance à des camions servant des repas parfois très caloriques mais ayant le goût de l'enfance et des plaisirs simples de la vie. Ce sont des plats qui ont pour avantage d'être simple à faire. Son importance sociale est considérable. C'est la traduction même du refus d'obéir à des règles trop strictes autour de la table. C'est aussi le choix de privilégier des aliments qu'on aime plus que les autres<sup>41</sup> ».

L'analyse culinaire de recettes catégorisées comme « *comfort-food* » révèle une présence récurrente de glucides tels que le sucre, le riz, le blé raffiné, et de lipides tels que le fromage ou le lait. Pourtant, dans les définitions données par les journalistes culinaires, tout semble dépendre de caractères autres que ceux physico-chimiques des aliments. La recette ferait partie de la catégorie « *comfort-food* » selon le sentiment qu'elle provoque chez le mangeur, mais aussi selon l'intention donnée par le cuisinier. La volonté revendiquée de confectionner un plat « réconfortant », chaleureux, non-soucieux des recommandations caloriques journalières peut ainsi faire entrer un plat dans cette catégorie. Cette analyse prouve que la catégorisation culinaire s'étend bien au-delà des seules propriétés nutritionnelles d'un plat et que les dénominations linguistiques influencent largement le paysage culinaire. Ainsi, un même plat, à valeur calorique quasi-équivalente, peut tour à tour être qualifié de « *comfort-food* » ou de plat « *healthy*<sup>42</sup> ». Sur le site d'*ELLE à table*, on trouve deux recettes de purées de patates douces quasi-identiques. La première est incluse au « carnet de *comfort-food* d'automne » tandis que la deuxième fait partie de la catégorie « recettes végétariennes ».

---

40 Office québécois de la langue française, 2005.

41 « À la découverte du phénomène de *comfort-food* », fourniresto.com, 17 juillet 2017.

42 de l'anglais « sain ».



Illustration 1 : capture d'écran du site elle.com, page « carnet de comfort-food d'automne »



Illustration 2 : capture d'écran du site elle.com, page « recettes végétariennes »

Les journalistes mettent ainsi en avant des propriétés différentes de la patate douce : roborative et gourmande pour le carnet *comfort-food*, et dotée d'un faible indice glycémique pour la version plus saine. La mise-en-scène des photos diffère également, celle réservée au carnet « *comfort-food* » est plus alléchante grâce aux graines et feuilles de persil qui apportent de la couleur et du volume, mais aussi à un arrière-plan plus scénarisé faisant usage des techniques de stylisme culinaire (torchon et ingrédients éparpillés). La version « végétarienne » est quant à elle beaucoup plus sobre. Roland Barthes a étudié cette capacité du langage culinaire à « *bouleverser les catégories logiques*<sup>43</sup> » par l'analyse des divers signifiés auxquels peut renvoyer le signifiant « *crisp* » :

« Les Américains des Etats-Unis semblent opposer à la catégorie du sucré (dont on a dit combien ils l'étendaient à des aliments variés) une catégorie tout aussi générale, mais qui n'est nullement celle du salé (et c'est normal, puisque leur nourriture est à la fois salée et sucrée) : c'est le *crisp* ou *crispy* ; le *crisp* désigne tout ce qui crisse, craque, grince, pétille, des chips à telle marque de bière ; le *crisp* (et cela prouve que l'unité alimentaire peut bouleverser les catégories logiques), le *crisp* peut marquer tel produit uniquement parce qu'il est glacé, tel autre parce qu'il est astringent, tel autre parce qu'il est cassant ; on voit combien une telle notion dépasse le produit purement physique : ce que le *crisp* désigne dans l'aliment, c'est une vertu presque magique, un certain pouvoir de réveil, de stridence, opposé au caractère liant, lénifiant des nourritures sucrées<sup>44</sup> ».

43 BARTHES Roland, « Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine », *Annales. Economies, sociétés, civilisations*, n° 5, 1961, p. 983.

44 BARTHES Roland, « Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine », *Annales. Economies, sociétés, civilisations*, n° 5, 1961, p. 983.

Par ailleurs, l'article de Benedict Beauge souligne que cette parenté entre cuisine et langage est en partie ce qui mène à la mise-en-scène du culinaire comme art (que l'on analysera notamment en partie II-C) : « *cette similitude de fonctionnement entre cuisine et langage peut inciter à transposer, du second vers la première, des méthodes, des procédés, et participer ainsi à l'artification, au moins partielle, de celle-ci* <sup>45</sup> ».

Bien au-delà d'un seul lien référentiel littérature/gastronomie, un lien ténu linguistique/cuisine mérite d'être souligné et analysé pour comprendre comment les journalistes culinaires peuvent parler de goût. Si le projet de l'Oucupo et les quelques analyses de Roland Barthes forment des analyses rares en la matière, elles n'en révèlent pas moins le potentiel du matériau d'étude que peut être la linguistique culinaire. Au-delà du ressenti personnel, des valeurs nutritionnelles, il apparaît que l'emploi de formules poétiques, de néologismes, d'argot ou encore de catégories suprasegmentales telles que « *comfort-food* » ou « *porn-food* » soient d'excellents outils pour les journalistes culinaires. Comme le souligne une journaliste interrogée par Sidonie Naulin : « *la difficulté de mettre des mots dessus : c'est ça le vrai métier du journaliste gastronomique* <sup>46</sup> ». Le défi de la profession réside ainsi moins dans un impossible jugement neutre des aliments et recettes que dans la transmission linguistique d'émotions personnelles.

## **II- S'intéresser à l'arrière-plan : quand la nourriture n'est pas le plat principal du menu journalistique**

Dans son essai sur l'alimentation contemporaine, Roland Barthes cherche à définir la nourriture dans toute sa complexité et analyse la polysémie du terme « nourriture » : « *Qu'est-ce que la nourriture ? Ce n'est pas seulement une collection de produits, justiciables d'études statistiques ou diététiques. C'est aussi et en même temps un système de communication, un corps d'images, un protocole d'usages, de situations et de conduites* <sup>47</sup> ». Face à ce constat, le sémioticien se pose une question très proche de notre problématique : « *Comment étudier cette réalité alimentaire, élargie jusqu'à l'image et au signe* <sup>48</sup> ? ».

---

45 BEAUGE Bénédicte, « Cuisine potentielle en puissance : l'Oucupo », *Sociétés & Représentations*.

46 NAULIN Sidonie, *Des mots à la bouche, le journalisme gastronomique en France*, p. 278.

47 BARTHES Roland, « Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine », *Annales, Économies, sociétés, civilisations*, n° 5, 1961, p. 979.

48 BARTHES Roland, *ibid.*, p. 979.



L'expérience du goût mobilise systématiquement les quatre autres sens : je vois, sens, touche, ce que je mange avant même de le goûter, et entend le son de l'aliment qui se détruit au moment où ses qualités gustatives m'apparaissent. La conjonction de ces sensations simultanées provoque nécessairement un flot d'émotions et convoque divers souvenirs. Plusieurs niveaux d'interprétations sont donc mobilisés face à cette richesse sensorielle et la seule description du goût, même avec des formes stylistiques variées et du vocabulaire spécialisé, ne peut suffire à retranscrire la complexité de l'expérience gustative. Dès lors, superposer plusieurs récits semble être une technique journalistique efficace pour pouvoir parler de goût.

## **A- Faire le récit de l'humain derrière la nourriture**

Comme l'a remarqué Barthes, les récits sont innombrables et peuvent prendre des formes très différentes, « *presque infinies*<sup>49</sup> ». Le récit prend des formes toujours plus multiples et va jusqu'à s'immiscer dans les discours politiques, ou dans celui des marques avec l'exemple édifiant du « *storytelling* ». Dans un article consacré à ce phénomène, Salmon Christian explique que la superposition des récits s'exercent également au sein des médias « *ce récit à tout prix s'affirme dans tous les types d'émissions de télévision, tout d'abord dans les programmes de télé-réalité, mais aussi plus largement dans les émissions de flux*<sup>50</sup> ». Nous l'avons vu, parler du goût n'est pas chose aisée, par conséquent, s'intéresser à ce qu'un plat dit du chef qui l'a élaboré, ou des producteurs qui ont cultivé ses ingrédients, apparaît comme un récit intéressant pour les journalistes gastronomiques. Nous l'avons dit, le journalisme culinaire a beaucoup évolué et, si à l'origine celui-ci ne parle pas, voire masque l'existence des artisans présents derrière le plat, les journalistes actuels fixent fréquemment leur objectif sur les producteurs, et opèrent ainsi une révolution dans la façon d'aborder le culinaire, du consommateur-roi, au producteur-star. Cette évolution journalistique est expliquée par Priscilla Ferguson :

« [À l'heure de] l'Ancien régime, la consommation, et le consommateur, dominant. La production, et surtout le producteur, sont à peu près escamotés. [...] Des producteurs de ces biens, il n'est pas question, ni chez les élites qui se servent d'eux ni chez les critiques qui en parlent. Le poids de la consommation au sein du modèle est fonction d'une exclusion de la production comme fait essentiel. L'ostentation d'un côté exige l'occultation de l'autre. Or, depuis un certain temps, nous assistons au renversement de ces rapports, renversement qui modifie sensiblement la structure du champ gastronomique<sup>51</sup> ».

---

49 BARTHES Roland (dir.), *Introduction à l'analyse structurale du récit*, Seuil, Paris, 1981.

50 SALMON Christian, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater des esprits*, La Découverte, Paris, 2007.

51 FERGUSON Priscilla, « L'ostentation culinaire. Naissance du champ gastronomique ».

Cet angle de vue récemment privilégié par les journalistes culinaires peut être qualifié de « rétrospectif » puisqu'il cherche à montrer ce qui se situe en amont du plat. Ce choix de récit invite ainsi à s'intéresser à l'humain qui participe à la naissance du plat. François-Régis Gaudry explique d'ailleurs organiser l'émission « On va déguster » d'après une triade : un tiers de l'émission dédié à l'élaboration de recettes, un tiers dédié aux personnes qui font la cuisine et un tiers dédié à la culture culinaire : « *On donne autant de place à ceux qui fournissent les produits qu'à ceux qui maîtrisent le geste et qu'à ceux qui le contextualisent* <sup>52</sup> » explique ainsi le journaliste dans un entretien à Unidivers. Ces trois façons de dire la cuisine, ces trois « récits », se superposent durant l'heure de l'émission. À titre d'exemple, l'épisode « Cuisine d'exilés<sup>53</sup> » donne la parole aux co-fondateurs d'un festival de gastronomie, au chef syrien Haitham Karachay, à la pâtissière Vanessa Krycève mais aussi aux habitués chroniqueurs. Les 55 minutes d'émissions commencent par l'aspect pratique du culinaire avec une recette de gâteau à la courge de Vanessa Krycève. Un second récit se superpose dès la septième minute puisque la pâtissière explique son projet associatif du « RECHO ». V. Krycève évoque ainsi l'aspect fédérateur et la dimension sociale que peut avoir la cuisine en parlant de sa mission dans le camp de réfugiés de Grande-Synthe (59). François-Régis Gaudry présente d'ailleurs cette recette par sa capacité à condenser divers récits culinaires : « *Voici une recette qui montre que la cuisine peut revêtir à la fois une dimension sociale, politique mais aussi, bien entendu, épicurienne*<sup>54</sup> ». Si tous les épisodes d'« On va déguster » exploite les différentes facettes du culinaire, certains s'intéressent à un angle plus précis comme l'épisode « Se reconverter dans un artisanat de bouche » (1er mars 2020) particulièrement social, ou le plus récent « Cuisinier quand on est confinés » (22 mars 2020), qui aborde la cuisine essentiellement par l'aspect pratique en demandant aux auditeurs de partager et d'expliquer leurs recettes.

Si l'émission « On va déguster » permet de révéler cette technique de superposition des récits, le documentaire « Chef's Table » apparaît à ce propos davantage édifiant. En effet, produit par Netflix et diffusé à partir de 2015, « Chef's Table » propose un regard peu commun sur la cuisine étoilée puisque les chefs et cheffes constituent le principal point de fuite de chacun des épisodes. Tandis que le générique laisse beaucoup de place aux images spectaculaires de plats, l'objectif des épisodes est bien davantage centré sur les chefs. Plus que de rebondir sur la tendance de « starification » des chefs, « Chef's Table » cherche à comprendre le processus humain, les prédispositions familiales et

---

52 BIET Marie-Christine, « On va déguster de François-Régis Gaudry : entretien sans modération ! ».

53 « On va déguster », épisode diffusé le 19 janvier 2020, [franceinter.fr](http://franceinter.fr).

54 Extrait de l'épisode « Cuisine d'exilés » d'« On va déguster », diffusé le 19 janvier 2020.



culturelles qui ont mené chaque chef à élaborer ses plats signatures. Contrairement à ce qu'il peut attendre d'un documentaire culinaire, le spectateur se retrouve fréquemment plongé dans l'enfance, l'environnement familial du chef, et ce notamment par l'intermédiaire d'entretiens approfondis et de photos d'archives. Ainsi, au cœur d'un épisode du documentaire, on peut dénombrer au moins quatre récits : le récit de la naissance de la profession par le chef lui-même, le récit de la découverte de ce chef par un journaliste gastronomique, le récit de la naissance d'une recette, le récit de l'harmonie du chef avec son environnement.

En faisant une analyse de l'épisode consacré à la cheffe Dominique Crenn<sup>55</sup>, on remarque que les plans sur les intervenants interrogés, et sur la chef elle-même, sont considérablement plus longs que ceux filmés en cuisine. Par ailleurs, ces plans sont presque toujours fixes : il s'agit de prendre le temps d'écouter ce que ces personnes ont à dire de la démarche culinaire. Ainsi l'attention est davantage portée sur l'intention que cache le plat, plutôt que sur la confection même du plat.

Dans cet épisode le premier plat montré par les caméras est l'occasion pour la cheffe de raconter, non pas la composition de cette recette, l'harmonie de ses saveurs, la dominante olfactive, mais un souvenir personnel lié à ce plat. Dominique Crenn raconte ce qui l'a mené à créer cette recette : « *On ramassait des champignons et des mûres qu'on rapportait, dans cette forêt on retrouvait toutes les sensations qui vont de pair avec la vie : le sucré, l'amer, l'humidité, l'obscurité. Mon père aimait nous parler de la vie à mon frère et moi*<sup>56</sup> ». Par le procédé de la voix-off, le discours mémoriel de la cheffe supplante ainsi la mise-en-scène du plat et lui donne une profondeur biographique. Le plat n'est pas à apprécier uniquement pour ses qualités esthétiques, mais également pour la charge émotionnelle et l'histoire personnelle qu'il transporte. Le choix journalistique d'insister sur l'histoire humaine, davantage que sur le processus culinaire, témoigne d'une façon originale de s'intéresser au monde culinaire.

Les productions journalistiques culinaires sont nombreuses et cherchent par conséquent à se distinguer les unes des autres. Un moyen efficace est donc de centrer la focale sur un récit auparavant peu exploité. En effet, dans la veine des émissions pionnières du genre, telle que « Art et magie de la cuisine » (1954-1967), de nombreux programmes culinaires ont centré leur propos sur l'élaboration de recettes en quasi-intégralité en jouant sur la possibilité de reproduction à la maison. « Chef's Table » fait le pari de mettre l'accent sur un autre récit du champ culinaire : celui de la

---

55 « Chef's Table », saison 2, épisode 3.

56 Extrait de l'épisode 3, saison 2 de « Chef's Table ».

construction personnelle d'un chef. Ainsi, les illustrations 3 et 4 montrent la mise en parallèle de l'enfance de la chef et d'un plat réalisé dans sa vie adulte effectuée par la production. L'objectif journalistique est de faire voir la corrélation entre deux moments de vie. Ainsi un jeu de va-et-vient entre un plat de la chef (illustration 4) et une photographie d'enfance (illustration 3) se dessine à l'écran.

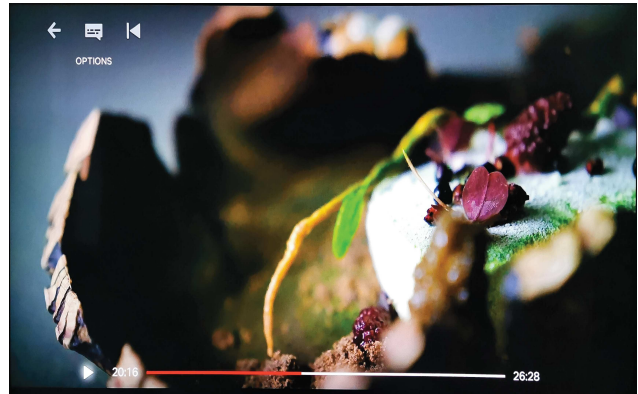


Illustration 3 et 4 : captures d'écran de l'épisode 3, saison 2 de « Chef's Table » à 20min16

Cette alternance suggère le lien ténu entre la recette présentée et l'histoire personnelle de la cheffe. Plus précisément, le récit principal de cet épisode de « Chef's Table » semble être, plus encore que celui de l'histoire familiale de la cheffe, celui de sa relation particulière avec son père. Cet élément personnel se tisse en filigrane tout au long de l'épisode. Introduit dès les premières minutes avec l'explication du choix du nom du restaurant en référence à son père « *Atelier Crenn c'est d'abord le nom de mon père, par le mien*<sup>57</sup> », il prend toute son ampleur avec l'évocation de la mort de son père faite au milieu de l'épisode. La production fait alors le choix d'un plan long et fixe sur Dominique puis d'un plan rapproché sur la dédicace d'un tableau de son père<sup>58</sup>.

Ainsi, l'angle journalistique est de faire supplanter le récit gastronomique par le récit biographique. L'idée est de montrer, pour chacun des chefs, à quel point la cuisine est une affaire de famille, d'histoire personnelle. Ce choix journalistique est maintenu dans les divers épisodes de la série-documentaire. Le chef Magnus Nilsson est ainsi filmé chez ses parents qui ressortent des photos de son enfance et se rappellent sa volonté de devenir cuisinier<sup>59</sup>.

57 Extrait de l'épisode 3, saison 2 de « Chef's Table ».

58 Voir annexe 4.

59 Extrait de l'épisode 6, saison 1 de « Chef's Table ». Voir annexe 5.

Dans l'épisode consacré à Dominique Crenn, au-delà du montage jouant sur l'alternance enfance/âge adulte, la part du discours réservée à la cuisine est relativement faible pour un documentaire culinaire. De 31min à 41min20 de l'épisode, la cuisine n'est à aucun moment mentionnée. Le propos est celui d'un retour aux origines, avec un voyage de la chef dans son village d'enfance en Bretagne qui est l'occasion de visiter divers lieux : le cimetière où est enterré son père, sa maison d'enfance, sa chambre. Le retour à la gastronomie dans la narration se fait sans transition, sans retour par les cuisines, avec un plan rapproché d'un plat déjà dressé. C'est la voix-off qui fait le lien : « *Mon enfance joue un rôle central dans ma conception du restaurant. L'idée n'est pas de créer des plats mais de relier des éléments entre eux. Partir du point de départ pour atteindre celui d'arrivée*<sup>60</sup> ». Mais aussi l'intitulé du plat puisqu'il se nomme « naissance ». Par conséquent, la démarche journalistique de *Chef's Table* est, non pas de servir un discours de causalité où le passé du chef explique nécessairement ses réalisations culinaires futures, mais de façon plus complexe, d'effectuer des allers-retours temporels pour comprendre comment le passé influence la cuisine actuelle, mais aussi comment la cuisine peut constituer une renaissance.

De façon moins approfondie mais récurrente le magazine, *ELLE à table* réserve, lui aussi, un espace aux producteurs et chefs et fait le choix de l'angle biographique. C'est le cas notamment dans les pages « eat magazine » ou « eat label saison ». Le numéro 127 réserve ainsi cinq pages aux « Femmes d'influence » de la gastronomie avec deux portraits par page. Le numéro 129 consacre quant à lui trois double-pages au producteur d'olives Alexis Muñoz<sup>61</sup>.

Parler de cuisine, c'est parler de ceux qui la font. Les journalistes culinaires s'attachent ainsi à raconter les vies des hommes et femmes qui sont derrière les fourneaux et donnent ainsi une saveur plus humaine aux productions journalistiques culinaires. Par conséquent, pour s'intéresser aux goûts et saveurs, s'intéresser aux humains qui sont au cœur du processus apparaît être une approche journalistique féconde. Toutefois, si la cuisine est une aventure humaine, elle ne concerne pas uniquement les personnes se situant en amont des plats mais aussi celles situées en aval, celles qui goûtent. Dès lors, l'angle de vue s'intéressant aux convives et clients est un autre choix journalistique récurrent. La technique consiste dans ce cas à mettre en scène la convivialité et la bonne humeur pour évoquer, non seulement le goût, mais aussi le goût du partage inhérent au culinaire.

---

60 Extrait de l'épisode 3, saison 2 de « *Chef's Table* ».

61 Voir annexe 6.

## **B- Le meilleur ingrédient du journaliste culinaire : la convivialité**

### **a) Mettre à table la convivialité**

« *Les ressources du culinaire, en régime médiatique, ne se reportent pas exclusivement sur le contenu, mais relèvent tout autant du plan de l'expression. Cela nous engage à considérer ce que l'on peut définir comme l'espace figuratif. Il explique, pour une bonne part, l'ampleur de la médiatisation dont la cuisine et les arts culinaires font l'objet, par leur vertu et leurs potentialités à faire image, à se mettre en scène*<sup>62</sup> ». Ainsi, il s'agit de poursuivre cette démarche d'analyse de l'espace figuratif engagée par le groupe de recherche sur « la médiatisation du culinaire ». Par « espace figuratif » du culinaire, les auteurs entendent divers éléments tels que les signes sensoriels, les formes du discours (mise en page, langage...), les objets (ustensiles...), le décor. Du point de vue décoratif, on remarque que, si la présence des fourneaux est un lieu commun des productions ayant trait au culinaire (lieu de préparation, l'amont du plat), miser sur la scène d'interaction qu'est la table (lieu de dégustation, l'aval du plat) est également une technique récurrente. Jean-Jacques Boutaud perçoit dans cet objet bien plus qu'un plateau sur quatre pieds : « *Tout à la fois dispositif matériel, événement social, espace symbolique, la table prend, à l'échelle du quotidien comme d'une vie, des dimensions profondes et variées. Mais, quel que soit le scénario du repas, dans sa forme culturelle ou son contexte psychologique, il ouvre un espace avant tout symbolique à la communication entre convives*<sup>63</sup> ». Le documentaire « Chef's Table » s'appuie largement sur la symbolique de cet objet et s'en sert ainsi de tableau d'ouverture pour son générique comme on le voit dans l'illustration 5. Sur cette image, le dressage de la table se fait en musique et lui donne une dimension quasi-sacrée. L'idée est de montrer que l'essentiel de la cuisine se condense sur ce rectangle. Le moment de la dégustation est double : il condense la naissance des saveurs et la mort des aliments, la célébration de l'aliment est conjointe à sa disparition. Tout le travail accompli naît et meurt sur cet autel du goût. C'est par cette approche sacralisante que « Chef's Table » choisi d'aborder la table.

---

62 BOUTAUD Jean-Jacques et MADELON Véronique, « Présentation », *Communication & langages*, vol. 164, no. 2, 2010, pp. 33-40.

63 BOUTAUD Jean-Jacques, 2004, « L'Imaginaire de la table : convivialité, commensalité et communication », *Scènes gourmandes*, p. 110.

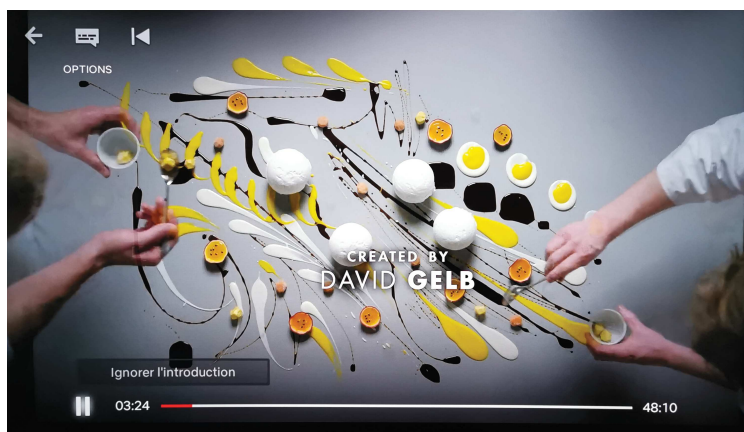


Illustration 5 : capture d'écran du générique de la saison 2 de « Chef's Table » - Ici, le repas est servi à même la table.

Dans ce cas précis, le générique montre la table du chef Gaggan Anand. Ce chef indien accorde à la table une place primordiale dans son restaurant en disposant ses mets directement sur celle-ci, comme une assiette géante. G. Anand prône de cette façon l'aspect convivial et chaleureux de la cuisine et invite à une approche plus collective du repas. La table est ainsi un objet pouvant évoquer par métonymie la convivialité culinaire et être utilisée comme tel par les productions journalistiques. C'est le cas dans « Chef's Table » mais aussi dans les deux autres supports journalistiques de notre corpus. Par ailleurs, Jean-Jacques Boutaud explique que la table revête des aspects multiples. Cette variété de dimensions lui permet de s'afficher dans différents types de productions journalistiques. Ainsi, l'émission « C à vous », où le culinaire n'est *a priori* qu'un prétexte, se sert allègrement de la table comme outil de communication. Dans la vie quotidienne, la table, en plus d'accueillir les repas, est lieu de discussion et de débats par excellence. De plus, celle-ci est un symbole d'horizontalité où chacun est placé au même niveau et invité à faire communion avec les autres : « *La table nous convie à prendre place. Elle installe et instaure le partage, la confiance, voire la confiance ; elle marque l'unité et l'amitié*<sup>64</sup> ». La stratégie de l'émission diffusée sur France 5 est ainsi de s'appuyer sur cette symbolique forte pour inviter les convives à se confier plus intimement que sur un plateau télé « classique ». C'est la stratégie que perçoit Camille Brachet : « *En organisant un dîner de manière détournée, la production de « C à vous » utilise des valeurs intrinsèques au culinaire. La cuisine fédère et rassemble. Elle est porteuse de valeurs telles que la convivialité, la proximité. La médiatisation de ces différents tableaux traduit une volonté de mettre en évidence la convivialité du plateau et de la rendre visible à l'écran*<sup>65</sup> ». Par conséquent,

64 BOUTAUD Jean-Jacques et MADELON Véronique (dir.), Présentation du dossier « La médiatisation du culinaire », *Communication & langages*.

65 BRACHET Camille, « C comme convivial et culinaire, C à vous sur France 5 », *Communication & langages*, vol. 164, no. 2, 2010, pp. 73-85.

les productions journalistiques n'hésitent pas à user de la symbolique culinaire même pour une émission où la cuisine n'est pas le sujet premier. Ce constat montre le pouvoir communicatif et évocateur du culinaire et explique la myriade d'approches dont il fait l'objet dans les médias.

Même sans être visible, le pouvoir communicatif et l'aspect convivial de la table est utilisé par les médias pour aborder les sujets culinaires. Ainsi, pour l'émission radiophonique « On va déguster », le studio se transforme chaque dimanche en salle-à-manger où les chroniqueurs/convives se prêtent volontiers à la dégustation des aliments disposés de part et d'autres des microphones. Les publications des chroniqueurs sur les réseaux, tel qu'Instagram, permettent de mettre en image ces moments de convivialité derrière le micro. Le choix de mettre à disposition les plats et verres de vins permet des interventions plus spontanées puisque les chroniqueurs doivent réagir « à chaud » sur un plat qu'ils viennent de goûter. L'idée n'est ici pas de délivrer des chroniques culinaires poétiques à la langue soignée mais de saisir un aspect essentiel du culinaire : l'émotion de la dégustation. De l'autre côté des ondes, l'auditeur a le sentiment d'être à table avec les chroniqueurs dont il partage les impressions et les bruits de bouche. François-Régis Gaudry fait d'ailleurs allusion à ces « bruits de bouche » dans l'émission « Bienvenue dans les Dolomites ! » : « *Je vais faire attention à mes bruits de bouche puisqu'apparemment ça dérange certains auditeurs*<sup>66</sup>. » plaisante-t-il. Ainsi, l'émission revête les aspects d'une table d'amis avec la même convivialité mais aussi les mêmes exigences de bienséance. Par conséquent, même si la radio ne permet pas de mettre en image le plateau à quatre pieds, l'organisation de l'émission cherche à recréer l'atmosphère induite par la table.

## **b) Incorporer toutes les émotions**

Si la table sert d'objet symbolique de convivialité et permet la mise-en-scène de cette émotion de groupe, les journalistes culinaires s'appuient de façon plus générale sur toutes les émotions provoquées par la dégustation. Cet intérêt porté aux émotions est un outil récemment ajouté au couteau suisse du journaliste culinaire. En effet, au cours des cinquante dernières années, le journalisme gastronomique est passé d'un journalisme de recettes à un journalisme plus narratif<sup>67</sup>,

---

<sup>66</sup> Extrait de l'épisode « Bienvenue dans les Dolomites ! » d'« On va déguster » (12 janvier 2020).

<sup>67</sup> BERTRAND Sophie, CANTAU Alina, WIBAULT Dominique, « L'évolution des périodiques culinaires du XVII<sup>e</sup> au début du XX<sup>e</sup> siècle : regard statistique sur les corpus conservés à la BnF », *In Situ*.



laissant la place aux émotions. Par conséquent, le soin apporté à la langue et les figures de styles employées par les journalistes culinaires (partie I), servent également à transmettre des émotions. Cette « tendance » journalistique se développe en France avec la naissance du *Fooding* en 1999 dont le nom est tiré de la contraction entre *food* (nourriture) et *feeling* (émotion), pour désigner une manière plus libre et enjouée d’appréhender la cuisine. Ainsi, les productions journalistiques s’attachent à filmer, photographier des scènes de rires, de surprise lorsque les convives sont à table. Par mimétisme, le spectateur, lecteur ou auditeur, ressent l’envie de partager ce moment de bonne humeur autour d’un repas.

À l’occasion de l’émission « Un tour du monde de la brioche » *Télérama* a publié un article intitulé « Sur *France Inter*, prendre de la brioche avec bonheur<sup>68</sup> ». L’ode au bien-être est partout dans les médias culinaires. Les journalistes privilégient le discours émotionnel au discours nutritionnel. Dans le numéro 129 d’*ELLE à table*, l’introduction d’un article consacré à la restauration de nuit se concentre quasi-exclusivement, sur le désir des convives plutôt que sur l’objet de leur désir : « *Ils ne sont pas les seuls à réinvestir les tables noctambules pour se réchauffer autour d’un plat de réconfort. Après les attentats, les Parisiens ont manifesté un besoin de sécurité et de confort* ». Dans cette extrait, l’isotopie de la cuisine formée par les termes « tables » et « plats » est aussi présente que celle du bien-être avec « réconfort », « sécurité », « confort ». La cuisine ne saurait se réduire au contenu de l’assiette et les journalistes l’ont bien compris puisqu’au restaurant, ceux-ci s’intéressent autant à l’atmosphère du restaurant qu’à la texture du soufflé. Toujours dans le magazine *ELLE à table*, le titre du dossier spécial pâques préfère qualifier le repas de « joyeux » plutôt que lui donner un adjectif afférent au goût tel que « délicieux » ou « savoureux ». Comme pour souligner que l’ambiance du repas prime sur son contenu. Quelques pages plus tôt, c’est le cuisinier Christopher Hache qui, interrogé sur sa définition du luxe, choisit d’insister sur l’importance du partage à table : « *La définition du raffinement selon Christopher Hache? « Un luxe qui ne se cantonne pas aux dorures, j’ai compris l’importance de la convivialité grâce à mes années de voyage*<sup>69</sup> ».

Puisque l’expérience du goût est celle d’une rencontre intime avec le réel, il s’agit d’un de nos sens les plus étroitement lié à notre affectivité et à nos émotions. Bien conscients d’une telle

---

68 MESLIN Mathilde, « Sur France Inter : prendre de la brioche avec bonheur », *Télérama*, publié le 17 février 2020.

69 *ELLE à table*, n°129, avril 2020, p. 38.

particularité, les journalistes s'attachent ainsi à se servir d'un discours émotif pour aborder le sujet culinaire. Cependant, ce récit de l'émotion et de la convivialité à table s'inscrit dans un type de récit plus large et plus implicite encore.

### C- Servir la cuisine sous un aspect féérique

Le récit biographique des origines culinaires est explicitement mentionné par les journalistes, tandis que celui des émotions s'immiscent de façon plus implicite au sein des productions journalistiques. Au-delà de ces deux types de récit, on peut dénombrer un troisième type de narration récurrente, plus implicite encore que les précédents, qu'on nommera « féérique ». De plus en plus désireux de faire de la cuisine un art, les journalistes culinaires usent de divers ressorts artistiques pour la mettre en scène et participent ainsi à une forme de « féérisation ». La cuisine apparaît dans ces productions, comme une magie dont la reproduction à domicile n'est pas envisagée.

Selon l'association commune entre les valeurs beau/bon, les journalistes culinaires mettent un point d'honneur à photographier et filmer les plats sous des angles de vue flatteurs. Cependant, cette esthétisation du culinaire joue un rôle particulier pour des contenus qui cherchaient à l'origine à inviter le spectateur à reproduire le plat chez lui. Quel est le rôle de cette photo de forêt noire « parfaite », mise-en scène dans un décor aux couleurs assorties et surmontée d'étoiles brillantes ?



Illustration 6 : page 107 du numéro 127 d'ELLE à table



Dans l'illustration 6, le gâteau possède tous les attributs d'une pâtisserie de conte de fée. Le code couleur du dossier dans lequel il prend place est le rose, et des étoiles dorées sont parsemées sur une crème en tourbillon évoquant la forme d'un château. Priscilla Ferguson nomme ce phénomène de scénarisation de la cuisine « *ostentation culinaire* ». Selon elle, ce processus relativement récent s'alimente en priorité par l'image : « *l'ostentation culinaire trouve à se prolonger et à s'hypostasier dans le visuel. Grâce au petit écran (et parfois au grand), la cuisine devient performance, prouesse, site d'exploits de champion. La télévision élabore et étend les effets déjà forts et toujours fondamentaux de l'imprimé*<sup>70</sup> ».

Ainsi, les productions journalistiques culinaires peuvent choisir de faire du culinaire un champ fantasmatique, visant davantage à faire rêver le spectateur qu'à l'inviter à reproduire la recette chez lui : « *le consommateur réel s'efface devant le consommateur virtuel*<sup>71</sup> ». Cette technique journalistique peut être observée dans les recettes mises en scène par le magazine *ELLE à table*. Dans le numéro 127 de novembre-décembre 2019, le magazine propose un dossier de photos autour du chocolat<sup>72</sup>. Les desserts sont photographiés sur un fond en camaïeu de rose et décorés de paillettes ou étoiles, les textures sont brillantes et les photos occupent l'intégralité de la page. Face à ces photos prédominantes, les recettes occupent un espace nettement plus réduit. Cette priorité donnée au visuel dénote la part de rêve vendue à l'acheteur du magazine. Il faut convenir que la reproduction domestique de la recette risque d'être moins concluante que la photographie du fait du manque de détails délivrés par la recette. *A contrario*, le livre de cuisine *Cuisine de référence*, se situant hors champ journalistique puisqu'il est destiné aux élèves de CAP cuisine, réserve un espace bien moindre à la photographie<sup>73</sup> pour se concentrer sur les recettes. Paradoxalement, alors que les photographies de ce livre sont bien moins alléchantes que celle d'*ELLE à table*, la probabilité est forte pour que la reproduction domestique soit davantage réussie avec ce livre.

---

70 FERGUSON Priscilla, « L'ostentation culinaire. Naissance du champ gastronomique », *Le symbolique et le social : La réception internationale de la pensée de Pierre Bourdieu*.

71 FERGUSON Priscilla, « L'ostentation culinaire. Naissance du champ gastronomique », *Le symbolique et le social : La réception internationale de la pensée de Pierre Bourdieu*.

72 Images du dossier « Chocolat Show », voir illustrations 6/7 et annexe 7.

73 Voir illustration 8.



Illustration 7 : bûche de Noël, page 108 du numéro 127 d'ELLE à table

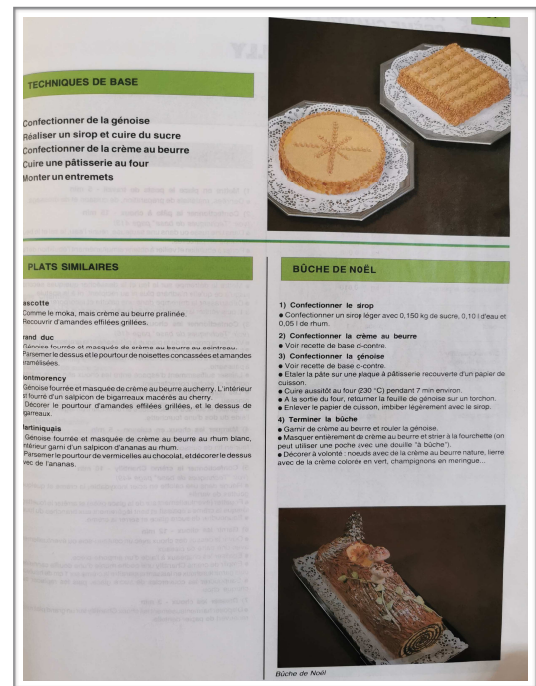


Illustration 8 : bûche de Noël, page 324 du livre Cuisine de référence

Dans l'ouvrage *Mythologies*, Roland Barthes définit les photos de cuisine du magazine *ELLE* une « cuisine ornementale ». Le sémioticien considère ainsi le « nappé » ou nappage, comme élément central de la cuisine du magazine puisqu'il s'agit de l'élément culinaire visuel par excellence :

« Dans cette cuisine, la catégorie substantielle qui domine, c'est le nappé : on s'ingénie visiblement à glacer les surfaces, à les arrondir, à enfouir l'aliment sous le sédiment lisse des sauces, des crèmes, des fondants et des gelées. Cela tient évidemment à la finalité même du nappé, qui est d'ordre visuel, et la cuisine d'ELLE est une pure cuisine de la vue, qui est un sens distingué<sup>74</sup> ».

En effet, les techniques photographiques employées sont parfois très poussées (usage de peintures, vernis pour améliorer l'aspect des aliments, retouches des photos etc.) : la volonté d'éveiller les sens et de faire rêver le spectateur s'éloigne ainsi du souci, *a priori* journalistique, de transmettre une information (recette et photo) pour rejoindre le champ artistique. Les méthodes employées par les journalistes culinaires pour traiter du culinaire s'avèrent ainsi proches des techniques artistiques et jouent parfois avec cette frontière.

Le générique de « Chef's Table » constitue, dans ce cadre, un exemple édifiant. Le lancement de celui-ci survient quelques minutes après le début du documentaire et surprend le spectateur au moyen d'une bande-son énergique et d'images en accéléré. La bande-son choisie est un extrait de « L'Hiver » des *Quatre Saisons* d'Antonio Vivaldi. Le choix d'une composition classique de renom

74 BARTHES Roland, *Mythologies*, Paris, Editions du Seuil, p. 140.

témoigne de la volonté de placer la cuisine sous le signe du prestige et de la grandeur. Les notes haut perchées et le rythme effréné de l'extrait laisse le spectateur comme fasciné. En effet, le générique semble mimer un balais de danse classique, l'harmonie est évidente, mais le spectateur n'a pas le temps de saisir tous les détails des mouvements. Ce générique est ainsi annonciateur de la démarche du documentaire : montrer la cuisine comme un art, aussi harmonieux qu'insaisissable. Le premier plan, celui du dressage d'une table, est l'équivalent journalistique de la scène d'exposition théâtrale. Filmé en accéléré ce dressage évoque un ballet de danse classique ; les serveurs (ou danseurs) sont tous vêtus en noir et blanc et se succèdent autour de la table (sur scène) en harmonie avec la musique. Ainsi le pliage d'une serviette se fait au ralenti puisque le rythme de la musique est plus lent. Le dressage est logiquement suivi de plans liés aux différentes étapes de préparation de recettes. Ces plans se jouent sur ce qui constitue l'*acme* ou le point culminant du morceau de Vivaldi, comme pour signifier que le cœur du sujet se situe à ce moment précis. Jusqu'à quatre plans distincts peuvent se succéder en une seule seconde comme c'est le cas des illustrations 9, 10, 11 qui se succèdent en une seule seconde.



Illustrations 9 et 10 : captures d'écran du générique de « Chef's Table » à 1min41



Illustration 11 : capture d'écran du générique de « Chef's Table » à 1min41

Ainsi d'énigmatiques éprouvettes (illustration 9), un roulé de légumes (illustration 10) et ce qui ressemble à une courge découpée (illustration 11) défilent à une rapidité qui empêche d'analyser le contenu de chaque image sans mettre le générique en pause. Cette vitesse d'apparition des images a pour effet littéral d'en mettre plein la vue au spectateur. Ce choix, fait pour le générique, s'avère être un fil conducteur journalistique de la production : l'idée n'est pas de rendre intelligible la cuisine mais de la montrer sous son aspect magique.

Cette volonté d'imiter le rythme hâtif qui s'opère en cuisine se retrouve ainsi tout au long des épisodes. Dès qu'il est question de cuisine, le rythme des plans s'accélère, une bande-son se lance fréquemment en même temps que ces plans, amplifiant par là même l'effet d'une chorégraphie magique. De plus, lorsque le documentaire s'intéresse à un plat, c'est systématiquement le moment du dressage qui est choisi, et non celui d'une étape de l'élaboration de la recette. De cette façon, la magie opère, le plat prend forme en quelques secondes sous les yeux du spectateur. La démarche journalistique est ici aux antipodes de celle choisie par des productions tel que « Top Chef ». L'idée n'est pas de montrer comment se fait la cuisine étoilée mais plutôt de signifier son niveau d'excellence et de suggérer la difficulté de la reproduire. Le documentaire « Chef's Table » et, dans une moindre mesure, le magazine *ELLE à table*, participent ainsi à l'artification du culinaire en préférant une approche esthétique à celle pédagogique. La cuisine est ainsi dévoilée au spectateur avec une narration féérique, la difficulté et la technicité de l'élaboration étant gommées au profit du résultat photographié ou filmé.

Afin de parler de goût, les journalistes culinaires s'appuient donc non seulement sur une stratégie linguistique (partie I) mais aussi sur une stratégie narrative, en superposant différents types de récits. Puisque le goût est un sens complexe, qui mobilise tout à la fois perception directe, souvenirs, imagination, l'aborder grâce à différents niveaux de récits, semble être une méthode efficace. Récit biographique de l'humain derrière le plat, récit émotionnel de la convivialité autour de l'assiette ou récit féérique de la magie culinaire, au moins trois récits différents sont à dénombrer. Cependant, un aspect majeur du journalisme culinaire reste à aborder. Nous l'avons vu, le premier défi posé aux journalistes chargés de parler de du goût est l'impossibilité de transmettre ce même goût par le biais journalistique. C'est face à cet obstacle que le journalisme gastronomique a développé la stratégie d'un journalisme le plus immersif possible.

### III- Un journalisme d'immersion : décupler les sensations d'un spectateur/acteur

#### A- La cuisine comme porte d'entrée vers la nature

Dans son restaurant « La Maison des bois », Marc Veyrat propose une expérience sensorielle unique à ses clients. Par la maîtrise de la cuisine moléculaire, le chef élabore un gel solidifié dans l'azote puis dispose le bonbon dans la bouche des convives. Au fur et à mesure de sa disparition, le bonbon révèle des arômes qui évoquent tour à tour, l'herbe fraîche, les sous-bois, ou le cèpe. Simultanément, le chef étoilé se livre à un exercice poétique de description d'une balade en forêt qui annonce les saveurs découvertes par les clients : « *vous vous promenez dans les sous-bois, vous sentez la terre humide, l'humus. Puis vous vous penchez au pied d'un arbre et cueillez un gros cèpe*<sup>75</sup> ». Dans un timing millimétré, saveurs et paroles se font écho. Par cette prouesse culinaire, Marc Veyrat donne à voir le lien ténu entre cuisine et nature : par ce bonbon, le chef met autant à l'honneur l'art culinaire que la beauté d'une promenade en forêt. Sur le site de son restaurant, cette équivalence entre nature et cuisine est mise en avant « *L'émotion a le parfum de la berce et la saveur de la reine des prés, l'exaltation les arômes d'une balade aromatique en forêt entre champignons, fraîcheur alpine et notes herbacées*<sup>76</sup> ». Ce lien nature/cuisine étant revendiqué par de nombreux chefs, les journalistes culinaires en font également un de leurs appuis narratifs.

Dans la mesure où l'espace figuratif du culinaire comprend le lieu, les pratiques ou encore les cultures liées à la nourriture, la nature apparaît comme un élément fécond pour aborder le culinaire puisqu'elle embrasse ces différentes facettes. S'intéresser à la nature, la filmer, la photographier ou la décrire s'avère être une méthode permettant d'immerger le spectateur dans l'environnement dont découle les plats. Ainsi, la production de « Chef's Table » s'affaire à filmer les chefs au contact de la nature et permet ainsi au spectateur de vivre une expérience sensorielle riche. Chants des oiseaux, image de la forêt amazonienne, la description des lieux dans les productions journalistiques gastronomiques est un véritable atout. Si l'on ne peut techniquement parler d'un journalisme immersif (usage de la réalité virtuelle, de caméra 360°), le journalisme gastronomique tend à s'approcher de ces technologies. Il ne semble d'ailleurs pas abusif de prévoir, à court terme, l'émergence de ce type de technologies dans le journalisme culinaire, tant l'espace figuratif de ce

---

75 Souvenir personnel d'un repas à « La Maison des bois ».

76 Extrait page d'accueil du site « La Maison des bois ».



domaine s’y prêterait. En attendant de telles innovations, le journalisme gastronomique excelle dans la reproduction de l’ambiance et opère une démarche synesthésique de transmission du goût par le biais des sons et couleurs de la nature.

Le documentaire « Chef’s Table » sélectionne ainsi plus de *rushes* montrant la nature que de *rushes* montrant les cuisines. Le spectateur est fréquemment transporté dans un environnement sensoriel fort puisque la nature est, visuellement et phoniquement, plus évocatrice que les cuisines en acier inoxydable des restaurants étoilées. Si le documentaire propose littéralement de s’intéresser aux tables de chefs (*Chef’s Table*), le prisme s’élargit pour filmer, et même privilégier, l’environnement qui entoure ces tables. Ainsi après le visionnage de l’épisode consacré au chef suédois Magnus Nilsson<sup>77</sup>, le spectateur a des paysages de la Suède plein la tête mais assez peu d’images de plats du chef. Ceci s’explique par l’angle journalistique choisi par la production : chaque épisode commence par « planter le décor », le spectateur est ainsi parachuté dans la nature environnante du restaurant pendant plusieurs minutes. Tout au long des 50 minutes, le chef est suivi par les caméras et se trouve plus fréquemment en dehors de ses cuisines qu’à l’intérieur de celles-ci. Les plans sur la nature sont nombreux et s’étendent parfois sur plusieurs secondes, ce qui n’est jamais le cas pour les plats. La cuisine apparaît comme un espace de transition entre nature et culture, un atelier où la confection de l’œuvre, inspirée de la nature, prend forme. Loin des productions tel que « Top Chef » où l’aspect pratique du culinaire prime et où le tournage s’effectue presque à huis clos dans une cuisine géante, la cuisine est ici minimisée au profit de la nature. De ce fait, le spectateur fait l’expérience d’un moment d’évasion, loin du stress des cuisines, il est bercé par le chant des oiseaux et les infinies étendues sauvages. La séquence d’illustration qui suit prend place lors des premières minutes du documentaire et montre la nature à l’aube.

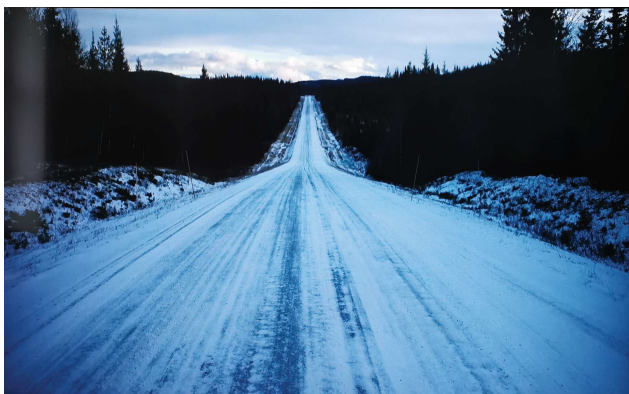


Illustration 12 : capture d’écran à 1m30 de l’épisode 6, saison 1 de « Chef’s Table »

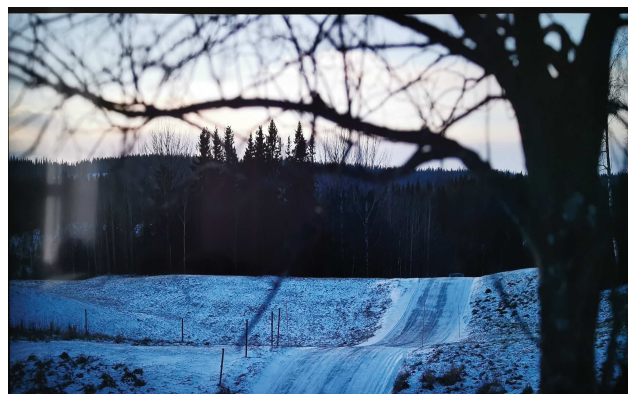


Illustration 13 : capture d’écran à 1m33 de l’épisode 6, saison 1 de « Chef’s Table »

<sup>77</sup> « Chef’s Table », épisode 6, saison 1.

Le spectateur effectue une longue balade au cœur de la nature suédoise grâce à ces images et à la logique chronologique qui leur est donnée. En effet, au deux-tiers de l'épisode, une nouvelle séquence est réservée à la nature mais cette fois-ci à l'heure du crépuscule.

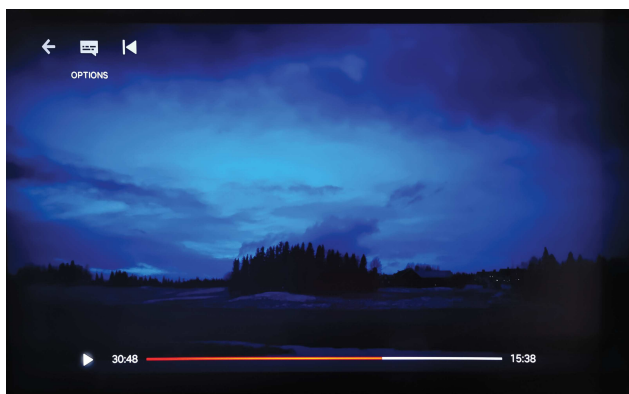


Illustration 14 : capture d'écran à 30m48 de l'épisode 6, saison 1 de « Chef's Table »

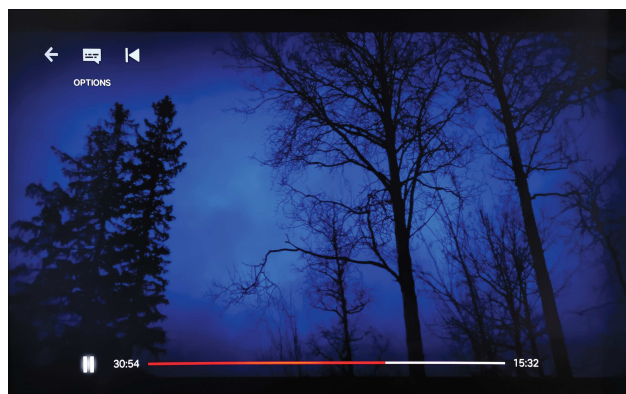


Illustration 15 : capture d'écran à 30m54 de l'épisode 6, saison 1 de « Chef's Table »

Ainsi, comme on l'observe dans ces quatre illustrations<sup>78</sup> le cadre temporel est donné par les images de la nature. Le travail de postproduction vise donc à guider le spectateur à travers des repères naturels plutôt que par l'évolution d'un plat par exemple. Dans l'épisode dédié à Magnus Nilsson, des clients sont attablés dès la onzième minute du documentaire et la première image de nourriture est celle d'un plat déjà dressé. Le déroulement logique n'est donc pas calqué sur celui d'un service en cuisine mais bien sur l'évolution de la lumière naturelle. Dans les captures d'écrans qui suivent, on observe la même stratégie dans l'épisode consacré au chef brésilien Alex Atala<sup>79</sup>. Le jour se lève sur la forêt amazonienne (illustration 17) et plusieurs *rushes* successifs (illustrations 16) servent à le signifier.

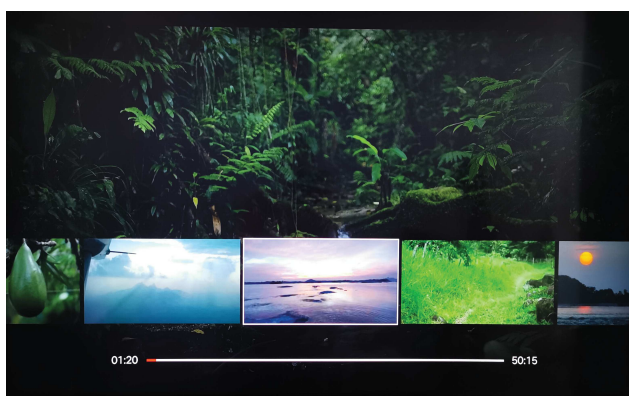


Illustration 16 : capture d'écran à 1m20 de l'épisode 1, saison 2 de « Chef's Table »

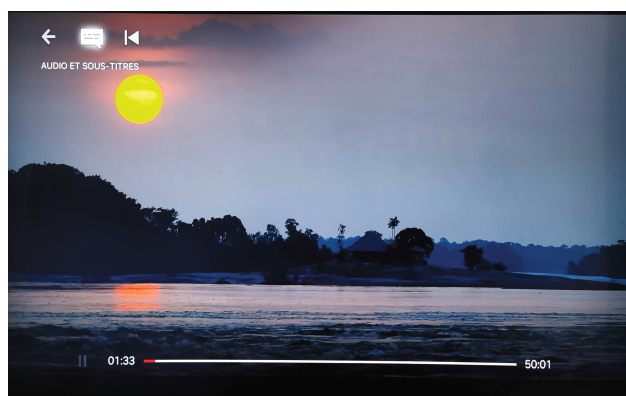
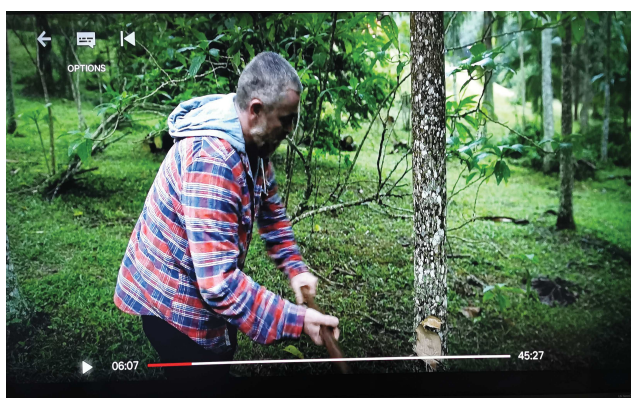


Illustration 17 : capture d'écran à 1m33 de l'épisode 1, saison 2 de « Chef's Table »

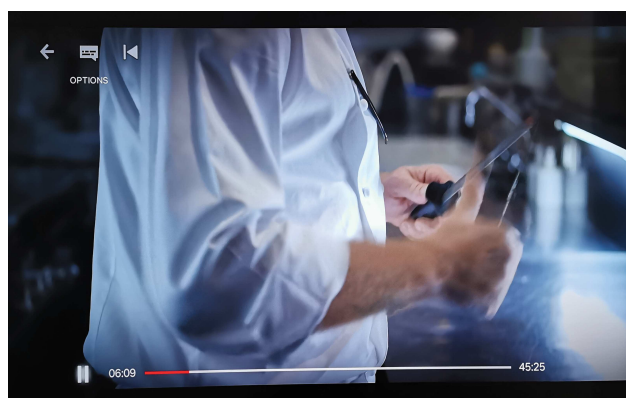
<sup>78</sup> Illustrations 12,13,14,15.

<sup>79</sup> « Chef's Table », épisode 1 saison 2.

Nature et paysages sont donc plus que le pendant naturel de l'art culinaire dans « Chef's Table », le fil rouge du documentaire est celui de la cuisine comme outil de médiation pour un retour à la nature. Le spectateur doit pouvoir saliver devant les plats autant que ressentir l'envie d'une balade dans les bois. Le lien signifié est plus qu'un lien chronologique, où les éléments de la nature deviendraient uniquement les composants du plat du chef, mais plutôt un lien d'équivalence. Les deux images suivantes se succèdent à quelques secondes d'intervalles dans l'épisode. Alex Atala coupant du bois dans la forêt amazonienne (illustration 18) est placé sur le même plan qu'Alex Atala aiguisant ses couteaux en cuisine (illustration 19).



*Illustration 18 : capture d'écran à 8m07 de l'épisode 1, saison 2 de « Chef's Table »*



*Illustration 19 : capture d'écran à 8m09 de l'épisode 1, saison 2 de « Chef's Table »*

Les incessants allers-retours entre nature et cuisine créés au montage suggèrent ainsi l'interdépendance entre ces deux lieux. Dans ce même épisode, le chef David Chang affirme ainsi « *Alex ne vous dira jamais « viens manger dans mon restau » mais plutôt « allons nous perdre dans la jungle », je crois qu'il veut sauver la forêt tropicale<sup>80</sup>* », tandis que Magnus Nilsson affirme « *Comme tous les enfants du Jamtland, j'étais proche de la nature<sup>81</sup>* ». À l'écran<sup>82</sup> ou en voix-off, les exemples qui démontrent la place centrale accordée à la nature par le documentaire sont nombreux.

Ainsi, si la déontologie journalistique impose de ne pas demander aux personnes filmées d'accomplir telle ou telle action, d'autres choix sont décisifs pour la trame donnée à la production. Les choix effectués en amont - sélection de chefs particulièrement liés à la nature - et en aval du

80 Extrait épisode 1, saison 2 « Chef's Table ».

81 Extrait épisode 6, saison 1, « Chef's Table ».

82 Voir annexes 8/9.



tournage - privilège donné aux *rushes* montrant la nature - soulignent la volonté de faire de la nature une ligne conductrice de nombreuses productions journalistiques culinaires. C'est ce qu'explique Sylvie Leleu-Merviel dans son analyse du documentaire « *Alain Passard, le solfège du légume* » : « *Si l'espace de liberté du documentariste ne porte pas sur les événements captés, il est intégralement transféré sur l'écriture qui, elle, est très élaborée*<sup>83</sup> ».

De la même manière, la presse écrite s'intéresse à la nature et s'attache à relier les plats aux paysages dont ils sont issus. Le lecteur de presse culinaire est donc non seulement transporté derrière les fourneaux mais profite d'un voyage sur les terres d'origine des plats. Ainsi, entre reportage géographique et culinaire, la frontière est parfois ténue tant la présentation d'un plat semble s'appuyer sur la découverte du lieu d'où il est originaire. *ELLE à table* réserve une quinzaine de pages de son magazine à ce format hybride cuisine/voyage, dans la rubrique intitulée « d'ailleurs et d'ici ». La moitié de cette rubrique est consacrée à l'étranger et l'autre moitié à une ville française. Ainsi, le numéro 127 embarque le lecteur à la découverte du Cambodge dans un dossier de sept pages qui compte 21 photos. On peut diviser ces photos en trois catégories : 6 montrent des plats dressés, 5 des produits bruts, et 9 des paysages ou lieux touristiques<sup>84</sup>. Évoquer les saveurs du Cambodge se fait donc avec l'appui des images du pays. Les couleurs verdoyantes de la nature suggèrent la fraîcheur des plats locaux présentés. L'espace textuel de la page 128 est également partagé entre le récit de la découverte de Kampot et une recette de sashimi. La ville de Kampot est particulièrement évocatrice pour les sens puisqu'elle est surnommée « le paradis du poivre ». Par un reportage dans cette ville, *ELLE à table* permet au lecteur de s'imaginer au mieux les saveurs du sashimi de la page 128 en le contextualisant. Le plat arrive accompagné de photographies et de récit reconstituant l'ambiance de la ville. Proposer une visite sur les terres d'origines d'un plat par le reportage est ainsi une technique d'immersion très appréciée des journalistes culinaires.

Il est par ailleurs intéressant de noter que, les émissions culinaires empruntant aux documentaires de découverte, les deux types de formats tendent à se ressembler et donc à séduire le même type de public. Par conséquent, la succession de ces deux genres d'émissions dans les grilles de programmations de chaînes telle que France 5 ne semble pas être un hasard. À titre d'exemple, pour la journée du 10 avril 2020, le documentaire de découverte « Les 100 lieux qu'il faut voir : Le Lot-

---

83 LELEU-MERVIEL Sylvie, « Montages culinaires, la partition du légume », *Communication & langages*.

84 Voir annexe 10.

et-Garonne, de la vallée du Lot à l'Agenais » est directement précédé par l'émission culinaire « Estaminets, la magie des bistrots du Nord ». Plus généralement l'émission culinaire « Les carnets de Julie » est suivie du programme « Échappées Belles » et les thématiques « découverte » et « cuisine » se mêlent fréquemment au sein d'un même documentaire. Des programmes comme les « Escapades de Petitrenaud » ou « Fourchette et sac à dos » portent dès leur intitulé le pendant culinaire et celui de la découverte : dans le premier l'invitation au voyage (« escapades ») est faite par un critique gastronomique de renom (Petitrenaud), dans le second la structure binaire du titre place la cuisine (« fourchette ») et la découverte (« sac à dos ») sur un même plan. Le documentaire culinaire apparaît alors comme un sous-genre du documentaire de découverte.

Dès lors, le fil rouge de la rencontre avec l'environnement, l'importance donnée aux paysages lors du montage et le récit verbalisé de l'amour de la nature sont des éléments constitutifs des programmes culinaires que l'on retrouve aussi bien en presse écrite, qu'à la télévision ou sur les ondes. Éveiller le goût se fait non seulement par les références aux plats mais aussi par la mise-en-scène de la nature qui a vu naître ces différents ingrédients. La nature sert ainsi d'élément de continuité narrative aux journalistes culinaires et de repère sensoriel à donner aux spectateurs.

## **B- Jouer de la frustration : le fossé sensoriel comme atout journalistique**

Dans les chapitres précédents nous avons pu dénombrer différentes méthodes journalistiques visant à combler le fossé sensoriel entre la nourriture et sa représentation : style d'écriture, types de narration, techniques de montage, référence à la nature. Toutefois, on peut se demander si le fait d'insister sur ce fossé sensoriel, et de souligner l'incapacité du média à le combler, ne serait pas le meilleur moyen d'éveiller les sens des spectateurs. En effet, les journalistes culinaires usent de nombreuses stratégies pour créer des stimuli sensoriels et glissent ainsi d'une représentation des sens à une sur-représentation de ceux-ci grâce à des synesthésies : « *les signes sensoriels, à caractère indiciel par rapport aux sensations gustatives : le plus souvent par synesthésie de formes, de couleurs, de proportions, et, selon les médias, de sons et de mouvements, nient la coupure sémiotique avec la sensation de base mais la sursignent dans le même temps*<sup>85</sup> ». Dans cet extrait du dossier sur la médiatisation du culinaire, les auteurs constatent que les journalistes culinaires se retrouvent à « sursignifier » la sensation originelle pour tenter de la transmettre à l'écran. Cette

---

85 BOUTAUD Jean-Jacques et MADELON Véronique (dir.), Présentation du dossier « La médiatisation du culinaire », *Communication & langages*.

sursignification des sensations est un aveu honnête d'impuissance de la part des journalistes face à « *la coupure sémiotique*<sup>86</sup> » à laquelle ils sont confrontés. Cependant, on peut constater que cet aveu n'est pas tacite mais bien explicite dans nombre de productions journalistiques sur le culinaire. Ainsi, les journalistes soulèvent cette impossibilité de transmettre parfaitement le goût par l'écrit, le son ou l'image et se chargent de verbaliser le manque.

Si un vocabulaire gustatif et olfactif existe, il reste très restreint par rapport à la multitude de saveurs et d'odeurs que l'homme peut distinguer. Un parfumeur en fin de carrière peut reconnaître environ 3 500 essences<sup>87</sup>, il apparaît donc évident que le vocabulaire fait défaut face à une telle richesse sensorielle. Les expressions communes attachées à l'odorat ou au goût sont déjà des aveux d'impuissance linguistique. La parade stylistique est alors celle de la comparaison : « *ça sent comme, ça a le goût de* ». En évoquant ce qu'il goûte, l'homme souligne par là même son impuissance à le définir parfaitement dans son unicité en utilisant un comparatif. En mangeant une cuisse de grenouille, de nombreuses personnes affirment « *ça a le goût de poulet* », prenant ainsi immédiatement un référent plus connu. Dès lors, si qualifier la spécificité gustative d'un aliment est déjà une gageure au quotidien, ceci l'est encore davantage par le biais d'un média. Bien conscients de ce défi, les journalistes tâchent alors de verbaliser, de souligner, ce fossé sensoriel, cette « *coupure sémiotique* », ce manque et réussissent alors une pirouette remarquable. Ce qui est *a priori* un défaut, l'impossibilité de faire goûter au spectateur, s'avère être un atout : l'article ou le documentaire ne donne pas toutes les sensations au spectateur, il ne le nourrit pas mais lui fait ressentir un manque, une envie, un besoin. Le spectateur a faim, n'est pas rassasié par le documentaire. Cette frustration créée par les programmes culinaires peut ainsi jouer en leur faveur, l'envie de « consommer » l'article ou l'émission est d'autant plus forte que le spectateur ne peut goûter à ce qui lui est montré. C'est cette stratégie qu'analyse C. Brachet dans l'émission « C à vous » : « *Dans cette émission, tout est pensé pour donner envie : envie de faire en transmettant un savoir-faire, envie de manger en évoquant des goûts et des odeurs et en sollicitant le téléspectateur visuellement, envie de regarder l'émission jusqu'au bout en proposant un dénouement à la narration*<sup>88</sup> ». Le manque fonctionne comme une composante essentielle des films : le suspense. Le suspense est une mise en intrigue qui encourage le spectateur à anticiper le développement d'une

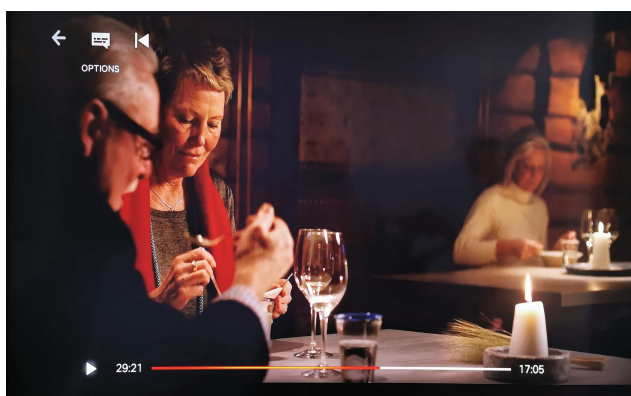
---

86 LELEU-MERVIÉL Sylvie. « Montages culinaires, la partition du légume », *Communication & langages*.

87 HATT Hanns et DEE Regine, *La chimie de l'amour. Quand les sentiments ont une odeur*, p. 43.

88 BRACHET Camille, « C comme convivial et culinaire, C à vous sur France 5 », *Communication & langages*, p. 78.

action incertaine. En comparaison, verbaliser le manque de goût revient à maintenir le spectateur en alerte et à l'inviter à s'imaginer les différentes saveurs. Rappeler et signifier le manque revient à provoquer le désir et constitue ainsi une stratégie efficace sur laquelle les programmes culinaires peuvent s'appuyer. Le documentaire « Chef's Table », s'il fait le choix de centrer son propos sur le chef et son rapport à la nature, s'attache néanmoins à filmer les visages satisfaits des clients. Le moment de la dégustation, celui-même qui fait défaut au spectateur, est ainsi central dans les productions journalistiques. Si le spectateur ne peut goûter, il doit faire l'expérience de la dégustation des autres pour prendre activement conscience du fossé sensoriel où il se trouve. Les épisodes d'« On va déguster » commencent ainsi par la dégustation d'une recette et la mise en son du goût : bruits de bouches, « mmmmmh », et premières impressions échappent ainsi aux chroniqueurs. Si ce procédé ne permet pas à l'auditeur de mieux goûter le plat, cette stratégie n'est pas gratuite. Tandis que les chroniqueurs se régalent, l'auditeur fait l'expérience du manque, et n'en est que davantage mis en appétit. La même stratégie est employée au format audiovisuel, lorsque les caméras se fixent sur les visages des convives, aucune saveur n'est donnée aux spectateurs, seulement celle du manque de saveur. La production « Top Chef » joue ainsi sur le suspense en étirant le temps de la dégustation du plat par les chefs étoilés. Tributaire des mots dans son approche du goût, le spectateur attend ainsi que les chefs verbalisent leur ressenti. Si « Chef's Table » axe davantage son propos sur la vie des chefs et leur rapport à la nature, aucun épisode ne manque de filmer les clients et ainsi de montrer ce moment qui n'apporte aucune information au récit.



*Illustration 20 : capture d'écran à 29min21, de l'épisode 6, saison 1 de « Chef's Table »*



*Illustration 21 : capture d'écran à 29min51, de l'épisode 6, saison 1 de « Chef's Table »*

Les illustrations 20 et 21 n'apportent aucune information nouvelle sur le monde culinaire. Le spectateur ne découvre pas l'envers du décor (image des cuisines), l'origine d'un plat (image de la nature), l'élaboration d'un plat (image du chef à l'œuvre), l'histoire d'un plat (image d'archives)...

Seuls les visages de clients, à qui la production ne donne même pas la parole, défilent à l'écran. En filmant le moment de la dégustation, les productions journalistiques montrent aux spectateurs un moment qu'ils connaissent nécessairement (tout le monde mange) mais dont il ne font pas l'expérience à ce moment précis. Par ces plans de dégustation, les productions exploitent donc le manque sensoriel ressenti par le spectateur. Les chances de captiver l'attention du public par cette stratégie sont donc multipliées.

Par ailleurs, verbaliser ce fossé sensoriel peut avoir un second bénéfice sur le spectateur. Face à l'expérience du manque de goût, le spectateur est invité à combler ce manque par sa propre action. Il doit poursuivre chez lui la recette pour venir à bout de l'expérience. Ce qui commence dans le salon, devant la télé, se poursuit dans la cuisine. De ce fait, on peut voir dans le journalisme culinaire, un pouvoir performatif : le média commence quelque chose que le récepteur doit poursuivre. Le consommateur de l'article, du documentaire devient acteur en quittant son canapé pour enfiler son tablier. Ainsi, pour François-Régis Gaudry, « *le but de l'émission est aussi de donner envie aux auditeurs de cuisiner à la maison*<sup>89</sup> ». L'heure de diffusion (11h) n'est pas un hasard, l'écoute des recettes peut ainsi coïncider avec l'heure de cuisiner pour les auditeurs. À sa façon, le magazine *ELLE à table* invite également ses lecteurs à participer à l'activité culinaire, notamment par le biais des fiches-recettes détachables en fin de magazine<sup>90</sup>. Cet élément pratique, *a priori* anodin, est devenu un incontournable du magazine, et témoigne de sa volonté de migrer du canapé à la cuisine par l'intermédiaire de ces cartes plastifiées. De plus, l'interaction entre public et média fonctionne dans les deux sens et le journalisme culinaire donne une grande place à la parole de ses lecteurs/auditeurs... Contrairement à d'autres sujets journalistiques, à propos desquels le public attend plus passivement un transfert d'informations et où la totalité des données peut être transmise par le média, le sujet culinaire s'enrichit de la collaboration avec le public. Par divers moyens, le journalisme culinaire cherche par conséquent à être proche de son lectorat ou de ses spectateurs. Nous pouvons remarquer que cette particularité a pris une ampleur supplémentaire avec le début de la période du confinement causée par le covid-19 (16 mars 2020). De nombreux médias culinaires ont alors invité leur public à partager leurs propres recettes. C'est le cas d'« On va déguster » dans l'épisode « Cuisiner quand on est confinés » qui est présentée sous ses termes : « *Comment reprendre en main notre alimentation quand nous sommes confinés ? Des recettes, des*

---

89 MESLIN Mathilde (entretien de), « Sur *France Inter* : prendre de la brioche avec bonheur », *Télérama*, 17 février 2020.

90 Voir annexe 11.

*solutions pour mieux cuisiner, pour limiter notre gaspillage et pour renouer avec notre équilibre alimentaire. Vous pouvez intervenir en direct à l'émission par le 01 45 24 70 00*<sup>91</sup> ». Un auditeur a ainsi expliqué à l'antenne sa recette de pain d'épices qui a ensuite été publiée sur le site de l'émission. Par conséquent, dans la mesure où les goûts sont personnels, inviter les spectateurs à s'exprimer sur leurs recettes préférées est une stratégie récurrente des productions journalistiques culinaires. En plaçant le spectateur au centre de la production, le journalisme culinaire répond à la fois au caractère individuel des goûts et aux valeurs de partage et de convivialité inhérentes à la cuisine.

Ainsi, malgré leur incapacité à transmettre chimiquement les sensations gustatives, les médias parviennent à captiver un public nombreux notamment en l'invitant à combler par lui-même le fossé sensoriel. Le consommateur est donc placé au centre des sujets culinaires comme acteur potentiel. La presse culinaire fait exister son lecteur en ne se contentant pas de lui servir des informations sur un plateau mais en l'invitant plutôt à cuisiner sa propre assiette.

### **C- Poursuivre le repas sur « Insta » : quand les médias culinaires s'emparent des réseaux**

Face à un contenu aussi propice à faire du spectateur un acteur, les médias culinaires se sont dernièrement saisi de l'opportunité, offerte par les réseaux sociaux, d'être en lien direct avec leur public. Parmi ces réseaux, Instagram s'avère être particulièrement adapté au contenu culinaire. Créé en 2010, Instagram met en place un règne de l'image où les photographies de cuisine rencontrent un franc succès. Par conséquent, les médias « classiques » cherchent à s'emparer de ce nouveau support et permettent ainsi d'augmenter l'interaction avec leur public. Par cet outil, une marque comme *ELLE à table* parvient à toucher un nouveau public et à diversifier et prolonger l'expérience du public déjà conquis. En effet, le compte Instagram d'*ELLE à table* propose régulièrement des *lives* (vidéos diffusées en direct) où la rédactrice en chef Danièle Gerkens propose une recette. C'est dans ce format que l'interaction avec le public est la plus poussée puisque les spectateurs peuvent interagir avec Danièle Gerkens à l'aide des commentaires diffusés en direct. Le rapport média/spectateur connaît alors un renversement puisque la rédactrice en chef reçoit des conseils de la part des spectateurs. Dans ce cadre, ce que l'on a nommé « pouvoir performatif » des médias culinaires atteint son paroxysme puisque le spectateur n'est plus acteur uniquement à son échelle (en cuisinant

---

91 franceinter.fr, page « On va déguster », émission du 22 mars 2020.



les recettes issues du magazine) mais aussi à l'échelle du magazine. Sur les captures d'écrans suivantes, les instagrammeurs expliquent par exemple à Danièle Gerkens comment réussir son caramel. La rédactrice revendique à l'écran son manque d'expérience pratique en cuisine et n'hésite pas à demander aux instagrammeurs de l'aiguiller pour la préparation du caramel. Sur l'illustration 23, « julieduteuil » tout comme « moniquewillot » avertissent la rédactrice en chef que son caramel est prêt : « ça suffit », affirme par exemple cette dernière.

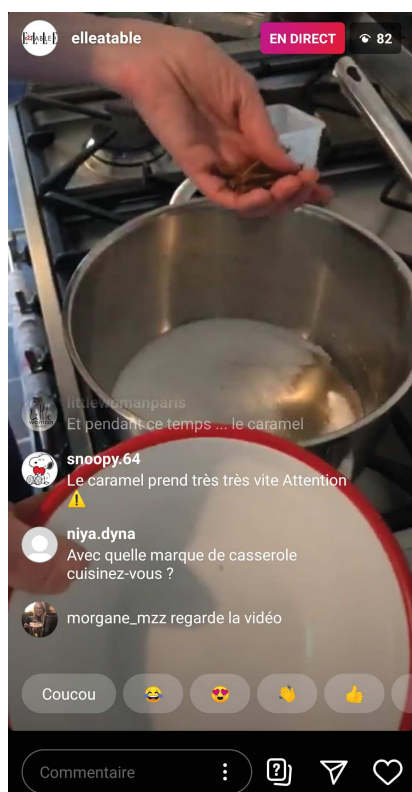


Illustration 22 : capture d'écran du live-recette d'ELLE à table sur Instagram (15/04/20)



Illustration 23 : capture d'écran du live-recette d'ELLE à table sur Instagram (15/04/20)

Sur l'illustration 22, « Snoopy.64 » met en garde Danièle Gerkens tandis que « niya.dyna » interroge D. Gerkens sur la marque de sa casserole. En l'espace de quelques secondes, un échange si réciproque s'opère qu'il devient difficile d'utiliser la classique dénomination « média/spectateur ». Danièle Gerkens apprend autant des instagrammeurs que ces derniers apprennent d'elle. Si la technologie actuelle ne permet pas encore de transmettre les odeurs et saveurs, les réseaux sociaux permettent toutefois de partager conseils et encouragements, dans une dynamique tout aussi chère au monde culinaire.

La presse culinaire n'est pas le seul type de média à étendre son activité aux réseaux sociaux. François-Régis Gaudry est très actif sur son compte Instagram. Les dimanches, l'animateur partage le *backstage* de l'émission « On va déguster ». Ainsi, les auditeurs peuvent compléter leur écoute de

l'émission par les photos de l'animateur. Ils découvrent alors le visuel des plats dégustés pendant l'émission, la mise en place des chroniqueurs, augmentant ainsi le sentiment d'être à la table d' « On va déguster ». La mise en appétit et l'esprit de convivialité sont donc décuplés par l'intermédiaire d'Instagram.



Illustration 24 : capture d'écran du compte Instagram de Laura Zavan, invitée sur le plateau d' « On va déguster » (28/04/19)



Illustration 25 : capture d'écran du compte Instagram d'Esterelle Payani, chroniqueuse chez « On va déguster » (15/02/20)

Dans la mesure où la cuisine appelle le partage, et où internet est également fondé sur cette fonction, les deux domaines se complètent et se recourent. Dès lors, des médias dont la cuisine n'est pourtant pas le thème principal, exploitent cette ressource afin d'interagir avec le public. Si le goût ne peut être totalement transmis par les médias, l'esprit de partage intrinsèque à la cuisine peut l'être et l'émission d'actualité « C à vous » s'appuie sur cet atout. En direct de l'émission, les spectateurs sont invités à réagir sur le site internet pour commenter la recette confectionnée. Les spectateurs/internautes peuvent proposer des recettes pour les prochaines émissions. Ils peuvent même bénéficier d'un angle de vue spécifiquement culinaire depuis internet, puisqu'une caméra filme en intégralité la réalisation de la recette. L'écran d'ordinateur vient donc se substituer ou se superposer à celui de télévision pour permettre des échanges multiples. Camille Brachet analyse ainsi l'engouement que peut générer un tel dispositif :

« Cette possibilité d'agir sur le contenu de l'émission confirme la convivialité annoncée : par l'impression de proximité instaurée avec la cuisinière, un lien est tissé et le téléspectateur est, en apparence, intégré au processus ; il participe au dîner entre amis. L'adhésion est plus forte quand on est un acteur potentiel du programme<sup>92</sup> ».

92 BRACHET Camille, « C comme convivial et culinaire, C à vous sur France 5 », *Communication & langages*, p. 80.





Illustration 26 : capture d'écran du compte « [lefigaro.fr](https://www.lefigaro.fr) » - (14/04/20)

D'une façon différente, ici un journal d'information généraliste comme *Le Figaro* utilise le potentiel fédérateur de la cuisine et se prête au jeu du *live* recette sur Instagram avec pour invité le chef Simone Zanoni.



Illustration 27 : capture d'écran du compte Instagram de l'émission « *ttbontv* » (16/04/20)

Lors de la période de confinement, les médias ont ainsi multiplié leur présence sur Instagram et de nouvelles façons d'aborder le goût ont ainsi vu le jour. Sur le compte de l'émission télé « Très très bon », le classique entretien avec un chef se mue en « apéro-visio » où les invités donnent tour à tour leur recettes d'apéritifs. Sur l'illustration 27, on peut voir le pâtissier Philippe Conticini en train de livrer une recette d'arancini revisités et d'ironiser « *ça sent bon, tiens sens comme ça sent bon* » en tendant ses grains de poivre vers l'objectif. Instagram ne parvient pas à faire tomber la barrière sensorielle mais offre un nouveaux terrain d'expression aux journalistes culinaires.

On assiste ainsi à une diversification des façons d'aborder le goût. Des médias culinaires sont d'ailleurs uniquement présents sur Instagram, comme c'est le cas du compte « *cestmeilleurquandcestbon* » administré par la journaliste Emmanuelle Jary. Cette experte en gastronomie propose des vidéos au format court, dans lesquelles elle présente ses meilleures adresses. L'idée est de proposer une approche spontanée de la cuisine, grâce à des adresses accessibles et aux questions du cameraman, novice en culture culinaire. Par le biais de ce réseau, Emmanuelle Jary choisit de désacraliser la cuisine en revendiquant une priorité donnée au goût plutôt qu'à la perfection de la présentation. Toutefois, si Instagram permet de diversifier les façons d'aborder le goût, les piliers du journalisme culinaire demeurent effectifs sur l'application. Ainsi,

L'approche poétique et la littérarité sont l'apanage de certains comptes culinaires. Bruno Verjus propose à ce titre des chroniques culinaires sans cuisine pratique. Le cuisinier tâche en effet de faire saliver les internautes sans montrer le moindre aliment, mais uniquement en racontant une recette, regard face caméra. Le journaliste du *Fooding* connu sous le nom de « Saucegribiche » propose quant à lui de publier quotidiennement un morceau de littérature ayant trait à la cuisine, de Marcel Proust à Virginia Wolf. Ceci illustré non pas par des photographies, comme la plupart du temps sur Instagram, mais par des illustrations dessinées.

Par conséquent, plus visuel, plus spontané, plus interactif, Instagram se révèle être un outil particulièrement utile pour les journalistes culinaires. Partage, convivialité sont des composantes communes aux réseaux sociaux et à la cuisine qui amènent facilement les deux univers à se mêler. Les productions journalistiques migrent ainsi, de façon plus ou moins ponctuelle, sur les réseaux et y trouvent un nouvel outil pour faire parler le goût.

## CONCLUSION

À la question, « comment les journalistes culinaires réussissent-ils à parler de goûts et de couleurs ? », c'est souvent le souci de neutralité journalistique qui interpelle : lorsque les goûts sont personnels comment en parler « objectivement » ? Cependant, il apparaît rapidement que la question de neutralité journalistique est une fausse question, et ce d'autant plus en ce qui concerne le journalisme culinaire. Dès lors, dans la mesure où les goûts sont propres à chacun, les journalistes sont d'abord confrontés à la difficulté de parler de leurs goûts, tout personnels qu'ils soient par le biais d'un média écrit, audio ou visuel. Dans un second temps, une fois soulevée la dimension fantasmatique de la neutralité journalistique, il apparaît que les journalistes gastronomiques s'appuient sur des éléments plus factuels que les sensations gustatives afin de donner à lire, entendre ou voir, d'autres caractéristiques essentielles du monde culinaire. Par conséquent, les productions journalistiques révèlent une tendance à superposer divers récits dont certains particulièrement récurrents, comme le récit biographique de ceux qui participent à la naissance des plats. Enfin, dans une dynamique journalistique d'ouverture et de curiosité, et bien qu'étant un secteur de niche, le journalisme culinaire ne regarde pas la nourriture à travers une lentille macroscopique et s'étend à des problématiques sociales ou environnementales bien plus larges. C'est ce fossé, entre le plus intime de nos sens et une approche journalistiques des plus multimodales, qui surprend et fait selon nous de la question culinaire une source d'inspiration inépuisable. C'est sans doute aussi ce fossé qui intéresse, en partie, les consommateurs de productions journalistiques.

Le début des recherches concernant ce mémoire nous a d'abord amené à vouloir analyser, presque scientifiquement, comment le goût pouvait chimiquement être stimulé par des procédés journalistiques. Mais après la lecture de quelques écrits scientifiques prouvant qu' « *une simple évocation provoque en nous, par association, des réactions en chaîne qui mobilisent tous nos sens et vont jusqu'à susciter les mêmes réactions que la présence effective et la préparation physiologique à l'ingestion*<sup>93</sup> », d'autres problématiques ont émergées. Le goût en tant que sens est intimement lié à nos souvenirs, nos expériences... Ces morceaux de vies, ces rencontres font que ce gâteau peut avoir un goût d'enfance pour moi, et une saveur insupportable pour un autre. C'est donc en saisissant le caractère intrinsèquement personnel du goût que les journalistes réussissent à le

---

93 LELEU-MERVIEL Sylvie, « Montages culinaires, la partition du légume », *Communication & langages*, p. 56.

transmettre au mieux, et non en voulant en faire une donnée physico-chimique scientifiquement descriptible. Là où la science échoue, c'est souvent l'art qui prend la relève. Par conséquent, le journalisme culinaire frôle souvent la frontière avec l'art : souci esthétique, figures stylistiques et ode à la nature sont au cœur des productions. Pour cela, le journalisme culinaire n'en est pas moins un travail de recherche poussé. Et le goût, tout subjectif qu'il soit, n'est pas un sujet moins apte à faire l'objet d'une étude journalistique. Le journalisme s'appuie sur des sujets qui font nos vies et aiguisent notre curiosité : le goût est de ceux-ci. Là où il y a évidence, consensus, le journalisme n'est pas mais laisse place au compte-rendu scientifique. Au contraire, lorsqu'il y a débat irréconciliable, avis divergents, lorsqu'amateurs d'amertumes et becs sucrés se font face, tout reste à écrire. C'est précisément parce que les goûts et les couleurs ne se discutent pas qu'il y a tant de choses à en penser, et tant de façon de les dire.

# BIBLIOGRAPHIE

## OUVRAGES

ALLAIN Jean-François « Gastro & Co. », *Traduire*, mis en ligne le 01 décembre 2016, [consulté le 7 mars 2020].

BARTHES Roland, *Mythologies*, Paris, Editions du Seuil, 1957.

BARTHES Roland, « Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine », *Annales. Économies, sociétés, civilisations*, 16e année, n° 5, 1961, p. 977-986.

BARTHES Roland, *Roland Barthes par Roland Barthes*, Paris, Editions du Seuil, 1975.

*Représentations*, vol. 34, no. 2, 2012, pp. 125-135.

BEAUGE Bénédicte, « Cuisine potentielle en puissance : l'Oucupo », *Sociétés &*

BERTHOUS Benoît, « Le manger et le dire. Pour une approche du discours culinaire et gastronomique », *Les carnets de la bande dessinée*,

<https://carnetsbd.hypotheses.org/1356>

BERTRAND Sophie, CANTAU Alina, WIBAULT Dominique, « L'évolution des périodiques culinaires du XVII<sup>e</sup> au début du XX<sup>e</sup> siècle : regard statistique sur les corpus conservés à la BnF », *In Situ*, 2019, mis en ligne le 12 décembre 2019.

BONNET Estelle, « Les critiques gastronomiques : quelques caractéristiques d'une activité experte », *Sociétés contemporaines*, n°53, 2004, p. 135-155.

BONNET Estelle et QUEMIN Alain, « L'expertise gastronomique. Genèse et mise en œuvre du jugement du goût », *Sociologie de l'art*, n°12, 1999, p. 91-108.

BOURDIEU Pierre, « L'Emprise du journalisme », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°s 101-102, 1994, p. 3-9.

BOUTAUD Jean-Jacques, 2004, « L'Imaginaire de la table : convivialité, commensalité et communication », *Scènes gourmandes*, p. 110.

BOUTAUD Jean-Jacques et MADELON Véronique (dir.), Présentation du dossier « La médiatisation du culinaire », *Communication & langages*, vol. 164, no. 2, 2010, pp. 33-40.

BOUTAUD Jean-Jacques, *Sémiotique et communication, du signe au sens*, L'Harmattan, coll. « Champs visuels », 1998.

BRACHET Camille, « C comme convivial et culinaire, C à vous sur France 5 », *Communication & langages*, vol. 164, no. 2, 2010, pp. 73-85.

BRILLAT-SAVARIN, *Physiologie du goût*, 1825. Consulté sur Gallica. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k1063697/f37.image>

CARÊME Antonin, *L'Art de la cuisine au XIXe siècle*, Paris, 1833.

COHEN Évelyne et CSERGO Julia, « L'Artification du culinaire », *Sociétés & Représentations*, vol. 34, no. 2, 2012, pp. 7-11. <https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2012-2-page-7.htm>

FERGUSON Priscilla, « L'ostentation culinaire. Naissance du champ gastronomique », *Le symbolique et le social : La réception internationale de la pensée de Pierre Bourdieu*, Presses universitaires de Liège, 2015.

HATT Hanns et Dee Regine, *La chimie de l'amour. Quand les sentiments ont une odeur*, Paris, CNRS Editions, 2009.

HEBEL Pascale, « Influence de la communication sur l'alimentation », *Communication & langages*, vol. 164, no. 2, 2010, pp. 41-52.

LE BRETON David (dir), « Du goût en bouche au goût de vivre : une gustation du monde », , *La saveur du monde. Une anthropologie des sens*, Editions Métailié, 2006, pp. 329-387.

LELEU-MERVIEL Sylvie. « Montages culinaires, la partition du légume », *Communication & langages*, vol. 164, no. 2, 2010, pp. 53-71.

MICHEL Erman (dir.), *Le goût dans tous ses états*, Peter Lang, coll. « Littératures de langue française », vol. 8, 2009.

NAULIN Sidonie, *Des mots à la bouche. Le journalisme gastronomique en France*, Presses universitaires de Rennes, 2017.

PUDLOWSKI Gilles, *À quoi sert vraiment un critique gastronomique ?*, Paris, Armand Colin, 2011.

SAILLARD Denis, « Chefs contre gastronomes. Histoire d'une défaite médiatique », *Le Temps des Médias*, n°24, 2015, p. 44-65.

SIDONIE Naulin, « Les médias et la constitution, d'un « monde de la gastronomie » (1870-1940) », *Le Temps des Médias*, n°24, Printemps-Eté 2015, pp. 26-43.

SPIES Virginie, « Cuisine et télévision, une relation presque parfaite ? », *Communication & langages*, vol. 164, no. 2, 2010, pp. 87-98.

## **DOCUMENTATION**

BIET Marie-Christine, « On va déguster de François-Régis Gaudry : entretien sans modération ! », *Univers Mag, le Web culturel breton*, [consulté le 6 mars 2020]. <http://www.univers.fr/on-va-deguster-francois-regis-gaudry/>

LEFRANCOIS Carole, « On va déguster : le succès culinaire de France Inter », *Télérama*, publié le 30 novembre 2012, [consulté le 26 mars 2020]. <https://www.telerama.fr/radio/on-va-deguster-le-succes-culinaire-de-france-inter,89933.php>

MESLIN Mathilde, « Sur France Inter : prendre de la brioche avec bonheur », *Télérama*, publié le 17 février 2020, [consulté le 3 mars 2020]. <https://www.telerama.fr/radio/sur-france-inter,-prendre-de-la-brioche-avec-bonheur,n6600303.php>

SIMON François, « Les nouveaux filons de la presse culinaire », *Le Figaro*, publié le 31 mai 2013, [consulté le 9 mars 2020]. <https://www.lefigaro.fr/gastronomie/2013/05/31/30005-20130531ARTFIG00627-les-nouveaux-filons-de-la-presse-culinaire.php>.

« À la découverte du phénomène de *comfort-food* », [fourniresto.com](http://fourniresto.com), publié le 17 juillet 2017, [consulté le 17 février 2020]. <https://www.fourniresto.com/blog/a-la-decouverte-du-phenomene-du-comfort-food/>

« Audiences: «Top Chef», en forte hausse, signe un record », [tvmag.lefigaro.fr](http://tvmag.lefigaro.fr), publié le 17 juillet 2020,[consulté le 26 mars 2020].

« Comment formuler un menu de fête ? », [journaldesfemmes.fr](http://journaldesfemmes.fr), [consulté le 19 mars 2020]. <http://cuisine.journaldesfemmes.fr/magazine/pratique/0704-formulation.shtml>

« La Maison des bois » site internet, [consulté le 15 avril 2020]. <https://www.marcveyrat.fr/fr/restaurant.html>

## RÉSUMÉ

Dans ce travail de recherche, nous nous sommes attachés à analyser les façons d'aborder le goût dans les différentes productions journalistiques. Comment traiter, de façon journalistique, d'un thème aussi subjectif et immatériel que le goût ? Cette question amène, dans un premier temps, à observer les procédés linguistiques utilisés aussi bien dans la presse écrite, qu'à la radio où à la télévision. Pour cette étude, nous avons sélectionné un corpus composé de trois productions journalistiques issues de trois médias différents : le documentaire « Chef's Table », le magazine *ELLE à table* et l'émission radio « On va déguster ». Il apparaît que certains procédés sont récurrents et transcendent les différents médias : superposition de récits, « féérisation » du culinaire ou encore centrage sur des thèmes tels que la nature ou la convivialité. Au-delà du seul sens qu'est le goût, ce mémoire s'intéresse donc plus largement au sujet culinaire et à son traitement journalistique.



## MOTS-CLÉS

Journalisme

Culinaire

Goût

Cuisine

Saveurs

Odeurs

Linguistique

Sémiologie

Recette

Récit

Langage

# ANNEXES

ANNEXE 1 : « Très bonnes feuilles », page 22 du numéro 127 (novembre-décembre 2019) d'ELLE à Table

**TRÈS BONNES FEUILLES**  
Romans, essais, guides, livres de chefs, recettes simples, il y en a pour tous les goûts...  
Notre sélection de nouveautés gourmandes en librairie. À dévorer sans modération.

PAR DANIEL GERKENS, ALEXANDRA NICHOT et MATHILDE SAMAMA

**LE PLUS VÉGÉTAL**  
« Bras, le goût du jardin » de Cécile Chappelle et Yannick Fourié  
La famille Bras vous entraîne en ville givree dans son mythe jardin que le père, Michel, entraîne chaque jour pour permettre à son fils, Sébastien, cuisine aussi naturelle que de saison. Un herbier extraordinaire raconté comme une promenade.  
**La bonne idée :** l'histoire du fameux « gargouilleur », p. 233. Ed. Purne de Carole, 49 €.

**LE PLUS PHILOSOPHE**  
« La Mort du vin »  
Si les vins étaient des hommes, le champagne serait opportuniste et habile, le bourgogne conquérant et religieux, le bordelais arrogant et politique... C'est l'analyse politique et littéraire proposée en 1976 par Raymond Dumay, observateur malicieux et dégustateur chevronné.  
**La bonne idée :** le vin de l'Antiquité, p. 179 à 220. Ed. La Table Ronde, 8,10 €.

**LE PLUS ROMANCÉ**  
« Un chemin de tables »  
La cuisine, mètre de savoir et de larmes ? Surtout une succession de joies immenses, de fatigue abyssale, d'espoirs infatigables, de colères. C'est le parcours d'un chef que la romancière Maylis de Kerangal suit, de Sciences Po à son CAP de cuisine, des fourneaux étoilés aux bistrot. Un récit idéal pour restaurer les vivants.  
**La bonne idée :** la blagouette de veau du CAP, p. 5740. Ed. Gallimard Poche, 6,20 €.

**LE PLUS SIMPLE**  
« Naturellement libre »  
Quand le chef du Plaza, Romain Meïder, met en avant ses gestes du quotidien en cuisine : sécher, fermenter, extraire, infuser, et ses outils félins, cela donne 75 recettes aux intitulés simples et faciles à réaliser chez soi. 75 idées pour cuisiner les légumes cet hiver, mais aussi les fruits et le pain.  
**La bonne idée :** la limonade d'épluchures de betterave, p. 84. Ed. Ducasse, 22,90 €.

**LE PLUS GRAND SIÈCLE**  
« Christophe Pelé, la Clarence »  
David Chikira Masui, gastronome japonaise, tombe amoureuse d'une cuisine singulière, elle entreprend alors d'en faire un ouvrage. Le dernier coup de cœur ? Les techniques terroir de Christophe Pelé, chef parisien du Clarence\*\*.  
**bonne idée :** le saint-pierre à l'ail de bufflonne et pommes terre, p. 42. Sénat, 60 €.

**LE PLUS INSTRUCTIF**  
« Le Petit Livre du sommelier »  
Vous n'osez pas donner votre avis sur le vin par peur de « dire une connerie » ? Guillaume de Cerdal, sommelier et chroniqueur culinaire sur Paris Première, vous apporte secours avec ce petit guide illustré par le général Jean André.  
**La bonne idée :** le petit lexique de l'amateur pour apprendre à qualifier le vin, p. 48. Ed. Marabout, 22,90 €.

ANNEXE 2 : Éditorial de D. Gerkens, numéro 127 (novembre-décembre 2019) d'ELLE à Table.

## MENU DE NOËL

Un sapin (mais naturel et au port régulier).  
Des décorations (ni cheap ni kitsch).  
Un feu qui crépite (sans fumer).  
Des boules (respectant le bon code couleur).  
Des bougies sur une couronne (idéalement home made).  
Une odeur de pain d'épices (grâce aux petits gâteaux qui cuisent au four).  
Une pintade chaponnée (dodue, venue d'un boucher chic & choc).  
Une jolie table (avec vaisselle parfaitement dépareillée).  
Des enfants qui courent (bien habillés et sans rien renverser).  
Des cadeaux (emballés aux superbes papiers assortis).  
Une bûche (pas trop riche, pas trop sucrée, pas trop gluten).  
Des rires (de la part de tous et tout au long de la soirée).  
Une coupe de champagne (servi à la bonne température).

Ça, c'est un Noël idéal... Sous pression ? Mais non !

**En vrai, je vais courir.** Râler, car je bouclerai des dossiers en crash. Emballerais les cadeaux rassemblés à la hâte la veille du départ, me débattant à 23 h 14 avec les rubans récalcitrants. Sauterai dans la voiture en houpillant tout le monde. Mettrai un gigot au four (ou un rôti de porc ou un poisson) car j'aurai zappé de commander le chapon (« Mais ma p'tite dame, faut penser à réserver. Z'êtes pas la seule à vouloir un chapon en cette saison », me dira mon boucher). Mon foie gras aura été acheté tout prêt et je vais sans doute pleurer de fatigue-énervement-stress avant la fin de la soirée. Vais-je aimer Noël 2019 ? Oui, certainement, car les fêtes sont faites d'autant de rituels.

**En cela, je serai comme (presque) toutes les femmes.** Désireuse de bien faire, laissant mon perfectionnisme s'exprimer à plein, attentive aux détails, déléguant avec difficulté... Et j'aurai une pensée émue pour toutes celles qui, parce qu'elles ont choisi l'univers de la gastronomie, seront aux fourneaux ce soir-là. Un an après #MeToo, nous avons en effet décidé de mixer dans ce numéro des sujets graves et plus légers, illustrant bien la vie des femmes d'aujourd'hui : des figures d'entrepreneuses, des femmes battantes, des cheffes talentueuses, des recettes pour récolter un max de waouh, des bouteilles à dégainer, des recettes de chocolat qui mettront tout le monde d'accord, un peu d'exotisme (le Cambodge) et des valeurs sûres (Strasbourg). Autrement dit, un numéro bien à l'image de nos vies : trop pleines, trop denses, trop fatigantes mais pourtant tellement gaies...

Joyeuses fêtes à vous tou.te.s !

ANNEXE 3 : Le coup de lame d'Arnaud Daguin du 2 février 2020, extrait de l'épisode « Et si le pourri avait bon goût ? » de « On va déguster » sur le site franceinter.fr.

**La page 54 a été retirée de la version diffusée en ligne.**

ANNEXE 4 : capture d'écran « Chef's Table », épisode 3, saison 2 - tableau dédié du père de Dominique Crenn



ANNEXE 5 : capture d'écran « Chef's Table », épisode 6, saison 1 - maison des parents de Magnus Nilsson et photo d'archive.





ANNEXE 6 : pages 60-61 du numéro 129 (mars-avril 2020) d'ELLE à table.



ANNEXE 7 : Dossier chocolat pp. 103, 107 du numéro 127 (novembre-décembre 2019) d'ELLE à Table.





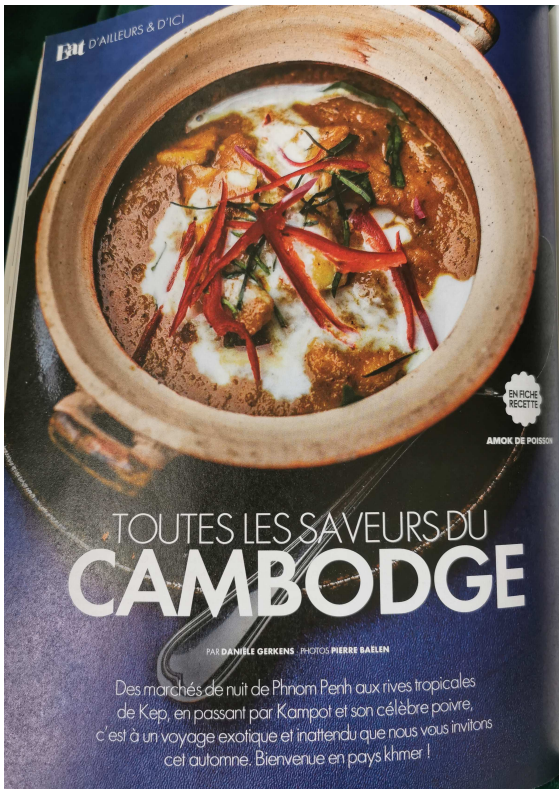
ANNEXE 8 : capture d'écran de l'épisode 6, saison 1 de « Chef's Table » : Magnus Nilsson prépare un repas en pleine forêt (Suède).



ANNEXE 9 : capture d'écran de l'épisode 1, saison 2 de « Chef's Table » : Alex Atala cuit un poisson sur une plage de l'Amazonas (Brésil).



ANNEXE 10 : Pages de la rubrique « d’ailleurs et d’ici », du numéro 127 (novembre-décembre 2019) d'ELLE à Table



**NOS BONNES ADRESSES**

**À Phnom Penh**  
**QU'EST-CE QUE C'EST ?**  
**FRIENDS THE RESTAURANT**  
 Près du Musée national, une adresse cossue de la capitale où l'on mange à prix très raisonnables une cuisine soignée mêlant recettes traditionnelles et internationales.  
 215, Street 15, +855 12 802 072 ou +855 86 968 651.  
[tree-alliance.org/our-restaurants/friends.php](http://tree-alliance.org/our-restaurants/friends.php)

**FARM TO TABLE**  
 Cuisine healthy, bio et très végétale pour ce restaurant caché dans une vaste cour verdoyante, oisifs au cœur de la ville. Ici, tout provient directement de producteurs sélectionnés à travers tout le pays, dont un excellent riz !  
 16, Street 360, BKK 1, +855 78 899 722.  
[farmtotablepp.com](http://farmtotablepp.com)

**MALIS**  
 Tau Ming est un chef renommé pour sa cuisine khmère authentique et délicate. Au menu, une soupe raffinée au mangga, un curry rouge de crabes, un dessert « taro/coco/gingembre » et glace au durian...  
 135, Norodom Blvd, +855 15 814 888.  
[malis-restaurant.com](http://malis-restaurant.com)

**KRAVANH TOUL TOM PONG**  
 À deux pas des soieries du marché russe, l'une des meilleures tables de Phnom Penh permettant de goûter la cuisine royale khmère. On y a dégusté une incroyable salade de hannarons dragon, un riz aux crevettes du Měkông une soupe citronnelle et fleur de bananier, des nouilles au bœuf braisé... Un festin !  
 343, Street 450, +855 12 319 111.  
[kравanhrestaurant.com](http://kравanhrestaurant.com)

**HACHI**  
 Envie d'autre chose ? Faites un saut au restaurant japonais du Sofitel Phnom Penh Phokaeffra. Sur des tables, on s'évade à coups de boquettes avec des tempura, bento, sushi et sashimi de poissons (dont du fugu) et bœuf de Kobe.  
 26, Old August Str, Sathearos Blvd, Sangkat Tonle Bassac, +855 23 999 200.  
[sofitel-phnompenn-phokaeffra.com](http://sofitel-phnompenn-phokaeffra.com)

1. Eaux cristallines et îlots parsement le littoral khmère. 2. Les fanes crues bleues de Kep. 3. Épices et herbes fraîches forment la base de la cuisine cambodgienne. 4. Pêcheurs sur la mer du Cambodge.

**Kampot, le paradis du poivre**

Sur la route de la côte, comme les villages alentour, ce village est installé dans une atmosphère parfaitement huilée. Premier quartier à l'ancienne station balnéaire chic des années 50, Kampot est une bourgade française avec ses villos coloniales, ses rues étroites, ses quelques voitures, ses repas sur des patios recouverts de végétaux, dominant vue. De loin, en fait, une maison japonaise aux verres épatants d'imagineer on a déjà visité ce lieu. C'est dans les fastes, permettant d'imaginer on a déjà visité ce lieu. C'est tropicale. Le long de la plage, d'où l'on aperçoit l'île mystérieuse de Phu Quoc, les vendeurs ambulants proposent toutes sortes de produits locaux ou célébrés locaux. À quelques mètres de la mer, il y a Kampot l'alongue, au centre-ville coloré, dans son air. Les rues de bâtiments coloniaux descriptifs vers la Baie Sankie qui s'ouvre au crépuscule du soleil, pêcheurs ouverts le port pour rejoindre la mer. Comme tous les pêcheurs exceptionnels, « au goût de la mer et de la pluie », la poivre exceptionnelle d'Oliver Roelinger, la région tenait grâce à une poivre unique qui a décroché le label européen AOP (Appellation d'origine protégée) en février 2016. Le meilleur moyen de goûter ? Atelier 1945, une salle marquée lancée par David et Marie, deux frères franco-cambodgiens, désireux de valoriser le savoir local. Dans leur maison marchoise chinoise restaurée et ouverte un bistrot sélect, on peut acheter du poivre, évidemment, mais aussi goûter des recettes célébrant cette épice à prix réduits. Généreux, le terron côtelier nous inspire des chefs à l'instar de celui du magnifique Six Senses Koh Krabey, qui sert également les merveilles locales. Ceviche, calamars grillés, salades fraîches et currys sont à la fête, sans oublier l'amok, emblématique de poisson cuit à la vapeur dans un lait de coco épice. Sans une discrète feuille de bananier, un festival visuel de l'usage de ce royaume khmère ; inoubliable !

**SASHIMI DE COBIA, NOIX DE COCO FRAÎCHE, PAMPLEMOUSSE ET PIMENT VERT** (2 pers.)

Préparation : 35 mn

♦ 120 g de filets de cobia ♦ 4 cl de crème de coco fraîche ♦ 2 lamelles de noix de coco fraîche ♦ 5 g de piment vert épicé émincé finement ♦ 20 g de pamplemousse effiloché ♦ 10 g de basilic Thai ♦ le jus de 1 citron vert ♦ quelques feuilles de menthe ♦ la sauce Koh Kong ♦ 16 piments verts égrainés et finement émincés ♦ 5 cm de gingembre émincé ♦ 4 gousses d'ail pelées et émincées ♦ 6 racines de coriandre lavées et finement émincées ♦ 80 g de palme ♦ le jus de 3 citrons verts ♦ sauce de poisson

**1.** Pour la sauce Koh Kong : dans un mortier, pilez les racines de piment, le gingembre, l'ail, les racines de coriandre et 2 pinces de menthe. Ajoutez le sucre de palme, mélangez bien. Ajoutez avec le jus des citrons verts et la sauce de poisson.

**2.** Tranchez très finement les filets de cobia. Disposez les lamelles en cercle sur deux assiettes. Arrosez de jus de citron vert. Versez sur deux assiettes. Arrosez de sauce Koh Kong. Parsemez de lamelles de noix de coco, de piment vert, de piments verts égrainés, les feuilles de menthe finement émincées et le basilic.


**Recette du Six Senses Koh Krabey.**  
 † Bordeaux, Clarendelle 2018, blanc.

1. Le temple de Wat Ounalom à Phnom Penh.  
 2. Les tables à l'ombre du restaurant Farm to Table.  
 3. Venteuse sur un marché de Phnom Penh.  
 4. Poivre vert frais à Kampot.  
 5. Effervescence au marché de nuit.

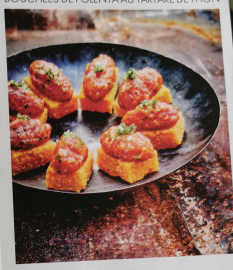


# ANNEXE 11 : fiches recette recto-verso détachables, du numéro 127 (novembre-décembre 2019) d'ELLE à Table


**ILHEU AU GLAÇAGE TENDRE**



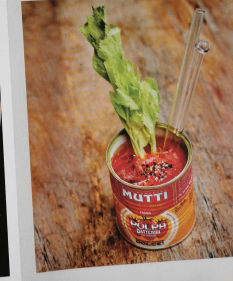
**BOUCHÉES DE POLENTA AU TARTARE DE THON**



**SALADE CAESAR VEGGIE**



**MUTTI MARY**



**BOUCHÉES DE POLENTA AU TARTARE DE THON**

Préparation : 40 min • Cuisson : 45 minutes • 30 minutes

Pour la polenta : 500 g de farine de maïs • 50 g pour poncer • 2 g de pain de sucre • Sel

Pour le tartare : 400 g de thon en conserve (à l'eau) • 200 g de Polpa Datterini (à l'eau) • 100 g de tomates fraîches • 10 g d'huile d'olive

1. Dans un faitout, faites bouillir 2 litres d'eau avec l'huile d'olive et les poignées de farine. Salez et versez d'un coup la farine de maïs en fouettant une poignée épaisse. Remuez l'assiduellement et versez la polenta dans une poêle tapissée de papier sulfurisé sur une épaisseur de 2 cm. Laissez pendant ce temps. Faites prendre au réfrigérateur au moins 1 heure avec l'huile d'olive. Ajoutez la Polpa Datterini, le sucre pour une saveur sucrée-salée (à la garniture) et le thon. Laissez cuire jusqu'à obtention d'une consistance assez épaisse (environ 30 minutes), laissez refroidir.
2. Hachez le thon grossièrement en cubes à l'aide d'un couteau et mélangez-le à la pâte de tomates refroidie. Réservez au réfrigérateur.
3. Démoulez la polenta sur le plateau de travail et découpez-la en rectangles d'environ 3 x 4,5 cm. Passez les bouchées dans la farine et plongez-les dans l'huile à 180 °C pendant 2 minutes pour qu'elles soient bien croustillantes. Épongez-les ou laissez-les sur du papier kraft.
4. Disposez des quenelles de tartare froid sur les bouchées de polenta chaudes. Renversez de farine de sel et de cabottes très finement émiettées, servez aussitôt.

PHOTO : Jean-Claude Ansel

**MUTTI MARY**

Préparation : 5 min

100 g de Polpa Datterini Mutti • 2 cl de huile brune • 1 petite branche de céleri • 1 pincée de piment en poudre légèrement épicé • 1 o 2 gouttes de Tabasco • Sel de céleri • Safran glacé

Préparez quelques feuilles de la branche de céleri, mixez-les avec la Polpa Datterini et 15 cl d'eau. Versez dans un shaker contenant des glaçons avec tous les ingrédients, shakez quelques secondes et versez dans un verre type long dans un gobelet de glaçon. Garnissez de la petite branche de céleri et dégustez aussitôt.

Particulièrement fraîche, la Polpa est obtenue à partir du cœur de tomates matures sous le soleil d'été en Italie, cueillies une fois dans l'année et transformées à froid quelques heures seulement après la récolte.

La tomate Datterini est une tomate extrêmement savoureuse à la forme allongée unique qui se caractérise par sa saveur naturellement sucrée. Elle est cultivée, récoltée et transformée dans le nord et le sud de l'Italie.

PHOTO : Jean-Claude Ansel