

# JEHANE BENOÎT 2.0

## OU L'ART DE CUISINER DEVANT SA TÉLÉVISION

par Pierre Barrette

LA MISE EN ONDES AU PRINTEMPS DERNIER DE LA CHAÎNE QUÉBÉCOISE ZESTE, ENTIÈREMENT consacrée à la cuisine et à la gastronomie, est en quelque sorte l'aboutissement – mais certainement pas la fin! – du phénomène télévisuel de l'heure. Depuis quelques années, en effet, on a vu se multiplier autant sur les chaînes câblées que sur les réseaux généralistes, un très large éventail d'émissions dédiées aux différents aspects du monde de l'alimentation, en particulier de la cuisine ; lancée il y a une dizaine d'années par la très populaire *Ciel, mon Pinard!*, la vague est allée croissant depuis, avec des émissions comme *Les pieds dans les plats*, *À la di Stasio*, *Curieux Bégin*, *Ricardo*, *Martin sur la route* et une multitude d'autres, parfois locales, souvent étrangères et en traduction. Car le raz-de-marée est loin d'être confiné aux limites de la belle province : le réseau Food Network rejoint désormais 90 millions de téléspectateurs aux États-Unis et s'apprête notamment à faire compétition sur son propre terrain à la chaîne Cuisine TV, qui existe depuis 2001 en France. On avance habituellement pour expliquer la popularité du concept le phénomène de vedettariat des chefs, qui atteignent dans certains cas la notoriété de rock stars ; mais une telle explication semble bien tautologique, négligeant au passage un ensemble de facteurs plus significatifs.

**I**l est vrai toutefois qu'en cinquante ans d'émissions culinaires, la personnalité des animateurs a beaucoup changé. Du temps des pionniers – Julia Child et son célèbre *The French Chef* aux États-Unis ou, plus près de nous, les nombreuses apparitions de Jehane Benoît à la télévision –, les figures familières de la cuisine au petit écran étaient des femmes s'adressant à d'autres femmes, dans un esprit de service éducatif. Il s'agissait alors d'initier la mère de famille à un ensemble de techniques et de pratiques culinaires plus ou moins sophistiquées, de la catégorie de celles en tout cas lui permettant de varier un peu le menu quotidien de sa famille dans le respect des principes nutritionnels de l'époque. Avec les modes de consommation et la fonction de ces émissions, ont évolué en parallèle la personnalité de leurs figures de proue, mais aussi le public qu'elles captivent ; la mère attentionnée a fait place à la jeune femme moderne, pour qui les plaisirs du palais constituent un élément parmi d'autres – boire du vin, aller au spa, magasiner, voyager, souper au restaurant, etc. – au sein d'un mode de vie (réel ou fantasmé...) généralement hédoniste qui place au centre des préoccupations consuméristes des termes comme *qualité*, *authenticité*, *expériences*, *bien-être*. C'est ce qui explique en outre que l'animateur contemporain des émissions de cuisine soit

neuf fois sur dix un homme, et que son rôle relève d'une stratégie de spécialisation des savoir-faire qui se double désormais d'une stratégie de séduction parfaitement cohérente avec le public visé et l'esprit hédoniste évoqué à l'instant.

### UNE HISTOIRE DONT VOUS ÊTES L'HÉROÏNE

Mais à bien observer les émissions en question, force est de constater qu'elles permettent également – comme peu de concepts en sont capables, en réalité – d'exploiter plusieurs des caractéristiques fondamentales de la télé contemporaine, à commencer par la place centrale qu'y occupe systématiquement le téléspectateur. La fiction, le sport, même l'information, où on fait pourtant des efforts démesurés depuis quelques années pour se rapprocher de son interlocuteur, constituent autant de *spectacles* auxquels le public assiste sans véritable perspective de participation. Le point commun de tous les concepts d'émissions de cuisine, c'est qu'on s'y adresse directement au spectateur, yeux dans les yeux, et que ce qu'on y dit est un appel à l'action immédiate. L'une des émissions du canal Zeste – animée par le chef du Laurie Raphaël, Daniel Vézina – s'appelle d'ailleurs assez éloquemment *L'effet Vézina : La recette dont vous êtes le héros*, véritable condensé des visées du genre : une star – le chef – qui propose au quidam de réaliser à

la maison les plats mêmes que quelques privilégiés pouvaient jusque-là s'offrir dans son restaurant quatre étoiles. Dans ce contexte, la contiguïté avec le Web est absolument essentielle, et les sites Internet de ces émissions sont en général les mieux garnis et les mieux faits, car ils représentent la plateforme privilégiée où exercer cette interactivité si chère aux réseaux aujourd'hui.

On ne se surprendra pas donc que le thème de la cuisine soit devenu une matière propice à la création de concepts de télé-réalité : *Hell's Kitchen*, *Restaurant*, *The Next Food Network Star* et, au Québec, une émission telle que *Le combat des chefs* ont toutes en commun de jouer sur l'intérêt suscité par l'univers de la restauration pour offrir des mises en scène de compétition sur le principe de *Star académie*. La télé-réalité est le concept par excellence en effet lorsqu'il s'agit de faire la preuve de la capacité de la télévision à transformer de simples quidams (ici des apprentis talentueux) en « vedettes ». Une cuisine de restaurant réputé offre en ce sens un terrain d'observation privilégié puisque les rapports entre individus y sont hautement hiérarchisés et souvent déterminés par une logique de castes ; en fait, là où le monde de la musique populaire (*Star académie*, entre autres) présente une métaphore du succès par le travail et les exercices de survie sur une île « déserte » (*Koh Lanta*, *Survivor*), une allégorie de la sélection naturelle, ces