

Fourchettes et Audimat

MasterChef, Top Chef, Qui sera le prochain grand pâtissier ?... Entre les chaînes de télé, c'est une lutte au couteau. Car le public adore et ne semble jamais rassasié

Par **Véronique Groussard**



Julie Andrieu, anime les émissions Fourchette et sac à dos (France 5) et Les Carnets de Julie (France 3).

On ne fera jamais de cuisine sur cette chaîne, ça n'intéresse pas et cela ne ferait pas d'audience » : venue lui apporter un projet d'émission, Julie Andrieu entend encore la fin de non-recevoir d'Etienne Mougeotte, alors visionnaire directeur d'antenne de TF1. Bibiane Godfroid, directrice des programmes de M6, n'a pas oublié les réactions autour d'elle lorsqu'en 2005, le svelte et jeune Cyril Lignac a été choisi pour incarner *Oui, chef!* : « *Trop jeune, trop mince, il ne fait pas vrai chef.* » Dans l'inconscient, il fallait être âgé et bedonnant pour être crédible. » Elle se souvient qu'aucun grand étoilé n'était prêt à risquer sa réputation dans cette télé-réalité culinaire, et qu'être considéré comme « le chef de la télé » a « très probablement retardé l'obtention de la première étoile » de Lignac – ce que lui-même dément (lire p. 25). En somme, la patrie de la gastronomie observait, depuis son Aventin, les émissions culinaires anglo-saxonnes et se faisait un devoir d'y résister. Imaginer un seul instant que les Ricains ou les Rosbifs allaient nous apprendre la cuisine, cette blague ! Et puis, la France a cédé... jusqu'à être submergée. Bibiane Godfroid reçoit, chaque semaine, « une petite dizaine de projets ».

Le 19 août 2010, le spectateur est saisi en découvrant l'immensité du plateau de *MasterChef* : un hangar aux dimensions gigantesques, 10 000 mètres carrés – soit deux terrains de foot –, des rangées de plans de travail à perte de vue, 100 candidats qui, pour la première épreuve, se retrouvent devant une montagne d'1,8 tonne d'oignons déversés sur les lieux...

Le jury de MasterChef 4, en train de déguster les plats préparés par les concurrents.

à éplucher. À des années-lumière d'*Art et magie de la cuisine*, dans laquelle, de 1954 à 1967, le sachant Raymond Oliver prodiguait ses conseils et sa pédagogie à la speakerine Catherine Langeais, incarnation de la ménagère, avide d'apprendre. À des kilomètres des coups de gueule de Jean-Pierre Coffe, pourfendeur des saucisses industrielles, ou de Maïté, qui cuisinait à la bonne franquette en tronçonnant quelques têtes d'anguilles devant la caméra.

LA CUISINE EST UN SPORT DE COMBAT

Sur la BBC, *MasterChef* a accédé à la case reine, le *prime time*. Le rythme est trépidant, les candidats amateurs au taquet, sans cesse entre stress et larmes, car ces profs, ces ingénieurs, ces infirmiers, sont tous là (choisis parmi 22 000 postulants !) dans l'espoir de changer de vie. Du coup, la réussite de la tarte au citron devient un enjeu vital, le ratage de la brunoise une honte et un roux trop cuit signe la fin des haricots. Les chefs sont rogues, les compliments parcimonieux. Décor froid, jury glacial, la cuisine est un sport de combat.





Thierry Lachkar, chargé d'implanter en France la filiale du producteur anglais Shine, jouait gros : pour sa première émission *MasterChef*, salve de douze soirées, il visait TF1. « *Au début, je n'arrivais pas à convaincre. Le sujet n'était pas jugé porteur. Mes interlocuteurs se tâtaient pour une programmation à 18 heures. Convaincu du potentiel de MasterChef pour le prime time, j'ai pris le risque d'attendre.* » Rien n'interdit d'avoir de la chance : pendant que Thierry Lachkar négocie avec des chaînes dubitatives, l'émission triomphe en Australie, la troisième chaîne du pays rafle 75 % de part de marché, le débat des candidats à la présidentielle est décalé pour éviter la concurrence frontale. TF1 signe.

Dans la maison concurrente, Bibiane Godfroid est dépitée de s'être fait voler une émission qu'elle convoitait. Elle n'avait pas besoin d'être convaincue. Le filon de la cuisine, elle l'exploite depuis *Oui, chef!* et, surtout, *Un dîner presque parfait*, cette émission phénomène où des quidams se reçoivent et se notent. Faute de *MasterChef*, elle se rabat sur son plan B, décide de prendre la Une de vitesse en lançant *Top Chef*, un format américain de NBC. Là, les concurrents sont tous des professionnels. Le décor et les chefs sont plus chaleureux que dans *MasterChef*. Les spectateurs découvrent un univers où les candidats, qui « *ne lâchent rien* », bien sûr, « *revisitent* » le hachis parmentier et « *subliment* » le poireau, quêtent le compliment des chefs : du « *c'est gourmand* », « *c'est malin* » jusqu'à « *l'explosion en bouche* », qui les fait tutoyer l'extase. Les

deux feuilletons, jalonnés par d'extravagantes épreuves, rencontrent le succès. Pourtant, tout est contre-intuitif dans cette affaire. Un, le spectateur ne peut ni goûter ni sentir. Peut-on imaginer plus frustrant ? Deux, les recettes ne sont guère reproductibles car la caméra virevolte d'un piano à l'autre. Trois, les ingrédients ne sont pas à la portée du premier porte-monnaie. Quatre, le côté militaire – « *Oui chef! Merci chef! Le chef a aimé..., le chef a dit que..., j'ai déçu le chef...* » – ne risque-t-il pas de dissuader le public jeune, qu'on imagine rétif à l'autorité ? Eh bien, pas du tout ! « *Les chefs font rêver*, résume Bibiane Godfroid, *ils font partie de ces gens auxquels les spectateurs aimeraient ressembler.* » Sans doute les valeurs de transmission, d'ascension sociale, de dépassement de soi, comptent-elles. Mais par-dessus tout, ce que veulent voir les spectateurs – ils le disent lors de tables rondes organisées par les chaînes – c'est « *de la cuisine et de l'excellence* ». « *Les plans sont de plus en plus serrés pour montrer le dressage* », dit Thierry Lachkar en écho à Bibiane Godfroid qui vante les « *superbes images* » de *Top Chef*. « *Dans toutes ces émissions, poursuit-elle, le "filimage" des plats est crucial. Lorsqu'il s'est agi de faire les bandes-annonces de La Meilleure Boulangerie, j'ai donné une consigne : "Je veux sentir l'odeur."* »

Et quand le poste s'éteint, un business très florissant s'éveille : livres de recettes, ustensiles de cuisine siglés, électroménager, boîte de jeu *MasterChef*... Et pour les figures des émissions, des contrats à la pelle. Les anciens de *Top Chef* ●●●

Top Chef, saison 5, troisième épisode :
le maquereau de la dernière chance.

CHRISTOPHE MICHALAK, as du marketing



Le « M » de son logo a la forme d'une onde électrique. Chez lui, on apprend à faire des « desserts-héros » en musique grâce à une playlist « spécialement concoctée par le Super-Chef », appelé aussi « Super Héros ». Et pour assister à sa master class « selon son inspiration du jour », cela va de soi, il faut déboursier 260 euros. Assailli de demandes d'autographes et de photos, Christophe Michalak n'est pas seulement un génial pâtissier, c'est aussi un as du marketing qui a bien compris que le talent sans la com', c'est comme la galette sans la fève. Dans le dispositif qui va de l'élaboration de la carte sucrée du Plaza-Athénée à sa boutique qui promeut ses produits vedettes comme le Kosmik (une verrine) et le Fantastik (un gâteau original chaque jour), du kiosque à choux créé avec Alain Ducasse à la marque de vêtements IKKS dont il est le porte-étendard, la télé tient toute sa place. Lorsque, à Chicago, à la fin des années 1990, il découvre *Top Chef*, encore inconnu en France, Christophe Michalak est « subjugué ». Tandis que les fondus de pâtisserie suivent assidûment son blog, le

grand public le découvre dans un reportage de *Zone Interdite* sur M6, *Les Golden-boy de la pâtisserie*. Et il a bien failli être embrigadé dans le jury de *Masterchef*. Sourire Ultra Brite, concentré mais pas pontifiant, ce créateur qui a entrepris, avec quelques autres, de réinventer la pâtisserie, a tout pour devenir un personnage télévisuel. Sa réinterprétation de l'île flottante dans *Top Chef* laisse sans voix. « J'ai mon caractère, on m'a proposé plein de programmes américains. Mais faire des châteaux forts en pain d'épice, franchement... » L'idée même de reprendre un « format » étranger l'exaspère : « Il est important pour moi que ce soit formaté par une cervelle française. » Alors, sur Téva, il écrit *Le Gâteau de mes rêves*. Participe, sur France 2, à *Qui sera le prochain grand pâtissier?* et, surtout, crée avec Nagui, sur cette chaîne, l'émission quotidienne *Dans la peau d'un chef*. Sa société de production, pour le moment en sommeil, ne devrait pas le rester longtemps. D'autant qu'il est titillé par la chasse au gaspillage dans la cuisine, une nouvelle tendance, present-il. Et un bon thème d'émission?

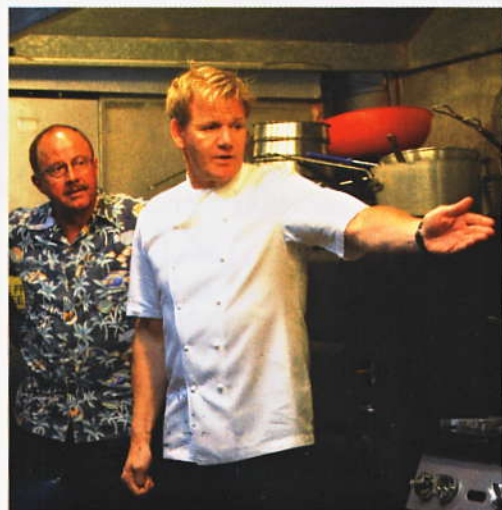
Lorsqu'il a commencé, tout jeune commis, dans les cuisines, on lui braillait dessus « T'as qu'à aller en pâtisserie » et ça ne sonnait pas comme une promotion. Un jour, une mère a tancé son fils en le désignant, lui, l'antihéros au CAP de pâtissier : « Tu bosses sinon tu finiras comme ton copain ! » Et Michalak de conclure, narquois, « Tiens, j'aimerais bien savoir ce qu'il est devenu... » V. G.

●●● font la pub d'Auchan. Sur son créneau quasi ethnologique, avec ses émissions – *Fourchette et sac à dos* ou *Les Carnets de Julie* – Julie Andrieu, qui, « loin de l'académisme et de la terminologie des chefs », s'intéresse « à travers les recettes, à l'histoire, la région, le pays, au village, aux gens », a elle aussi creusé son sillon. À vue de nez, elle a vendu « 500 000 » livres de cuisine, collabore à des cahiers de tendance, conseille des marques comme Elle & Vire, le Collectif des amandes de Californie ou Servair, désireux d'améliorer les plateaux végétariens dans les avions. Ou encore Cap Gemini, qui se doit de nourrir, sans fausse note, ses ingénieurs asiatiques ou indiens venus en séminaire dans son université de Chantilly.

BIENTÔT LES CHEFS WARRIORS ?

À ceux que lassent les cuisines nickel et les tabliers immaculés, M6 et W9 réservent la face noire du métier dans *Cauchemar en cuisine* (avec Gordon Ramsay dans la version originale anglo-saxonne et Philippe Etchebest dans la française). Cuisines graisseuses en sous-sol, produits plus ou moins bien congelés, souris et cafards... De quoi vous dégoûter de la moindre sortie culinaire. Après la descente aux enfers et une séance d'autocritique orchestrée par le chef-père fouettard, le fautif entrevoit la rédemption grâce aux conseils du chef-père Noël. La saison dernière, *Cauchemar en cuisine* a attiré plus de spectateurs que *Top Chef* ! Mais si les émissions « patrimoniales » ont connu un tassement des audiences, le filon n'est pas près de s'épuiser.

Après les chefs de cuisine façon Super Nanny, façon jurés d'assise, façon maîtres d'école, verra-t-on arriver les chefs Warriors ? L'émission japonaise *Iron Chef* fait un malheur aux États-Unis. Lors d'un show très spectaculaire aux accents de kung-fu, des cadors escortés de leurs brigades se défient. À la fin, il n'y a qu'un gagnant. Pour le perdant, un sacré coup à l'estomac. V. G.



Cauchemar en cuisine, avec Gordon Ramsay (2007).