

**Décryptage**  **STRATÉGIE**

Edition, télévision, équipement... Quand la cuisine fait recette

Avec des revenus qui affichent une croissance à deux chiffres, le monde culinaire ne connaît pas la crise. Résultat : tout le monde court après sa part du gâteau.

Non seulement les Français adorent manger, mais ils n'ont jamais autant aimé cuisiner qu'aujourd'hui. Ils seraient 81% à se livrer à cette activité «parfois ou fréquemment», selon une enquête Ipsos/Logica Business Consulting réalisée l'an dernier. Et quand ils s'y mettent le week-end, ils consacrent à leurs casseroles jusqu'à trois heures et dix-huit minutes. Une véritable passion ! «Il y a plusieurs explications à ce phénomène, analyse Bernard Boutboul, DG de Gira Conseil, un cabinet spécialisé dans les études sur la restauration. D'abord, cuisiner chez soi revient moins cher que d'aller au restaurant. Ensuite, les produits que l'on prépare soi-même nous semblent plus frais et plus sûrs. Au moins, on sait ce que l'on mange.»

A quoi on peut ajouter une dimension sociologique. Les Français qui en pincet pour la popote renouent avec le plaisir de recevoir, une occasion de se mettre en valeur. Car savoir mijoter un bœuf bourguignon et réussir un tiramisu est redevenu positif. On est loin de la «cuisine macho» des années 1960 et de la «cuisine corvée» des années 1970. Mieux, «cuisiner est un moyen de séduire» pour 67% de nos

concitoyens, indique un sondage OpinionWay réalisé l'an dernier. Bref, la cuisine est à la fois un acte valorisant et un lieu valorisé. Une arme de séduction massive. De nombreux secteurs bénéficient de cet attrait retrouvé. Tour d'horizon des domaines où la cuisine fait recette.

Des cours et des ateliers à la carte

Face caméra, dans un décor de cuisine équipée, un chef prépare une volaille au curry puis enchaîne avec l'élaboration d'une crème de mangue relevée d'une pointe de menthe. Derrière son écran, l'internaute suit pas à pas la réalisation des deux recettes et peut poser, par chat Internet, des questions au cuisinier. Ces cours live et en ligne sont la dernière trouvaille de François et Nicolas Bergereault, les fondateurs de **L'Atelier des chefs**. «Pour le moment, nous ne rassemblons que 620 abonnés mais leur nombre croît à chaque session», affirme Nicolas, l'aîné des deux frères. Il faut dire que les cours de cuisine connaissent d'une manière générale un véritable essor. Environ 7% des Français en ont déjà suivi un selon un sondage OpinionWay réalisé en 2011.

La plupart des chefs étoilés ont investi ce créneau juteux. Ainsi, pour 165 euros, vous pouvez apprendre à préparer un brunch avec l'un des seconds d'Alain Ducasse. De nombreux gîtes et chambres d'hôte proposent leurs leçons, notamment l'hiver pour augmenter leur taux d'occupation. On recense plus de 1 200 cours de ce type à travers toute la France. Pour se distinguer dans cette offre abondante, L'Atelier des chefs a lancé des formations low cost : à partir de 15 euros, le cuistot débutant apprend à concocter un risotto, un steak tartare, voire «un dos de ca-

billaud laqué à la polenta de champignons» en une demi-heure, pendant la pause déjeuner. «Les recettes ont l'air compliquées à réaliser, en fait elles sont accessibles à tous», assure Nicolas Bergereault. D'ailleurs les ateliers du midi sont pleins à 90%. L'entreprise a franchi l'an dernier la barre des 11 millions d'euros de chiffre d'affaires et des 200 000 clients. Elle est implantée dans treize villes, dont Londres et Dubai. En attendant Berlin ou Francfort. «L'engouement touche toute l'Europe», assure Nicolas Bergereault.

Le filon juteux des émissions TV

L'an dernier, la finale de «Masterchef» a rassemblé 6,97 millions de téléspectateurs sur TF1. Soit 29,6% de part d'audience, selon Médiamétrie. Celle de «Top chef» sur M6, 4,32 millions, pour une part d'audience de 20,5%. Du jamais-vu pour des shows culinaires. Il faut dire que ces programmes n'ont plus rien à voir avec «La Cuisine des mousquetaires», présentée par Maité dans les années 1990. A l'époque, il s'agissait de préparer un plat en direct à l'heure du déjeuner.

Aujourd'hui, les émissions de cuisine se diversifient. On en trouve pour tous les goûts, en version jeux, reportages ou télé-réalité. Les productions sont léchées et les épisodes scénarisés. Surtout, ces émissions ne sont plus cantonnées à l'heure du repas. Diffusées en prime time, aux heures de grande écoute, elles génèrent du coup de gros revenus. «Les dix épisodes de la deuxième saison de «Top chef» ont rapporté près de 2 millions d'euros chacun, calcule François Liénart, fondateur de Yacast, une société de veille des programmes. Autant qu'une série américaine comme «Bones» ou qu'une



LES CHEFS ÉTOILÉS SE RÉVÈLENT AUSSI DE REDOUTABLES HOMMES ET FEMMES D'AFFAIRES

La plupart des grands chefs sont aussi des chefs d'entreprise boulimiques de travail. Ils déploient une batterie d'activités autour de leur cœur de métier, autant par goût que pour assurer la pérennité de leurs établissements.

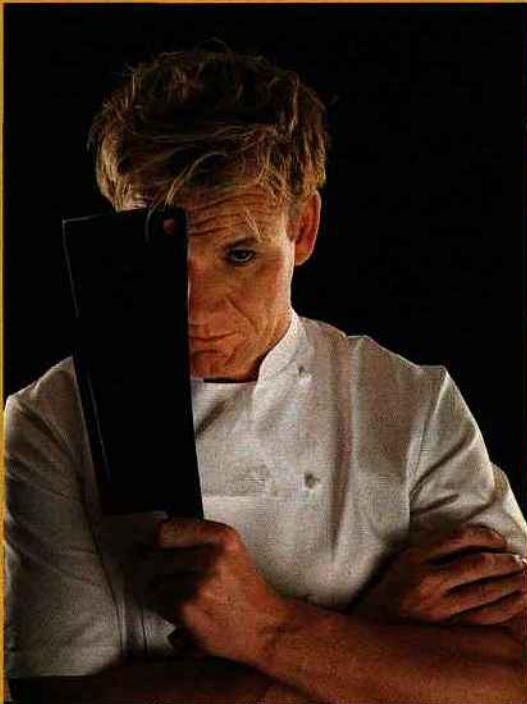
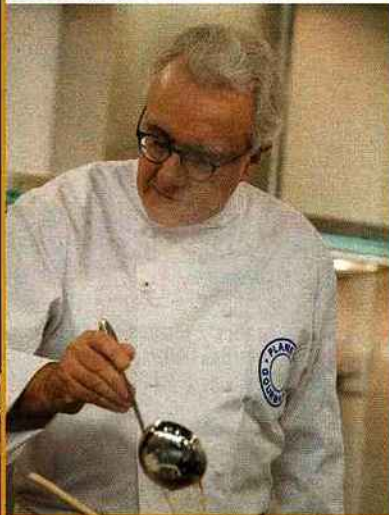
ALAIN DUCASSE LE PLUS RICHE

Le chef du Jules Verne gère une vingtaine d'établissements à travers le monde, une enseigne de sandwiches Be, une école de cuisine et deux centres de formation. Sa maison d'édition a publié plus de 100 ouvrages. "Nos activités hors restauration représentent 35% de notre chiffre d'affaires, soit 22 millions d'euros", précise Laurent Plantier, directeur général du groupe qui emploie 1800 personnes.



GUY MARTIN LE PLUS PASSIONNÉ

Guy Martin a installé son bureau au Grand Véfour. Le chef dirige en plus trois établissements et une sandwicherie, le Miyou. Il a publié 24 ouvrages (le 25^e est en préparation) et signe depuis dix ans quelques-uns des plats servis en première classe par Air France. Il tourne actuellement la deuxième saison d'"Épicerie fine" pour TV5Monde.



GORDON RAMSAY LE PLUS INTERNATIONAL

Il a participé à six émissions de télé dont le célèbre "Cauchemar en cuisine". Cet Écossais aux trois étoiles qui a fait ses classes avec Guy Savoy et Joël Robuchon gère 22 restaurants. Il a signé un partenariat avec les marques du groupe WWRD (arts de la table), dont Wedgwood.

CYRIL LIGNAC LE PLUS TÉLÉGÉNIQUE

Découvert sur "Oui chef!" (M6), le cuisinier aveyronnais a depuis multiplié les interventions télévisées. Il a même créé sa société, Kitchen Factory Production, qui prépare un programme avec des pâtisseries amateurs. Le chef (une étoile) gère trois établissements, une boulangerie-pâtisserie et Cuisine attitude, un atelier dont les cours sont pleins deux mois à l'avance. Il a publié une trentaine de livres et possède un magazine à son nom.



ANNE-SOPHIE PIC LA PLUS DISCRÈTE

Comme ses homologues masculins, la chef triplement étoilée a décliné sa marque : cours de cuisine, vente d'ustensiles et épicerie en ligne sur Pic-e-store.com...

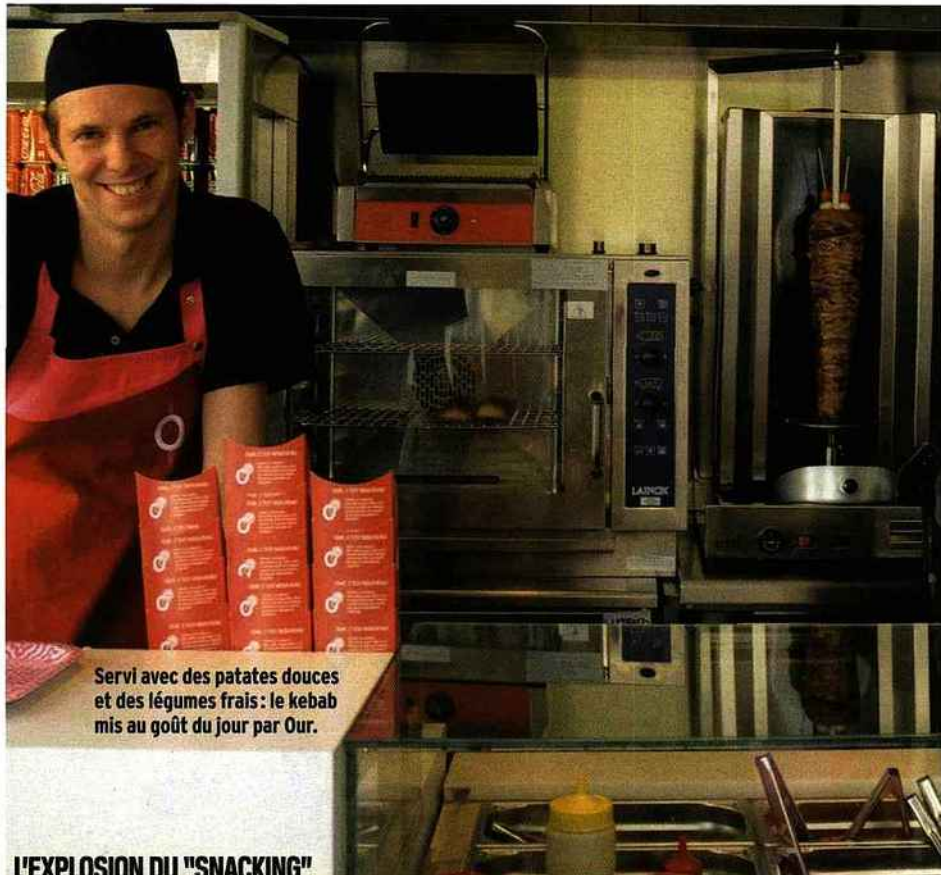
PHOTOS : BEN PHILLIPS / L'ATELIER DES CHEFS, OPTOMEN TV LTD, GÉRARD BEDEAU, DR. JEFF NALLIN

A la télévision, la "cuisine-réalité" fait saliver le public et les publicitaires

émission de télé-réalité comme "X Factor",» Quant à «Masterchef», la saison 2 a engrangé 50,5 millions d'euros de chiffre d'affaires : 38,5 millions en écrans publicitaires et 12 millions en sponsoring. Sans compter les ventes de nombreux produits dérivés : des livres de recettes écoulés à plusieurs dizaines de milliers d'exemplaires – celui d'Elisabeth, lauréate de l'édition 2011, est déjà en réimpression –, un magazine, des plats cuisinés, des jouets et même un jeu de société qui va être réédité à Noël. Thierry Lachkar, président de Shine France et producteur de l'émission, réfléchit à présent à l'organisation de salons, sur le modèle de celui que M6 a lancé à Paris, autour de «Top chef» et d'«Un dîner presque parfait».

L'édition met les bouchées doubles

En 2011, 1 838 livres de cuisine ont été publiés, ce qui représente une hausse de 5% par rapport à l'année précédente. Certes, ce marché reste marginal au rayon des ouvrages pratiques : il ne représente que 4,5% de l'ensemble, soit 120 millions d'euros. «Mais il est très dynamique : il ne cesse de croître depuis dix ans», souligne Jean-Louis Hocq, directeur des éditions Solar. Cette année, alors que le secteur dans son ensemble digère une chute de 5,6%, le livre de cuisine connaît une légère progression en valeur (+0,3%) et une véritable explosion de sa diffusion avec une hausse de 14% en volume. L'explication de ce phéno-



Servi avec des patates douces et des légumes frais : le kebab mis au goût du jour par Our.

L'EXPLOSION DU "SNACKING"

32,7 mds €

C'est le chiffre d'affaires global de ce marché en 2011

66,5%

C'est la progression du chiffre d'affaires de 2005 à 2011

570 € / an

C'est ce que dépense un Français en snacking, contre 310 euros en restauration collective et 620 en traditionnelle

PHOTO: OUR/KEBAB

mène tient d'abord au succès des mini-livres. De format ultracompact, vendus moins de 4 euros et distribués en grandes surfaces, ces ouvrages s'arrachent. Marabout, l'éditeur leader du domaine, fait un carton depuis le début de l'année avec sa collection consacrée aux marques régressives comme Nutella, Carambar, Tagada, Kiri et Amora. Autre thématique à la mode, la cuisine «cooked in USA» avec des blockbusters sur les hamburgers, les bagels ou les muffins. «Depuis l'élection de Barack Obama, l'Amérique redevient très tendance», analyse Jean-Louis Hocq.

Dernier créneau porteur, les livres-coffrets, qui associent un ouvrage aux ustensiles nécessaires à la réalisation des recettes

(minicottes en fonte, moules à gâteaux, spatules, pochons à macarons, etc.). «Une invention 100% française qui cartonne à l'étranger», souligne l'éditeur de Solar qui a écoulé son coffret sur les cakes à plus de 200 000 exemplaires au Japon et 80 000 en France l'an dernier. La maison tente de rééditer l'exploit, avec la sortie, pour Noël prochain, d'un spécial cheese-cakes.

Un appétit toujours vif pour les blogs

La cuisine est l'une des thématiques les plus appréciées sur le Web. L'an dernier, on recensait 3 268 sites ou blogs actifs sur ce thème. Ceux-ci offrent aux internautes la possibilité de piocher ou d'échanger des recettes et des conseils sur les produits et

"Aujourd'hui, une cuisine n'est plus fermée. C'est un lieu de vie qui rassemble famille et amis."

Gaëlle Pain, responsable des ventes de cuisines équipées d'Ikea France.

LA BISTRONOMIE ET LE "SNACKING" RÉDUISENT L'ADDITION

Un excellent cru pour la restauration: 2011 reste l'une des meilleures années depuis l'an 2000, note le cabinet spécialisé Gira Conseil dans son étude annuelle, publiée en mai dernier. La fréquentation des salles a crû de 3% et le chiffre d'affaires du secteur est en hausse de 4,7% (à 83 milliards d'euros). **Pause repas.** Crise oblige, c'est le "snacking" (repas rapides) qui fait la course en tête. En sept ans, ce marché a enregistré une augmentation de 66,5% de son chiffre d'affaires. Il pèse à présent près de 40% de la consommation hors domicile, avec 32 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2011. Si les clients veulent des additions moins salées, ils ne sont pourtant pas prêts à renoncer à la qualité. De nouveaux concepts de vente à emporter haut de gamme ont donc fleuri ces dernières années. Bar à soupes "maison" pour Giraudet, salades fraîches et jus d'herbes de blé pour Cojean, kebab chic pour Our. "Avec nos sandwiches, à la

viande, nous proposons des frites de patates douces et des légumes frais pour moins de 10 euros", souligne Damien Schmitz, le créateur de l'enseigne. Même les chefs étoilés s'y sont mis: Yannick Alléno sert des hot dogs sauce gribiche au Terroir parisien, Marc Veyrat propose des hamburgers bio à Cozna Vera, à Annecy, et Paul Bocuse a mis les césars - pains au sésame, façon hamburgers - au menu de l'Ouest Express, à Lyon. **Tables bis.** L'autre tendance de fond est la "bistronomie", mélange de cuisine de bistrot et de gastronomie. La plupart des grands chefs possèdent, en plus de leurs adresses prestigieuses, une brasserie où ils servent pour moins de 50 euros une cuisine savoureuse de haute qualité. "L'idée est d'enlever tout le décorum pour se concentrer sur l'assiette", explique Frédéric Vardon. Le chef du 39V, restaurant une étoile au Michelin, a ouvert son premier Zinc à Gennevilliers, en banlieue parisienne.

"L'établissement est plein tous les jours, se félicite-t-il. Quand on travaille bien, les gens viennent." **Gamelle.** Malgré cette bonne santé, la conjoncture semble se retourner: 2012 n'a pas bien commencé. Les Français ont déserté leurs cantines préférées. La fréquentation est retombée et le chiffre d'affaires a plongé de 5 à 8% selon les segments. Même la restauration rapide serait touchée. Une première. Ce qui inquiète Bernard Boutboul, le directeur de Gira Conseil. "L'engouement pour la cuisine joue contre les restaurants. Les Français veulent apprendre à réaliser des recettes simples pour inviter leurs amis chez eux et préparer leurs repas." Dans les entreprises, on voit d'ailleurs réapparaître la bonne vieille coutume de la "gamelle". "Dans le secteur tertiaire, 15% des employés apportent à nouveau leur déjeuner concocté à la maison." Une tendance à laquelle les restaurateurs vont devoir, une nouvelle fois, s'adapter.

année. Nous en attendons plus de 450 pour la prochaine édition», raconte ce touche-à-tout, également professeur à l'école hôtelière de Soissons.

Ça chauffe au rayon électroménager

Fourneaux et évier ne se cachent plus. «La cuisine n'est plus la pièce fermée que l'on connaissait il y a vingt ans. Aujourd'hui, c'est un lieu de vie qui peut rassembler la famille et les amis», assure Gaëlle Pain, responsable des ventes cuisine d'Ikea France. Résultat: les Français lui consacrent un budget croissant. La hausse de ce marché est près de trois fois supérieure à celle de l'ensemble du secteur des meubles (+ 6% à 2,4 milliards d'euros en 2011 contre + 2,5%). En réalité, nous ne faisons que rattraper notre retard sur nos voisins européens. Près de la moitié des foyers français possèdent aujourd'hui une cuisine intégrée et équipée quand cette proportion atteint 90% dans certains pays.

Conséquence directe du phénomène: les ventes d'électroménager progressent elles aussi pour atteindre 7,6 milliards d'euros. Les ventes d'appareils à encastrer augmentent en volume de 4,4% alors que le marché global est en repli de 1,6% en valeur au premier semestre 2012, selon le syndicat professionnel Gifam. Et dans le très haut de gamme aussi, on note une tendance à la hausse des dépenses. Ainsi, La Cornue, spécialiste des cuisinières de luxe, indique que «la CornuFé 1908, un modèle sorti en début d'année, se vend particulièrement bien». Son prix de 7900 euros ne semble pas dissuasif.

Le petit électroménager ne connaît pas non plus la crise, se réjouit le groupement de fabricants Gifam. Sous l'impulsion du «fait maison», les ventes de centrifugeuses et de machines à pain décollent. Il s'est vendu l'an dernier 1,11 million de robots ménagers, soit une progression de 32% depuis 2006. L'engouement atteint même les rayons ustensiles, en particulier ceux de pâtisserie. «Avec l'ouverture de quatre boutiques en cours d'année, Kitchen Bazaar a vu ses ventes grimper de 12,4% en 2011, à 6,3 millions d'euros», se félicite Thibault Houelleu, le directeur général de Mastrad, la maison mère de l'enseigne. L'appétit pour les fourneaux semble loin d'être rassasié.

Sébastien Pierrot

leur préparation. Parfois aussi, ils proposent des critiques gastronomiques, rédigées le plus souvent par des amateurs passionnés. Parmi eux, seuls 8,5% exercent une profession liée à la cuisine et 88% ne tirent aucun revenu de cette activité, selon Sidonie Naulin, sociologue au CNRS, qui a mené une enquête auprès d'un millier de blogueurs culinaires au printemps 2011. Si la moitié d'entre eux admettent nouer des partenariats avec des marques, seuls 12% gagnent plus de 50 euros par mois (mais jamais au-dessus de 1 000 euros).

En revanche, certains sites comptent parmi les stars de la Toile, comme Marmiton.org (groupe Axel Springer) qui

revendique 9 millions de visiteurs uniques par mois. Autre poids lourd du Net: 750g.com, qui compte près de 8 millions de visiteurs uniques par mois et obtient de substantiels revenus grâce à la publicité. «Nous réalisons environ 3 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel, révèle Damien Duquesne, son fondateur. Et nous connaissons une croissance de 20 à 30% par an.» Quant à l'application pour smartphone proposée par le site, elle a été téléchargée plus d'un million de fois.

Damien Duquesne est aussi à l'origine d'un salon qui réunit depuis cinq ans les blogueurs culinaires. «Cet événement rencontre un succès croissant. Nous avons réuni 70 participants la première