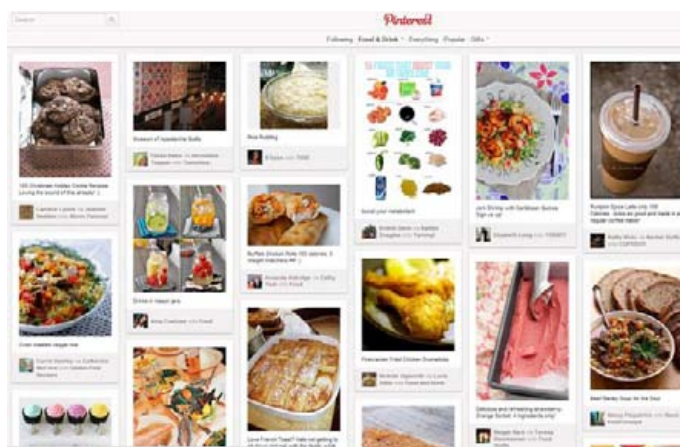


## NOS ASSIETTES S’AFFICHENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Capture d'écran du site de partage de photos Pinterest.

### INTERNET - Sur Facebook et les réseaux sociaux de partage de photos, la nourriture est devenue un classique des clichés. Pourquoi?...

L'iPhone 5? « Le meilleur appareil pour prendre des photos de nourriture », se moquait le mois dernier le comédien américain Adam Sacks dans une vidéo parodique sur YouTube. Quand on épluche les réseaux sociaux, Apple pourrait bien communiquer ainsi sur son nouveau produit. Flocons de neige au chocolat blanc, cookies à la citrouille, poêlée de saucisses et de pomme de terre... Sur Facebook et des réseaux sociaux de partage de photos, l'humanité s'empiffre. A vue d'œil, sur Pinterest, quelque 10% des photos se mangent. Sur Instagram, dix millions de clichés sont associés au mot-clé « food » (nourriture en anglais) et 4,7 millions à « Yummy » (miam). Pour comparaison, le meilleur ami de l'Internet, le chat (via le hashtag #Cat) fait seulement 6,4 millions.

### «Parler de ce qu'on mange, c'est parler de soi»

«L'alimentation, le repas, ce qu'on mange, ce qu'on boit, ce sont des thèmes classiques de la conversation», indique Pierre Mercklé, auteur de Sociologie des réseaux sociaux (éditions La Découverte). Mis en image sur Internet, les plats servent aussi de «marqueurs sociaux», comme on attribuait autrefois le champ' aux classes aisées et la bière aux prolos. «Parler de ce qu'on mange et ce qu'on boit, c'est parler de soi, de quel milieu on appartient ou on voudrait appartenir», explique le sociologue. Mais de manière feutrée, sans en dire trop. «L'alimentation est un terrain sur lequel il est légitime de montrer sa différence. On peut montrer la photo d'un grand cru, on ne dit jamais le prix.»

### Attention au décor

Et entre les photos de plats fait maison et ceux préparés à l'extérieur, il faut scruter le décor, jamais anodin. Julie Mayer, spécialiste des comportements alimentaires, qui tient Breakfast-project.com, blog consacré aux petits-déjeuners dans le monde, remarque: «On exhibe ce qu'on veut bien montrer, par exemple qu'on a mangé dans un restaurant à la mode ou dans un trois étoiles Michelin. Enfin, au-delà de l'alimentation, une photo d'un apéro devant un coucher de soleil sert aussi à envoyer le message: «Regardez! Je sais me détendre.» Les aliments sont engloutis, les photos restent. «La photo est le souvenir d'un instant. La cuisine étant éphémère, les utilisateurs de réseaux sociaux s'envoient le souvenir en images de leur recette», note Jean-Pierre Pj Stephan, organisateur du Festival international de la photographie culinaire, qui aura lieu à Paris du 26 au 11 octobre.

---

## NOS ASSIETTES S’AFFICHENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

---

Une question de milieu, d'épate, mais aussi de genre sexué: «Quand un homme poste sur un réseau social une photo de plat qu'il a préparé, c'est aussi une manière de dire: «Regardez! Je suis un homme, je sais faire la cuisine», note Pierre Mercklé. Pas de quoi se vanter. On peut aussi présenter des aliments gras, dégoulinants, ou suggérant la sexualité. Une manière de choquer. «Des amis américains ont récemment posté des photos de bacon au chocolat, se rappelle Julia Mayer Le mélange salé-sucré possède toujours un côté subversif»!

dance à vouloir mettre une assiette, une carafe, des couverts... Il faut plutôt faire en sorte que l'image soit équilibrée et élégante avec le moins d'éléments possibles. Et ne pas oublier les jeux de lumière! Car la photo, c'est peindre avec la lumière.»

### Une accélération avec l'iPhone 4

«Encore plus en France, la nourriture est associée au partage», constate Cyril Benhamou, cofondateur de [Food Reporter](#). Ce réseau social fondé en 2011 et dédié au partage de recettes et photos culinaires possède aujourd'hui 100.000 utilisateurs actifs et plus de 400.000 photos de plats en stock. «On a d'ailleurs constaté une nette accélération du nombre avec l'écran Retina de l'iPhone 4, qui a démocratisé la qualité des photos sur les smartphones.» Avec 13,3 millions de smartphones (+16% par rapport à 2011), qui devraient se vendre cette année en France selon l'institut GfK, la photo culinaire, on n'a pas fini d'en manger.

### «On montre plus volontiers des pâtisseries ou des cocktails»

«Sur Food Reporter, on observe que les photos de desserts génèrent beaucoup de réactions car c'est très visuel», note Cyril Benhamou. Parmi les tendances de consommation, il a vu aussi apparaître «le phénomène cheesecake», suivi de celui des «burgers». Pas de surprise, sur Food Reporter, on poste beaucoup plus, «à l'heure des repas, de midi à 14h, et le soir». Mais le résultat pas toujours terrible. «L'alimentation n'est pas forcément jolie. Des plats excellents, comme le curry, ne sont pas forcément beaux. On montre plus volontiers des pâtisseries ou des cocktails avec un dégradé de couleurs». Du coup, Jean-Pierre PJ Stephan propose quelques astuces: «Comme dans une nature morte, on a ten-