

DERRIÈRE LA CARTE POSTALE

Quand votre assiette fait le buzz sur le Net...

C'est une nouvelle manie à l'heure de passer à table : photographier son plat pour le diffuser aussitôt sur la toile. Une pratique envahissante qui laisse les restaurateurs... sur leur faim.

Prendre en photo à l'aide de son téléphone le contenu de son assiette pour le diffuser aussitôt en ligne via les réseaux sociaux... Voilà un rituel qui, bien qu'il fasse bondir les défenseurs de la bienséance à table, a envahi tous les restaurants. L'idée derrière ce petit geste est simple : partager avec le reste du monde la joie d'une assiette bien garnie ou d'un plat mettant l'eau à la bouche... Avant d'en profiter pour de bon avec ses convives.

Les chasseurs de tendances ont déjà étiqueté cette pratique sous le terme évocateur de *foodporn*. Comme si l'exhibition de la bonne chère se substituait à celle de la chair. Peu importe le nom. Ce qui est sûr, c'est que l'appétit pour cette mode ne cesse de croître. Le réseau d'échange de photos Instagram recense à lui seul 265 millions de clichés postés sous #food et #foodporn, les deux hashtags (mots clés) les plus populaires dans la catégorie culinaire. Sur le site d'avis de voyageurs Trip Advisor, le nombre de photos concernant des restaurants a augmenté de plus de 156 % en 2015. De Facebook à Twitter en passant par Tumblr, les *foodpornistas* ou *foodies* colonisent tous les espaces d'Internet. Une application pour smartphone dédiée à l'échange de photos de plats s'est même créée, il y a déjà cinq ans, avec un succès qui ne s'est pas démenti depuis. Son nom ? Foodreporter.

Cette pratique qui transcende les frontières implique encore davantage la nouvelle génération, culture numérique oblige : selon une étude de l'institut d'études Ypulse (2015), 63 % des Américains de 13-32 ans ont déjà posté sur un réseau social une photo de ce qu'ils étaient en train de manger. On peut les comprendre : quand il s'agit de nourriture, une photo appétissante vaut toujours mieux qu'un commentaire insipide. Et l'esthétique d'un plat est souvent un bon indice de qualité. Tous les goûts étant dans la nature, les *foodpornistas* se segmentent



en d'innombrables tribus. En tête, sur Instagram, celle qui utilise le hashtag #pizza (19 millions de photos partagées), devant les amateurs du #burger (5 millions de clichés) ou des très photogéniques #macarons (1,8 million). Le clan des végétariens n'est pas en reste puisqu'il affiche 1,7 million de contributions sous le mot de ralliement #veggie. En réalité, tapez n'importe quel terme relatif à la nourriture (#gambas, #saintmarcellin, #pain depice), n'importe quel nom de plat (#potaufeu, #casoulet, #cremebrûlée), et vous êtes sûrs d'être servis ! Pour alimenter cette grande bouffe virtuelle, des •••

●●● cohortes d'internautes photographient non seulement les plats qu'ils cuisinent à la maison, mais surtout ceux qu'ils commandent au restaurant. A peine le serveur a-t-il posé la commande sur la table, que celle-ci est mitraillée et soumise en ligne à l'avis de tous. La plupart des chefs s'accommodent du phénomène. «Ça ne me gêne pas. On ne peut aller contre l'évolution de la société», résume Christian Le Squer, chef triplement étoilé en 2016 du Cinq, à Paris. Son équipe alimente régulièrement Twitter, Instagram et Facebook avec des clichés des dernières créations du restaurant. Mais une minorité de professionnels de la gastronomie s'élève contre les dérives du *foodporn*. Aux Etats-Unis, le chef David Bouley décrit dans le *New York Times* des clients qui utilisent le flash, déploient un trépied, voire montent sur leur chaise pour disposer d'un meilleur angle. Cela «perturbe l'ambiance [...]. On est obligé d'intervenir, sinon ça vire au cirque». En France, Alexandre Gauthier, chef de La Grenouillère, dans le Pas-de-Calais, appose le sigle d'un appareil photo barré sur sa carte. En Alle-

magne, une loi fédérale votée en 2013 défend aux *foodpornistas* de s'adonner à leur vice sans autorisation. Sous peine d'une amende... salée !

Les toques réfractaires invoquent aussi la qualité incertaine des photos, le piratage, voire une violation de leurs droits d'auteur. Si les restaurateurs sont en droit d'interdire les prises de vues dans leur établissement, «ils se privent ainsi d'un bon outil de promotion», estime le critique gastronomique Gilles Pudlowski. Tout serait aussi affaire de circonstances : «Le contexte s'y prête moins dans les établissements haut de gamme. Mais je travaille avec des clients qui savent s'adapter et quand sortir leur appareil», affirme Charles Gourcuff, cofondateur de Cuisine Tours, spécialiste du voyage culinaire. Le débat n'a pas fini prendre de l'ampleur au point que, au sommet sur l'obésité de Vancouver, en 2013, la psychiatre Valérie Taylor a établi un lien entre les *foodpornistas* compulsifs et les personnes affectées de troubles alimentaires. On vous aura prévenus. ■

FRÉDÉRIC BRILLET

ÉTRANGES ÉTRANGERS

En Sicile, la Mafia fait son entrée au musée

Dénonciation ou éloge de la pègre ? Difficile à dire, tant l'expérience proposée est dérangeante.

Dans cette Sicile montagnarde que les touristes ignorent se niche un bourg discret et brûlant nommé Salemi. A l'heure de la sieste, si quelqu'un s'y balade, il se sent comme dans ces vieux films où des pépés à borsalino et des mamma en noir regardent sans broncher le meurtrier s'en aller. Cette ambiance n'est qu'une mise en bouche. Car cette cité médiévale (11 000 habitants) accueille une institution qui, depuis son inauguration en 2010, fait couler, sinon du sang, du moins beaucoup d'encre. Le Museo della Mafia est dédié aux (basses) œuvres de la Cosa Nostra, l'organisation qui gan-

grène l'île depuis des lustres. Objectif affiché ? Décrire son infiltration dans tous les pans de la vie locale, montrer la violence de ses méthodes. Mais la visite des lieux s'avère si dérangeante qu'on en ressort avec une interrogation : ce musée cherche-t-il à dénoncer les méfaits de la pègre ? Ou en fait-il l'apologie en lui offrant une tribune pour ses crimes ?

Le très médiatique Vittorio Sgarbi, maire de Salemi entre 2008 et 2012, n'a de cesse de défendre son projet : il voulait «une œuvre sensorielle qui frappe les esprits». C'est pourquoi il s'est adjoint les services d'Oliviero Toscani, photographe habitué des campagnes pro-

vocatrices, notamment pour la marque Benetton. Le créatif a dessiné le logo du musée – une tache de sang ayant la forme de la Sicile – puis s'est fendu, avec l'aide d'autres artistes, d'une scénographie sachant choquer... En entrant dans le musée, le visiteur se retrouve seul dans le noir, et découvre à tâtons dix cellules qui tiennent à la fois du confessionnal et du parloir de prison. A chaque arrêt, des effets spéciaux. L'une s'ouvre, par exemple, sur une arrière-boutique maculée de sang d'où jallisent les hurlements d'un cochon qu'on tue – à moins qu'il ne s'agisse d'un humain ? La pièce censée dénoncer l'em-prise du *pizzo* (cette forme de protection qui s'apparente plutôt à un racket) dégage une odeur de brûlé. Il y a aussi cette salle où ronflent les éoliennes que la mafia a semées sur l'île. Ou encore ce couloir de béton farci de (faux) morceaux d'humains. Un vrai chemin de croix.

Après plusieurs évanouissements de visiteurs, les autorités ont déconseillé l'accès aux moins de 16 ans. Autre problème : en 2012, Salemi a vu son conseil municipal être dissous par la justice pour... infiltration mafieuse ! Jusqu'où les tentacules de Cosa Nostra peuvent-elles s'infiltrer ? Ça, l'expo ne le dit pas. ■

SÉBASTIEN DESURMONT