

Extrait du Internet : Culture et Communication

<http://filipe.f.ferreira.free.fr/dlst>

Nourriture et profits sur Internet

- DLST Mag' - Internet et nourriture -

Date de mise en ligne : lundi 31 décembre 2018

Internet : Culture et Communication

De nos jours, il est de plus en plus facile de se faire de l'argent sur Internet. Que ce soit en vidéo ou en blog, dans des tutoriels ou des tops, il est possible pour n'importe qui de gagner sa vie en partageant ses passions sans devoir présenter de diplôme ni faire d'études. Avec la montée en flèche des sites de partages de contenu, il est donc devenu trivial de trouver toutes les informations que l'on recherche, peu importe le sujet, en quelques clics à peine. S'il existe un domaine qui profite particulièrement de cette tendance, c'est celui de la cuisine. Entre sites de vente à domicile, recettes en ligne, programmes minceur ou encore tutoriels vidéo, la nourriture est une machine à profits déclinée sous toutes ses formes, ce qui plaît autant aux cuisiniers en herbe et aux commerciaux qu'aux internautes affamés. Voyons ensemble comment marche le business de la cuisine sur Internet.

Avez-vous déjà entendu parler de Blue Apron, Home Chef ou Illico Fresco ? Ces services, qui sont plus populaires chaque jour, vous livrent à domicile des produits frais et une recette, vous permettant de concocter vous-même vos petits plats, sans avoir à vous inquiéter d'avoir les bons ingrédients en bonne quantité. En Octobre 2018, Blue Apron expédiait *8 millions de repas par mois* à plus de *700 000 abonnés*. En 2017, ils totalisaient *881 millions de dollars de recettes*, sans jeu de mot, avec une moyenne de *\$245 par client*. Au prix un peu salé de 60 dollars pour trois repas deux personnes, il est facile d'imaginer pourquoi ce business est si lucratif. La livraison de repas à cuisiner soi-même est donc un modèle qui rapporte gros - c'est pour cela que les entreprises se multiplient dans cette catégorie.

Ce concept a débuté, comme beaucoup, aux États-Unis ; mais il s'exporte très vite, et de nombreux services ont ouvert en France : Quitoque, Foodette, Illico Fresco, Weight Watchers pour donner quelques exemples. Malheureusement, la plupart des entreprises de notre pays ne font pas part du nombre d'abonnés à leur service ni des bénéfices de leur société, il est donc difficile de les comparer à leurs équivalents américains. Mais on peut estimer que ce modèle marche plutôt bien, si les services persistent depuis 2012.

S'il y a bien un site qui marche en ce moment, c'est YouTube. Sa popularité auprès de la nouvelle génération ne cesse de s'accroître, et la diversité du contenu que l'on y retrouve est sans pareille. Ce sont les tutoriels de cuisine qui nous intéressent aujourd'hui. Par une simple recherche, n'importe quelle recette obscure est à la portée de l'utilisateur de YouTube - mais entre une mère de famille qui souhaite partager sa recette au reste du monde, et un cuisinier amateur qui vit de ses vidéos, la différence est visible. Il y a de plus en plus de gens qui vivent de leurs revenus YouTube ; en effet, la plateforme reverse de l'argent pour chaque millier de vues accumulé sur une vidéo, ainsi que pour les publicités qui passent avant et pendant les vidéos. S'ils ne leur permettent pas de vivre, ces revenus arrondissent au moins les fins de mois de ces cuisiniers internautes. En France, Ideal, Minute Cuisine, Bon Ap ou même des chefs comme Michel Dumas ont ouvert une chaîne YouTube dans le but de partager leurs recettes. Aux USA, ils ne sont pas moins friands de ce genre de contenus : plusieurs millions de personnes sont abonnés aux chaînes de Tasty, You suck at cooking ou encore Binging With Babish, qui a accepté de répondre à quelques questions pour dans le but de nous éclairer sur le sujet.

Andrew Rea, alias Binging With Babish, a créé sa chaîne en 2006 ; mais le premier épisode de sa série phare du même nom n'a été mise en ligne qu'en Février 2016. Depuis, il connaît un succès phénoménal, avec plus de 3.5 millions de fans qui le suivent, et accumule 378 millions de vues sur ses vidéos. En plus d'expliquer les concepts de base de la cuisine, il reproduit aussi certaines recettes de films ou de jeux vidéo, ce qui ravit les cinéphiles et gamers qui composent son public.

Adrien : Est-ce que vous arrivez à vivre confortablement de votre chaîne ou avez-vous un travail à côté ?

Binging With Babish : Avec les changements de politique de Youtube, il est devenu plus difficile de gagner sa vie sur la plateforme, mais j'ai plusieurs moyens de compenser ce manque à côté. Premièrement, j'ai un Patreon, un

profil sur un site qui permet aux gens de faire des dons mensuels afin de m'aider à financer les épisodes suivants et le matériel de cuisine. Je reçois une moyenne de dix mille dollars par mois en dons, ce qui me permet de vous proposer une émission de haute qualité. En contrepartie, les patrons (personnes qui font des dons sur Patreon) reçoivent des récompenses telles que du contenu exclusif, des vidéos en live ou même de l'équipement de cuisine personnalisé. Ensuite, on me propose souvent de sponsoriser mes vidéos, je présente leur produit au début de l'émission et je reçois une compensation financière.

A : Très bien, est-ce que vous pensez que les placements de produit influent sur la qualité des vidéos que vous et d'autres créateurs produisez ?

BwB : Je vois beaucoup de créateurs saturer leurs vidéos de placement de produit et de sponsors et je trouve ça dommage ; pour ma part, je garde mes sponsors séparés du contenu de la vidéo, j'en parle au début pour toucher le plus de personnes, puis je ne les mentionne plus afin qu'ils ne dérangent pas le reste du contenu.

A : Était-ce facile de devenir populaire sur Internet ? Y a-t-il des choses qui vous ont donné envie d'arrêter ?

BwB : J'ai eu de la chance, mon émission a quasi instantanément gagné en popularité. Bien évidemment, comme tout créateur de contenu, il y a des gens mal intentionnés qui ont mis des commentaires haineux sur mes vidéos. Ces commentaires m'ont beaucoup affecté à mes débuts, mais j'ai appris à les ignorer. Je pense que les gens ont été intéressés par mes vidéos car j'ai la particularité de recréer les recettes qui m'inspirent dans mes films, séries et jeux vidéo favoris. La recette dont je suis le plus fier est le sandwich "Bubble Bass" de Bob L'Éponge, qui était beaucoup trop dur à manger.

A : Merci beaucoup de vos réponses !

BwB : C'était un plaisir.

Il est donc possible de gagner son pain en partageant ses passions en vidéo sur Internet, et même si les revenus générés par les vidéos ne suffisent pas, il y a toujours moyen de compenser avec des dons ou des placements de produit. Internet est devenu un lieu central de l'échange autour de la nourriture, et il est bien parti pour le rester.

Sources :

[33 Interesting Blue Apron Facts](#)

[Binging With Babish - YouTube](#)

[Binging With Babish - Patreon](#)

[UberEats is the most profitable part of Uber](#)

[La livraison de repas à domicile en plein boom](#)

[One recipe at a time, YouTube's Binging With Babish is disrupting the content industry](#)