

## TABLE DES MATIÈRES



Introduction .....	7
CHAPITRE I	
Les mondes sociaux de la gastronomie depuis la seconde guerre mondiale au prisme du magazine <i>Cuisine et Vins de France</i> (1947-2010) .....	25
<i>Le discours gastronomique avant Cuisine et Vins de France</i> .....	26
<i>Créer une communauté de gastronomes cuisiniers (1947-1968)</i> .....	29
<i>Guider de nouveaux consommateurs (1969-1980)</i> .....	35
<i>Informers des amateurs cultivés (1981-1993)</i> .....	40
<i>Vers un magazine culinaire œcuménique (depuis 1994) ?</i> .....	46
CHAPITRE II	
Le marché de la presse culinaire depuis les années 1980 .....	55
<i>Le marché de la presse culinaire et ses transformations</i> .....	56
<i>Les explications traditionnelles au développement du marché</i> .....	60
<i>Portrait de deux titres au positionnement extrême</i> .....	68
<i>La stratégie de marque et la stratégie « de coups »</i> .....	78
CHAPITRE III	
Aux frontières du journalisme gastronomique : les blogueurs culinaires .....	89
<i>Sociologie d'un monde d'amateurs</i> .....	92
<i>Les blogueurs : amateurs ou professionnels des médias ?</i> .....	107
<i>Formes du succès et pouvoir de prescription</i> .....	119
CHAPITRE IV	
La profession de journaliste gastronomique .....	135
<i>Comment devient-on journaliste gastronomique ?</i> .....	136
<i>Les compétences des journalistes gastronomiques</i> .....	151

<i>Identités professionnelles et figures de l'intermédiaire</i> .....	167
<i>Un impossible groupe professionnel ?</i> .....	178

CHAPITRE V

Le travail journalistique comme activité collective .....	193
<i>Le produit du travail journalistique</i> .....	194
<i>Les limites du journalisme comme activité individuelle</i> .....	207
<i>Les échanges avec les pairs</i> .....	215
<i>Les chefs comme acteurs du travail journalistique</i> .....	222
<i>Les attachées de presse de restaurant     comme professionnelles de l'information gastronomique</i> .....	227

CHAPITRE VI

La construction de la notoriété des évaluateurs .....	245
<i>Notoriété des supports, notoriété des journalistes</i> .....	247
<i>Henri Gault et Christian Millau comme modèles de singularisation</i> .....	252
<i>Le pari déontologique comme mode de singularisation</i> .....	264
<i>La prise de positions esthétiques comme mode de singularisation</i> .....	278

<b>Conclusion</b> .....	299
<b>Bibliographie</b> .....	305