

Ce chou est à la mode chez nous

Longtemps oublié, le kale, cousin frisé du brocoli, est de nouveau en vogue aux Etats-Unis. Bon pour la santé, ce légume vert commence aussi à faire son retour dans les assiettes françaises.



Coulommiers (Seine-et-Marne), le 9 septembre. Kirsten Beddard (à gauche) est celle par qui le kale a débarqué en France. Elle s'est associée à Hermione Boehrer (à droite), qui les revend ensuite à 2,50 € les cent grammes sur les marchés parisiens.

Voici le nouvel aliment estampillé « bon pour la santé » de la saison automne-hiver. C'est un petit chou, le kale (prononcez « kayle » à l'anglaise) ou chou plume. Issu de la famille des choux sauvages, c'est le cousin germain du brocoli ou du chou de Bruxelles.

En vogue aux Etats-Unis, le kale commence à se faire connaître dans les assiettes des restaurants branchés de la capitale, introduit par l'Américaine Kirsten Beddard. « Je mange du kale depuis que je suis petite, raconte cette fille de végétariens. Quand je suis arrivée en France il y a deux ans, j'en ai cherché partout, mais il était introuvable. »

Qu'à cela ne tienne, elle décide de le faire pousser dans l'Hexagone.

C'est d'un village de Seine-et-Marne qu'est partie l'offensive verte. Dans le champ d'Hermione Boehrer, cinq rangées de kale s'étirent dans la rosée matinale. La maraîchère ne « connaissait rien au kale » avant de rencontrer Kirsten, sur le stand qu'elle tient au marché des Batignolles le samedi à Paris. « Sur le coup, je ne l'ai pas prise au sérieux, se souvient la petite dame à la tresse blanche. Puis elle a fini par me convaincre d'essayer. »

Hermione a semé des graines bio l'hiver dernier et a eu sa première

récolte en mars. Depuis, elle vend le chou sur deux marchés bio de Paris, 2,50 € les 100 g. « Au début, je n'avais que des clients américains, mais quand les Français ont vu qu'ils achetaient, ils ont suivi ! »

« Mieux vaut le manger cru, en salade », préconise Kirsten. Pas pour son goût légèrement amer, mais pour mieux conserver toutes les vertus de cette plante. Car le kale contient de l'indol, une molécule qui permettrait de lutter contre le cancer.

Ses antioxydants aideraient à stimuler le système immunitaire, tandis que sa teneur en calcium et en vitamine K réduirait les risques

« Je n'hésiterai pas à le recommander à mes patients »

Jean-Michel Borys, nutritionniste-endocrinologue

d'arthrite et d'ostéoporose. « Une vaste étude du Centre international de recherches sur le cancer a démontré

en 2011 que les aliments riches en antioxydants ont de réels bénéfices sur la santé et diminuent les risques de cancer », avance le nutritionniste-endocrinologue Jean-Michel Borys. Le kale est aussi idéal pour les végétariens grâce à ses oméga 3, un acide gras que l'on trouve habituellement dans le poisson. Et il est peu calorique. « Je n'hésiterai pas à le recommander à mes patients, affirme le spécialiste. Ça marche si on en mange régulièrement. »

Nos ancêtres l'avaient peut-être bien compris. Le kale aurait été très répandu au Moyen Âge en Europe, avant d'être introduit aux Etats-Unis au XVI^e siècle. Puis le légume est tombé aux oubliettes. Outre-Atlantique, son retour en grâce est récent. Il a été popularisé par des stars, comme l'actrice Gwyneth Paltrow. Si bien que les ventes de kale ont augmenté de 40 % l'année dernière.

En France, Kirsten le prépare en pesto, en chips ou en smoothie et le vend lors d'événements. Outre Hermione, la jeune femme a convaincu cinq autres petits producteurs. Elle espère, plus tard, distribuer le kale à grande échelle. Il pourrait alors survivre à l'effet de mode.

ÉLÉONORE SOK-HALKOVICH

« Les produits bon pour la santé fonctionnent bien »

INTERVIEW Sauveur Fernandez, expert en marketing alimentaire

Sauveur Fernandez, expert en marketing alimentaire biologique chez Econovateur, analyse le lancement des nouveaux produits. Comment un aliment devient-il tendance ?

SAUVEUR FERNANDEZ. Ceux qui lancent ces produits appliquent le BABA du marketing. Ils cherchent des prescripteurs de tendances, des stars, comme on le voit aux Etats-Unis. Ils ciblent aussi les jeunes chefs cuisiniers branchés, ouverts aux nouveautés.

Cela a un effet boule de neige, les médias en parlent, et le produit inconnu entre dans le paysage.

Quelle est la stratégie des lanceurs de mode ?

Ces initiateurs racontent l'histoire du produit et le mettent en scène. Ils créent une signature, un slogan, comme, par exemple, dans le cas du kale, « le plus sain des légumes verts ». Puis ils investissent le Web en créant un site sympa. Il faut donner envie, créer de l'émotion et des

événements avant de trouver les bons relais auprès de blogueurs.

Les Français sont-ils sensibles à ce type de produits ?

Les produits estampillés « bon pour la santé » fonctionnent bien en France car nous sommes très sensibles à l'aval scientifique. A voir le nombre d'études et de livres sortis ces dernières années, il y a un vrai intérêt pour ces super-aliments. En sociologie alimentaire, on distingue deux choses : les aliments de tous les jours, les

légumes du potager, comme l'épeautre, et la châtaigne, qui redeviennent à la mode. Ils expriment notre désir d'identité, de local, de rustique. Puis les aliments exotiques, qui nous permettent de sortir de l'ordinaire. Ces super-aliments sont toujours exotiques et ils sont liés à une notion de santé. Dans la vague de résistance à la mondialisation, nous avons de plus en plus la conviction que la nature soigne.

Propos recueillis par E.S.-H.

L'INFO EN IMAGE

Une pyramide de chaussures contre les mines

Place de la Bastille (Paris XI^e), hier. C'est une pyramide qui surgit tous les ans. Pour la dix-neuvième année de suite, les habitants d'une trentaine de villes de France, dont Paris et Cergy, étaient invités hier par Handicap International à emplir des chaussures les unes sur les autres en signe de solidarité avec les victimes de mines antipersonnel et les bombes à sous-munitions. Ces résidus explosifs d'anciennes guerres, qui pullulent encore sur les terres de nombreux pays, font une victime toutes les deux heures dans le monde. Les chaussures empilées, qui symbolisent la perte d'un pied ou d'une jambe, seront redistribuées à des associations caritatives ou recyclées.



Fortes pluies dans le Sud-Est

Deux départements du littoral méditerranéen, l'Hérault et le Gard, étaient hier soir en vigilance orange en raison de « fortes pluies », accompagnées de « fortes rafales de vent » et de « chutes de grêle », jusqu'à 16 heures aujourd'hui. Les cumuls de pluie « atteindront localement 70 à 100 mm, voire ponctuellement plus, la plus grande partie tombant dans un court laps de temps », prévient Météo France, qui appelle à la « vigilance » compte tenu de l'« intensité » de l'épisode et de « la topographie de la zone touchée ». Les autres départements méditerranéens seront aussi concernés par les fortes pluies dans la journée, mais avec une intensité moindre.