



# THE KALE

## Project

BUZZ (GASTRONOMIE)

De marchés en plateaux télé, Kristen Beddard fait la propagande d'un chou disparu des tables françaises. Une jolie croisade devenue un phénomène de société.

Les filles ne naissent pas dans les choux, mais rien ne les empêche de tomber dedans. C'est un peu ce qui est arrivé à cette New-Yorkaise il y a deux ans, lorsqu'elle a suivi son mari expatrié à Paris. Déjà adepte des produits biologiques, qu'elle trouve en masse sur les marchés de New York, Kristen Beddard s'étonne de l'absence de kale sur les étals parisiens. Aux États-Unis et en Angleterre, ce chou aux feuilles vertes est aussi connu que les épinards. C'est même une véritable star de l'alimentation "healthy", puisqu'il contient plus de vitamine C qu'une orange et plus de calcium qu'un verre de lait pour 100 grammes. Kristen lance alors The Kale Project, destiné à faire connaître ce chou au premier maillon de la chaîne, les maraîchers. *"Je n'avais pas la prétention de faire découvrir un légume aux Français, explique Kristen. Je trouve simplement dommage de ne pas compléter son alimentation par un légume extrêmement riche en vitamines, en minéraux et en fibres."* Cultivé depuis la Grèce antique, le kale a disparu progressivement des cultures françaises. Le producteur Joël Thiebaut, célèbre pour sa passion des légumes oubliés, est l'un des premiers que Kristen réussit à convaincre. D'autres ont suivi, et le kale a retrouvé le chemin des marchés (voir le site du projet qui recense producteurs et revendeurs). Il n'en fallait pas plus pour qu'Alain Passard, un autre prophète du légume, s'y intéresse à son tour et lui offre une place gastronomique. De quoi motiver Kristen, qui lancera en 2014 des snacks à base de kale, comme ces chips déshydratées qui permettent de conserver toutes les vertus du légume.

MARIE LÉTANG-HORAY. PHOTOS : JUSTIN CREEDY SMITH  
thekaleproject.com