



## Inoxydable Ben Swildens

« **Ce projet est indéfendable !** » lance en 1966 le designer français Max Ingrand à son collaborateur néerlandais Ben Swildens, quand ce dernier, concourant pour l'aménagement du siège parisien de Peugeot, n'imagine rien de plus fou qu'un bureau tout en inox et sans pieds. La famille Peugeot est perplexe devant cette coque de métal qui s'enroule et, dans un même mouvement chorégraphique, est à la fois un plan de travail et un siège. Mais, bingo !, Ben Swildens remporte le concours. Trois exemplaires sont réalisés pour les hôtes du hall d'accueil de la marque automobile. Aujourd'hui, deux passionnés de design (société Furdess) ont eu envie de rééditer ce bureau en huit exemplaires. C'est une nouvelle aventure pour Ben Swildens, qui a travaillé avec des étudiants de l'Institut national des sciences appliquées de Lyon et un atelier de chaudronnerie de la région lyonnaise, dans lequel ont été découpées, pliées, façonnées, soudées et polies les feuilles de métal. Un travail soigné, témoin de l'heureux mariage de la création et de l'artisanat. A voir à Rome à la galerie Spazio Nuovo jusqu'au 19 juin. Quant au prototype, il devrait être vendu ensuite (pas pour toutes les bourses) aux enchères chez Pierre Berger et Associés, à Bruxelles. ■ **Mélina Gazi** (PHOTOS FURDESS) SpazioNuovo.net; Furdess.com

# Les consommateurs se mettent à l'heure « locale »

Les sites d'achat direct auprès de producteurs de proximité se multiplient en France

## Tendance

Frédérique Sainte-Aubin en a assez des tomates sans saveur et des fraises hors saison qu'elle trouve dans les grands magasins près de chez elle, pourtant en pleine campagne, à Presles-en-Brie, en Seine-et-Marne. « On nous propose des aliments de qualité médiocre sans avantage réel pour le consommateur, à part le prix affiché », peste-t-elle. Cette mère de famille, qui veut transmettre à ses trois enfants « le goût des bons produits », vient donc de créer... une ruche, avec l'aide du site Laruchequiditoui.fr.

Par ruche, comprenez qu'elle a rassemblé une trentaine de familles pour lesquelles elle s'approvisionne en gros, auprès d'une multitude de producteurs du département prospectés par ses soins. Une sorte d'achats groupés appliqués aux agriculteurs locaux.

« J'ai contacté un maraîcher, une ferme laitière qui prépare yaourts et fromages sur place, des éleveurs

## Feuilles de laurier et ail des ours à portée de clic

Vous rêvez d'un ami d'ami qui vous permettrait d'acheter à bon prix pommes, poires ou cerises du verger ? Des noix fraîches ? Des framboises tout juste cueillies ? Des confitures à 80 % de fruits ? Le site [Cavientdujardin.fr](http://Cavientdujardin.fr) est fait pour vous. « J'ai créé cet espace pour mettre en relation des gens qui produisent pour eux et qui régulièrement donnent ou jettent », explique le Marseillais Régis Jourdan. Valérie Ange, dont le métier est de cueillir dans la nature des plantes aromatiques et médicinales, vient de faire l'acquisition « de 6 kilos de feuilles de laurier provenant d'un jardin de particulier », explique-t-elle. Valérie a quant à elle mis en vente de « l'ail des ours, que l'on peut mélanger au sel pour relever les plats, ou de l'aspérule odorante, dont on fait des sirops ».

d'agneaux, de volailles et de lapins, un producteur de miel », énumère-t-elle. Ce véritable travail – il faut animer le groupe de familles puis gérer les commandes – est rémunéré en prélevant 10 % du volume total acheté. « Cela doit permettre de nourrir un foyer de 4 ou 5 personnes sur l'année », espère-t-elle.

La quête de Frédérique, locavore affirmée, qui veut manger bon et local, est dans l'air du temps. Le nombre d'AMAP (Association pour le maintien d'une agriculture paysanne), ces regroupements de consommateurs qui s'engagent à acheter la production d'un agriculteur de la région ne cesse d'augmenter, « de l'ordre de trois suppléments par mois », estime Hervé Le Meur, gestionnaire du site [ReseauAmap.org](http://ReseauAmap.org). Il en existe désormais 1400 dans toute la France.

Mais ce vif militant – il faut s'engager, parfois pour un an, et donner de son temps bénévolement – s'inclut dans une tendance de consommation plus large. Ainsi, malgré la toute-puissance de la grande distribution, 73 % des Français achètent au moins occasionnellement des denrées alimentaires auprès de producteurs, selon un sondage réalisé en mai 2010 par le cabinet Cegma Topo. Et plus d'un Français sur deux, selon la société d'études Secodip, préfère une production locale issue de l'agriculture

raisonnée (c'est-à-dire en utilisant le moins possible de pesticides) plutôt que des produits bio venant du bout du monde, type kiwis de Nouvelle-Zélande ou ananas de Côte d'Ivoire. Autre chiffre, selon le Baromètre Ethicity paru le 31 mars, 51 % des Français considèrent qu'un produit de consommation responsable doit être fabriqué localement. « Les consommateurs font plus confiance aux producteurs de proximité. Ils estiment de plus qu'ils favorisent l'emploi et l'environnement », ajoute Elizabeth Pastore-Reiss, présidente d'Ethicity.

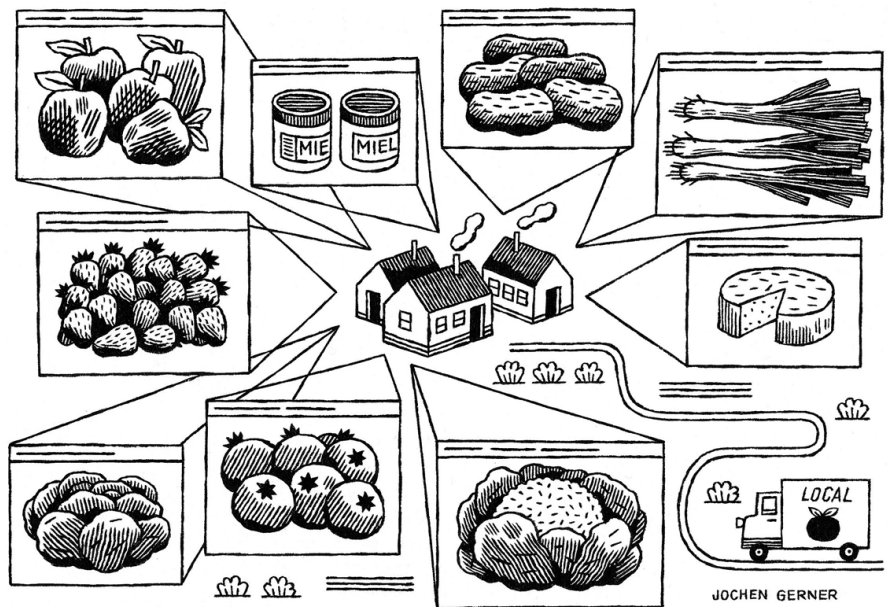
Cet engagement se confirme sur le site [Laruchequiditoui.fr](http://Laruchequiditoui.fr) – lancé mi-mars. Sur le seul bouche-à-

oreille, Gilhem Cheron, son fondateur, enregistre deux demandes d'ouverture de ruche par jour. « 35 ruches sont en création un peu partout en France », explique-t-il. Signe des temps, un site similaire, [wholesale.com](http://wholesale.com), vient d'éclorre à San Francisco. La Côte ouest est acquise à la cause « locale » depuis 2006, date d'apparition du concept « 100 miles », signifiant que l'on s'alimente de produits provenant de moins de 160 kilomètres de l'assiette. « Forget organic, eat local » (« oubliez le bio, mangez local ») titrait en « une », dès 2007, l'[hdbmoda.com](http://hdbmoda.com).

Puisque la vente des fruits et légumes est encore assurée à 71 % par les grandes surfaces, certains producteurs vont s'y froter en proposant une nouvelle approche : des produits locaux, de bonne qualité mais... un peu plus chers. Ainsi, la marque Le Petit Producteur, qui, après avoir été prise de haut par de grandes enseignes à sa création, en 2006, semble, ces derniers mois, attirer leurs faveurs. « Certaines

demaregion.com. L'internaute y inscrit son code postal et voit défiler la liste de producteurs de viande, fruits, légumes, plantes, prêts à livrer chez lui. Autre nouveauté, [Greenrepublic.fr](http://Greenrepublic.fr) propose aux citoyens d'Ile-de-France un panier bio contenant 3,5 kilos de légumes de saison pour 10 euros. Une commande avant 14 heures permet de recevoir les légumes locaux le lendemain, sans être obligé de s'abonner. Sur le principe de l'achat groupé, la livraison est gratuite à condition de se mettre d'accord avec au moins trois collègues de bureau.

Puisque la vente des fruits et légumes est encore assurée à 71 % par les grandes surfaces, certains producteurs vont s'y froter en proposant une nouvelle approche : des produits locaux, de bonne qualité mais... un peu plus chers. Ainsi, la marque Le Petit Producteur, qui, après avoir été prise de haut par de grandes enseignes à sa création, en 2006, semble, ces derniers mois, attirer leurs faveurs. « Certaines



## Un Français sur deux préfère une production locale aux denrées bio provenant du bout du monde

grandes surfaces sont venues nous dire que leurs clients désertaient leurs rayons fruits et légumes, explique Nicolas Chabanne, président de la marque. La grande distribution s'est obstinée dans une direction sans voir que les attentes des consommateurs changeaient.

Les fruits et légumes Le Petit Producteur, reconnaissables par la photo et le nom de l'agriculteur sur l'étiquette, sont, depuis 2009, vendus dans les Monoprix. Désormais, les contrats se succèdent. En six mois, M. Chabanne a créé la marque Direct Producteur de légumes en vrac chez Carrefour et des « rayons responsables » chez Leclerc et Système U. Dernier bébé en date, « Je mange local », un label adoubé par le ministère de l'Agriculture.

« Mathématiquement, il n'y a pas assez de produits locaux pour répondre à la demande. Certaines enseignes auront une offre locale, d'autres ne l'auront pas, analyse Nicolas Chabanne. Monoprix, qui a peur que ce marché ne lui échappe, est en train de proposer un contrat annuel avec prix ferme à un agriculteur qui fait du jus de fruit, un marché pourtant hyper concurrentiel. C'est formidable pour le producteur ». Sodiala, premier groupe coopératif laitier français, va lancer, fin mai, des briques estampillées « Le lait de ma région ». Une quinzaine de producteurs de lait sont depuis janvier en photo sur les pots de Danone nature et de Jockey... Le déferlement local ne fait que commencer. ■

## Des magasins pour retrouver le goût des fruits et des légumes de saison

DES CAGETTES vides empilées, des fruits et légumes posés de-ci de-là, un tableau d'école où sont inscrits à la craie les produits du jour et leur provenance... La Maison POS (pour « produits objectivement savoureux »), ouverte comme un garage sans vitrine ni porte sur la rue de Charonne, détonne entre ses voisins, deux classiques bars parisiens.

A sa tête, Pierre Olivier Savreux, un ancien journaliste reconverti depuis décembre 2010 dans la distribution alimentaire. Mais pas n'importe laquelle. Dans ce quartier en voie de gentrification avancée, l'entrepreneur est un adepte du fameux « circuit court » pour s'approvisionner : il ne va ni à Run-

gis ni chez un grossiste, mais fait ses achats directement auprès de petits producteurs des environs. « A Paris, les bons produits se trouvent, très chers, dans des épiceries fines. D'où mon envie de proposer de la qualité à un prix juste », explique-t-il. Pour maintenir des prix corrects, il ne vend que trois variétés de légumes et trois de fruits par jour. « Les étals qui proposent des produits en abondance jettent en moyenne 25 % de leur marchandise, une perte qui se retrouve dans les prix. Depuis mon ouverture, je ne jette quasiment rien », explique-t-il. Il se paye même le luxe de proposer chaque jour une soupe à 1 euro, « alors que, dans les bars branchés des environs, c'est de qua-

tre à cinq fois plus cher ». Cette soupe est devenue un incontournable de la maison. « Au cœur de l'hiver, j'en ai cuisiné jusqu'à 35 litres par jour pour des étudiants, des personnes âgées et certains clochards, explique-t-il. Cet été, je continue pour quelques irréductibles miamies. »

### Une note sur l'étiquette

Cette initiative parisienne n'est pas une exception. Un peu partout en France fleurissent des projets pour plaire aux locavores. Comme Sous l'cerisier, boutique qui a ouvert le 20 avril dans le centre-ville de Villeurbanne (Rhône), au pied d'un immeuble de logements sociaux. Là aussi, une envie « de

proposer des produits accessibles en direct d'une vingtaine de producteurs les plus proches possible », explique Béatrice Beaufils, salariée du lieu, portée par une société coopérative d'intérêt collectif.

A quelques kilomètres de là, dans le 7<sup>e</sup> arrondissement de Lyon, existe depuis un an « Trois petits pois », une épicerie dont chaque produit reçoit une note, apposée sur l'étiquette. « 20 » signifie que l'aliment a obtenu 5 sur 5 sur les quatre critères suivants : production locale, origine biologique, emballage économique et issu du commerce équitable.

Plus au sud, le petit village d'Aguin (900 habitants), dans l'Isère, accueille depuis novembre 2010

Papillon et Basilic, à l'initiative de Christelle Thivolle, ancienne cadre marketing dans une société agro-alimentaire. « Consommer du bio qui vient de loin, ce n'est ni économique ni écologique », explique-t-elle. Dans sa boutique, Christelle pousse le concept jusqu'à proposer des cosmétiques et des produits d'entretien provenant d'une ville voisine.

Toutes les régions s'y mettent. Et si vous ne trouvez pas de magasins proches, essayez donc... la gare SNCF. Une centaine en France ouvrent leurs quais aux petits producteurs pour vendre aux travailleurs rentrant le soir des victuailles fraîches et... locales. ■

L. Be.

Laure Belot