



Le Marché sur l'eau organise à Paris des ventes de produits acheminés depuis la Seine-et-Marne.

Le bobo est dans le pré

Succès croissant des circuits courts, citadins tentés par la vie à la campagne, attiré pour le look « nature »... L'agriculture devient branchée. Immersion plein champ.

Par Brice Perrier, photos Antoine Vincens de Tapol.

Un samedi matin, à la Bellevilloise. Dans cette salle de concerts et d'expositions de l'est parisien (20^e), l'ambiance est chaleureuse et les oliviers qui ornent les lieux sont en harmonie avec l'événement de la matinée. Des pommes et des légumes sont posés sur les grandes tables. C'est l'heure, comme chaque semaine, du marché éphémère de La Ruche qui dit oui, un réseau dont l'ambition est de « renouer avec le monde rural ». Partout en France, près de 700 points de distribution comme celui-ci permettent à 4 500 producteurs de vendre, en ligne, à des consommateurs en quête d'achats de proximité.

Le salon de l'agriculture séduit les urbains

« Je suis d'une génération qui a besoin de se reconnecter avec ce qu'elle mange, explique Sarah, conceptrice Web de 28 ans venue chercher

sa commande de la semaine. Ici, je sais d'où viennent mes carottes et mes poireaux. Et leur goût est incomparable par rapport à celui des légumes de supermarché. » Tandis que Parveen, la responsable de la Ruche, se déhanche sur un air de R'n'B au milieu des légumes encore terreux, Stéphane, universitaire à la barbe de hipster, se réjouit à son tour : « L'agriculture vient à nous, en évitant tout intermédiaire. »

A deux pas de là, toujours en territoire bobo, le tout nouveau magasin Au bout du champ propose lui aussi aux Parisiens des produits frais récoltés dans un périmètre réduit. Et encore dans l'est de Paris, au bassin de la Villette (19^e), le Marché sur l'eau, lancé en 2012, organise le samedi matin des ventes de produits issus d'exploitations situées sur les rives des canaux de Seine-et-Marne. Cet intérêt des urbains pour le travail de la terre se vérifie dans les travées du salon ●●●

... de l'agriculture, qui se déroule du 24 février au 4 mars porte de Versailles à Paris (15^e). Car la « plus grande ferme de France » attire de plus en plus de personnes issues des catégories socio-professionnelles favorisées. « Depuis quatre ans, il y a une montée en gamme. Avec le succès des circuits courts, les consommateurs se sentent davantage concernés par l'agriculture », constate Valérie Le Roy, directrice du salon, un rendez-vous devenu tendance malgré les difficultés du secteur.

Signe des temps, pour la précédente édition du salon est sorti le premier numéro de *Life & Farms*, un magazine agricole *lifestyle* (art de vivre), comme le définit son créateur, le sociologue Ronan Chastellier. Ce journal gratuit, qui s'apprête à paraître pour la troisième fois, parle avec humour de la ruralité à ceux qui « aiment retourner à la campagne et ne veulent plus d'une nourriture aseptisée », précise Ronan Chastellier, amoureux d'un mode de vie... qui fait toujours plus d'adeptes.

« Cette année, on refuse beaucoup de monde, faute de place. Et les gens présents sont moins militants et plus jeunes », note Sophie, 54 ans, maraîchère dans le Val-d'Oise. L'agricultrice s'est lancée en 2006 grâce à une Amap (association pour le maintien d'une agriculture paysanne) et vend par ce biais ses légumes chaque semaine aux adhérents. Elle accueille régulièrement sur son exploitation sa clientèle parisienne venue l'aider. « J'ai l'impression d'y faire quelque chose qui a du sens », souligne Elise, statisticienne de 32 ans.

Place aux « bourus », les bourgeois-ruraux

Le sens, Florent, 38 ans, l'a trouvé en s'installant récemment en Saône-et-Loire comme agriculteur. En 2011, l'appel de la terre l'avait d'abord conduit à quitter son travail dans la communication pour créer un gîte, intégré au réseau Accueil paysan – le tourisme rural représente aujourd'hui 30 % des nuitées en France. Florent héberge quantité d'urbains venus chercher chez lui la nature et une assiette remplie des saveurs de son champ. « Beaucoup rêvent de mon choix de vie, fascinés par un lever de soleil et par le goût des produits », constate-t-il.

Sophie, qui travaille dans l'événementiel pour la boîte de nuit très branchée Le Baron (Paris 8^e), a, depuis fin 2016, un pied dans le pré et l'autre dans la ville. A la tête de La Cantine clandestine, qu'elle présente comme le premier traiteur maraîcher, elle propose des plats cuisinés avec les produits qu'elle cultive en permaculture (une méthode qui reproduit les échanges invisibles entre les différents écosystèmes) non loin



« Les adhérents à notre Amap sont moins militants et plus jeunes »

Sophie, maraîchère dans le Val-d'Oise



La presse se fait, depuis peu, l'écho de l'engouement des urbains pour la campagne.

de Paris, en Seine-et-Marne. Ses quatre acolytes fournissent, eux, des restaurants de la capitale en légumes oubliés. « Depuis toujours je rêvais de vivre à la campagne avec des animaux », confie la jeune femme de 31 ans, ajoutant susciter autour d'elle « beaucoup d'envie ». Le magazine *Technikart* l'a d'ailleurs présentée en octobre dernier comme une figure emblématique des « bourus », les bourgeois ruraux, des bobos partis se réaliser à la campagne.

Dans les magazines, l'heure est au rustique chic

« L'imaginaire de la nature est de plus en plus fort dans la population urbaine, souligne Nathalie Damery, directrice de la société d'études L'Observatoire Société et consommation, qui vient de publier une étude à ce sujet. Quelque 62 % des habitants d'Ile-de-France aspirent à vivre ailleurs, avec un désir



A la ferme du Boucher, dans l'Allier, des citadins mettent la main à la plante.

de ralentir et une quête de nouvelle identité qui passe par le terroir et ses produits. » Largement idéalisé, cet imaginaire se concrétise dans la consommation. Alimentaire, bien entendu, mais aussi décorative. En témoigne le succès des tissus aux motifs animaliers de la très renommée Maison Thevenon. « Des thèmes de poule qui paraissaient ringards sont aujourd'hui demandés par les plus grands architectes », remarque Vincent Thevenon, dirigeant de l'entreprise de tissus d'ameublement. L'heure est au « rustique chic », comme l'attestent les pages mode des magazines féminins en mettant à l'honneur sabots, chapeaux de paille, sacs en osier et robes à fleurs.

Autre marqueur fort : le regain d'intérêt de la génération née avec le numérique pour des spécialités régionales tombées en désuétude, comme la cancoillotte, un fromage fondu produit en Haute-Saône, ou les caillettes, des petits pâtés ardéchois. Longtemps perçues comme surannées, voire carrément indigestes, elles relèguent désormais guacamole et autres brownies au rang de tenants de la malbouffe dépassée et mondialisée. Un nouveau kif urbain qui pourrait certainement faire les affaires de l'agriculture française... ■

« Les paysans sont à la mode »

SOCIOLOGUE DES TENDANCES, RONAN CHASTELLIER A CRÉÉ « LIFE & FARMS », LE JOURNAL GRATUIT CONSACRÉ À L'ART DE VIVRE AGRICOLE.

Pourquoi avoir lancé *Life & Farms*?

Les urbains ont un *feeling* grandissant avec les agriculteurs car ils incarnent, à leurs yeux, une forme d'authenticité idyllique. Les paysans plaisent et sont même devenus à la mode, bien lookés, avec leur « *countrywear* ». Je voulais donc faire un journal décontracté pour les citadins qui apprécient les bons produits, le terroir, la vie... Ce que j'ai superficiellement baptisé le côté « agricole *lifestyle* ». Mais cela m'a dépassé.

Comment ça?

Je pensais faire un journal marrant et décalé pour les bobos dans l'air du temps. Mais, en ville, il y a eu une réelle rencontre avec les agriculteurs, un nouveau lien avec les producteurs « au cul du camion » s'est créé grâce à Internet. Ce lien a pris tout de suite. Et puis un truc un peu métaphysique s'est produit...

La reconexion ville-campagne?

Oui, la nature se rappelle toujours à nous, poétiquement ou politiquement. Mais c'est plus qu'une simple envie de verdure, ou une cure de détox. On a tous un côté agricole et il faut le revendiquer à l'ère des start-up.

