

CONCEPT STREET

DU BON ET DU BEAU

La Jeune Rue, un projet culinaire et design fou, verra le jour fin mai dans le 3^e arrondissement parisien

PAR DORANE VIGNANDO

42 rue du Vertbois, entre Temple et Arts-et-Métiers: on se croirait à la cérémonie des Oscars du design. Ils sont venus, ils sont tous là : Tom Dixon, Patricia Urquiola, Andrea Branzi, les frères Campana, Marc Ange, Ingo Maurer, Paola Navone, Nendo, Jaime Hayón... Pour une conférence de presse, on n'avait jamais vu une telle concentration de pointures du design international. Tous ont répondu présent à l'invitation du millionnaire gastronome Cédric Naudon, qui présentait devant un parterre de journalistes

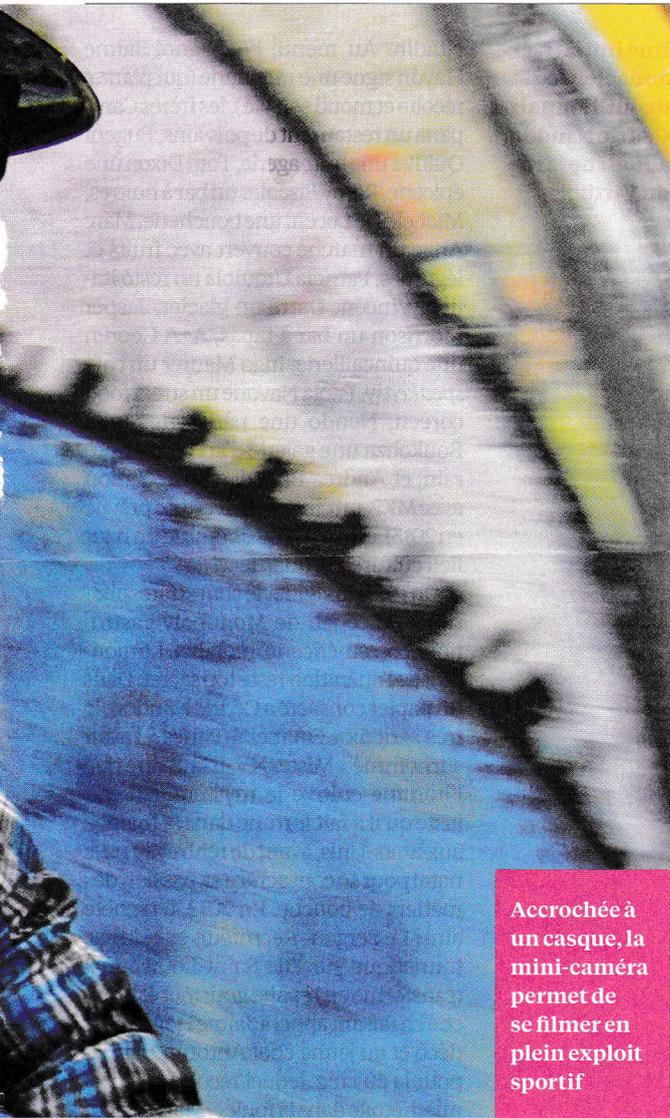
« La Jeune Rue ». Quèsako? Un projet design et culinaire dingue qui devrait voir le jour d'ici à mai ou la folle idée d'un passionné de bouffe qui reprend, au centre de Paris, trente commerces de bouche. Depardieu l'avait rêvé rue du Cherche-Midi, Naudon l'a fait dans le 3^e!

L'homme, très discret, a mis la main sur des locaux entre les rues du Vertbois, Volta et Notre-Dame-de-Nazareth, et les a métamorphosés en repaires gourmands et arty, avec le meilleur des produits du terroir. L'équation parfaite pour faire le buzz et attirer le bobo-bio-

Une initiative audacieuse du millionnaire Cédric Naudon, autour de la rue du Vertbois

citadin. Au menu, l'Espagnol Jaime Hayón signe une meunerie (qui plante, récolte et moule son blé), les frères Campana un restaurant de poissons, Eugeni Quitllet une fromagerie, Tom Dixon une épicerie, Ramy Fischler un bar à huîtres, Michèle De Lucchi une boucherie, Marc Ange un marché couvert avec fruits et légumes, Patricia Urquiola un resto italien, Vincent Darré un glacier, Jasper Morrison un bar à tapas, A+A Cooren une quincaillerie, Ingo Maurer un café *speakeasy*, Paola Navone un street food coréen, Nendo une pâtisserie, Julie Boukobza une galerie d'art contemporain, et Andrea Branzi, en association avec MK2, un cinéma (ouverture prévue en 2015), qui s'annonce comme un haut lieu culturel du quartier...

On n'ose imaginer le coût stratosphérique de ce jeu de Monopoly gastronomico-esthétique-immobilier. Le montant de l'opération reste top secret. Dans un papier consacré à Cédric Naudon, le très sérieux « Financial Times » l'avait surnommé « Mister X ». Il faut dire que l'homme cultive le mystère. On sait juste qu'il a fait fortune dans la finance aux Etats-Unis, avant de rentrer au pays natal pour se consacrer à sa passion des métiers de bouche. En 2012, il rachète ainsi Le Sergent Recruteur, ex-adresse touristique sur l'île Saint-Louis, qu'il transforme en repaire gourmet et branché en faisant appel à Jaime Hayón côté déco et au jeune chef Antonin Bonnet pour la cuisine, lequel récolte une première étoile dans la foulée. Mais l'épicurien quadragénaire qui a fondé Behind the Scene, « éditeur de lieux à vivre et à manger », voit plus grand. Et s'affiche en héraut humaniste, ardent défenseur de notre patrimoine gastronomique : « *La Jeune Rue doit proposer des produits vertueux, vendus au juste prix, en fonction des saisons et sans intermédiaires de la ferme à Paris* », dit-il. Des artisans de renom (Perrine et Charles Hervé-Gruyer pour les légumes, Jacques Abbattucci pour la viande) fourniront les matières premières qui aboutiront sur une plateforme de 10 000 mètres carrés à Bercy où des ateliers de découpe et de préparation fourniront La Jeune Rue en direct et en exclusivité. « *Nous allons créer 250 emplois dans le quartier. C'est un projet atypique pour Paris, mais aussi pour la profession.* » Un projet qui tord le cou aux grincheux qui pensent encore qu'à Paname, il ne se passe plus rien. ■



Accrochée à un casque, la mini-caméra permet de se filmer en plein exploit sportif

Mohamed Merah, le tueur de Toulouse, qui s'est filmé en train d'abattre trois enfants et quatre adultes. La petite caméra revient dans l'actualité en janvier, greffée sur le casque de ski du pilote Michael Schumacher, jusqu'au moment de son accident. De capteur d'exploits sportifs, la caméra est devenue pièce à conviction. La petite caméra fait désormais aussi partie du quotidien. « La GoPro s'est répandue grâce à un excellent rapport qualité-prix [elle est vendue entre 100 et 450 euros, NDLR], mais aussi parce qu'elle produit une imagerie originale avec sa focale courte, souligne André Gunthert, chercheur en culture visuelle à l'École des Hautes Etudes en Sciences sociales (EHESS). Ses fonctions permettent de réaliser des images très prisées sur les réseaux sociaux. »

À l'heure du narcissisme numérique, les adolescents et les jeunes adultes plébiscitent le mini-caméscope, qui s'écoule à plus de deux millions d'exemplaires par an. Son grand angle de 170 degrés favorise les vues de très près, comme le visage du porteur. De quoi faire émerger des « selfies vidéo », version ultime de l'auto-portrait. Au fil des Tumblr, comptes Instagram ou tags Flickr, le mot-clé #goproselvie se développe et la pratique s'étend. Même constat sur les sites de partage de vidéos YouTube, Vimeo et Dailymotion.

« Prendre un selfie est devenu aussi banal qu'écrire un SMS, et s'apparente

à un nouveau mode d'expression, estime Jessica Lamacque, rédactrice en chef du magazine "Fisheye", qui consacre sa une au phénomène. *L'étape suivante est de lui donner vie en vidéo.* »

La contagion a même gagné la sphère VIP. Accro au selfie, l'acteur James Franco y voit un nouvel « outil de communication, plus qu'un signe de vanité ». « On justifie souvent la pratique du selfie par un affichage narcissique sur les réseaux sociaux, explique le chercheur André Gunthert. La photo a toujours servi à se raconter d'une manière plus authentique que les autres formes graphiques, comme la peinture ou le dessin. Seulement, avec le numérique, il est devenu possible de manipuler l'image. »

Cette recherche d'authenticité se retrouve désormais en vidéo. Au-delà de Felix Baumgartner, d'autres sportifs s'y sont intéressés. Le Norvégien Anders Jacobsen propose de le regarder en plein saut à ski peu avant les JO de Sotchi. Même chose pour l'Américain Kelly Slater lors d'une compétition de surf, l'Américain Michael Temby en pleine séance de ski nautique musical ou le Français Matthias Giraud lors d'un *base jump* (saut extrême) dans l'Utah. Le tout soigneusement mis en scène par GoPro. La start-up va même jusqu'à livrer des conseils aux utilisateurs lors de « sessions selfie ».

De quoi donner des idées, et remplacer les sempiternelles photos souvenirs des touristes. Un Américain a par exemple partagé son tour du monde dans une vidéo, baptisée « selfie de voyage ». Même chose pour un étudiant polonais, qui a capturé avec sa GoPro son tour de l'Europe.

Reste que le selfie vidéo n'a pas encore détrôné l'image fixe. Le mot-clé #selfie apparaît sur près de 77 millions de photos Instagram, contre quelques milliers pour le #selfievideo ou le #goproselvie. « Le selfie vidéo est pour l'instant moins présent sur les réseaux sociaux, tout simplement parce qu'une vidéo est plus longue à poster qu'une photo, note Jessica Lamacque. Mais cela devrait changer dans les années à venir. Alors la pratique explosera. »

Nul doute que GoPro sera la première à en profiter. Le mantra original de la marque, « Devenez un héros », n'a-t-il déjà pas fait place à un slogan plus prosaïque et près de la réalité, « La caméra la plus polyvalente au monde »? ■



La GoPro s'invite même pendant les répétitions des défilés