

REPORTAGE

La Manche :
les richesses d'un terroir

NOUVEAUX MARCHÉS

Charcuterie : les nitrites
sur la sellette

FOCUS

La starification
des chefs pâtisseries

RUNGIS

actualités

Depuis 1969

N° 770 – février 2021 – 1,50 €



DOSSIER

Brexit

Les dessous du deal

Médicis s'occupe depuis toujours de la retraite des indépendants et entrepreneurs.



« J'ai choisi Médicis car mes parents étaient déjà adhérents.
Je travaille avec mon mari et je suis conjoint collaborateur :
j'ai un PER Médicis et mon mari un contrat Médicis retraite PERP.
C'est plus simple d'avoir tout au même endroit. »

Catherine, boulangerie Bazard Picquenard
Adhérente chez Médicis

 **médicis**
Votre mutuelle retraite
Groupe malakoff humanis

mutuelle-medicis.com





30

Reportage
La Manche : un terroir
abondant entre mer et terre



28

Oui chef !
L'Étoile
scintille
à Rungis



42

**Nouveaux
marchés**
Charcuterie
sans nitrite : le
naturel revient
au galop



44



Focus
L'émancipation
des chefs pâtisseries

au sommaire

<p>L'édito</p> <hr/> <p>5 de Jean-Michel Déhais</p> <p>Sur le vif</p> <hr/> <p>6 Actualités 13 Instantanés 14 Toulouse- Le Grand Marché</p>	<p>Dossier</p> <hr/> <p>16 Brexit: un bon deal à surveiller de près</p>	<p>Ensemble</p> <hr/> <p>24 Producteur 25 Opérateur 26 Acheteur 28 Oui chef ! L'Étoile scintille à Rungis</p> <p>Reportage</p> <hr/> <p>30 La Manche : un terroir abondant entre mer et terre</p>	<p>Tendances du marché</p> <hr/> <p>36 Chiffres La pomme récolte les fruits de ses démarches vertueuses</p> <p>37 Nouveautés</p> <p>38 Produits de saison</p> <ul style="list-style-type: none"> • La truffe • La poutargue • La frisée 	<p>41 Déco La déco prend de l'altitude</p> <p>42 Nouveaux marchés Charcuterie sans nitrite : le naturel revient au galop</p> <p>44 Focus L'émancipation des chefs pâtisseries</p> <p>46 Digital & innovation Epicery passe à la vitesse supérieure</p>	<p>Véhicules utilitaires</p> <hr/> <p>48 • Peugeot Citroën: Boxer et Jumper</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fuso Canter • Renault Trucks <p>Petites annonces</p> <hr/> <p>50 Fonds de commerce Demandes d'emploi Offres d'emploi</p>
---	--	--	--	--	---



PARÉ À TOUTES LES MISSIONS, SANS ÉMISSIONS – LE MAN eTGE



10 BONNES RAISONS DE CHOISIR LE MAN eTGE

- ✓ Volume de chargement de 10,7 m³
- ✓ Charge utile préservée jusqu'à 950 kg
- ✓ Large gamme de fonctionnalités de série
- ✓ Qualité MAN robuste et durable
- ✓ Autonomie jusqu'à 173 km selon NEDC / 114 km selon WLTP
- ✓ Financement de l'État disponible
- ✓ Image de pionnier
- ✓ Coût total d'exploitation équivalent au thermique
- ✓ Moteur très silencieux et zéro émission
- ✓ 2 modes de recharge : 7.2KW en 5h20 à 100% ou recharge rapide 40kW 45 min à 80%

RENDEZ-VOUS SUR NOTRE SITE WEB : VAN.MAN

AU CŒUR DES VILLES
16, rue Saint-Fiacre
75002 Paris
Tél.: 33 (0)1 42 36 51 02

RÉDACTION

Directeur de la publication
et de la rédaction:

Nelson Burton

Directeur adjoint
de la rédaction:

Jean-Michel Déhais

Rédacteur en chef adjoint:

Mickaël Rolland

Rédacteurs en chef délégués:

Bruno Carlhian, Olivier Masbou

Secrétaire de rédaction:

Martine Favier

Création maquette:

Stanislas Chevara

Rédacteur graphiste:

Richard El Mestiri

Ont collaboré à ce numéro:

Anne-Solveig Aschehoug

Jérémy Denoyer,

Florence Jacquemoud,

Caroline Maréchal,

Richard Pizzol

Aurélien Peyramaure

Photo de couverture:

Etienne Godiard/Unsplash

PUBLICITÉ

Directrice de publicité:

Audrey Combeau

Tél.: 33 (0)1 42 36 56 75

a.combeau@aucoeurdesvilles.fr

Responsable petites annonces:

Naima Mazurier

n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr

ABONNEMENT

Au Cœur des Villes

16, rue Saint-Fiacre

75002 Paris

Tél.: 33 (0)1 42 36 51 02

E-mail: abonnement@aucoeurdesvilles.fr

Contact: **Anne Caro**

Périodicité: 11 numéros par an

Prix de vente au numéro: 1,50 €

Abonnement:

Abonnement « Intégral » 2 ans

(papier + mobilité):

France: 31 € TTC

Union européenne: 41 € TTC

Reste du monde: 51 € TTC

Rungis Actualités est publié par

Au cœur des villes

Société par actions simplifiée

au capital de 64 541 euros

RCS n° 825 299 068 RCS Paris

Direction

Président: **Nelson Burton**

Secrétaire de direction:

Anne Caro

Dépôt légal: à parution

N° Commission paritaire:

1024 T 82406

Impression: Léonce-Deprez

ZI Le Moulin - 62620 Ruitz

Tél.: 33 (0)3 21 52 96 20

Certifié PEFC 70 %

N° COC: BVC/CDC/1969087

Rungis Actualités décline toute

responsabilité pour les

documents qui lui sont envoyés.

Les manuscrits non insérés ne

sont pas rendus. Infographies:

tous droits réservés

Copyright: *Rungis Actualités*.



L'édito  de Jean-Michel Déhais,
Directeur adjoint de la rédaction

Le choc du Brexit encaissé sans broncher

La crise que nous traversons a largement mis en évidence la formidable capacité de résilience des femmes et des hommes qui font Rungis. Lors du premier confinement, alors que les dangers du virus étaient encore mal connus, ils ont tenu bon, fidèles au poste, assurant ainsi la subsistance de Franciliens confinés. Ils ont ensuite su mettre en place des mesures barrières efficaces et rigoureuses, garantissant ainsi une sécurité alimentaire et sanitaire pour des millions de consommateurs. Malgré les éclipses répétées et forcées des restaurateurs, partie importante de leur clientèle, ils ont su trouver des marchés de substitution et même instaurer une relation directe provisoire avec les Parisiens. Aujourd'hui, alors qu'ils continuent à se battre pour maintenir leurs entreprises hors de l'eau et assurer leur mission, ils font face à un nouveau défi : le Brexit. Les importations et les exportations britanniques ne sont pas primordiales dans le Marché de Rungis.

Pour autant, elles ne sont pas négligeables et le Brexit, même assorti d'un *deal*, provoque des ralentissements dans certains secteurs alimentaires. Pourtant, le marché parisien ne semble pas perturbé. Sur le Carreau, on ne note aucune pénurie. La faculté d'adaptation reste une des vertus cardinales du métier de grossiste. Les mandataires savent absorber les chocs en douceur, qu'il s'agisse d'une tempête en mer ou d'un fort coup de gel chez les maraîchers. Si on en croit la presse, le Brexit semble perturber davantage les producteurs outre-Manche, voire les épiceries anglaises installées en France. Après tout, l'Union européenne reste un vaste marché dans lequel on peut encore largement puiser. En Grande-Bretagne, les professionnels de l'alimentaire commencent déjà à se demander si la résurgence d'une frontière est une si bonne idée. Mais en l'occurrence, comme à la fin d'une partie de poker, il leur faut aujourd'hui payer pour voir.

L'image du mois



Le président du Marché de Rungis et les représentants des opérateurs ont adressé aux acheteurs leurs vœux 2021 sous une forme originale et symbolique de 2020 : en vidéo ! *Rungis Actualités* s'associe à eux pour souhaiter à ses lecteurs une année plus sereine.

SOLIDARITÉ

Julien Denormandie encourage le don agricole

À la veille de Noël et des fêtes de fin d'année, le ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation Julien Denormandie a souhaité manifester son soutien aux organisations qui s'impliquent dans le don des produits agricoles. Il s'est rendu le 18 décembre, à l'invitation de la FNSEA et de Solaal, sur la ferme de Nathalie et Pierre Bot, maraîchers en vente directe, à Saclay dans l'Essonne. Présidente de Solaal, l'organisation qui facilite le don agricole auprès des organisations humanitaires (Banques alimentaires, Restos du cœur, etc.), Angélique Delahaye a rappelé que « le don est avant tout une rencontre entre deux mondes qui se connaissent peu et apprennent ainsi à mieux se connaître. Solaal est donc facteur de lien social ». Présidente de la FNSEA, le principal syndicat agricole français, Christiane Lambert a évoqué sa fierté devant la générosité des agriculteurs français tout en soulignant que ces derniers défendent une « souveraineté alimentaire solidaire, car ils sont attachés à produire pour tous les Français ». Les associations présentes ont fait part de leurs inquiétudes face à une flambée de la



Angélique Delahaye (debout) présente l'action de Solaal à Christiane Lambert et Julien Denormandie.

précarité alimentaire depuis le début de la crise sanitaire (jusqu'à plus de 45 % dans certaines villes) et ont alerté sur les files d'attente qui s'allongent, souvent dans le froid en raison des gestes barrières. Les jeunes adultes et les étudiants sont particulièrement touchés. Les associations ont également rappelé combien les dons agricoles, notamment de produits frais, étaient essentiels pour des personnes qui ont recours à l'aide alimentaire et contribuent ainsi à leur équilibre

nutritionnel. Directrice générale de la Cohésion sociale au ministère des Solidarités et de la Santé, Virginie Lasserre a insisté sur le contexte actuel extrêmement préoccupant : « Il faut remettre la dignité de la personne au cœur de notre système d'aide alimentaire et l'action de Solaal y contribue. » « Ce que vous faites est à l'image du monde agricole. Le premier des médicaments est l'alimentation. Solaal est un maillon essentiel de la solidarité et ne perd jamais le critère d'excellence en fournissant des produits locaux et de qualité », a conclu Julien Denormandie. Le ministre a ensuite pu assister à une chaîne du don avec les produits (pommes de terre, endives, choux, carottes, endives, camemberts, pâtes, etc.) apportés par les agriculteurs. Pour le maraîcher Pierre Bot, cette chaîne du don rappelle « l'esprit village ». Il est « normal de donner quand la nature est généreuse et la solidarité est profondément ancrée dans la ruralité et l'agriculture », a-t-il ajouté. Le Marché de Rungis, le Grand Marché MIN Toulouse-Occitanie, la Fédération des marchés de gros de France (FMGF), sont membres de Solaal.

EN CHIFFRES

Les agriculteurs donnent leurs produits avec fierté, et grâce à Solaal travaillent main dans la main avec les associations qui distribuent des repas et des denrées alimentaires aux plus démunis.

7 millions de repas ont pu être distribués par les organisations humanitaires en 2020 grâce aux dons des agriculteurs distribués par Solaal, des dons en hausse de 60 % en 2020.

Plus de 1 milliard d'euros sont distribués chaque année par l'Union européenne (870 millions) et par l'État (170 millions d'euros) pour soutenir financièrement les associations et pour aider à rassembler tous les acteurs au niveau local.

1 100 tonnes de produits agricoles ont été données le 18 décembre, dont 425 kg de carottes, 150 kg choux, 465 kg de camemberts bio, 8,4 tonnes d'endives, 2 tonnes de pommes de terre, et 15 kg de pâtes fermières.

CÉLÉBRATION

2021, Année internationale des fruits et légumes



2021 a été officiellement déclarée « *Année internationale des fruits et légumes* » par la FAO. Le but de l'organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture est d'inciter les États et les gouvernements à donner une plus grande place aux fruits et légumes dans l'alimentation et à mieux considérer le véritable enjeu de santé publique que constitue la consommation de fruits et légumes. L'initiative est soutenue en France « *avec enthousiasme* » par Interfel (l'Interprofession des fruits et légumes frais) et Aprifel (l'Agence pour l'information en fruits et légumes). « *L'enjeu est de taille* », écrivent les deux organisations car avec une consommation moyenne de 200 grammes par personne (pour 54 % de la population), les Français sont loin des préconisations de l'OMS. L'Organisation mondiale de la santé recommande en effet à chaque adulte de consommer au moins

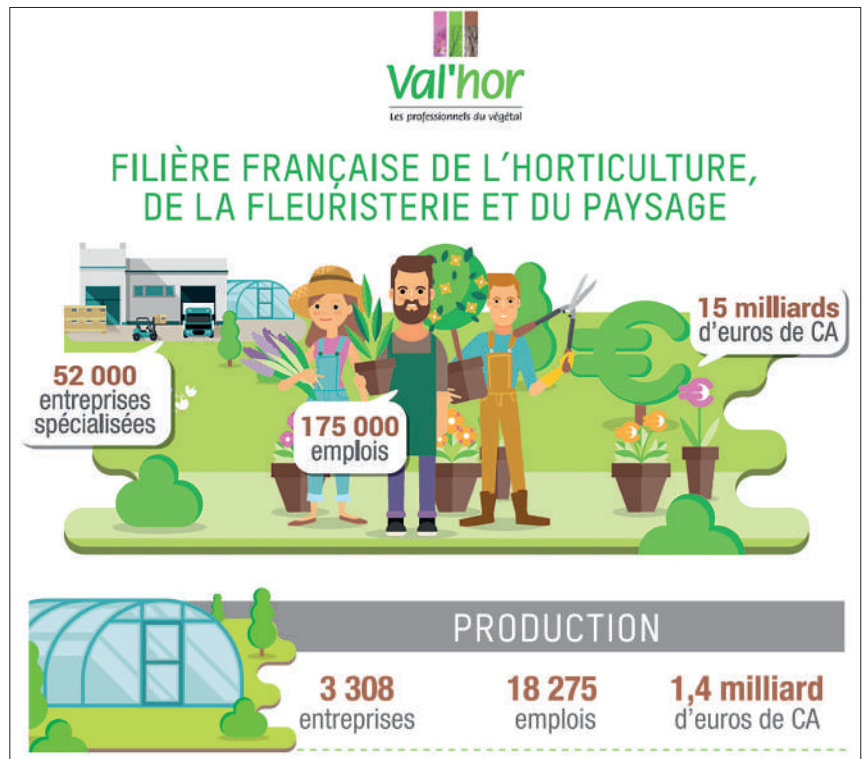
400 grammes de fruits et légumes par jour. Plus grave « *39 % des ménages ne parviennent pas à manger des fruits et légumes quotidiennement* », rappelle Interfel. Les actions d'Interfel et d'Aprifel s'inscrivent pleinement dans les enjeux prioritaires précis, mis en lumière en 2021 par la FAO et l'OMS : sensibiliser aux bienfaits de la consommation de fruits et légumes pour la santé et la nutrition, faire valoir le fait qu'une plus grande consommation de fruits et légumes favorise une alimentation saine, et enfin, soutenir la lutte contre le gaspillage alimentaire. Cette année « *est l'occasion pour le Marché de Rungis de rappeler son rôle clé dans l'approvisionnement en fruits et légumes frais et de qualité, qui constituent 70 % des arrivages et de renforcer sa politique volontariste en matière de gestion des invendus* », écrit Stéphane Layani, président du Marché, sur sa page Facebook.

INTERPROFESSIONS

Une campagne européenne pour promouvoir fleurs et plantes

L'Union européenne s'apprête à lancer au printemps une vaste campagne de promotion des fleurs et des plantes. « *Le travail de lobby intensif conduit par Union Fleurs, et pour la France par VAL'HOR et ses fédérations professionnelles membres (...), a permis l'inscription du secteur de l'horticulture ornementale parmi les cinq segments de l'agriculture autorisés à déposer une demande de subvention auprès de ce fonds d'urgence* », se sont félicitées les interprofessions françaises, flamandes et hollandaises.

Grâce à l'implication européenne, un budget de 1,90 M€ sera investi dans une campagne de promotion générique des fleurs et plantes en France, en Allemagne, en Autriche, en Belgique, en Bulgarie, au Danemark et aux Pays-Bas. La majorité du budget sera consacrée aux actions en Allemagne et en France, les deux pays où la plupart des partenaires ont des intérêts commerciaux importants. « *Je suis heureux de voir que l'Union européenne identifie les fleurs et plantes parmi les productions agricoles européennes à soutenir avec ces fonds d'urgence, a déclaré Jean-Marc Vasse, délégué général de VAL'HOR. C'est aussi une satisfaction de voir que la coopération et les efforts conjugués de partenaires européens ont porté leurs fruits.* »



INITIATIVE

Les marchés solidaires des chefs



L'initiative, lancée par le groupe Géraud, est soutenue par l'association J'aime mon marché.

Le groupe Géraud, premier gestionnaire de marchés en France, a lancé le 11 décembre dernier son premier « Carré des chefs » sur le marché des Capucins à Bordeaux, une initiative visant à soutenir les restaurateurs empêchés de travailler. Vu l'engouement suscité par cette première, de nombreuses villes ont emboîté le pas en mettant à la disposition des restaurateurs locaux un espace de dégustation et de vente.

Au vu du succès remporté par les restaurateurs dans la cité girondine, des stands comparables ont été lancés à Vernon (27), Rueil-Malmaison (92), Marcq-en-Barœul (59), Trouville (14), Corbeil-Essonnes (91) ou encore au Vésinet (78). La démarche pourrait être appelée à perdurer dans le temps, estime le

groupe Géraud dans un communiqué. « *Même après la réouverture des restaurants, nous aurons un lourd déficit économique à rattraper et le nouveau modèle de production que nous avons réussi à mettre en place pourrait encore nous aider à l'avenir* », estimait un des chefs présents au marché des Capucins. « *Les marchés apportent vraiment un plus au niveau de l'ambiance, de la notoriété et au niveau humain, avec à la clé un vrai gain économique.* » L'initiative, créée et développée par le groupe Géraud, qui gère environ 1 000 marchés en France et en Europe, est soutenue par l'association J'aime mon marché, qui regroupe depuis 2017 les principaux gestionnaires de marché de gros et de détail en France dont celui de Rungis.

ACQUISITION

STEF et Nagel finalisent leur accord en Italie et en Belgique



À la suite de l'avis favorable rendu par les autorités de la concurrence allemande, le groupe STEF et le groupe Nagel ont annoncé avoir finalisé le 31 décembre dernier l'accord portant sur l'acquisition par STEF des activités de Nagel-group en Italie et en Belgique. La seconde partie de cet accord, qui concerne spécifiquement les Pays-Bas, sera finalisée plus tard dans l'année. Les accords de distribution réciproques liant les deux groupes pourront se mettre en place dans ces deux pays. Ils permettront au groupe Nagel d'utiliser le réseau de distribution du groupe STEF pour ses opérations en Italie et en Belgique, et au groupe STEF d'offrir à ses clients une meilleure couverture et de meilleurs services vers l'Europe Centrale (Allemagne) ainsi que l'Europe de l'Est et du Nord.

La vie des entreprises

Dans l'objectif de conserver une proximité avec ses clients et prospects de la région Val-de-Marne, **Fraikin**, leader européen de la location longue durée de véhicules industriels et commerciaux, a annoncé l'ouverture de son premier bureau commercial à Rungis. L'équipe présente sur site est composée d'une responsable d'opérations, d'un responsable technique, d'un responsable commercial et de Yann Lucas, ancien directeur de l'agence de Rungis et directeur de cette nouvelle structure.

Maison Médelys et Instant Chef,

spécialisés en produits gastronomiques dédiés aux professionnels, entendent surmonter une fermeture des restaurants qui les pénalisent particulièrement en misant cette année sur l'innovation végétale. « *C'est avec optimisme que nous abordons 2021 pour apporter des solutions à nos clients avec la proposition de gammes végétales qui pourront répondre aux nouvelles tendances de consommation* », annonce sa présidente Florence Hardy. Boissons végétales, aides culinaires végétales, spécialités végétales et autres protéines végétales sont fortement représentées dans le catalogue 2021 de l'entreprise.

Les dirigeants de **Fedev-Métiers** de la viande et Culture Viande ont annoncé leur fusion, effective depuis le début de l'année. Les deux fédérations patronales de la viande Fedev et Culture Viande n'en forment désormais plus qu'une, sous la bannière Culture Viande. Elle représente désormais 320 à 350 entreprises françaises de la viande (dont les grossistes) avec quelque 50 000 salariés toutes espèces confondues. Le nouveau syndicat est présidé par Gilles Gauthier, cadre du groupe Van Drie en France.



Le skrei.

Issu du stock de cabillaud le plus durable au monde.



Chaque hiver, depuis des milliers d'années, le skrei parcourt l'océan Atlantique Nord pour rejoindre les côtes norvégiennes. La Norvège a adopté des pratiques de pêche durables à long-terme pour assurer la qualité premium et la stabilité du stock.

Le skrei, c'est le cabillaud norvégien premium. Ce fameux poisson de Norvège est exclusivement pêché entre janvier et avril.

Le skrei. Le seul et l'unique.

SEAFROM
FROM
NORWAY
NOR
D

FORMATION

Louvre Hotels Group installe son université culinaire à Rungis

Louvre Hotels Group, notamment connu pour ses enseignes Royal Tulip, Campanile, Kyriad ou Première classe, a inauguré son Université culinaire d'entreprise Chaud devant !, située au rez-de-jardin de l'hôtel Campanile Rungis Orly de 84 chambres ouvert il y a quelques mois.

Chaud devant ! s'organise autour de quatre lieux clés : un bar expérimental, un restaurant d'application, des cuisines et des salles de créativité. En plus de servir à la formation interne, ils sont tous entièrement privatisables pour organiser des événements tels que des ateliers culinaires, des cours de cuisine thématiques ou des sensibilisations aux arts de la table. Les Compagnons du devoir sont les premiers partenaires réguliers de Chaud devant ! qui leur met à disposition ses espaces deux jours par semaine. La majorité des formations Louvre Hotels Group est dispensée par des chefs sélectionnés en



interne, pour transmettre aux futurs collaborateurs l'art des métiers de bouche et de service. Stéphane Layani, qui a proposé à Louvre Hotels Group de s'associer à Rungis Académie, s'est félicité de l'ouverture de ce

nouveau lieu. « Cette initiative inédite participe à faire de Rungis un pôle d'excellence en matière de gastronomie et de transmission des savoir-faire », a commenté le président du Marché de Rungis.

COMMERCES ALIMENTAIRES

Bouchers et poissonniers d'une seule voix sur le social

L'événement est à marquer d'une pierre blanche dans l'histoire du commerce alimentaire de proximité. En fin d'année dernière, les représentants des branches de la boucherie, boucherie-charcuterie et boucherie hippophagique, triperie, commerce de volailles et gibiers d'une part et de la poissonnerie (commerces de détail, de demi-gros et de gros de poissons, coquillages et crustacés) d'autre part ont annoncé la création d'une structure commune de ces branches professionnelles en matière de dialogue social.

La nouvelle organisation baptisée REMALIM (CFBCT-OPEF) représentera désormais les employeurs de ces branches dans les relations avec les partenaires sociaux. Elle portera la représentativité patronale de la boucherie et de la poissonnerie d'une seule et même voix, « *mais ne se substituera aucunement à nos confédérations respectives qui demeurent indépendantes et deux entités bien distinctes* », précise-t-on à la Confédération française de la boucherie, boucherie-charcuterie, traiteurs (CFBCT).

« *Nos deux professions travaillent des produits frais issus de la filière animale* », a commenté son président Jean-François Guihard dans *La Boucherie Française*. « *Outre le fait que nous travaillons dans le froid et avec des couteaux, nous partageons de nombreux enjeux communs : la formation des jeunes, la transmission de nos entreprises, sans parler de notre combat contre les extrémistes alimentaires ! Il nous a semblé tout à fait naturel de nous rapprocher lorsque le Gouvernement a annoncé vouloir réduire le nombre de conventions collectives, incitant les branches à se regrouper.* »

L'Ouzbékistan signe avec Rungis

Le Marché international de Rungis et la République d'Ouzbékistan ont signé, le 9 décembre dernier, un accord-cadre en vue de la création d'un réseau de marchés de gros en Ouzbékistan. Celui-ci labellisé « Rungis International » permettra de traiter d'ici à 2022 plus de 3 millions de tonnes de marchandises à travers 8 hubs ultramodernes.

Un laboratoire d'analyse médicale à Rungis

Un laboratoire d'analyse médicale a ouvert ses portes le 23 novembre dernier au rez-de-chaussée de la tour administrative. C'est la première fois qu'un établissement de ce type voit le jour sur le marché. Le laboratoire Teboul, déjà présent à Sucy-en-Brie et Saint-Maur, procédera à tous les types d'exams biologiques, y compris Covid-19, et cela sans rendez-vous. L'établissement est ouvert du lundi au vendredi, de 7 h 15 à 19 h 00. Des ouvertures nocturnes sont également envisagées pour répondre aux besoins des salariés du marché.



**Commerçants,
PARCE QU'ENSEMBLE NOUS SOMMES PLUS FORTS,
BNP PARIBAS CONTINUE DE VOUS SOUTENIR.**

NOS SOLUTIONS DIGITALES* À VOTRE SERVICE

Découvrez nos différents services digitaux pour maintenir votre activité. BNP Paribas vous accompagne avec des solutions d'encaissement à distance et sécurisées, le Click & Collect, et un service de gestion financière complet adapté à vos besoins.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur mabanquepro.bnpparibas

© Getty Images.



BNP PARIBAS

**La banque
d'un monde
qui change**

* Sous réserve d'acceptation de la Banque et des conditions de fonctionnement de chaque service concerné. Renseignez-vous sur mabanquepro.bnpparibas ou en agence. Services payants, voir conditions tarifaires en vigueur.

BNP Paribas, SA au capital de 2 499 597 122 € - siège social : 16 bd des Italiens, 75009 Paris - Immatriculée sous le n° 662 042 449 RCS Paris - identifiant CE FR76662042449 - www.group.bnpparibas

FRET FERROVIAIRE

Un appel à manifestation d'intérêt pour le train des primeurs



Le Gouvernement a lancé le 15 décembre un appel à manifestation d'intérêt (AMI) portant sur le développement d'un service de fret ferroviaire entre Perpignan et Rungis. Le Gouvernement s'est ainsi engagé à mettre en œuvre « toutes les actions » pour la reprise d'un service de fret ferroviaire entre le Marché de Perpignan/Saint-Charles et sa région, et le Marché d'intérêt national de Rungis. Ce service permet notamment « l'acheminement de produits frais-primeurs sous température dirigée », précise un communiqué du ministère des Transports. Il est à l'arrêt depuis la mi-juillet 2019 et représente un trafic

d'environ 9000 camions par an. La remise en circulation du « train des primeurs » est prévue pour l'été 2021. « Cette consultation est très ouverte afin de permettre aux acteurs de proposer tous types de solutions et de faire émerger le meilleur projet possible, explique le ministère. Dans une optique de reprise rapide, l'État est prêt à accorder un accompagnement financier public au démarrage si cela s'avère nécessaire. » Et « la ligne pourra évoluer à terme pour s'inscrire dans l'ambition du plan de relance consistant à créer plusieurs nouvelles autoroutes ferroviaires, notamment entre Dunkerque et Barcelone » conclut le communiqué.

DUNKERQUE

De nouveaux espaces pour La Banane française



Luc Van Holzaet
et Pierre Monteux.

Installée depuis 1998 sur le port de Dunkerque, dans les locaux de la société Dunfresh, la filiale de bananes de Guadeloupe et de Martinique (UGPBAN) avait, depuis deux ans, le souhait d'agrandir ce site qui permet d'assurer le contrôle qualité des fruits à l'arrivée au port.

Ce projet d'extension est étroitement lié au succès commercial de La Banane française qui a généré l'implantation d'un atelier d'enrubannage des mains de bananes (pose du ruban bleu-blanc-rouge). Le bail du nouvel espace (600 m²) a été signé le 14 décembre dernier entre la société Duncold (filiale du groupe Conhexa) et l'UGPBAN. Il permettra d'« offrir des locaux spacieux et modernes à l'ensemble de nos salariés », explique Pierre Monteux, directeur général de l'UGPBAN. Depuis son lancement en 2015, La Banane française a connu une très forte progression pour atteindre aujourd'hui, toutes segmentations confondues (La Banane française, La Banane française équitable, La Banane française enfant, en partenariat avec Disney Pixar) près de 30000 tonnes.

Nominations



Vincent Omer-Decugis nouveau président de l'UDE

Le conseil d'administration de l'Union des entrepôts de Paris Rungis (UDE) a élu son nouveau bureau le 18 décembre dernier. Il est composé de Vincent Omer-Decugis, société SIIM, président, et d'Emmanuel Amiot, société Fruidor, trésorier.

« Le secteur des entrepôts est fondamental à la performance du MIN de Rungis et un acteur essentiel de la massification et de l'efficacité logistique, un enjeu au cœur des préoccupations de développement durable », a précisé Vincent Omer-Decugis après son élection.



Une nouvelle directrice de l'Agence Bio

Spécialiste du secteur alimentaire, Laure Verdeau a pris la direction de l'Agence Bio le 11 janvier dernier. Créée en novembre 2001, l'Agence Bio est un groupement d'intérêt public en charge du développement, de la promotion et de la structuration de l'agriculture biologique française. « Je me réjouis de rejoindre l'Agence Bio pour amplifier la transition en cours vers un nouveau modèle alimentaire et agricole », a déclaré la nouvelle directrice.



8

DÉCEMBRE

À l'occasion de l'assemblée générale de la Commanderie des gastronomes ambassadeurs de Rungis, le grand maître Xavier España a rappelé qu'en 2019, l'association avait participé aux nombreux événements organisés par la Semmaris pour le cinquantenaire de Rungis. Le président du Marché, Stéphane Layani a souligné que 2020 a été marquée par l'arrêt momentané des activités de la Commanderie. Aucune cotisation ne sera demandée au titre de l'année 2020. Tous les membres se tournent avec impatience vers 2021 pour la reprise espérée du programme habituel (déjeuners, intronisations, dîner de gala annuel...).

© Semmaris



10

DÉCEMBRE

Franck Riester, ministre en charge du Commerce extérieur, s'est rendu sur le Marché de Rungis pour s'assurer de la bonne mise en œuvre des préparatifs de sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne. Au programme de la visite du ministre, les conséquences du Brexit, mais aussi les outils d'accompagnement mis en place par l'État et ses opérateurs, Rungis étant la principale plateforme de logistique alimentaire dans les échanges avec le Royaume-Uni.



© Semmaris

18

DÉCEMBRE

Geoffroy Roux de Bézieux est venu soutenir les entreprises de la filière alimentaire et horticole impactées par la crise sanitaire. Le président du MEDEF a ainsi pu constater la situation très contrastée des PME présentes à Rungis et la résilience du Marché de Rungis face à la crise. Deux tiers des opérateurs ont connu une année supérieure ou égale à 2019 en termes de chiffre d'affaires grâce au report de la consommation des Français vers leurs détaillants de proximité.

© Semmaris



14

JANVIER

Audrey Pulvar, conseillère de Paris et adjointe chargée de l'alimentation durable, de l'agriculture et des circuits courts est allée à la rencontre des grossistes du Marché et des principaux représentants de syndicats. Une visite particulièrement attendue, l'ancienne journaliste étant désormais administratrice et représentante de la Ville de Paris au conseil d'administration : « *Merci pour l'accueil très chaleureux que vous m'avez réservé et pour tout ce que nous prévoyons de construire ensemble, au service des commerçants du Marché de Rungis, de leurs fournisseurs et des Parisiens et Parisiennes* », a-t-elle commenté.



L'Entreprise adaptée propose ses services

L'Entreprise adaptée de Montauban arrive sur le MIN de Toulouse pour offrir aux entreprises une large palette de services.

L'ANRH (Association pour l'insertion et la réinsertion professionnelle et humaine des handicapés), qui possède 22 entreprises adaptées dans toute la France, a posé un pied sur le MIN de Toulouse. Depuis 2019, l'Entreprise adaptée (EA) de Montauban y propose ses services d'entretien et de maintenance des bâtiments (plomberie, électricité, peinture, ménage...), de nettoyage des vitres à l'eau osmosée (sans produit chimique), de pose et rénovation denseignes, de travaux administratifs et commerciaux... « *Nous sommes prestataires de services sous-traitants et nous intervenons sur 23 métiers, confie Gérard Vicquelin, directeur de l'établissement de Montauban. Notre effectif est de 25 personnes, dont 95 % en situation de handicap que nous accompagnons dans leur insertion professionnelle. Sur le MIN, l'un de nos salariés a, par exemple, repeint des bureaux.*



Agnès Darras, assistante de gestion, et Gérard Vicquelin, directeur de l'Entreprise adaptée de Montauban.

Nous avons par ailleurs obtenu, l'année dernière, l'agrément spécifique pour la mise en pratique du CDD Tremplin, qui permet de remettre en employabilité des personnes éloignées de l'emploi, en les faisant monter en compétence. Celles-ci sont salariées de l'EA, mais travaillent sur le site d'une entreprise cliente en milieu

ordinaire où elles sont formées. La durée du CDD va de 4 à 24 mois et l'objectif final est l'embauche en CDI. »

Au MIN de Toulouse, où elle est pour l'instant installée dans les locaux provisoires, l'EA intégrera bientôt le nouveau plateau de bureaux actuellement en construction et fera partie de l'association Les pépites du MIN. « *Nous avons choisi d'être au MIN pour son esprit de famille, cette énergie qui pousse à créer ensemble, poursuit le directeur. Nous pourrions y proposer un service de conciergerie, tenu par des personnes en situation de handicap, avec des services de repassage, pressing, prise de rendez-vous, relais postal... tout est à inventer.* » L'EA propose également ses services d'entretien de bâtiments pour le gestionnaire du MIN et les entreprises du site. À terme, elle bâtira une équipe toulousaine qui pourra aussi intervenir sur la ville. Enfin, l'EA a lancé une campagne de dons pour acheter deux exosquelettes qui permettront de maintenir en hauteur, sans effort et sans douleur, les membres supérieurs des employés qui lavent les parois vitrées. Et ouvrir ainsi cette activité professionnelle à de nouvelles personnes.

Florence Jacquemoud

Consign'Up

Longue vie aux bouteilles !

Installée sur le MIN depuis juin dernier, la jeune association Consign'Up collecte, lave et revend des bouteilles de vin, bière et jus de fruits, dans un rayon de 100 km autour de Toulouse. Du côté des producteurs, elle travaille pour le moment avec cinq brasseurs, un vigneron et un fabricant de jus de fruits ; du côté des distributeurs, elle œuvre pour une vingtaine d'épicerie indépendantes, des magasins bio et des cavistes.

« *Les distributeurs communiquent auprès de leurs clients sur ce dispositif de consigne, explique Caroline Pillore, salariée de l'association et coordinatrice du projet. Nous leur fournissons pour cela des visuels et proposons des formations. Les consommateurs rapportent ensuite leurs bouteilles vides aux points de vente et nous les collectons pour les laver.* » Cette étape est aujourd'hui



poursuit Caroline Pillore. *Aujourd'hui, le taux de retour est de 30 %, mais il va augmenter. La consigne répond à une attente des clients qui veulent consommer local et responsable. Cela les fidélise, permet aux producteurs de faire des économies et c'est bon pour la planète.* »

F. J.

MARCHÉS DE GROS

Une année de transition à l'Union mondiale

La très mouvementée année 2020 aura été marquée, pour l'Union mondiale des marchés de gros, par le passage de témoin entre le président de l'organisation, le Chinois Ma Zengju et son successeur Stéphane Layani, le président du Marché de Rungis.

« Soucieux d'une communication plus efficace pendant cette crise au sein d'une organisation où les Européens sont majoritaires », le premier a confié au second les clés de l'organisation depuis l'été 2020, en attendant une élection formelle du nouveau président lors du prochain congrès.

« Cette année a montré le rôle essentiel des marchés de gros pour fournir aux consommateurs

des produits frais quand ils en ont le

plus besoin », se félicite le nou-

veau président en exercice,

Stéphane Layani, dans le

rapport annuel 2020 de l'or-

ganisation qui vient d'être

publié. Les derniers mois

ont été particulièrement

marqués pour le WUWM par

la poursuite de ses engage-

ments contre le gaspillage alimen-

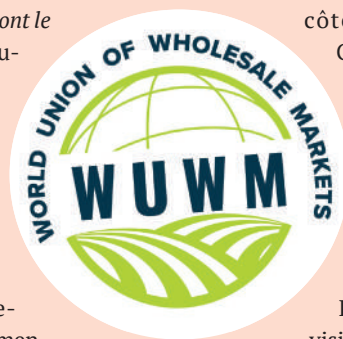
taire. Stéphane Layani a ainsi été convié

le 29 septembre dernier à représenter l'Union

mondiale des marchés de gros lors de la

journée internationale de lutte contre le gas-

pillage alimentaire organisée par la FAO, aux



côtés notamment d'Antonio

Guterres, le secrétaire général

des Nations unies. Le WUWM

a signé en 2019 avec la FAO

un « protocole d'entente »

(*memorandum of understand-*

ing) sur ce sujet avec un

plan d'actions à mettre en

œuvre.

Pour renforcer sa position et sa

visibilité, le conseil d'administra-

tion a décidé de rafraîchir l'identité

visuelle du WUWM, réalisée par Terre de

Sienna, une agence de communication

franco-chinoise.

Les marchés en bref



De g. à d. Sarah Muhlberger, Jérémy Camus, Christian Berthe, Christine Delaigue, Alain Brissard, Camille Augey, Julien Singer et Gérard Bazin.

Christian Berthe (président du Marché de Gros Lyon-Corbas) et Christine Delaigue (présidente du Carreau des producteurs) ont reçu le 14 janvier les élus de la métropole de Lyon, de la ville de Lyon, de la mairie de Villeurbanne et leurs collaborateurs ainsi que les représentants du Comité régional d'Interfel Auvergne-Rhône-Alpes et de l'Isara Lyon. La délégation a commencé par une visite et une présentation du marché et du Carreau des producteurs. Ensuite, l'ensemble des participants ont évoqué le projet porté par la métropole sur la dynamique de relocalisation de la production maraîchère. Le marché et le carreau devraient être associés à ce projet.

À l'occasion du premier Comité interministériel de la logistique (CILOG), qui s'est tenu au début décembre, le Gouvernement a confié à Jean-Jacques Bolzan, président de la Fédération des marchés de gros de France; Anne-Marie Idrac, présidente de France Logistique; et Anne-Marie Jean, présidente du Port

autonome de Strasbourg, une mission relative à la logistique urbaine. Ils sont chargés d'ici à l'été 2021 de formuler des recommandations concrètes en faveur d'une logistique urbaine efficace, respectueuse de l'environnement et durable dans les territoires.

Le chantier du futur MIN de Nice va pouvoir démarrer prochainement. Le permis de construire a été délivré courant janvier. « Une nouvelle étape est franchie et je m'en félicite », a déclaré à cette occasion Christian Estrosi, maire de Nice et président de la métropole Nice Côte d'Azur. « Ce transfert est un projet ambitieux qui va doter nos agriculteurs et nos grossistes d'une plateforme agroalimentaire performante et innovante, plus respectueuse de l'environnement. » Le futur MIN de Nice va s'étendre sur 13,5 hectares, pour un coût d'environ 124 millions d'euros. Cinq secteurs y seront représentés : les fruits et légumes, la viande, les produits de la mer, les fleurs et plantes et accessoires, et les autres produits alimentaires (frais-congelé-boissons).

Une grande légumerie solidaire a ouvert courant janvier sur le MIN des Arnavaux à Marseille. C'est la Banque alimentaire des Bouches-du-Rhône qui est à l'origine de ce projet qui a pu être réalisé grâce à un partenariat avec la Somimar, le gestionnaire du MIN. Fonctionnant sous la forme d'un atelier d'insertion, la structure a été financée à quasiment 100% par le département des Bouches-du-Rhône. Ce dernier a octroyé une subvention de 764544 euros pour l'achat du matériel. Six salariés ont déjà été recrutés et s'occupent du tri et de la préparation des fruits et légumes. Six autres emplois devraient être créés au cours du premier semestre 2021.

Brexit

Un bon deal
à surveiller de près





L'accord conclu dans le cadre du Brexit entre l'UE et les Britanniques sonne comme une bonne nouvelle. Mais la mise en place de ce deal occasionne toutefois certaines contraintes et incertitudes, notamment sur l'avenir de la ressource halieutique. Les réglages qui auront lieu dans les négociations à venir doivent être surveillés de près.

Dossier réalisé par Jean-Michel Déhais

À la veille de Noël, à 14 h 45, lorsque Ursula von der Leyen, présidente de la Commission européenne, annonce qu'elle est parvenue à un accord avec les Britanniques dans le cadre du Brexit, nombre d'acteurs du commerce alimentaire ont ressenti un immense soulagement. En effet, un « no deal » aurait été lourd de conséquences de part et d'autre de la Manche. Rappelons tout de même que les échanges entre le Royaume-Uni et l'Union européenne pèsent bon an, mal an 700 milliards d'euros. Placé aux premières loges, Rémi Fourrier, le directeur d'AHDB France, l'organisme de promotion de l'agriculture britannique, exprime une grande satisfaction à la suite de la ratification du traité de 1 200 pages par le Parlement britannique. Il ne cache pas qu'un « no deal » aurait signifié la réapparition des droits de douane et provoqué un renchérissement significatif des 10 000 tonnes de viande bovine et des 35 000 tonnes de viande ovine que la France importe chaque année du Royaume-Uni. « Je pense que cela aurait signifié la fin du rayon consacré à l'agneau dans la grande distribution », assure-t-il. De son côté, Francis Fauchère, patron d'Eurodis et président du Pavillon de la viande, à Rungis, est totalement sur la même longueur d'onde. Selon lui, un Brexit sans accord aurait perturbé le marché parisien qui reçoit parfois quotidiennement près de 4 000 à 5 000 agneaux par jour, provenant pour la plupart d'outre-Manche. « Personnellement, indique-t-il, mon rayon agneau est 100 % britannique. Des droits de douane en plein tarif, cela peut signifier une majoration de 2,95 €/kg assortie d'une somme représentant 12 % de la valeur d'échange du kilogramme. Dans ces conditions, le consommateur n'aurait pas suivi et se serait dirigé vers d'autres produits. L'agneau de Nouvelle-Zélande n'aurait pas pu compenser cette absence. D'une part, il est soumis à des quotas et d'autre part, il n'offre aucune flexibilité. Il lui faut quatre semaines pour arriver en France contre 24 h pour un

agneau français. Nous n'avions pas d'alternative réelle, même si les Espagnols se montrent intéressés par ce marché. »

Au-delà de l'obstacle des droits de douane, Francis Fauchère n'avait aucune intention de revenir à la situation d'avant le 1^{er} janvier 1993 (date d'entrée en vigueur du marché unique) qu'il a connue au début de sa carrière. Un service des douanes trônait alors au milieu du secteur des fruits et légumes dans le pavillon C3. Les poids lourds étrangers s'y rassemblaient et les grossistes pouvaient en extraire leur marchandise après que les douaniers aient fait sauter les plombes des serrures de remorque. Francis Fauchère se souvient ainsi d'avoir rempli des tonnes de papier pour satisfaire aux démarches administratives. À l'époque, avant l'épisode de la « vache folle », le pont entre le Royaume-Uni et la France était dynamique et il n'était pas rare de voir quotidiennement 80 à 90 poids lourds rassemblés dans cet endroit. « Nous n'avions déjà plus à payer des droits de douane, se rappelle-t-il, il fallait simplement s'acquitter des montants compensatoires correspondant à un rattrapage des écarts monétaires. »

UN RALENTISSEMENT DES TRANSPORTS

Même si le spectre du retour des droits de douane est aujourd'hui envolé, la partie administrative se complique singulièrement. Le traité entre le Royaume-Uni et l'UE a été négocié avec un accès au marché de l'Union européenne sans droits de douane, ni quotas. Il n'exclut cependant pas les formalités douanières. Une déclaration en douane est ainsi imposée à l'importation comme à l'exportation. Plus ennuyeux, des certificats sanitaires ou phytosanitaires sont désormais exigés pour accompagner les importations d'alimentation ou d'animaux vivants. Ces conditions valent naturellement dans les deux sens. Pour compliquer le tout, la Grande-Bretagne s'est affranchie de son appartenance au marché intérieur européen et à l'Union douanière, ●●●



L'agneau britannique est très présent sur le Marché de Rungis.



●●● mais l'Irlande du Nord (Ulster) reste au sein de cette dernière communauté et n'est donc pas concernée par ces formalités douanières. Cette mesure faisait partie des conditions non négociables portées par le gouvernement britannique qui refusait l'idée de rétablir une frontière en Irlande. Selon le traité, l'Ulster peut donc exporter librement, mais ne doit pas abuser de cette prérogative en devenant une tête de pont du commerce international. Cette situation pourrait réorganiser les flux irlandais (voir encadré p. 20). En attendant, la mise en place du Brexit aux frontières a été parfois laborieuse occasionnant des retards particulièrement sensibles dans le secteur des produits de la mer. À la mi-janvier, les pêcheurs écossais ont protesté contre ces blocages administratifs en manifestant dans les rues de Londres. Cette désorganisation est moins perceptible sur le marché français. Sur le Marché de Rungis, on évoque çà et là quelques incidents, sans plus. Il faut aussi reconnaître qu'en début d'année, la période était idéale pour un rodage car les échanges ont tendance traditionnellement à ralentir. Cette tendance a été encore accentuée par le contexte épidémique encore plus aigu en Grande-Bretagne. Par ailleurs, il faut savoir que durant la crise de la Covid 19, le Royaume-Uni a dû faire face à une demande intérieure alimentaire significativement accrue. Une part importante de la population en effet habituée à voyager régulièrement hors des frontières est restée sur place une bonne partie de l'année. Enfin, les importations britanniques sont moins sollicitées en raison de la mise à l'arrêt de certains marchés français, notamment celui de la restauration.

D'aucuns toutefois aimeraient bien se projeter dans l'avenir pour observer l'évolution du trafic. Ainsi, à la Marée, la présidente du pavillon, Véronique Gillardeau, préfère attendre pour se prononcer : « Actuellement, avec les ports écossais on travaille en A pour B (expédié le jour, livré le lendemain), si on passe à A pour C (expédié le jour, livré le surlendemain), cela deviendra plus compliqué. Mais, dans notre métier nous avons l'habitude de nous adapter. C'est ce qui fait notre quotidien. »

Responsable d'une grande maison ostréicole française, Véronique Gillardeau détient également un parc à huîtres en Grande-Bretagne. Elle assure que pour l'instant le Brexit ne lui pose aucun problème à ce niveau.



À l'époque, avant l'épisode de la « vache folle », le pont entre le Royaume-Uni et la France était dynamique et il n'était pas rare de voir quotidiennement 80 à 90 poids lourds rassemblés au pavillon C3.

LA QUESTION DE LA PÊCHE CONTINUE DE SUSCITER DES INTERROGATIONS

Le Brexit représente aussi pour les entreprises un nouveau poids financier. Les déclarations en douane, les certificats vétérinaires ou phytosanitaires ont non seulement tendance à ralentir le trafic, mais ils génèrent aussi un surcoût des importations avec la rétribution du temps supplémentaire de mobilisation des chauffeurs, le prix des actes vétérinaires. Pour Rémi Fourrier, ce phénomène jouerait de manière très marginale sur les tarifs : « près d'un centime au kilo ». Francis Fauchère se montre plus nuancé : « On est proche de cette somme si on considère qu'il s'agit d'un camion plein ; mais c'est rarement le cas. En matière d'importation, il faut compter un supplément de 500 €/poids lourd (300 € à la charge de la partie britannique et 200 € pour la partie française). Il faut aussi considérer qu'on paie à la ligne de nomenclature de marchandise. S'il ●●●

Rungis et le Brexit

Les exportations représentent près de 10 % du chiffre d'affaires du Marché de Rungis, soit près d'un milliard d'euros. Selon les observateurs, le marché britannique absorberait 10 à 15 % des ventes du marché parisien. Il s'agit essentiellement de fruits et légumes (23 000 tonnes), mais aussi des produits laitiers (3 000 tonnes). Les importations du Royaume-Uni vers Rungis représentent près de 32 000 tonnes selon une étude menée par la Semmaris en 2018. Il s'agit en majorité de produits carnés, dont 4 000 tonnes de produits tripiers et 10 500 tonnes de découpe de viande. La viande d'agneau est largement majoritaire, mais on trouve aussi sur le Marché du bœuf britannique, le plus souvent des races haut de gamme comme l'angus. La Marée importe aussi depuis le Royaume-Uni près de 6 000 tonnes de produits, soit un peu plus de 6 % des produits traités dans le pavillon, notamment des denrées en provenance des ports écossais (langoustines, homards, tourteaux, Saint-Jacques).

Les exportations représentent près de 10 % du CA du Marché de Rungis, soit près d'un milliard d'euros.


Angys[®]
 POIRE D'EXCELLENCE

Angys[®] est une poire unique.
 Elle révèle des arômes intenses et se conserve très bien. Produite en France, Angys[®], plus qu'une poire, un délice !



www.angys.fr  

Faites entrer
 l'excellence
 dans votre rayon !



« y a de nombreuses nomenclatures en présence, c'est plus cher. S'il y a une décision de contrôle vétérinaire il faut ajouter 80 €... » Cependant, Francis Fauchère estime que ces nouveaux coûts ne sont pas de nature à déséquilibrer le marché de l'importation de viande anglaise.

Dans le secteur de la mer où l'approvisionnement est lié à une ressource naturelle, le Brexit soulève plus d'inquiétude. Comme beaucoup de professionnels de la Merée, à Rungis, Véronique Gillardeau se montre plus inquiète sur le long terme et l'avenir de la pêche française. Même si elle a la volonté de toujours privilégier l'approvisionnement national, elle n'est pas certaine de pouvoir maintenir cette position dans cinq ans si les pêcheurs français perdent progressivement leur accès aux eaux britanniques.

À ce stade, les pêcheurs apparaissent en effet comme les premières victimes du traité. Le thème de la pêche a été une des principales pierres d'achoppement des négociations, même si l'enjeu économique de cette activité ne représente que moins de 1 % des échanges entre l'UE et le Royaume-Uni. Le gouvernement britannique affichait la ferme volonté de retrouver la maîtrise de ses eaux territoriales (voir encadré p. 23) et s'il a dû mettre de l'eau dans son vin pour éviter le



Rungis importe chaque année près de 6 000 tonnes de produits de la mer en provenance du Royaume-Uni.

« no deal », il a tout de même obtenu que les quotas de pêche attribués aux pays de l'Union européenne dans ses eaux territoriales soient réduits de 25 % en cinq ans et demi. Au-delà de cette période, le Royaume-Uni se réserve le droit de réexaminer la situation. Dimitri Rogoff, président du Comité des pêches de Normandie, se déclare néanmoins rassuré par l'accord, car un « no deal » aurait purement et simplement interdit l'accès des pêcheurs français aux eaux poissonneuses britanniques. Il reste toutefois préoccupé par l'avenir : « Nous avons un délai, cela nous laisse le temps de nous adapter. Mais la mise en place du plan de sortie de flotte proposé par le gouvernement n'est pas franchement rassurante. C'est le long terme qui me fait peur. Comment conserver un accès gratuit à la ressource ? »

Depuis quelques années, la pêche française relève la tête. « Tous les voyants sont au vert pour la pêche normande, assure Dimitri Rogoff. Des jeunes de 20 ans parviennent à se mettre des crédits de 2 M€ sur le dos pour s'acheter un bateau. » Une quarantaine de bateaux de pêche neufs seraient ainsi présents dans les ports normands. La différence est aujourd'hui moins marquée entre les petits bateaux de pêche côtière et les grands chalutiers hauturiers. La nouvelle génération de navires est constituée de bateaux de ●●●



L'Irlande pourrait retrouver le chemin de la mer

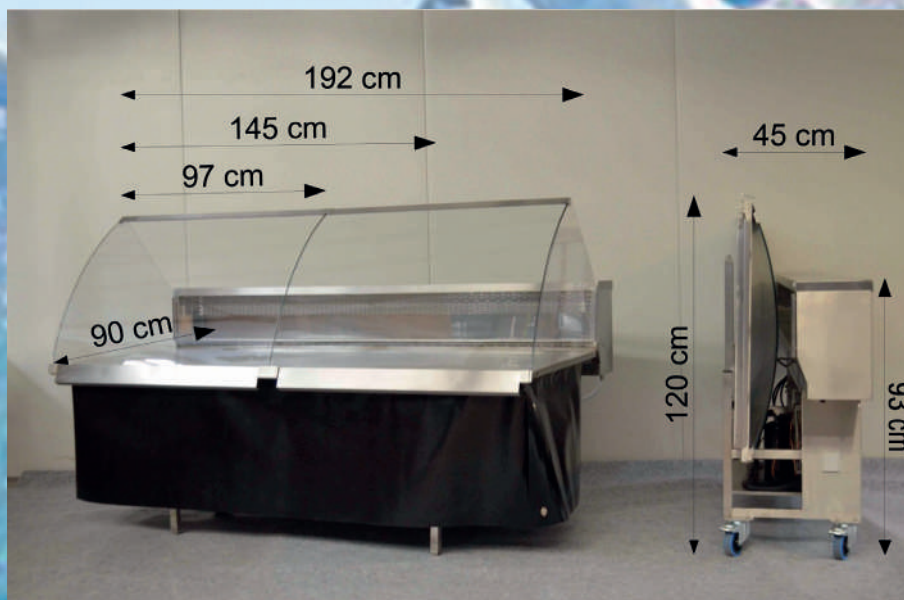
Stena Line vient d'affecter un ferry neuf de 215 mètres de long, le Stena Embla, au trafic entre Rosslare et Cherbourg.

Les producteurs de l'île, côté république irlandaise comme côté Ulster, avaient jusqu'à présent tendance à employer le chemin dit terrestre (landbridge) pour acheminer leurs marchandises vers la France. Après un court chemin maritime vers l'Angleterre, le fret était expédié vers le tunnel sous la Manche. Mais désormais, avec l'engorgement dû aux

formalités mises en place à Douvres, le landbridge ne représente plus forcément le plus court chemin, ni le plus simple. En outre, toute l'Irlande échappe aux contrôles douaniers dans ses relations avec l'Union européenne. Aussi beaucoup d'acteurs de l'île auraient-ils tendance aujourd'hui à employer la voie maritime pour rallier l'Hexagone. Ainsi,

la compagnie Stena Line vient-elle de réagir en affectant un ferry neuf de 215 mètres de long, le Stena Embla, au trafic entre Rosslare et Cherbourg. Initialement, ce navire devait venir renforcer la ligne Belfast Liverpool. Une autre compagnie DFDS vient pour sa part de créer une ligne de fret entre Dunkerque et l'Irlande. D'autres initiatives sont en projet.

VITRINES RÉFRIGÉRÉES PLIANTES



WWW.ELITE-FROID.COM

arctica2010@hotmail.fr

01 48 49 55 36



© John Redman/Unsplash



Les harengs, abondants en mer du Nord, voient leurs quotas très convoités par les pêcheurs européens.

© Thomas Millot/Unsplash

- taille intermédiaire, plus larges, plus confortables et surtout plus polyvalents. Ils sont capables de passer de la pêche côtière aux expéditions hauturières au nord de la Grande-Bretagne. « Nous avons calculé qu'à terme, ces navires normands seront impactés de 20 % sur les espèces qu'ils pêchent sous quotas, assure Dimitri Rogoff. Au final, nous prévoyons une baisse de 8 % de nos volumes de capture. »

LES ÎLES ANGLO-NORMANDES DÉJÀ EN ÉBULLITION

Le président du Comité des pêches de Normandie s'inquiète également de la vision libérale des Britanniques en ce qui concerne la pêche. Il craint que, à terme, les énormes quotas de la mer du Nord soient marchandisés et mis aux enchères. « Cela favoriserait une mondialisation de la pêche déjà bien engagée qui va à l'encontre de notre conception de l'activité », note Dimitri Rogoff. Ainsi, il n'est pas rare de croiser dans la zone de pêche tant convoitée des chalutiers sous pavillon britannique, avec un armement néerlandais ou canadien et un équipage philippin.

À terme donc, les pêcheurs français redoutent de ne plus avoir accès à la ressource considérable que représentent les eaux britanniques. « Va-t-on continuer à investir dans des bateaux alors que le

« Tous les voyants sont au vert pour la pêche normande.

Des jeunes de 20 ans parviennent à se mettre des crédits de 2 M€ sur le dos pour s'acheter un bateau. »

gouvernement français évoque déjà une prime à la casse ? », s'interroge le président du Comité des pêches de Normandie. Mais déjà ce dernier est appelé à se pencher sur le dossier beaucoup plus brûlant, celui de la pêche dans la zone des îles anglo-normandes autour de laquelle près de 155 bateaux français ont l'habitude de mouiller leurs filets ou

leurs casiers. La répartition des zones de pêche dans ce secteur était régie depuis 2000 par le traité de la baie de Granville. Cet accord qui préservait l'harmonie dans l'archipel entre pêcheurs anglais et français n'a plus cours depuis la mise en place du Brexit. Le gouvernement français dispose désormais de 120 jours depuis le début de l'année pour négocier avec les Britanniques le maintien du traité. Pour autant, les autorités de l'île de Jersey ont décidé de ne pas maintenir le *statu quo* en attendant la fin des négociations. Elles ont dressé une liste qui comprend seulement 57 chalutiers français autorisés à pêcher dans ses eaux territoriales depuis le 17 janvier.

Comme nous pouvons le constater, tout n'est pas définitivement réglé dans les modalités du Brexit. Le diable se cache dans les détails et les autorités françaises devront encore ferrailer dans leurs négociations avec les Britanniques pour mettre en place les conditions pérennes d'un échange commercial équitable.



Les eaux britanniques tant convoitées

L'atout maritime demeure aujourd'hui encore un des atouts majeurs du Royaume-Uni. La zone maritime exclusive de ce pays représente 756 000 km² et dispose de surcroît d'eaux très poissonneuses. À titre de comparaison, la France métropolitaine ne détient que 245 000 km² de zone maritime exclusive, l'Espagne 289 000 km².

Les pêcheurs britanniques qui ont voté à 92 % pour le Brexit contestaient le partage de cette ressource importante avec leurs collègues de l'UE. Un rapport d'information sur la pêche européenne dans le contexte post-Brexit, réalisé en juin par les députés Jean-Pierre Pont et Pierre-Henri Dumont, semble leur donner raison puisqu'il souligne que « sur la période 2012-2016, la pêche européenne dans les eaux britanniques est 8,4 fois plus importante en volume de débarquements que la pêche britannique dans les eaux des autres États membres. Parallèlement, les Européens réalisent dans les eaux britanniques des revenus 4,9 fois plus importants que les Britanniques dans les eaux des autres États membres. »

La France est à cet égard largement dépendante de l'accès à cet espace maritime. Elle y réalise 24 % de ses volumes de pêche et 19 % de son CA. On comprend dès lors l'inquiétude des pêcheurs français concernant l'avenir de leurs captures en mer du Nord.

Retrouvez FRAIKIN au sein du M.I.N de Rungis !



📍 12 Avenue de la Cité, 94550, Chevilly Larue

☎ 01 46 87 31 10

🕒 7H30 - 18H30

✉ u205@fraikin.com

👤 Yann LUCAS : 06 58 80 03 10

Eric MOLLE : 06 20 63 81 69



FRAIKIN
YOU DRIVE. WE CARE



Primland France

45, chemin de Peyrelongue
40300 Labatut – France

Tél. : 05 58 90 09 95

350 producteurs
adhérents de 5 coopératives

10 000
tonnes d'Oscar Green

L'histoire

Le kiwi Oscar a 40 ans ! C'est en 1980 que tout a commencé grâce à quelques dirigeants qui ont souhaité accompagner le développement de la production de kiwi en France d'une signature de qualité. Ce qui a donné naissance à la marque Oscar. Aujourd'hui, cette marque concerne plusieurs bassins de production en France, mais aussi en Espagne, au Portugal, au Chili et depuis peu en Afrique du Sud. Oscar ce n'est pas seulement le kiwi vert, c'est aussi le jaune (Oscar Gold) depuis dix ans, et le rouge. Aujourd'hui, la marque Oscar représente quelque 10 000 tonnes d'Oscar Green et 500 tonnes d'Oscar Gold, origine France. Il est vendu en Asie, au Brésil, en Argentine, aux États-Unis.

Se lancer dans la culture du kiwi nécessite un large investissement au départ. Il faut compter 4 à 5 ans avant que le verger ne commence à produire durablement de l'ordre de 15 à 20 tonnes de kiwis par hectare.



ÉDOUARD BORDES, PRODUCTEUR

Du kiwi Oscar dans l'Adour !

Entre Salies-de-Béarn et Peyrehorade, à Leren, Édouard Bordes cultive un verger de 6 hectares de kiwis Hayward sous la marque Oscar et 30 ares de mini kiwis Nergi.

À 41 ans, il a repris l'exploitation de ses parents qui élevaient des blondes d'Aquitaine et cultivaient du maïs semence. Il vient d'obtenir le label HVE (Haute valeur environnementale). « Je ne désherbe pas mes vergers depuis des années et le kiwi est une culture très propre. On ne disperse que du cuivre autorisé en bio pour lutter contre la fameuse bactérie PSA. » C'est sa mère qui a lancé la première la culture du kiwi à Leren.

Arrivé en 2001, après un BTS agricole et un stage de six mois en Nouvelle-Zélande, Édouard Bordes a développé les vergers de kiwis, fruit emblématique de l'Adour depuis les années 1970. Quelques techniques de culture en poche, il a fortifié l'exploitation et planté jusqu'à 6 hectares de kiwi vert Hayward en IGP Kiwi de l'Adour et Label Rouge. L'ensemble de sa production est commercialisé par le bureau de vente Primland qui rassemble les fruits de tout le groupe coopératif. Et la totalité de ses fruits revendique la marque premium Oscar, propriété depuis 40 ans de Primland.

« LA MARQUE OSCAR EST UN GAGE DE QUALITÉ »

Avec la marque Oscar, Édouard Bordes estime que cela lui permet de faire connaître sa production, « c'est une marque gage de qualité qui s'ajoute aux démarches d'IGP et de Label Rouge ». Pour récolter en Label Rouge, le taux de sucre est supérieur à la normale et doit atteindre les 6,7 °B contre 6,2 °B habituels. « Les fruits sont aussi plus gros et avoisinent le calibre 33, soit un fruit de 100 g. »

La récolte se déroule chaque année en novembre avec le risque de gelées automnales. Pour identifier au mieux le moment de la récolte, Édouard Bordes effectue des prélèvements de fruits et teste le degré de sucre. Cela lui permet d'avertir la coopérative et le bureau de vente Primland de l'imminence de la récolte et de rentrer dans le calendrier d'apport de la coopérative. « Tout est une question de timing. Plus on récolte tard, plus le fruit est chargé en sucre. Si la récolte est effectuée trop tôt nous risquons des problèmes de conservation par la suite », précise Édouard Bordes. Une fois



Édouard Bordes.

récoltés, les kiwis sont envoyés le jour même à la coopérative où chaque lot est identifié par son verger et la date de sa récolte. Les fruits attendent par la suite une journée avant d'être conservés en chambre froide et être calibrés pour la vente. C'est le stade de l'affinage qui diffère selon chaque parcelle. Tous les 15 jours, la maturité du fruit est vérifiée pour répondre au cahier des charges rigoureux de la marque Oscar. Et dès le mois de décembre, les équipes commerciales du bureau de vente peuvent commencer à traiter les commandes venant de grossistes ou de la grande distribution.

Anne-Solveig Aschehoug



La Bovida

10, avenue de Normandie
94150 Rungis

Tél. : 01 46 87 52 12

60 M€

de chiffre d'affaires

350 salariés

70 commerciaux

L'histoire

Fournisseur des métiers de la charcuterie et de la boucherie depuis 1921, La Bovida s'est imposée comme une référence en matière de services à destination des professionnels des métiers de bouche. Après avoir fusionné en 1925 avec les établissements Godefroy, spécialisés dans les épices, La Bovida a pu développer une large gamme de produits. À partir de 1946, la société a essaimé en France, notamment à Limoges, Marseille, Nice, Bordeaux, Lyon, etc.

Les bouchers, charcutiers et traiteurs sont nos partenaires historiques et le seront toujours. Il s'agit de notre cible principale et ils représentent notre cœur de métier. Nous leur proposons des mélanges techniques et tout le matériel nécessaire à leurs commerces, à l'instar des couteaux ou des trancheurs.



OLIVIER HENNEL, LA BOVIDA

Une saga déjà centenaire

La Bovida traverse les âges et n'a pourtant pas pris une ride. Alors que la société dirigée par Olivier Hennel fête cette année ses 100 ans, retour sur une épopée qui a débuté dans le ventre de Paris.

2021 sera à coup sûr une année à part pour le groupe HEFED et son président Olivier Hennel, 50 ans, qui dirige la société lancée par son grand-père : La Bovida. Cette dernière fête ainsi son siècle d'existence ; un anniversaire qui vient couronner 100 ans de présence aux Halles de Paris, puis au Marché de Rungis, à partir du grand déménagement, en 1969. En 1936, Édouard Laszlo Hennel ou Édouard Hennel devient directeur associé de La Bovida, fondée quelques années plus tôt, en 1921. Le point de départ d'une longue aventure qui s'écrit encore aujourd'hui. La Bovida, qui possède deux points de vente au Marché de Rungis et qui a gardé deux magasins, à La Villette et aux Halles, conserve une identité propre, mais est pilotée par le groupe HEFED, faisant office de maison mère. En 2015, Olivier Hennel a créé cette entité pour réunir les différents services supports de ses sociétés. Outre La Bovida, l'homme dispose également de Nagot & Busignies, société rachetée en 2011 et diluée dans La Bovida cette année ; du fabricant d'épices Epicea en 2015 ; du réseau de boutiques Toc en 2017 et de l'entreprise Papiers Service, en 2018.

« La Bovida ne propose pas moins de 10 000 références. On y trouve tout ce que l'on peut trouver chez un boucher-charcutier, notre cœur de métier avec les traiteurs, que cela soit en boutique ou dans un laboratoire », se félicite Émilie Soustre, directrice marketing du groupe HEFED. Parmi la multitude de produits présentés, on trouve ainsi des mélanges d'épices pour les préparations charcutières, des emballages (barquettes, papiers alimentaires, etc.), des vitrines réfrigérées, mais aussi du matériel de cuisine (fours, trancheurs, etc.) ou encore des ustensiles comme les couteaux, les fouets et les culs-de-poule. « La gamme de produit la plus représentée n'est autre que l'emballage », révèle Émilie Soustre. La croissance de La Bovida impose le respect. Depuis la fusion de cette dernière avec Nagot & Busignies, Olivier Hennel et ses équipes disposent d'un réseau de 23 magasins. Pas moins de 70 commerciaux (sur 350 salariés) assurent le développement de l'entreprise. Malgré son imposante taille, La Bovida cultive une relation étroite avec ses



Olivier Hennel, président du groupe HEFED.

clients des métiers de bouche. Au Marché de Rungis, ce lien se renforce davantage. Les bouchers, charcutiers et traiteurs, qui représentent 75 % du chiffre d'affaires de La Bovida, n'ont jamais perdu l'envie d'arpenter le Marché de bon matin.

Les deux points de vente rungissois de La Bovida font ainsi office de lieux de rendez-vous. « Rungis est un monde à part, assure Émilie Soustre. Nous avons une clientèle qui recherche de la proximité, qui vient plus régulièrement et qui connaît chaque vendeur. » Considérant ce lien comme un atout, La Bovida entend bien le cultiver. Lorsque la crise sanitaire s'estompera, la société compte célébrer comme il se doit son centenaire. Un nouveau catalogue général a été dévoilé et, durant l'année, différentes animations et des jeux concours seront organisés.

Mickaël Rolland



Le kiosque Du Pain et des Roses

1, place d'Estienne d'Orves
75009 Paris

L'histoire

Le kiosque Du Pain et des Roses a commencé son activité au début du mois de juillet. Mais c'est une aventure qui a commencé en 2017, quand l'association destinée à former des femmes en réinsertion au métier de fleuriste a été créée. « Nous formons aujourd'hui environ 15 femmes par an, des promotions de 3 personnes tous les deux mois. Nous travaillons actuellement à pouvoir créer, à horizon 2022, un CQP ou un CAP pour nos élèves. » explique Nicolas, dirigeant de l'entreprise sociale, laquelle a été fondée en 2018 pour financer l'association grâce à des activités événementielles majoritairement, et puis le kiosque. Nicolas a répondu à un appel d'offres de la Mairie de Paris qui souhaitait recycler une dizaine d'anciens kiosques à journaux avec des activités à vocation écologique. Le nom, Du Pain et des Roses, vient du poème de James Oppenheim, qui raconte que pour bien vivre, chacun a besoin de pain, de se nourrir pour survivre; mais chacun a aussi besoin de roses, de beauté, de créativité, de superflu.

Il est en train de se passer dans la fleur ce qui s'est passé dans l'alimentaire : les gens privilégient l'origine et la saisonnalité des produits qu'ils achètent.



INA ET NICOLAS, ACHETEURS

Du Pain et des Roses, le fleuriste différent

Grâce au kiosque Du Pain et des Roses, des femmes en réinsertion sont formées au métier de fleuriste avec le respect éthique de la qualité locale et saisonnière. Le kiosque, inauguré à la mi-2020, est la vitrine d'une nouvelle génération écologique et solidaire.

« Notre concept c'est de ne proposer que de la fleur française, et qui n'a pas voyagé en avion, donc du point de vue de l'offre, nous sommes tributaires de la saisonnalité, explique Ina, responsable du kiosque Du Pain et des Roses. En hiver, il n'y a pas grand-chose, du mimosa, des renoncules... du coup, on essaie de compléter avec des fleurs séchées, très tendance en ce moment, en attendant la belle saison et beaucoup plus de variétés à proposer. » Le format kiosque n'est pas si simple à gérer, même si c'est très sympathique et attrayant, c'est difficile d'avoir accès à l'eau, à l'électricité, aux toilettes... « Pour un métier qui nécessite de l'eau en permanence, nous travaillons encore avec des bidons que nous remplissons au square d'à côté. Heureusement, nous sommes tout une équipe », reprend Ina.

FLEURS SÉCHÉES ET LOCALES

Les approvisionnements se font à Rungis pour l'essentiel. « Nous y allons tous les mardis et les jeudis pour faire les courses, précise Nicolas, dirigeant de l'entreprise solidaire éponyme. Nos fournisseurs sont notamment Philippe Deletoille pour les fleurs séchées, Dumoulin, Vandendael, Karine Venet, Pascal Feuillage, Boucreux, Premium Flowers... pour les fleurs fraîches. » Il y a aussi Halage, qui vient de s'installer pour sa première saison sur l'Île-Saint-Denis, (93) et qui propose aussi de magnifiques fleurs séchées et locales.

Pour sa première Saint-Valentin (et toutes les suivantes), le kiosque n'aura pas de roses à proposer aux amoureux, puisqu'il n'y a pas de roses françaises à cette époque de l'année. Nicolas n'est pas inquiet. « Nous allons proposer d'autres choses, des renoncules rouges, par exemple. Les gens comprennent et apprécient de plus en plus notre démarche, il y a même des clients qui ne sont pas du quartier qui viennent exprès pour nous. Il est en train de se passer dans la fleur ce qui s'est passé dans l'alimentaire : les gens privilégient l'origine et la



Chaque année, l'association Du Pain et des Roses forme 15 femmes en réinsertion.

saisonnalité des produits qu'ils achètent. » Et Ina de compléter, « nous avons été très bien accueillis, dans le quartier, les gens sont bienveillants, nous avons déjà tout un réseau qui suit ce que nous faisons. La situation est parfaite, très passante. Nous ne sommes toutefois pas encore au maximum du potentiel du quartier, qui compte beaucoup de théâtres, lesquels, comme vous les savez, sont toujours fermés. »

Caroline Maréchal

**Dommmage
que le resto
qui marche
le mieux
pendant la crise
ce soit le nôtre.**

Plus que jamais, on compte sur vous.

Cherhe

Faites votre don
sur restosducoeur.org
pour faire barrière
à cette grande épidémie
de précarité.



L'ÉTOILE

1, avenue de Lorraine
MIN de Rungis
945 12 Rungis
Tél. : 01 46 86 93 14



De gauche à droite,
Christophe, Nadège Carlu,
Thierry Gioan et
le chef Nicolas Glet.

L'Étoile scintille à Rungis

Les associés qui ont repris L'Étoile en 2017 ont fait évoluer les prestations et le cadre tout en préservant les points forts qui ont fait le succès de cette institution du Marché.



L'Étoile est réputée pour sa convivialité et accueille de nombreux amateurs de champagne. La maison propose notamment les marques Deutz, Ruinart, Mumm ou encore La Vieille France. Pour l'occasion, Thierry Gioan passe parfois derrière le bar.

Succéder à François Fave, qui a marqué l'histoire de L'Étoile de sa personnalité pendant 15 ans, s'annonçait comme un rude défi pour les repreneurs. C'est pourtant ce qu'ont réussi à faire avec brio les associés qui ont repris l'affaire en 2017, Pierre Ekmen et Thierry Gioan, qui assurent aujourd'hui l'exploitation de l'établissement. « Il est vrai que François a beaucoup œuvré au rayonnement et à la convivialité de L'Étoile », reconnaît ce dernier. « Les deux années pendant lesquelles il est resté après avoir cédé l'affaire nous ont aidés à prendre nos marques et à nous imprégner des codes propres à l'univers de Rungis. »

Cuisinier de formation et ancien directeur d'établissement, le nouvel exploitant est loin d'être un novice dans la restauration. « En

sortant de l'école Ferrandi en 1987, j'ai travaillé dans différents types de restaurants, de la brasserie à l'étoilé, avant d'entrer dans les années 1990 chez Générale de Restauration, devenu Elios », raconte Thierry Gioan. Son expérience la plus marquante demeure son passage aux restaurants du BHV Rivoli, où il entre comme chef de partie. Il en sortira cinq ans plus tard après avoir pris la tête d'une unité servant plus de 1 200 couverts par jour. Après un détour par la distribution et la sécurité, l'ancien chef revient ainsi à ses premiers amours professionnels.

Depuis leur arrivée, les nouveaux propriétaires ont veillé à ne pas bouleverser une affaire devenue l'une des institutions de la restauration sur le Marché. « L'équipe en place a été conservée, notamment Nicolas Glet aux cuisines



Les grillades au feu de bois sont une exclusivité du restaurant.

et Christophe au restaurant. Nous avons par ailleurs embauché Nadège Carlu comme directrice et Marco comme barman, qui connaissent bien la clientèle et les usages du marché», explique Thierry Gioan.

LA GRILLADE AU FEU DE BOIS EN EXCLUSIVITÉ

Les valeurs sûres de la carte sont particulièrement choyées. C'est le cas en particulier des grillades au feu de bois, qui sont une exclusivité du restaurant à Rungis. «*Nous veillons particulièrement à la qualité des viandes françaises et étrangères, avec des fournisseurs comme MAG, Deplanche et Nadaud-Delahaye qui sont de véritables partenaires*», détaille Thierry Gioan. Les fruits de mer (huîtres fines de claires et Gillardeau, langoustines, crevettes bio de Madagascar, etc.), autre point fort de l'établissement, sont également surveillés de près. Assiettes et plateaux sont des inamovibles de la carte. S'il n'y a pas eu de révolution, la carte permanente s'est enrichie de quelques spécialités venues compléter les fameux « œufs cocotte aux scampis » et autres « terrines au foie gras maison ». «*Nous proposons maintenant un saumon fumé maison, élaboré dans notre propre fumoir*, explique Thierry Gioan. *Nous avons aussi beaucoup travaillé sur la variété des plats du jour. L'Étoile dispose d'une importante clientèle d'habitues, à la brasserie comme au restaurant. Il était très important de pouvoir leur proposer chaque jour des plats différents, avec la même exigence dans la préparation.*» Les plats sont fabriqués à base, bien sûr, de produits frais du Marché, dont le patron a conscience d'être un ambassadeur.

Les dirigeants de l'établissement ont également eu à cœur de clarifier l'offre proposée au restaurant et à la brasserie. «*Nous l'avons*

simplifiée et harmonisée, en conservant deux cartes bien distinctes, l'une pour la brasserie avec des formules spécifiques à 13,50€ et 17€, et l'autre pour le restaurant.» Pour autant, les clients de la brasserie ont accès, s'ils le souhaitent, à la carte du restaurant. «*Certains clients préfèrent en effet l'ambiance plus animée de la brasserie, tout en voulant avoir accès aux plats du restaurant. Cela fait partie des particularismes du Marché.*»

LA VENTE À EMPORTER, TROISIÈME PILIER

Dès avant la crise sanitaire, Thierry Gioan avait commencé à repenser la vente à emporter, le troisième pilier de L'Étoile. «*L'offre est aujourd'hui très large, entre sandwiches froids, chauds (hot dog, croques), salades, burgers et un ou deux plats du jour*», détaille le patron. «*C'est un poste important, qui pèse près de 20% du chiffre d'affaires et nous a permis de maintenir une activité appréciable pendant les confinements. Je souhaite développer ce poste et y proposer d'autres produits de snacking chauds et qualitatifs*», avance-t-il. De quoi occuper Nicolas Gilet et son équipe qui jonglent entre trois postes en cuisine, la cuisine centrale pour la brasserie et le restaurant, la grillade et la vente à emporter.

Figure de proue de L'Étoile, la salle de restaurant a été entièrement rénovée en juin dernier et offre une ambiance plus claire et plus cozy, avec un nouveau bar d'accueil. «*Les extérieurs ont aussi été toilettés et nous venons de reprendre les enseignes avec un nouveau graphisme. Nous allons poursuivre la rénovation cette année avec le bar.*» Un bar qui piaffe aujourd'hui d'impatience à la perspective que les habitués de L'Étoile viennent s'y accouder prochainement à nouveau.

B. C.

Des contraintes strictement appliquées

Comme tous les autres établissements de Rungis, le restaurant et la brasserie de L'Étoile bénéficient depuis le mois de novembre dernier d'un régime dérogatoire les assimilant à la restauration d'entreprise et aux routiers, à la suite d'une demande transmise en bonne et due forme par le Marché de Rungis à la cellule interministérielle de crise (CIC). À ce titre, l'accès y est réservé aux salariés du Marché de Rungis et aux acheteurs et les usagers y sont soumis à un protocole sanitaire strict. «*Je peux témoigner que des contrôles sur le respect de ces règles sont effectués quotidiennement par la brigade de surveillance générale du marché*», assure Thierry Gioan. «*La mise en œuvre de ces règles, auxquelles nous avons réfléchi en commun avec les autres établissements du Marché, réclame de notre part une vigilance de tous les instants et nous contraignent parfois à être fermes avec les clients. Mais à partir du moment où on a accepté ces règles, il nous faut les appliquer*», poursuit-il.

L'établissement, qui s'étend sur près de 400 m², ne peut accueillir actuellement que 80 couverts, contre 160 en temps normal, et compte trois employés en chômage partiel. «*Mais j'ai bien conscience que d'autres sont plus à plaindre. C'est un service public que nous assurons aujourd'hui.*»

Ses fournisseurs

À RUNGIS

Avigros, Deplanche, MAG, Nadaud-Delahaye, Ovimpex, Canterel pour les viandes, **Platinum Seafood et Blanc** pour la marée, **PNL et Vinas** (entre autres) pour les fruits et légumes, **ABC Peyraud** pour la crèmerie, **Le Delas et Bistrot Cash** pour les produits d'épicerie et softs.

La Manche

Un terroir abondant
entre mer et terre



he

Riche de ses activités agricoles et maricoles, la Manche offre une grande pluralité agroalimentaire. Les différentes techniques de production dans l'élevage, le maraîchage, l'artisanat et la pêche ont permis au département normand de développer plusieurs signes officiels de qualité.

La Manche est un emblème de diversité agroalimentaire. Ce département bordé par la mer sur 350 km de côtes – d'où provient l'origine de son nom – possède des caractéristiques géographiques et climatiques uniques. L'agriculture est une activité qui réunit 6 % de la population active du département, soit près de 60 000 salariés en équivalent temps plein. La Manche regroupe notamment le plus important troupeau de vaches laitières de France, qui, avec 1,6 milliard de litres de lait produits, représentait en 2017 environ la moitié de la production normande. « *Il y a une forte spécialisation du lait dans la Manche. Cette spécialisation fait que nous avons une demande des consommateurs, c'est un secteur commercial qui se développe. Au nom du bien-être animal, les vaches pâturent et sont élevées en plein air* », assure Pascal Ferey, président de la chambre d'agriculture de la Manche. Implantée à Lessay depuis 1931, la fromagerie Réo fabrique des camemberts, du beurre et de la crème selon la tradition fermière. L'enseigne fondée par Théodore Réaux a rejoint en 2016 la coopérative Les Maîtres laitiers du Cotentin. La fromagerie utilise du lait collecté auprès d'une cinquantaine d'exploitations, situées dans le centre de la Manche et le sud du Cotentin. « *Le camembert de Normandie AOP est notre produit phare. Il représente 50 % de notre chiffre d'affaires. Ce camembert a un cahier des charges drastique* », affirme le directeur de Réo, David Aubrée. Ce fromage est fabriqué avec du lait cru issu de vaches normandes (50 % au minimum du cheptel), nourries à l'herbe. « *Les vaches pâturent au moins six mois. En Normandie, il gèle peu donc nous pouvons le faire facilement de mars à septembre. L'herbe est très bonne, sa température se situe entre 15 et 20 °C, mais il faut au minimum deux tiers d'herbe sur la surface d'une ferme* », explique David Aubrée. Le camembert AOP doit se conformer également au cahier des charges lors de la fabrication. « *Lors du moulage, nous mettons une louche toutes les 40 minutes. Il faut quatre heures pour faire un camembert en cinq couches*, précise le directeur. *Chaque moule est retourné à la main l'après-midi. Nous sommes restés très traditionnels, nous avons le respect de la technique et de l'emploi. Si nous mécanisons la production, il y aurait moins d'emplois.* » ●●●

Carottes des sables
Label Rouge.

© Py Lemeur

Alors que les camemberts sous signes officiels de qualité sont principalement originaires du Calvados et de l'Orne, la Manche a historiquement valorisé sa production de beurre, de crème fraîche ou de desserts lactés. Reconnue pour ses camemberts, dont le Gaslonde (avec un lait 100 % race normande), la fromagerie Réo produit aussi du beurre. Ses différentes gammes représentent 30 % de son CA. « *Le beurre de baratte est fabriqué à partir de crème maturée et fermentée avec des bactéries lactiques. Comme à la ferme, lorsque la crème est barattée, elle est lavée et perd de l'eau pour contenir jusqu'à 16 % d'humidité au maximum* », spécifie David Aubrée. Les 70 salariés chargés de la production de cette entreprise, filiale des Maîtres laitiers du Cotentin, confectionnent aussi de la crème normande et du fromage frais égoutté en toile.

La filière viande est un autre fleuron de l'activité agricole manchoise. Premier département français producteur de viande bovine, la Manche a su développer une filière ovine de qualité.

AGNEAU AOP « PRÉS-SALÉS DU MONT SAINT-MICHEL »

« *Il fait partie des rares départements à être le berceau de trois espèces : le Roussin, le Cotentin et l'Avranchin. Ce sont des races qui sont plutôt localisées sur le domaine public maritime, d'où vient le mouton de prés-salés. Une AOP agneau prés-salés du Mont Saint-Michel a été constituée, c'est un signe identitaire fort pour nous* », confie le président de la chambre d'agriculture. L'aire géographique où naissent, sont élevés et abattus ces agneaux AOP s'étend de Saint-Benoît-des-Ondes (Ille-et-Vilaine) ●●●



Parc à huîtres.

© Chambre d'agriculture de Normandie

Fief de la conchyliculture

L'essentiel de la production normande de coquillages est implanté dans la Manche. Les bassins ostréicoles du département produisent trois des quatre crus d'huîtres présents en Normandie : l'huître « de pleine mer » sur le littoral ouest (de la baie de Granville à Gouville-sur-Mer), l'huître de Saint-Vaast et l'huître d'Isigny. « *Nous nous battons aujourd'hui pour avoir une huître AOC, c'est une production majeure et vertueuse qui a un bilan carbone exceptionnel* », note Pascal Ferey, président de la chambre d'agriculture. Fournisseur de coquilles Saint-Jacques de qualité (deux Labels Rouges), la Manche élève également des moules de bouchot et abrite le plus important gisement de pêche française en moules sauvages, au large de Barfleur.

••• à Barneville-Carteret (Manche). Fils et petit-fils d'éleveurs ovins, Roland Salle est à la tête d'un cheptel d'environ 200 brebis à Agon-Coutainville : « Nous faisons une déclaration à l'organisme de contrôle (CERTIS) lors de chaque agnelage. Nous redéclarons ensuite la mise à l'herbe [zone de pâturage, NDLR] sur le domaine public maritime. Il y a 45 jours d'allaitement – pas nécessairement en dehors de l'herbu – puis au minimum 70 jours de pâturage sur le pré-salé. À partir de ce moment, nous pouvons les revendiquer en AOP, mais ils sont ensuite soumis à une commission organoleptique après abattage. » Dans les faits, l'agneau AOP passe la totalité de sa vie dans les herbus à l'exception des périodes de grandes marées. Chaque année, l'état d'engraissement, le poids de l'agneau et la couleur des gras sont contrôlés avant la commercialisation de la viande. Cette viande AOP Prés-salés du Mont-Saint-Michel possède un goût particulier, « ainsi qu'une jutosité élevée et soutenue », estime l'Organisme de défense et de gestion (ODG) de l'appellation. « La majorité des producteurs de prés-salés font du prés-salés, mais pas de l'AOP. Pour le consommateur, c'est toujours du prés-salés. Les mesures écologiques engagées par les producteurs en AOP ne sont suffisamment prises en compte par l'État, ce qui ne les favorise pas spécialement vis-à-vis des éleveurs de prés-salés en conventionnel », regrette Roland Salle, l'un des cinq producteurs en AOP de la Manche.



Le département de l'est de la Normandie a aussi une activité maraîchère très importante. Premier département légumier de la région, la Manche est très productive en poireaux, navets, choux et carottes. Le poireau de Créances bénéficie d'une Indication géographique protégée (IGP), tandis que la carotte des sables de Créances détient un Label Rouge. Cette carotte prend racine dans le sable – dont la texture souple empêche toute malformation – qui lui donne une peau lisse et un corps régulier. Aujourd'hui, une vingtaine de producteurs offrent cette carotte des sables labellisée. « Ce label est très peu utilisé, nous essayons de garder quelques parcelles. Nous en produisons environ 4 500 tonnes par an, mais cela dépend de la qualité du produit. Il faut qu'elle soit visuelle et gustative. Nous avons uniquement cinq variétés de carottes – testées par l'INAO et les consommateurs – qui peuvent faire du Label rouge », expose Philippe Jean, vice-président du Groupement des producteurs de légumes de la Manche (GPLM) et président de l'ODG de ce Label Rouge. Le semis de ces carottes s'opère entre le début mai et la mi-juin, sur lequel du fumier de bovin est émietté afin que le vent ne le détruise pas. Après une irrigation estivale, les carottes sont conservées aux champs tout l'hiver et protégées par de la paille pour éviter le gel. « Cela permet d'arracher les carottes à la commande. L'agrégage se fait au colis, c'est •••



La marque de fruits conventionnels qui fait du bien à la santé et à la planète !

Orlana est la deuxième marque en propre de Banagrumes



Orlana est le porte-parole de nos producteurs de fruits conventionnels, engagés dans une démarche qualité et citoyenne. Notre ambition est de mettre en avant nos producteurs et leurs savoir-faire, satisfaire nos distributeurs, informer et ravir nos consommateurs.

Alain Alarcón
Président de Banagrumes



- ● ● *une carotte qui est toujours d'une fraîcheur optimale. Elle reste vivante tout au long de son cycle », note Philippe Jean. Depuis 2018, les producteurs ne peuvent plus utiliser légalement de dichloropropène. Ce pesticide permettant de combattre les nématodes qui perturbent la pousse de la racine est désormais interdit en France. Afin de perpétuer la culture des carottes des sables, les deux organisations de producteurs (Agrial et GPLM) ont mis en place un plan de lutte quinquennal couvrant 1 000 ha de sable sur la côte ouest. « Ce plan nous oblige à faire une récolte en cinq ans par parcelle. Sur ces cinq ans, nous serons aidés durant deux années par l'État et le FMSE. Nous travaillons avec des bactéries qui régénèrent la vie microbienne du sol et son taux d'humus. Nous réapprenons à travailler, mais nous avons perdu plusieurs hectares et nous n'avons plus les mêmes rendements », confie Philippe Jean.*

PÊCHE ET MAREYAGE

Les activités liées à « la pêche, l'aquaculture et le mareyage représentent près de 4 000 emplois directs dont 2 000 marins », selon le conseil départemental. Dans la Manche, la pêche est concentrée principalement autour des ports de Cherbourg, Granville, Saint-Vaast-la-Hougue, Barfleur et Barneville-Carteret. Ceux de Cherbourg et de Granville bénéficient même d'une criée informatisée. « La criée est l'outil principal du port de pêche. Notre cœur de métier est la mise en marché des produits de la mer : 70 % des apports proviennent de la pêche au large et 30 % de la pêche côtière, expose Séverine Jean, responsable d'exploitation du port de pêche de Cherbourg. Le tri nous permet de valoriser les produits. Celui-ci s'effectue selon l'espèce, le bateau, la taille et le calibre du poisson. » En 2020, la criée de Cherbourg a écoulé environ 565 tonnes de merlan, 433 tonnes de petite roussette et 379 tonnes de tacaud. Des poissons vendus généralement à moins de 1 €. « La criée est multiproduits. Notre force est le poisson et les céphalopodes, mais nous avons aussi des coquillages et des crustacés. Malgré la fermeture des restaurants, la vente des coquillages n'a pas été impactée à la différence des poissons fins comme la sole, la barbu ou le turbot », détaille Séverine



La pêche, l'aquaculture et le mareyage représentent près de 4 000 emplois directs dont 2 000 marins.

© Antoine Soubigou

Jean. Normandie fraîcheur mer (NFM) – le groupement des marins-pêcheurs, criées et mareyeurs de Normandie – a établi une grille de cotations pour classer les poissons mis en vente (Extra, A et B). « Nous allons regarder la peau, la qualité organoleptique... Sur le merlan, nous observons la rigidité de la chair et la différence entre la couleur du dos et celle du ventre. Nous avons essayé d'harmoniser ces pratiques pour faciliter le premier acheteur : le mareyeur », précise Raïssa Tesseron, qualicienne pour NFM. Historiquement, la pêche au large s'étendait sur des périodes de dix jours, allant jusqu'au sud de l'Irlande. « Depuis une dizaine d'années, nous privilégions la qualité. Les rotations se font entre trois et six jours au maximum. La priorité est la qualité et la réduction du temps de marée », livre Sophie Leroy, capitaine d'armement à la tête de quatre chalutiers, dont les produits de la pêche sont vendus à la criée de Cherbourg.

Jérémy Denoyer



Maxime Haupais, jeune producteur de cidre AOP Cotentin.

Cidre AOP et jus de pomme

Couverte par l'Indication géographique protégée (IGP) cidre de Normandie, la Manche bénéficie depuis 2016, de l'Appellation d'origine contrôlée cidre Cotentin. Ce label, validé par l'Union européenne en 2018, lui confère désormais une AOP. « On nous demande d'avoir un minimum de vergers haute tige pour cette AOP, il y a un aspect écologique et environnemental non négligeable, explique Maxime Haupais, producteur à Montreuil-sur-Lozon, dont les pommes sont ramassées au verger des associations de Saint-Lô. La spécificité des cidres fermiers est que la prise de masse se fait naturellement en bouteille. Les levures travaillent encore et transforment le sucre en alcool. » La chambre régionale d'agriculture de

Normandie assure le suivi des vergers (bio, traditionnels et intensifs) et adopte des méthodes viticoles, via des formations d'œnologie proposées aux producteurs, de manière à faire monter en gamme les cidres normands. La production de jus de pomme est également importante dans la Manche. « Les variétés de pommes utilisées sont plus acidulées et sucrées. Elles sont uniquement ramassées à la main, pasteurisées, puis mises en bouteille et encapsulées », résume Maxime Haupais, à propos de sa production. Première région productrice de pommes à cidre, la Normandie exporte d'autres produits issus de la pomme aux États-Unis – où Agrial est implantée depuis 2012 avec sa filiale Manzana – pour fabriquer des compotes, du vinaigre et des jus de pomme.

S'ABONNER à Rungis Actualités

Le magazine du plus grand marché de produits frais au monde



**OFFRE
INTÉGRALE**

11 numéros par an

> Version papier & numérique



Abonnement 2 ans
(22 numéros)

31€ TTC

BULLETIN D'ABONNEMENT

Bulletin à découper et à renvoyer :

Au Cœur des villes : 16, rue Saint-Fiacre 75002 Paris. Tél. : 33 (0)1 42 36 51 02.

E-mail : abonnement@aucoeurdesvilles.fr

Oui, je m'abonne pour 2 ans :

FORMULE INTÉGRALE : 31 € TTC

Magazine mensuel (11 n° par an, soit 22 n°) en version papier + lecture numérique (app et liseuse)

Tarif Union européenne : 41 € TTC

Tarif Autres pays : 51 € TTC

Ci-joint mon règlement de €
par chèque bancaire à l'ordre de ACDV

Signature

Je souhaite recevoir une facture acquittée.

NOM :

PRÉNOM :

SOCIÉTÉ :

FONCTION :

ADRESSE :

.....

CODE POSTAL :

VILLE :

TÉL. :

E-MAIL :

Afin de mieux vous connaître et d'améliorer encore notre magazine, merci de nous indiquer vos centres d'intérêt professionnels :

BAR BRASSERIE RESTAURANT HÔTEL-RESTAURANT

FOURNISSEUR CHR-CHD DISTRIBUTEUR

AUTRES.....

La pomme récolte les fruits de ses démarches vertueuses

La consommation de la pomme est globalement stable. Elle dispose d'une image positive. L'origine devient un critère d'achat primordial.

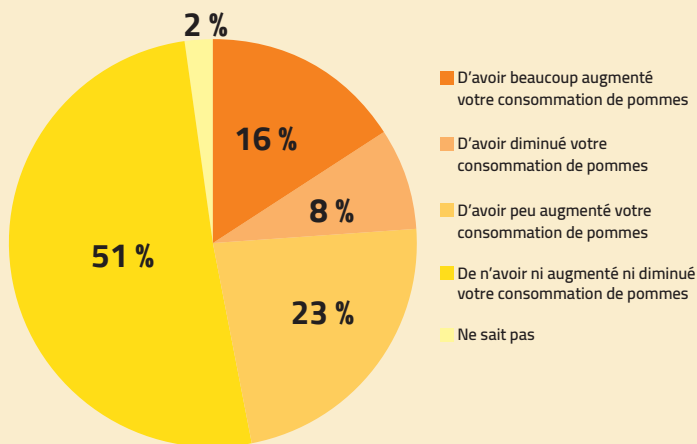
L'image de la pomme reste très positive pour les Français. Plus de neuf consommateurs de pomme sur dix sont satisfaits de la qualité de ce fruit, un taux en nette progression. Dans le détail, tous les voyants sont au vert. La pomme est « un fruit de tous les jours » et « un bon fruit » pour près de 100 % du panel. C'est « un fruit pour les enfants », « un coupe-faim », « un petit plaisir », pour 90 % des consommateurs. Ainsi, la pomme dispose encore d'une image très positive, ainsi que d'une progression très nette de son statut de modernité. Par ailleurs, la consommation est globalement stable. La moitié des consommateurs interrogés estime n'avoir ni augmenté ni diminué sa consommation de pommes (Graph 1). La notoriété des nombreuses variétés évolue aussi favorablement. Et cela se retrouve dans les actes d'achat. Les Français consommaient en moyenne trois variétés différentes en 2014. En 2019, ce sont cinq variétés qui occupent les corbeilles de fruits des ménages. Le trio de tête des variétés les plus connues est composé

de la Golden, la Pink Lady et la Gala. « On constate par ailleurs une progression de la consommation de la pomme au-delà de son statut classique de dessert en fin de repas, en lien avec les nouveaux modes de vie (consommation de fruits au petit déjeuner, progression de la prise des repas hors domicile...). Son utilisation-consommation n'est donc pas limitée à un lieu ou à un moment précis ; bien au contraire », écrit le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (CTIFL). En matière de critère d'achat, la variété et le prix restent en tête, comme en 2014. En revanche, l'origine monte sur le podium et accède à la 3^e place, supplantant ainsi la fraîcheur (Graph 2). « L'origine, qu'elle soit française ou locale-régionale, est un critère de choix important qui va dans le sens du regain d'intérêt pour les produits locaux dans le secteur des fruits et légumes en particulier, et dans le domaine alimentaire en général », constatent les auteurs de l'enquête. Et quand on demande aux Français les caractéristiques qu'ils

privilégient, ils mettent en avant le croquant et le juteux, le sucré et le parfum arrivant en troisième et quatrième positions (graph 3). Autre signe de l'évolution des consommateurs, la notoriété en hausse du label « Vergers écoresponsables ». Cette démarche qui marque l'engagement des pomiculteurs pour des méthodes de production respectueuses de l'environnement et de la biodiversité dans les vergers n'était connue que par 20 % du panel en 2014. Elle l'est désormais par plus d'un tiers des personnes interrogées. « À l'heure où l'intérêt pour les produits locaux, régionaux et français, revient en force, il convient plus que jamais de communiquer sur cette démarche auprès des consommateurs », conclut le CTIFL. Sans nul doute, l'image de la pomme bénéficie de l'efficacité des campagnes de communication et des efforts entrepris par la filière sur la qualité du fruit. **Olivier Masbou**

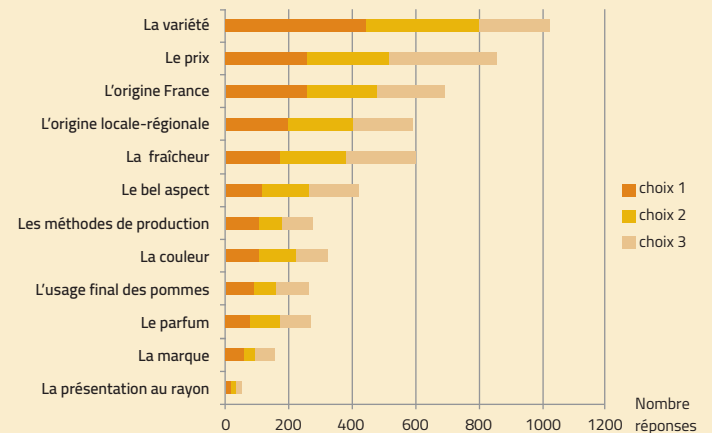
Source : Baromètre la consommation des pommes en 2019 CTIFL, juillet 2020.

Perception de l'évolution de la consommation



Base 2019 : 1934 consommateurs de pommes

L'origine est entrée dans le trio de tête des critères d'achat



Base : 1919 acheteurs de pommes

Image de la pomme en 2019

+ 90 % des consommateurs satisfaits

Stabilité de la consommation pour

51 % des Français



1
OLIVE DU LANGUEDOC
**L'AOC pour l'huile
d'olive**

La famille des huiles d'olive vient de s'enrichir d'une nouvelle appellation d'origine: l'huile d'olive du Languedoc. L'aire géographique couvre une partie des départements de l'Aude et de l'Hérault. L'huile d'olive du Languedoc est composée des variétés ancestrales de la région, lucques et olivière, assemblées aux variétés locales traditionnelles (picholine, amellau, verdale de l'Hérault, clermontaise...). Une seule des deux variétés principales ne peut cependant dépasser 70 % dans l'huile.

Produits traiteurs

2
ORLANA
**Banagrumes
lance une 2^e marque**

Après Bio>Select lancée il y a un an et demi, Banagrumes propose une deuxième marque propre, Orlanda. Réservée aux fruits issus de l'agriculture conventionnelle, Orlanda sélectionne des producteurs dont les exploitations sont toutes certifiées (GlobalGap, Fairtrade, etc.), ou/et engagées en Agriculture raisonnée, Zéro résidu de Pesticides (ZRP), Haute valeur environnementale, signes officiels de qualité et d'origine. L'avocat ZRP du Pérou, la mangue ZRP d'Espagne, la grenade Mollar AOP de Elche sont déjà disponibles.

Banagrumes

3
BIOFASE
**Des couverts
en noyau d'avocat**

La société mexicaine Biofase a mis au point une technologie permettant de transformer les noyaux d'avocat, la production-phare du pays, en matière première alternative au plastique. La résine issue des avocats permet notamment de fabriquer des couverts de cuisine alternatifs à ceux fabriqués en plastique. Issus d'une matière première renouvelable, ils sont également biodégradables. Un sérieux atout à l'heure où sont bannis les consommables en plastique et où la demande de plats à emporter est en forte expansion.

La Corpo, distributeur exclusif

4
BAYONNE
**Jambon sec,
mais de plein air**

Le jambon de Bayonne premium « Plein air » est le fruit de l'association de trois signes officiels de qualité: l'IGP jambon de Bayonne, l'IGP porc du Sud-Ouest et le Label Rouge porc fermier élevé en plein air. Affiné au minimum 12 mois (contre neuf pour le Bayonne « classique »), il est issu de cochons élevés en plein air et nourris sans OGM, sans farine animale, sans huile de poisson et donne un gras blanc plus ferme. Un QR code avec un site associé sera apposé sur les emballages et permettra d'en savoir plus sur la chaîne de production.

Secteur Gastronomie



La truffe, diamant noir très prisé

L'Hexagone demeure le porte-étendard de cet atypique champignon aux incroyables qualités organoleptiques. Mais la production de truffes a fondu comme neige au soleil en quelques décennies, permettant ainsi aux truffes italiennes ou espagnoles de se tailler la part du lion.

En matière de truffes, la France serait-elle déclassée ? À la fin du XIX^e siècle, la France produisait 1 320 tonnes de truffes noires (*tuber melanosporum*). Le Sud-Est était à l'origine de 785 tonnes, soit l'équivalent de 60 % des volumes, avec comme principaux départements de production le Vaucluse, la Drôme, et les Alpes-de-Haute-Provence. Le Sud-Ouest agrégeait 445 tonnes avec une forte représentativité du Lot et de la Dordogne. Le Centre-Ouest produisait, quant à lui, le solde, soit 6,5 %, essentiellement en Charente.

Aujourd'hui, les régions productrices ont légèrement évolué, et la production trufficole a fortement diminué au fil des ans. Une érosion qui s'explique par la quasi-disparition des truffes sauvages, champignons qui aiment une forêt perturbée par l'homme avec un accès à la lumière, non encombrée de mousses, de lichens et de feuilles. « *Les petits métiers de l'entretien de la forêt ont disparu, et avec eux, les truffières naturelles* », commente

Michel Tournayre, président de la Fédération française des trufficulteurs. Ainsi, la France a longtemps produit environ la moitié de la production mondiale de truffes noires, soit 250 tonnes les bonnes années, mais celle-ci est tombée à environ 40 tonnes par an en moyenne dans les années 2000.

De nos jours, la production de truffes se déroule à 80 % dans le Sud-Est avec la Drôme et le Vaucluse, notamment. Une appellation existe d'ailleurs : la truffe noire du Tricastin, avec une aire de production s'écartelant du nord du Vaucluse au sud de la Drôme. Par ailleurs, il y aurait 20 000 trufficulteurs dans l'Hexagone. La France, l'Italie et l'Espagne produisent à elles seules près de 90 % des truffes noires au niveau mondial. La production truffière de l'Espagne dépasse depuis trois ans celle de la France (45 tonnes de truffes récoltées entre 2017 et 2018 contre 30 tonnes pour la France).

M. R.



Le vin qui lui va bien...

La truffe, produit d'exception s'il en est, mérite une escorte digne de ce nom. Pour l'accompagner, nous vous proposons le millésime 2016 du Château Lagrezette (AOC cahors). Puissant et élégant, ce 100 % malbec dispose d'un potentiel de garde de 15 ans.

La poutargue enchante les palais



La poutargue fait saliver les gourmets depuis la Rome antique. En France, on retrouve une dizaine de producteurs présentant ce produit de luxe à quelques tables gastronomiques ou à la vente en direct.

La poutargue, que l'on nomme également boutargue, est un mets délicat peu connu des consommateurs. Véritable « caviar de la Méditerranée », il s'agit d'un produit haut de gamme constitué de poches d'œufs de muets salés puis séchés. En France, c'est une spécialité originaire des Bouches-du-Rhône dont la saveur puissamment iodée emporte le palais. Mais les œufs de muets salés sont connus depuis la période antique. Sous l'Empire romain, on en importait massivement depuis la Grèce. Les rogues (poches d'œufs de muets), avant d'être transformés en poutargue, demandent une fabrication artisanale et

beaucoup de précaution. Chaque pièce est ainsi constituée d'une paire de rogues, jamais dissociés, provenant de muets capturés en Méditerranée. La période de pêche est soumise à autorisation et s'étend de juillet à mars. Au moment de la capture, les femelles pleines sont prélevées et disposées côte à côte, sur le dos. Leurs rogues sont ensuite rincés à l'eau froide, essuyées et « mis au sel ». Les poches sont finalement triées par taille, tandis que le salage leur fait perdre leur eau, « concentre les arômes et favorise la conservation ». Elles perdent alors un tiers de leur poids. Après rinçages, les poches de muets sont ventilées et séchées durant trois jours. Elles sont alors suspendues dans le but de libérer la saveur du produit et de la décupler. La poutargue est alors prête à être consommée. Pour la savourer, les règles de dégustation sont strictes. Il s'agit de découper les poches (généralement enveloppées d'une cire naturelle pour favoriser le transport et la conservation) sans abîmer les œufs en fines tranches à l'aide d'un couteau sans dents. On peut la consommer au naturel ou accommodée dans une assiette de pâtes ; l'association culinaire la plus commune concernant ce produit. **M. R.**



Le vin qui lui va bien...

Le goût iodé de la poutargue trouve un accord heureux dans la cuvée Colline d'Amour (côtes-de-gascogne IGP), constituée à 45% de gros manseng, 20% de petit manseng, 20% d'ugni blanc et 15% de colombar.

La bouche s'ouvre sur des arômes d'agrumes et de poire puis finit sur une note de buis.

La saison s'achève pour la frisée

Les chicorées frisées, qui réunissent notamment la scarole ou la frisée, sont la deuxième famille de salade consommée en frais en France. La frisée, qui a parfois mauvaise presse, est pourtant un produit de choix.

La frisée appartient à la grande famille des salades dont on ne trouve pas moins de 2000 variétés à travers le monde. En France, 275 espèces sont recensées au Catalogue officiel et se répartissent en trois catégories : les laitues à l'instar de la batavia ; les chicorées parmi lesquelles figurent la scarole et la frisée ; ainsi que les petites salades comme la mâche ou le cresson. La chicorée frisée, que l'on appelle communément « salade frisée », ou affectueusement « frisée », est « *une sous-espèce de la chicorée endive* », explique Interfel. La frisée se distingue entre mille avec ses feuilles fines et dentelées dont la couleur évolue du jaune au vert. La production de salade en France est en baisse ces dernières années, mais plus de 16 000 hectares sont encore cultivés dans l'Hexagone pour un volume dépassant les 420 000 tonnes. Sans surprise, le département de la Manche est leader en termes de production, mais il est

talonné par la Seine-et-Marne, le Loiret, le Maine-et-Loire, le Rhône, le Vaucluse, le Gard et les Bouches-du-Rhône ainsi que les Pyrénées-Orientales. Cette production ne satisfait que 92 % de la demande intérieure nationale. La laitue représente environ les trois quarts des surfaces dédiées, contre 25 % pour les chicorées (hors endives). L'Espagne, l'Italie, la France, l'Allemagne, les Pays-Bas et la Belgique sont à l'origine de 83 % des surfaces de laitues et chicorées cultivées dans l'UE ; soit environ 100 000 hectares. La frisée, au détriment d'autres chicorées d'hiver, bénéficie en France d'une hausse de production ces dernières années : quand les volumes de la chicorée frisée augmentent de 8 %, ceux de la scarole affichent un repli de 2 %. En effet, les surfaces consacrées à chacune de ces variétés sont sujettes à variation (+ 4 % pour la chicorée frisée et - 2 % pour la scarole).

M. R.



Le vin qui lui va bien...

L'amertume de la frisée trouvera un subtil écho aux côtés d'un Quincy du domaine Adèle Rouzé. Présentant de traditionnelles notes minérales, ce vin blanc sec dispose d'une structure souple lui permettant de multiples accords.



La déco prend de l'altitude

Quoi de plus réconfortant que le retour au chalet après une journée au grand air en montagne ? Pour recréer ce genre d'ambiance dans son commerce, il suffit de trouver les bons marqueurs.

L'hiver et sa grisaille inclinent à la déprime. Alors pourquoi ne pas changer sa décoration habituelle pour créer une atmosphère montagnarde réconfortante ? Il suffit de quelques détails pour tout changer. Transformer un magasin, un restaurant, un hall d'entrée en chalet accueillant peut faire toute la différence auprès des clients. Pour donner un air de montagne à un intérieur, trois fondamentaux au moins sont à respecter pour que la magie opère.

QUI DIT CHALET, DIT BOIS

Le bois, et plus particulièrement le pin brut et sculpté, constitue la base d'une ambiance de montagne réussie. Outre les meubles, de petits objets dans cette matière feront l'affaire : personnages, suspensions, pommes de pin, miroirs, cadres photos, tableaux... L'essentiel, c'est que le design soit raccord : paysages de montagne, affiches de stations de ski connues, mini-skis, edelweiss, petits cœurs, rennes, marmottes et autres bouquetins...

VITE FAIT BIEN FAIT, LES COUSSINS ET AUTRES PLAIDS

Bannissez les couleurs vives sauf le rouge, et misez sur les teintes douces et claires, les

matières naturelles comme la laine, le lin... La décoration peut changer du tout au tout avec de nouveaux coussins imprimés d'ours, de daims, d'étoiles ou de pics enneigés avec des rideaux assortis. Le tout avec un bon plaid en fourrure bien doux (et synthétique). On peut même aller jusqu'aux chaussons tyroliens en laine bouillie pour parfaire l'expérience. Pour parachever l'ensemble, un tapis à poils longs peut apporter la touche ultime pour se retrouver en altitude. Bien entendu, une cheminée avec bûches (même fausses) serait tout à fait à sa place dans cette ambiance. À défaut, il est très facile de disposer quelques bougies pour une touche de lumière douce et chaleureuse.

À TABLE AUSSI

Dernier pilier pour transformer un espace citadin en chalet douillet, la vaisselle. Assiettes, verres, mugs qui reprennent les grands thèmes montagnards se trouvent facilement et constituent le point d'orgue de ce changement de déco. On trouve même des couverts avec des manches en (fausses) cornes de chamois pour pousser le détail encore plus loin. Enfin, le must, une vieille grolle savoyarde (voir encadré) pour compléter l'ambiance et donner une vraie touche d'authenticité.

C. M.



La grolle, symbole de convivialité montagnarde

La grolle est un récipient en bois pansu servant à boire un mélange de café et d'eau-de-vie. Aussi appelée coupe de l'amitié, elle se compose d'un couvercle sculpté, et comporte plusieurs becs (entre 2 et 8) qui servent à boire à la ronde, entre convives, chacun passant la grolle à son voisin dans un esprit de partage et de réconfort commun. Cet ustensile viendrait de la Savoie et du Val d'Aoste, où les bergers versaient un mélange de café et d'alcool dans leurs sabots (grolla) pour se réchauffer.



Charcuterie sans nitrite Le naturel revient au galop

Industriels et artisans planchent sur les moyens de réduire, voire de supprimer, l'usage de nitrite sur certaines fabrications comme le jambon cuit. Une évolution sensible tant du point de vue sanitaire, technologique que marketing.

La pression s'est encore accentuée ces dernières semaines sur l'utilisation en charcuterie-salaison des sels nitrités, des additifs utilisés dans de nombreuses recettes en vue d'assurer leur bonne conservation. Le député Richard Ramos, rapporteur de la mission parlementaire sur les nitrites qui a rendu ses conclusions le 13 janvier dernier, avait même déposé une proposition de loi en décembre visant à en interdire définitivement l'usage entre 2023 et 2025, pointant du doigt leur responsabilité dans la survenue de cancers colorectaux. Le dépôt a finalement été repoussé, dans l'attente d'un avis scientifique de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation (Anses) qui doit évaluer le lien entre cancérogenèse chez l'homme et l'apport de fer héminique associés aux nitrates via les produits carnés. En attendant, la Fédération française des industriels charcutiers, traiteurs (FICT) défend toujours de pied ferme le principe de l'autorisation de ces sels nitrités dans un certain nombre de recettes au nom même de la sécurité sanitaire. « Il est établi que les nitrites

bloquent la germination des spores de la bactérie C. Botulinum, responsable du botulisme », précise Gilles Nassy, directeur du pôle viandes fraîches et produits transformés du centre technique IFIP. « Les nitrites ont également pour faculté de ralentir la croissance des entérobactéries, dont la salmonelle, dans les produits secs et augmentent également le temps de latence de la listeria. L'EFSA ayant jugé les nitrites efficaces pour garantir aux produits carnés une protection contre le C. botulium et contre Listeria monocytogenes, toute entreprise ou tout artisan charcutier supprimant le nitrite devront démontrer aux services vétérinaires que les mesures de substitution du nitrite appliquées à ses produits assurent une sécurité équivalente au consommateur », affirme Gilles Nassy.

De concert avec les artisans, les industriels mettent également en avant leurs efforts pour réduire les seuils maximaux d'incorporation des sels nitrités, recette par recette (il y en a 450), au sein de leur code des usages, document technique commun qui fait référence auprès de l'administration. Depuis 2016, la profession a engagé une réduction de près de



« Les artisans vont engager une expérimentation avec le Ceproc. »

Trois questions à Joël Mauvigney, président de la Confédération nationale des charcutiers-traiteurs (CNCT).

Quelle est la position des artisans sur l'utilisation de nitrite ?

Joël Mauvigney : Tout dépend de quels produits l'on parle. Dans de nombreuses catégories (foie gras, terrines, pâtés, rillettes, boudins, etc.), il n'y a pas de raison d'en utiliser et nous n'y avons pas recours. De manière générale, les artisans privilégient d'ailleurs le recours à des assaisonnements naturels (sel, poivre, épices, herbes aromatiques) et n'utilisent pas d'additifs chimiques, ne serait-ce que parce qu'ils n'en maîtrisent pas l'usage. La question se pose pour nous essentiellement pour les produits saumurés (jambons, jambonneaux, fromage de tête...) où nous les utilisons à très faibles doses dans un souci de protection des consommateurs mais aussi de préservation de la qualité organoleptique des produits. Sur cette catégorie, il existe aujourd'hui un débat sur lequel nous ne disposons pas de suffisamment de données scientifiques pour juger s'il est mieux de les interdire ou non. Nous nous en remettons donc aux avis scientifiques, et en particulier à l'avis de l'Anses attendu au mois de juin. Pour nous, il est très important de savoir si en les supprimant, on ne risque pas

d'exposer les consommateurs à d'autres risques, par exemple au botulisme ou à la listéria.

Que comptez-vous faire pour tester la validité des jambons sans nitrite ?

Je me suis engagé auprès de la mission parlementaire à étudier avec le pôle Innovation de notre école, le Ceproc, les moyens que les artisans possèdent pour réduire encore les sels nitrités, voire pour les supprimer, sans altérer la tenue, l'odeur et le goût. C'est en effet une préoccupation légitime de notre part que de vouloir les préserver ! Il est d'ailleurs abusif de dire que nous utilisons les nitrites comme conservateurs. Nos tranches de jambon, nous recommandons à nos clients de les consommer dans les 48 heures ! Un groupe de travail d'une dizaine d'artisans va donc mener des expérimentations, avec des dégustations des produits finis pour valider tout cela.

Les consommateurs seraient-ils prêts à accepter des jambons cuits sans nitrite ?

Je remarque que même les industriels ont bien du mal à parvenir à des produits acceptables sans recourir à des bouillons eux-mêmes pleins de nitrates. Sans nitrite, ni nitrate, les résultats sont peu convaincants. Nous aurons donc besoin, si nous devons supprimer nitrite et nitrate, d'expliquer cela aux consommateurs. En tout état de cause, il y aura besoin de périodes de transition.

Propos recueillis par Bruno Carlhian

40 % de la teneur maximale en nitrites dans les charcuteries par rapport à la réglementation. « Il faut comprendre que la dose de nitrites minimum est très liée au process de fabrication », reprend Gilles Nassy. « Ce recours est d'autant plus important qu'on a des cuissons lentes et à basse température », explique-t-il. Les seuils s'élèvent à 80 mg/kg pour les rillettes, 90 mg/kg pour les pièces cuites telles que jambons et épaules ou encore 100 mg/kg pour les pâtés, produits de tête, saucisses cuites, andouilles et andouillettes. Ils ne sont pas utilisés en revanche dans la fabrication des boudins ou des tripes.

LE BOOM DES GAMMES SANS NITRITE

En attendant l'avis de l'Anses, nombre d'industriels et de distributeurs se sont engouffrés dans la brèche du « sans nitrite », qui nécessite une très bonne maîtrise technique et sanitaire et a des conséquences sur la durée de conservation et l'évolution des produits. Partie de rien, cette catégorie représentait déjà l'année dernière 7 % des ventes de jambon cuit en grande distribution selon le panel Kantar. Un chiffre qui devrait bondir cette année avec la multiplication des engagements des marques. Dernier acteur en date à se prononcer, Intermarché a annoncé s'être fixé l'objectif de supprimer le nitrite de sodium et le carbonate de sodium de tous ses produits à marque propre (Monique Ranou) d'ici à 2025.

Le « sans nitrite » est clairement devenu un argument marketing. Alors que le débat fait rage en France, le consortium du jambon de Parme diffuse à intervalles réguliers aux journalistes un communiqué rappelant que le jambon AOP italien exclut l'usage de nitrite. « Depuis 1993, le Consortium du jambon de Parme s'engage à n'utiliser aucun additif alimentaire (nitrite, nitrate, colorant, arôme artificiel...) dans l'élaboration de son produit », expliquent les salaisonniers italiens.

Les industriels, qui ne veulent pas se trouver démunis de solutions techniques, travaillent depuis plusieurs années sur les moyens de réduire le risque de cancer colorectal lié à la consommation de charcuteries. Les travaux des professionnels, menés en concertation entre l'INRAe, l'IFIP et l'ADIV à Clermont-Ferrand, privilégient aujourd'hui l'incorporation d'antioxydants durant le process de fabrication des charcuteries nitritées, mais aussi sur ceux réduits en nitrite ou sans nitrite. À terme, l'objectif est de proposer une modification des produits mis sur le marché. Une évolution qui ne modifierait pas pour autant la recommandation actuelle de limiter la consommation à 150 g par semaine. **B. C.**

L'émancipation des chefs pâtisseries

L'engouement pour la pâtisserie, l'utilisation de produits d'exception, des prix accessibles ou encore la force des réseaux sociaux ont permis, en quelques années, aux chefs pâtisseries de s'émanciper des chefs de cuisine et de connaître la médiatisation.



© Marie Fiorrucci

Depuis 2016, les clients peuvent se procurer les madeleines de Gilles Marchal dans sa boutique située à Montmartre.

« Quel bonheur de voir ces talents, de plus en plus jeunes, qui sont aujourd'hui "sur le marché", c'est-à-dire des

gens dont on peut déguster les pâtisseries, que ce soit Nicolas Paciello, Claire Damon... Il y en a tellement ! » s'enthousiasme Philippe Conticini, l'un des premiers chefs pâtisseries à avoir acquis une importante notoriété auprès du grand public. Son patronyme est même devenu une marque. « On vit aujourd'hui en pâtisserie une période extraordinaire. Dans les années 1990 et au début des années 2000, il n'y avait pas cette effervescence de créativité et de liberté qu'il y a dans l'expression de la pâtisserie et dans la pâtisserie d'auteur aujourd'hui », se réjouit-il.

À la suite des pionniers Philippe Conticini et Pierre Hermé, la jeune génération souhaite en effet se faire une place au soleil, avec à sa tête Yann Couvreur, Cédric Grolet du Meurice, Jessica Préalpato du Plaza Athénée ou encore Julien Alvarez du Bristol.

Ces talents bénéficient d'une force créative et d'une médiatisation amplifiée par différentes émissions culinaires et sont portés par l'engouement particulier que suscite la pâtisserie. « La pâtisserie est quelque chose qui rassemble, qu'on partage. On n'en a pas besoin pour vivre. Cela allie le beau et le goût et c'est souvent assez coloré », souligne Muriel Aublet-Cuvelier, cheffe pâtissière formée à l'École nationale supérieure de pâtisserie d'Yssingeaux, en Haute-Loire, et passée notamment par le Peninsula. Un constat partagé par Nicolas Paciello, chef pâtissier de l'Hôtel Barrière Le Fouquet's Paris depuis septembre 2019 et qui a ouvert en novembre 2020 sa pâtisserie Cinq Sens à Paris et à Pantin, en Seine-Saint-Denis : « Avec la cuisine, on se nourrit. Alors que la pâtisserie est là pour faire plaisir aux autres, pour se faire plaisir. »

« La pâtisserie est toujours liée à des événements assez grandioses de la vie », ajoute pour sa part Gilles Marchal, qui possède une boutique éponyme à Montmartre, après avoir travaillé dans plusieurs palaces parisiens (le Crillon, le Plaza Athénée et le Bristol) et occupé le poste de directeur de la création à la Maison du Chocolat.

« ON PEUT S'OFFRIR UNE PETITE PART DE LUXE »

Ce qui a facilité l'émergence de la haute pâtisserie, c'est l'individualisation du dessert. « On vend davantage de pâtisseries individuelles. Les gens veulent tout goûter et prennent plusieurs pièces différentes. Visuellement, la petite pièce représente une pièce bijou », insiste Muriel Aublet-Cuvelier, qui a ouvert sa pâtisserie éphémère au sein du restaurant Le grand Colbert, dans le 2^e arrondissement de la



Dans le cadre de sa collaboration avec Le grand Colbert, la cheffe pâtissière Muriel Aublet-Cuvelier a proposé sa Galette des Reines.

© CIPA

capitale. « Dans ma pâtisserie, il n'y a que des individuels », précise-t-elle. Forcément, qui dit petite pièce, dit prix relativement accessible ; ce qui a permis la démocratisation de la haute pâtisserie. « On peut s'offrir une petite part de luxe qu'on ne pourrait pas s'offrir au quotidien, notamment avec la cuisine et les palaces », se félicite Yann Menguy, qui propose ses créations depuis 2016 dans sa boutique La Goutte d'Or, dans le 18^e arrondissement de Paris. « Dans la haute pâtisserie, on peut se faire plaisir à moindre coût : entre 6 et 10 euros. Même les revenus modestes peuvent se faire plaisir », témoigne également Gilles Marchal.

Ces prix plus attractifs pratiqués dans les boutiques ont ainsi permis aux professionnels de diversifier et d'agrandir leur clientèle. Proposer ses créations en dehors des restaurants et des palaces a d'ailleurs constitué pour Philippe Conticini un choix allant dans le sens de la démocratisation. Le chef élu en 1991 Pâtissier de l'année par le Gault & Millau possède désormais quatre boutiques à Paris et deux à l'étranger (Londres et Tokyo). « C'est important pour moi de démocratiser au maximum la haute pâtisserie. Dans nos boutiques, le prix n'est pas tant que cela élevé par rapport aux super produits que j'utilise et aux gens qui travaillent avec moi », affirme-t-il.

Avec la haute pâtisserie, la matière première utilisée est montée en gamme, ce qui n'est pas pour déplaire aux clients. « Les gens recherchent des produits incroyables », justifie Gilles Marchal, élu en 2004 chef pâtissier de l'année. D'ailleurs, « le produit est la chose la plus importante pour moi », lance Muriel Aublet-Cuvelier, qui souhaite « ne pas trop noyer le produit principal ». La cheffe aime particulièrement travailler la noisette du Piémont, bien présente dans sa Galette des Reines, dans la frangipane et en décoration. Son coup de cœur est le poivre noir

de Madagascar, qui possède un « côté épicé et un peu boisé, qui se marie bien avec beaucoup de fruits ». Le respect de la saisonnalité et l'origine française des produits tiennent également une place importante. « Il est important d'avoir le produit là où il est le meilleur », assure Philippe Conticini, qui travaille en ce moment la clémentine de Corse.

« LES RÉSEAUX SOCIAUX FONT BEAUCOUP »

« Il n'y a pas que l'utilisation de produits d'exception, avance tout de même Nicolas Paciello. Aujourd'hui, les réseaux sociaux font beaucoup. » Les chefs pâtissiers investissent en effet ces médias, en particulier Instagram. Ils sont en recherche constante de « visuels instagrammables ». Ce réseau est ainsi vu comme un « outil de travail » par Yann Menguy et « un bon moyen de communication » pour Muriel Aublet-Cuvelier, qui a même choisi de créer sa chaîne YouTube, Les secrets de Muriel, après son passage en 2017 dans l'émission de télévision Le Meilleur pâtissier-Les professionnels. « C'est le juste milieu entre mon savoir-faire, mon expérience et mon côté chaleureux », égrène-t-elle. Cette impressionnante exposition médiatique n'est intervenue que récemment. Elle a accéléré la mise en avant des chefs pâtissiers, jusqu'alors éclipsés par les chefs de cuisine, et leur a permis de s'émanciper de ces derniers. « Dans les années 1990, Philippe Rolando, qui était chef pâtissier au Jules Verne, ne pouvait pratiquement pas bouger le petit doigt sans demander l'avis et la bénédiction de son chef. Et quand il sortait un super dessert, celui qui prenait la lumière par rapport à cette carte de pâtisseries était le chef de cuisine », se remémore Philippe Conticini.

Plus qu'une nécessité, cette évolution apparaît logique et doit se poursuivre. « Il faut laisser la place pour les pâtissiers car ce n'est



Gilles Marchal a travaillé au Crillon comme sous-chef pâtissier, puis au Plaza Athénée et au Bristol en tant que chef pâtissier.

© Marie Florucci



Philippe Conticini a été élu en 1991 par le Gault & Millau pâtissier de l'année.

© placedescliches

pas la même gestuelle et parce que l'expérience du goût n'est pas la même », justifie Muriel Aublet-Cuvelier, avant de modérer son propos : « Ce sont deux métiers différents qui doivent s'entendre ». Philippe Conticini propose une métaphore : « C'est comme une dynamo. Il fallait qu'on pédale. Petit à petit, la presse a pris le relais. Maintenant, les pâtissiers n'ont plus qu'à pédaler de temps en temps et la dynamo marche toute seule. »

Le chef Nicolas Paciello résume les différentes évolutions : « Pierre Hermé et Philippe Conticini ont amené le luxe. Christophe Michalak et Christophe Adam ont mis un coup pop-rock, ont amené de la couleur et un "whaouh" dans les yeux, ils ont démocratisé. Nous, la nouvelle génération, nous mélangeons les deux. Il faut faire attention au visuel mais redescendre d'un cran, il ne fait plus tout. »

Aurélien Peyramaure



epicery passe à la vitesse supérieure

Avec la crise sanitaire, le site de e-commerce partenaire des commerçants de détail a connu un développement exponentiel. Epicery partage avec le Marché de Rungis le goût du frais et de la proximité.

L'année 2020 aura donné un grand coup d'accélérateur à epicery, le site de e-commerce ouvert en 2016 et permettant aux consommateurs de s'approvisionner en produits frais auprès de leurs commerçants de proximité. « *En un an seulement, nous avons accueilli sur notre plateforme plus de 350 nouveaux commerçants, sur un total de 800 aujourd'hui* », indique Édouard Morhange, le cofondateur de cette start-up. « *Lors du premier confinement, le nombre de livraisons a été multiplié par 15 par rapport à l'année précédente* », poursuit-il. « *S'il y a eu une accalmie ensuite, le niveau d'activité reste très supérieur à celui d'avant la crise.* » Au total, 50 000 familles ont commandé sur epicery en 2020.

La ruée des consommateurs sur les solutions de e-commerce ces derniers mois a notamment permis à la jeune entreprise d'étendre son maillage du territoire. « *Outre la région parisienne, epicery couvre désormais les villes de Lyon, Bordeaux, Lille et Toulouse* », précise Édouard Morhange. Un maillage du territoire qui va se poursuivre dans les prochains mois, annonce le fondateur. « *Nous avons programmé des implantations dans une quarantaine de villes de plus de 50 000 habitants ou la livraison a du sens. En deçà de cette taille, nous réfléchissons à d'autres formes d'accompagnement à la digitalisation, sans livraison, mais avec du paiement à distance par exemple.* »

L'accueil très favorable rencontré par epicery s'explique par la faveur donnée à la proximité, à la différence d'autres plateformes. « *Nous avons conçu le service comme un prolongement des commerces, qui permette aux consommateurs d'avoir accès à une offre de produits frais et de qualité. La création de la e-boutique est simple et rapide* », indique Édouard Morhange. Concrètement, l'internaute se met en relation en quelques clics avec le commerçant de proximité de son choix (primeur, boucher, poissonnier, fromager, épicerie fine, etc.) et détermine son créneau de livraison (entre H+1 et J+3). « *Selon la localisation, il est possible de panacher les paniers entre commerçants* », précise l'entrepreneur. La livraison est assurée à pied, à vélo, en vélo-cargo, scooter électrique ou voiture électrique suivant la distance, le format et la fragilité des produits. « *Les paniers, qui s'élèvent à 60 € en moyenne en province et à 70 € à Paris, répondent à des besoins quotidiens : du poulet, du steak haché, du camembert...* », assure Édouard Morhange.

DES ARTISANS RENOMMÉS

Si epicery se développe sur l'ensemble du territoire, c'est à Paris et en banlieue parisienne que l'entreprise reste la mieux implantée, avec près des trois quarts des boutiques. Des artisans renommés ont rejoint la plateforme : la Ferme de Longchamp, le Coq Saint-Honoré, la Boucherie moderne, le Club du poisson (voir encadré), la fromagerie Taka & Vermot ou le pâtissier star Christophe Michalak. « *Nous avons aussi noué des partenariats avec des marchés comme ceux d'Aligre ou*



Édouard Morhange,
cofondateur
d'epicery.

des Batignolles, afin de regrouper les commandes sur une seule livraison », indique le patron de l'enseigne.

Le site ne fait pas mystère de sa proximité avec le Marché de Rungis, dont il partage la philosophie en faveur du frais et de la proximité. « Nous avons beaucoup échangé avec l'autorité du Marché lors du premier confinement afin d'aider au maintien de la chaîne alimentaire jusqu'au consommateur », souligne Édouard Morhange. « Un grand nombre de nos détaillants sont des usagers du marché et ont les grossistes pour fournisseurs », relève le fondateur, qui précise que les détaillants achetant à Rungis pourront faire apparaître leur macaron sur le site.

Stéphane Layani, le président du Marché de Rungis, est même intervenu auprès d'epicery au début de la crise, afin que la plateforme accueille des fleuristes dont les magasins physiques avaient été fermés. « Nous accueillons aujourd'hui une dizaine d'entre eux et je suis convaincu que leur nombre va progresser cette année », assure Édouard Morhange. Le site a également ouvert ses portes ces derniers mois à des traiteurs français, italiens et grecs et à une sélection de « cantines » comme le Bouillon Pigalle. « L'ambition n'est pas d'aller sur le terrain des grandes plateformes mais de proposer une restauration plus premium avec une livraison responsable ». Le projet est de sélectionner des flottes salariant leurs coursiers, avec une qualité de service supérieure.

L'e-boutique prendra-t-elle un jour la place des magasins physiques ? « Non, rien ne remplacera jamais la visite en magasin ou le passage au marché », répond le fondateur. « Mais epicery constitue une alternative à ceux qui ne peuvent se déplacer ou qui ne souhaitent pas se rendre régulièrement dans les magasins. C'est une possibilité qui entend valoriser le travail des indépendants », argumente Édouard Morhange, dont la plateforme travaille également avec les enseignes Monoprix et Naturalia. « L'e-commerce alimentaire est passé de 10 % à 15 % de part de marché pendant le confinement et à terme, devrait atteindre 25 %. C'est une perspective qu'il faut anticiper. » **Bruno Carlhian**

Le Club du poisson, du Carreau à la toile



Nathalie Bichard et sa fille Joy.

La famille Bichard a été bien inspirée, quelques mois avant l'annonce du premier confinement, d'intégrer la plateforme epicery. « Depuis le début de la crise, c'est une activité à part entière, assez fluide, avec jusqu'à une dizaine de commandes par jour », observe Joy Gogaz, la fille de la patronne Nathalie Bichard et petite-fille du fondateur de l'enseigne, Maurice Bichard. « Nous n'étions pas cependant tout à fait novices en matière de e-commerce, explique la jeune poissonnière. Le commerce disposait déjà de son propre service de livraison et j'avais ouvert récemment des pages Facebook et Instagram. » Le Club du poisson, présent au Carreau de Neuilly-sur-Seine où il possède son atelier de cuisine et un vaste étal dessert également les marchés des Sablons à Neuilly et de Saint-Didier et Port Royal à Paris. Sur epicery, les grands classiques comme le saumon, le saumon fumé, le cabillaud et la sole sont les plus prisés, ainsi que les produits traiteurs « maison ». « On sent qu'il y a un effet apéro », sourit Joy. Le Club du poisson, qui n'achète « que du petit bateau », s'approvisionne en direct mais aussi auprès du pavillon de la marée de Rungis. « Je travaille avec Union Marée, Bassez et Cie, Muller et fils et Blanc », précise Jean-Michel Bichard, l'acheteur de la famille. Le partenariat avec epicery a permis au commerce d'élargir sa clientèle, mais aussi d'augmenter sa visibilité. « Nous avons dû demander d'élargir notre périmètre sur le site, car nous avons des demandes éloignées de notre zone de chalandise », observe Joy, convaincue qu'un nombre croissant de personnes se déplaceront moins à l'avenir pour faire leurs courses.



Peugeot Citroën

Boxer et Jumper

bientôt électriques

Les deux grands fourgons électriques PSA doivent arriver sur le marché avec le printemps.

PSA poursuit l'électrification de sa gamme de véhicules utilitaires avec l'arrivée prochaine des grands fourgons Boxer et Jumper en mode 100 % électrique.

Après les fourgons moyens Peugeot e-Expert et Citroën ë-Jumpy, lancés voici quelques semaines, et avant les fourgonnettes Partner et Berlingo en fin d'année, c'est au tour des grands fourgons de passer à l'électricité. Le Citroën ë-Jumper et le Peugeot e-Boxer doivent en effet faire leur apparition sur le marché avec le printemps.

Ces deux fourgons sont dotés d'une motorisation 100 % électrique d'une puissance maximale de 90 kW, soit environ 120 chevaux, et d'un couple immédiat de 260 Nm. Deux niveaux d'autonomie sont proposés via deux capacités de batterie. La première est de 37 kWh et apporte une autonomie de 200 km, et la seconde d'une capacité de 70 kWh offre une autonomie de 340 km, selon le cycle WLTP. Ces autonomies peuvent suffire pour bien des usages, d'autant que près de 80 % des conducteurs d'utilitaires font en moyenne moins de 200 km par jour.

Le e-Boxer et le ë-Jumper reprennent les caractéristiques utilitaires de leurs frères thermiques. Ils sont proposés sur trois empattements (3 m, 3,45 m et 4 m) et les versions fourgons se déclinent en quatre longueurs (de L1 à L4) et trois hauteurs (H1, H2, H3). Au total, cela représente cinq silhouettes pour des volumes utiles allant de 8 m³ pour le L1H1 à 17 m³ pour le L4H3. Les charges utiles sont elles un peu en retrait par rapport aux versions thermiques, en raison du poids des batteries, mais peuvent tout de même aller jusqu'à 1 265 kg sur certains modèles. Ces deux véhicules sont également disponibles en version châssis simple et double cabine ainsi qu'en plancher cabine pour les transformations. De quoi répondre à tous les besoins des professionnels soucieux d'environnement mais voulant aussi

pouvoir circuler librement dans des zones urbaines et les centres-villes de plus en plus contraints.

80 % DE LA CHARGE EN 1 HEURE

Les deux fourgons PSA sont proposés avec un unique niveau de finition premium, comprenant de série l'aide au stationnement arrière, l'air conditionné manuel, les rétroviseurs électriques et chauffants, l'allumage automatique des feux, les essuie-glaces automatiques et le système audio Bluetooth avec écran et commandes au volant. Les options permettent d'enrichir cette dotation, notamment au niveau des aides à la conduite comme le freinage d'urgence, la lecture des panneaux de vitesse et d'interdiction, le système de surveillance d'angle mort ou encore le régulateur-limiteur de vitesse. La console centrale accueille, en lieu et place du levier de vitesses, la commande de boîte avec trois boutons permettant de sélectionner le mode de conduite, D pour Drive, N pour neutre et R pour la marche arrière. Le rétroviseur intérieur sert d'écran d'affichage aux informations essentielles comme le niveau de charge, l'autonomie disponible, le mode de conduite ou l'ampérage. Le e-Boxer et le ë-Jumpy sont équipés en série d'un double chargeur embarqué (monophasé de 7 kW et triphasé de 22 kW) pour répondre à tous les modes de recharge, en courant alternatif ou courant continu. Les temps de recharge varient selon le mode choisi. Ainsi, depuis une borne publique, 80 % de la charge sont obtenus en une heure avec un chargeur de 50 kW. Depuis une Wall Box 22 kW, une charge complète est obtenue en 5 h pour les batteries de 37 kWh et 9 h pour la 70 kWh avec le chargeur embarqué triphasé.

Richard Pizzol

★ POINTS FORTS

Électrique 90 kW
340 km d'autonomie
De 8 à 17 m³ de volume utile
Jusqu'à 1 265 kg de charge utile

Fuso : le Canter fait peau neuve

Le Fuso Canter est un camion léger, agile et robuste, adapté aux centres urbains. Le nouveau modèle va être lancé dans les prochains mois. Avec d'importantes évolutions.

Le Canter est un petit camion de la marque Mitsubishi Fuso, mais il est commercialisé par Mercedes dans son réseau VI. Ce véhicule, qui existe en version thermique, hybride et 100 % électrique, fait peau neuve et la nouvelle version devrait arriver dans nos contrées dans quelques mois. Réputé robuste et très maniable, le Canter connaît une évolution de style. La nouvelle cabine, aux lignes plus épurées et à la calandre redessinée, intègre désormais des phares à LED. Mais le nouveau Canter met surtout l'accent sur la sécurité avec notamment l'Active Sideguard Assist, qui détecte les piétons et les véhicules grâce à des radars d'angle mort. En cas de danger, le système émet des alertes chaque fois qu'il détecte un risque de collision. Autre nouveauté, le Truckconnect. Il



Le nouveau Fuso Canter doit faire son apparition sur le marché dans les prochains mois.

s'agit d'une plateforme télématique qui se connecte à distance au véhicule et surveille les données comme la localisation, l'efficacité énergétique, le fonctionnement du véhicule et peut signaler tout problème technique. Les informations détectées sur le

véhicule sont partagées en temps réel 24 h/24 avec un centre dédié. Enfin, le nouveau Canter sera équipé du système Easy Access System. Grâce à cette nouvelle fonctionnalité, les chauffeurs peuvent verrouiller et déverrouiller le véhicule en appuyant sur un

interrupteur installé sur la poignée de porte, si la télécommande se trouve à portée. C'est plus confortable pour les chauffeurs de camions légers qui doivent souvent monter et descendre de leurs véhicules en livraison urbaine. **R. P.**

Renault Trucks : une offre électrique enrichie G6



Renault Trucks étoffe son offre électrique. Les Renault Trucks D et D Wide ZE, jusqu'alors équipés de batteries de 50 kWh, peuvent désormais recevoir des batteries de 66 kWh. Cinq configurations sont proposées apportant une autonomie allant jusqu'à 400 km. L'offre Master ZE de Renault Trucks se développe également. Il est désormais possible de le commander avec un PTAC de 3,5 t contre 3,1 t jusqu'à présent. Avec près de 400 kg de charge utile en plus, le Renault Trucks Master ZE conserve la même autonomie réelle de 120 km. Le Master ZE, dans sa version 3,1 t, est proposé en deux modèles (fourgon et plancher-cabine), trois longueurs (L1, L2, L3) et deux hauteurs (H1, H2). Il est disponible dès aujourd'hui en 3,5 t en version fourgon. L'utilitaire va se doter prochainement d'une nouvelle version plancher cabine et châssis-cabine en 3,5 t qui permettra l'installation d'une large gamme d'équipements, comme une caisse grand volume avec hayon élévateur.

FONDS DE COMMERCE



EXCLUSIVITÉ RARE,

vente de fonds de commerce de détail boucherie, charcuterie, traiteur, fruits et légumes, épicerie fine, vin, rayon poisson, etc...

Situé sur un axe très passant dans le val de marne (94) sur une surface de 600m² environ, parking 50 places.

Affaire en forte progression

CA 2 300 000.00 €, bonne rentabilité.

Pour tout contact 06 32 71 08 12



À VENDRE (murs et fond) cause retraite, auberge de charme très ancienne près église 12 ° S, déjà auberge en 1810.

En limite du parc des volcans, à 25 km du Mont-Doré (Puy de Sancy, Stations de ski, lacs...) accès à l'A89

Transeuropéenne à 11 km.

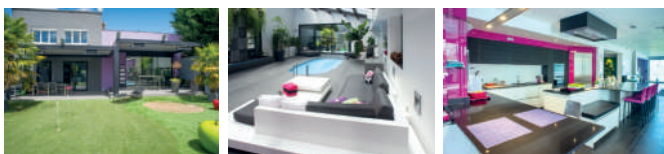
Importante clientèle étrangère en plus d'une clientèle d'affaires et locale. 7 chambres avec salle d'eau/WC, un salon, et une suite (Chambre parentale, petite chambre et SDB/WC).

Possibilité d'ajouter une maison mitoyenne avec cour et jardin attenants aux jardins de l'hôtel.

Belle cave voutée, grand terrain au sud avec terrasse et dépendances.

Tél : 06 77 08 37 02

IMMOBILIER



St Fargeau-Ponthierry/Pringy (77) à 30 km de RUNGIS par autoroute A6

Loft style maison d'architecte de 320 m² sur un terrain de 900 m²

Espace de vie de 120 m² avec cuisine ouverte, espace bien-être de 100 m² avec piscine d'intérieure/jacuzzi, 4 chambres dont une suite parentale, 1 salle de cinéma, 1 salle de sport avec hammam, terrasse bioclimatique, practice de golf, garage double.

Prestations haut de gamme.

Prix : 1173 000 Euros

Tél : 06.58.77.08.38

POUR PLUS D'INFORMATIONS,
CONTACTEZ

NAÏMA MAZURIER
AU 01 42 36 56 74

OU ENVOYEZ
UN E-MAIL À :

n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr

DIVERS

COLLECTIONNEUR ACHÈTE
grand bourgogne même ancien
paiement immédiat
Contact Raymond 06 88 47 44 73

OCCITANIE – BELLE POISSONNERIE À VENDRE

Située dans une halle d'une grande ville dynamique, composée de 3 étals, d'une superficie totale de 63 m², la poissonnerie réalise un chiffre d'affaires en progression constante depuis 20 ans.

Très bonne rentabilité, et de nombreuses possibilités de diversification sont envisageables.

Matériel en très bon état, pas de travaux à prévoir.

Effectifs : 6,5 personnes.

Accompagnement et conditions de reprise à définir.

Dossier remis contre engagement de confidentialité.

Contact : Cabinet Auzépy & Associés : 04 67 22 76 22

contact@auzeypy-associes.fr

OFFRES D'EMPLOI



NOUS RECRUTONS – REJOIGNEZ NOUS !

Société Union Primeurs Laurance est un distributeur de fruits et légumes frais et crèmerie. Notre affiliation au réseau de grossistes VIVALYA (77 entrepôts) nous permet d'offrir sur le plan régional, la puissance d'un grand groupe et la souplesse d'une PME indépendante.

Une équipe de 100 personnes et une logistique fiable garantissent un service de qualité à nos clients. Nous recherchons pour renforcer notre équipe de commerciaux sur Paris et région parisienne : un Attaché Commercial Restauration H/F en CDI.

Vous gérez, développez et fidélisez un portefeuille de clients de la restauration commerciale et collective sur un secteur géographique défini.

Vos missions principales sont

- Visiter les clients inactifs et ouvrir de nouveaux comptes
- Superviser votre télévendeur, ses actions (ventes additionnelles, nouveaux produits, opérations, promotions...).
- Assurer une importante présence sur le terrain et établir un reporting hebdomadaire de votre activité à la Direction Commerciale.

Titulaire d'une formation commerciale, ou professionnel de l'hôtellerie ou de la restauration, vous disposez d'une première expérience de 2 ans sur un poste de commercial.

Rémunération attractive et évolutive avec un minimum garanti.

Statut Cadre. Voiture fournie + PC + Téléphone + Frais de mission.

QVT : Salle de sport, repas et journée du personnel, check Incentives, arbre de Noël.

Envoyer CV sur social@laurance-primeurs.fr

ou Tél : 01.69.64.48.16



NOUS RECRUTONS – REJOIGNEZ NOUS !

Société Union Primeurs Laurance recherche dans le cadre de son développement des Chauffeurs/Livresseurs Poids Lourds H/F (camion Frigo 12T/Boîte automatique)

Professionnel du service, vous veillez à maintenir la qualité des produits et le respect des horaires de livraison de vos clients attirés.

Titulaire du permis C + FIMO, vous justifiez d'au moins 2 ans d'expérience en livraison PL sur Paris et IDF.

Vous avez envie de travailler dans une entreprise dynamique, vous êtes motivé, dynamique et consciencieux ?

Rejoignez-nous !

Evolution garantie à des postes de formateurs et chef de services

Envoyez-nous votre CV à l'adresse : social@laurance-primeurs.fr

ou tél au 01.69.64.48.16

Localité : Lisses (91 – Essonne)

Horaires hebdomadaires : Temps plein - Prise de poste entre 2h30 et 04h30

- Travail requis 1 samedi sur 2

Rémunération brute mensuelle motivante : entre 2600€ et 3600€ selon les tournées

QVT : Paniers, salle de sport, repas et journée du personnel, check incentives, arbre de Noël

Date de début de contrat : Immédiatement

“

Avec
ePack Hygiene
 j'ai réussi ma
vente à emporter

Nicolas Carro,
 Chef étoilé L'Hôtel de Carantec

”

#simplicité #conformité

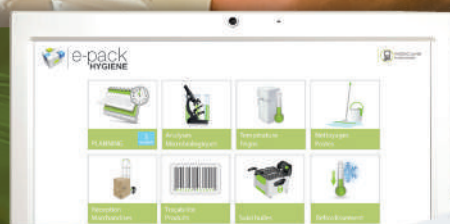


Prêt à vous lancer?

On s'y colle pour vous !

Pour plus d'information contactez-nous :

02 29 62 64 40



Flashez pour regarder la vidéo !



e-pack
HYGIENE

suivez-nous sur nos réseaux sociaux    



Véhicules
Utilitaires

Vous livrez. Il délivre



Nouveau Caddy Cargo 1st Edition

TDI 75 ch avec Solution CarePort Pro**
à 139 € HT/mois, apport de 2 772 € HT*

Toujours plus innovant, mais toujours Caddy. Grâce à ses sièges ergoComfort, son Cockpit Digital et ses systèmes d'assistance à la conduite, le nouveau Caddy Cargo offre un niveau de confort jamais atteint. De plus, grâce à WeConnect, vous pourrez rester connecté même en déplacement – un véritable bureau sur quatre roues.

Le nouveau Caddy Cargo Prévu pour tout, même l'imprévisible

*Offre de Location Longue Durée sur 37 mois et 40 000 km, apport de 2 772 € HT suivi de 36 loyers de 139 € HT, pour un Caddy Cargo 1st Edition 2.0 TDI 75 ch BVM. Modèle présenté : Caddy Cargo 1st Edition 2.0 TDI 75 ch BVM avec options PM, barres de toit et jantes alu 16" en location longue durée

37 mois et 40 000 km, avec apport de **3 015 €** HT suivi de 36 loyers de **158 €** HT. **Solution CarePort Pro : Offre de Location Longue Durée incluant obligatoirement Perte Financière auprès de MMA IARD Assurances Mutuelles (société d'assurance mutuelle à cotisations fixes – RCS Le Mans 775 652 126) et MMA IARD (S.A. au capital de 537 052 368 € – RCS Le Mans 440 048 882 – 14 bvd Marie et Alexandre Oyon, 72030 Le Mans cedex 9, entreprises régies par le code des assurances, Contrat de Maintenance incluant l'extension de garantie par Volkswagen Bank GmbH et Garantie Véhicule de Remplacement par EUROP ASSISTANCE France (1 promenade de la Bonnette, 92230 Gennevilliers, entreprise régie par le code des assurances, S.A. au capital de 23 601 857 € RCS Nanterre 451 366 405). Offre réservée aux professionnels, hors loueurs et flottes, pour toute nouvelle commande jusqu'au 31/03/2021 inclus, chez tous les Distributeurs Volkswagen Véhicules Utilitaires participants, sous réserve d'acceptation du dossier par VOLKSWAGEN BANK GMBH – S.A.R.L. de droit allemand – Capital social : 318 279 200 € – Siège social : Braunschweig (Allemagne) – RC/HRB Braunschweig : 1819 – Intermédiaire d'assurance européen : D-HNQM-UQ9MO-22 (www.orias.fr) – Succursale France : Bâtiment Ellipse, 15 avenue de la Demi-Lune – 95700 Roissy-en-France – RCS Pontoise : 451 618 904 – Administration et adresse postale : 11, avenue de Boursonne – B.P. 61 – 02601 Villers-Cotterêts Cedex. Volkswagen Group France SA – 11 avenue de Boursonne, Villers-Cotterêts – RCS SOISSONS 832 227 370. Données WLTP : Cycle mixte : 4,9 l/100 km Emissions de CO₂ : 129 g/km