

REPORTAGE

Immersion dans  
le Vaucluse

OUI CHEF !

Escale chez Mikael Briens  
à Barbizon (77)

FOCUS

Conflit ukrainien :  
l'agriculture en crise

# RUNGIS

actualités

Depuis 1969

N° 785 – juin 2022 – 1,50 €



DOSSIER

## Vent de renouveau sur les marchés

**DEMANDEZ**

• VOTRE BADGE •

**EN LIGNE**

AVEC LE CODE : **EAPRA**

# G2 GOURMET SELECTION

LE RENDEZ-VOUS PROFESSIONNEL  
DE L'ÉPICERIE FINE ET DU BON GOÛT

**25-26 SEPTEMBRE 2022**

PARIS EXPO PORTE DE VERSAILLES

## GOURMET SELECTION EST À VOS CÔTÉS

### Pour votre sourcing de produits :

- 350 marques, dont 50 % de nouvelles
- Le sentier des découvertes
- Le concours Best Of

### Pour vous accompagner :

- Des conférences sur le marché de l'épicerie fine
- Des ateliers pratiques
- Des démonstrations culinaires par des Chefs renommés



Participez au concours

**4<sup>ème</sup> ÉDITION**

**LES QUINTESSENCES** pour tenter d'obtenir la distinction  
de meilleure épicerie fine de France



Plus d'informations et inscriptions sur :

[WWW.SALON-GOURMET-SELECTION.COM](http://WWW.SALON-GOURMET-SELECTION.COM)



COMEXPOSIUM

by **SHAL**



**Dossier**  
Quand les marchés se réinventent

16



**26** **Oui, chef!**  
Mikael Briens



**30** **Reportage**  
Le Vaucluse : une tradition agricole séculaire



**42** **Focus**  
Géopolitique : l'agriculture mondiale mise à mal par la guerre en Ukraine



**44** **Nouveaux marchés**  
CBD : le chanvre en cuisine



**46** **Digital & innovation**  
Des frontières mieux franchies avec le numérique

# au sommaire

L'édito	Dossier	Reportage	Tendances du marché	Véhicules utilitaires
<p>5 de Jean-Michel Déhais</p> <p><b>Sur le vif</b></p> <p>6 Actualités</p> <p>12 Instantanés</p> <p>14 Toulouse- Le Grand Marché</p> <p>15 Nouvelles des marchés</p>	<p>16 Quand les marchés se réinventent</p> <p><b>Ensemble</b></p> <p>22 Opérateur</p> <p>24 Producteur</p> <p>25 Acheteur</p> <p>26 <b>Oui, chef!</b> Mikael Briens</p> <p>28 <b>Une table au marché</b> Les Embruns</p>	<p>30 Le Vaucluse : une tradition agricole séculaire</p> <p>36 <b>Produits de saison</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'incontournable pois vert</li> <li>• Le capricieux rouget barbet</li> <li>• La fraise du Périgord, la vie en rouge</li> </ul>	<p>40 <b>Conso</b> Les Français achètent de plus en plus de végétaux d'intérieur</p> <p>41 <b>Nouveaux produits</b></p> <p>42 <b>Focus</b> Géopolitique : l'agriculture mondiale mise à mal par la guerre en Ukraine</p>	<p>44 <b>Nouveaux marchés</b> CBD : le chanvre en cuisine</p> <p>46 <b>Digital &amp; innovation</b> Des frontières mieux franchies avec le numérique</p> <p><b>Petites annonces</b></p> <p>50 Fonds de commerce Demandes d'emplois Offres d'emploi</p>

# PARTOUT. TOUT LE TEMPS.



**LA GAMME IVECO DAILY S'ADAPTE PARFAITEMENT À LA DISTRIBUTION URBAINE SANS AUCUNE LIMITE OU RESTRICTION !**

Classée Crit'Air 1, la gamme IVECO DAILY au gaz naturel permet l'accès aux ZFE et zones à restriction de circulation. Grâce à la réduction des émissions de NO<sub>x</sub> et de particules de CO<sub>2</sub> jusqu'à 95 % avec le biométhane, la qualité de l'air est préservée. Sans oublier son fonctionnement silencieux qui autorise des livraisons de nuit !



**CRIT'AIR 1**

# IVECO

**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, Francis Duriez**

**Florence Jacquemoud**

**Caroline Maréchal, Richard Pizzolo**

**Octavien Thiebaut**

Photo de couverture:

Ville de L'Haÿ-les-Roses

#### PUBLICITÉ

Directrices de publicité:

**Catherine de Lamothe**

**Cathleen Tabard**

Tél.: 33 (0)1 42 36 56 75

c.delamothe@aucoeurdesvilles.fr

Responsable petites annonces:

**Naïma Mazurier**

n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr

#### ABONNEMENT

Au Cœur des Villes

16, rue Saint-Fiacre

75002 Paris

Tél.: 33 (0)1 42 36 70 64

E-mail: abonnement@

aucoeurdesvilles.fr

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:

ILD-Imprimerie Léonce-Deprez

ZAC Artois Pôle

Allée de Belgique

62128 Wancourt

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 marché, un principe efficace et tendance

Il se passe quelque chose autour des marchés ! Un nouvel engouement des Français pour cette activité au demeurant très populaire chez nos concitoyens, était perceptible avant la crise sanitaire. La création par TF1 de l'émission « Le plus beau marché de France » témoigne déjà d'un regard nouveau porté sur cette activité. L'image des marchés s'inscrit au zénith, notamment grâce au dynamisme de leurs acteurs, ces femmes et ces hommes qui se lèvent tôt et qui participent grandement à l'animation des centres-villes. Les différents confinements que nous venons de traverser ont accentué cette cote d'amour. Ils ont ainsi poussé les consommateurs à reprendre le chemin des marchés qu'ils soient de plein air ou fermés. Après une période d'enfermement, ils ont incarné aux yeux des Français un espace de liberté, de transparence et surtout de dialogue. Alors que les choses reviennent à la normale, il semble que cet engouement ne retombe pas.

Durant cette période, ils bénéficient de deux atouts majeurs. Tout d'abord, ils représentent souvent des garanties en matière de consommation locale, de proximité avec les zones de production. Ils offrent un des moyens pratiques d'instaurer un lien direct entre les producteurs et les consommateurs. Ils participent enfin à l'attractivité touristique française. On pourra le constater durant les vacances sur les marchés estivaux, mais on peut le vérifier, toute l'année, à Paris, en croisant des exploitants agricoles parfois venus du Massif central qui vendent leur production au milieu des commerçants classiques. D'autre part, l'idée du marché qui met en scène une concurrence entre les acteurs représente une réponse appropriée aux problèmes de pouvoir d'achat et d'inflation auxquels sont actuellement confrontés les Français. Globalement, le principe du marché, s'il est bien organisé, reste le meilleur moyen de réguler sainement les échanges humains.

### L'image du mois



Frédérique Wagon, secrétaire générale de la Fédération des marchés de gros, et Stéphane Layani, président du Marché de Rungis, étaient présents lors de l'inauguration de la Cité des vins et de la gastronomie de Dijon (21). Grâce à un savant mélange de constructions immobilières, d'offres culturelles et de propositions de restauration, de produits et de vins, la capitale des Ducs de Bourgogne met ainsi en avant une offre complémentaire des plus séduisante.

**RESTAURATION HORS DOMICILE**

# Les ventes de vin subissent de plein fouet l'effet Covid

**Les ventes de vin vers la restauration hors domicile ont chuté en 2020. Aucun segment n'est épargné.**

Après des années de développement dynamique, la consommation hors domicile (CHD) a été fortement affectée par les conséquences de la crise sanitaire du fait des différents confinements et des mesures gouvernementales de fermeture des lieux de restauration commerciale. Ainsi, le chiffre d'affaires de l'ensemble de la CHD a chuté de 34 % en 2020 par rapport à 2019. Et le nombre de repas est en baisse de 32 %. Cela a touché l'ensemble des produits alimentaires destinés à ces segments de la consommation. Le vin n'échappe pas à cette tendance. En 2020, les ventes de vin de la distribution organisées (grossistes et *cash and carry*) à destination de la restauration commerciale sont en baisse de plus de 36 %, soit environ 1,2 million d'hectolitres\*. Les vins tranquilles, qui représentent plus de 90 % des ventes en volume vers ce segment, sont ceux qui sont le plus touchés. Les ventes sont en recul de 43 %. Les vins sous signes d'origine et de qualité reculent fortement. C'est le cas des vins sous IGP (34 % des vins tranquilles) qui reculent de 41 % à 373 000 hl. Quant aux AOP (31 % des volumes), 325 000 hl ont été vendus, soit une baisse de 39 %. Les Vins de France résistent mieux et accusent un recul plus léger (-11 %). Au total, les ventes de vin à destination de la CHD ont réalisé un chiffre d'affaires de



La pandémie n'a pas épargné la consommation de vin, y compris les vins sous signe d'origine ou de qualité.

558 millions d'euros, en recul de 35 %, et ce malgré un prix moyen en progression de 2,5 %. Cette hausse des prix concerne l'ensemble des segments. Elle est de 5 % pour les vins tranquilles à 3,83 € la bouteille de 75 cl. Les vins IGP bénéficient de la plus forte hausse (+12 % à 2,59 €). Avec un prix moyen de la bouteille à 5,28 €, la hausse est de 5 % pour les vins AOP. Et elle est de +2,2 % pour les vins sans indication géographique (VSIG), origine France et Union européenne (1,23 € la bouteille).

Les ventes des vins effervescents, qui représentent en moyenne 8 % des volumes dans ce secteur, sont également en repli. Le champagne (33 % des volumes de ventes d'effervescents) subit une baisse de 40 %. Les mousseux (31 % des volumes vendus) reculent davantage à -45 %. Il est à noter que les

effervescents étrangers (essentiellement le Prosecco) connaissent une moindre baisse (-22 %). Les prix moyens des vins effervescents sont en légère hausse (+1 %) à 8,85 € la bouteille. La hausse est légèrement meilleure pour le champagne (+2,4 % à 18,35 €). Dans le même temps, le prix des mousseux diminue de 8 % à 3,08 € l'unité. Le Prosecco bénéficie d'une légère hausse : +1 % à 5,14 €. Enfin, en vin doux naturel (0,5 % du marché) les ventes chutent d'environ 40 % en volume. Malgré ce résultat, la consommation hors domicile demeure, en volume, le premier secteur de vente pour les vins. Trois segments composent la CHD. La restauration de table, qui regroupe l'ensemble des restaurants dits traditionnels (restaurants gastronomiques, à thème, brasserie...) achète 47 % des vins tranquilles vendus en CHD. Les achats sont en recul de 37 % en volume, avec toutefois une meilleure valorisation (+4,5 %). Il est à noter que 53 % des volumes de vins effervescents vendus en CHD sont achetés par ce type d'établissement. Deuxième segment, celui des débits de boissons (cafés, bars, pubs, etc.). Treize pour cent des volumes de vin vendus par la distribution organisée le sont à destination de ce segment. Les ventes ont reculé de 41 % en 2020 par rapport à 2019. Enfin, dans le secteur de l'hôtellerie, les ventes de vin tranquille reculent de plus de 50 %.

\* Étude de l'approvisionnement de la restauration en vin auprès des grossistes et Cash and Carry en 2020, FranceAgriMer, janvier 2022.

**EN CHIFFRES**

En 2020, les ventes de vin à destination de la restauration commerciale sont en baisse de plus de 36 %, soit environ 1,2 million d'hectolitres

**558 M€**  
chiffre d'affaires des ventes de vin vers la CHD

**+ 2,5 %**  
hausse du prix moyen à la bouteille

**8 %**  
part des vins effervescents vendus vers la CHD

CONCOURS

# La meilleure baguette française est marnaise

La finale du 8<sup>e</sup> Concours national de la meilleure baguette de tradition française s'est déroulée le 18 mai, sur le parvis de la cathédrale Notre-Dame, à Paris. Le concours était organisé par la Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie française, dans le cadre de la Fête du pain. Vingt candidats, venus des 13 régions de France métropolitaine mais aussi de l'Outre-Mer, se sont affrontés pendant trois jours. À charge pour eux de fabriquer, sur place et devant le public, 40 baguettes de tradition française répondant aux exigences du décret de septembre 1993 qui protège sa fabrication. Le tout en moins de six heures. Patrick Baillet, artisan boulanger à Ay-Champagne, dans la Marne, qui représentait la région Grand Est, a remporté ce concours. Un boulanger de l'Essonne, Anthony Beuchet, qui exerce à Étampes, a terminé deuxième, tandis que la troisième place est revenue à un autre artisan du Grand Est, installé à Strasbourg, Jérémy Keil.



De d. à g. : Anthony Beuchet, Patrick Baillet et Jérémy Keil.

© Frédéric Vielcanet

COMMUNICATION

# Fruits, légumes et bananes visent les millenials

Interfel, l'Interprofession des fruits et légumes frais, l'AIB, l'Association interprofessionnelle de la banane, Bord Bia – Irish Food Board (l'organisation en charge de la promotion et du développement des produits de l'agroalimentaire et de l'horticulture irlandais) et Freshfel – European Fresh Produce Association (qui regroupe les organisations européennes des filières fruits et légumes), lancent un nouveau programme d'information et de promotion sur les fruits, les légumes et la banane qui sera déployé en France et en Irlande pendant trois ans. Cette campagne, cofinancée par l'Union européenne, s'adresse aux millénials, les jeunes adultes de 25 à 35 ans, et montre comment au quotidien, à tout moment de la journée, la vie est meilleure avec les fruits, les légumes et la banane. Hyperconnectés, les millenials ont une très bonne connaissance des communications et des médias, et pratiquent une utilisation accrue des technologies numériques. En ce qui concerne leur alimentation, cette génération qui aime l'expérimentation, la découverte, porte un regard différent sur les fruits et légumes. Pour les informer au mieux et les accompagner au quotidien dans leur consommation de fruits, légumes et bananes, cette campagne de promotion triennale se déclinera en plusieurs actions spécifiques sur les réseaux sociaux, auprès des médias et lors d'événements associés.

PUBLICITÉ

# La banane de Guadeloupe et Martinique repart en campagne !

La « Banane française », produite aux Antilles (Guadeloupe et Martinique), a rénové sa communication. À travers cette nouvelle campagne, la banane de Guadeloupe et Martinique revendique son origine française et rappelle que la souveraineté alimentaire concerne également l'Outre-mer.

La campagne se décline en deux illustrations sur lesquelles un homme et une femme portent chacun, avec fierté, sous leur bras, une « Banane française », avec comme accroche « La banane française et fière de l'être ». « Cette nouvelle campagne, nous l'avons voulue originale, sortant un peu des sentiers battus. Malgré son ton léger, elle véhicule des messages forts et a pour objectif de clamer notre origine française. Elle vient renforcer un des messages de notre précédente campagne qui rappelait l'ensemble des atouts de la filière (origine France, agroécologie, biodiversité, etc.) », précise Audrey Ktourza, chef de groupe marketing de l'Union des groupements de producteurs de bananes de Guadeloupe et de Martinique.

Du 9 au 24 mai, la banane française s'est affichée sur les Atribus et en grand format, en régions, en Île-de-France, et à Paris. Du 28 juin au 6 juillet elle sera visible à Dunkerque et à Lille, à l'occasion du passage du Tour de France (la banane de Guadeloupe et de Martinique sera une nouvelle fois banane officielle du Tour de France).

La campagne sera aussi relayée sur les réseaux sociaux. Une deuxième vague de cette campagne est prévue en octobre, avec un relais en points de vente.



**COMMANDERIE**

# Nombreuses intronisations en 2021

La Commanderie des gastronomes ambassadeurs de Rungis a tenu récemment son assemblée générale annuelle. Après de longs mois marqués par la pandémie avec, pour conséquence, une baisse importante des activités, les membres de la Commanderie, emmenés par le grand maître Xavier Espana, espèrent bien renouveler avec la tradition des rendez-vous sur le thème de leur devise « *Le meilleur de la table est à Rungis* ». Malgré la rareté des rendez-vous, 2021 a été une année riche en ce qui concerne les intronisations : la Commanderie a accueilli 16 nouveaux membres, dont 15 en un seul chapitre. Ce chapitre du 15 novembre fera certainement date par le nombre et la qualité des personnalités intronisées. La Commanderie a eu le plaisir de recevoir : Philippe Brassac, directeur général de Crédit Agricole SA ; Maria Catena et Stéphane Poyac (société Avigros) ; Alexia Charraire (Les Vergers Saint-Eustache) ; Jean-Luc Colombo (directeur général Vins Colombo) ; Thierry Cotillard (directeur général d'Intermarché) ; Christophe Deplanche, dirigeant de la société Deplanche-Lauberye, et président du Syndicat des grossistes en viandes de Rungis ; Federico Espana ; Alain Fontaine, restaurateur au Mesturet à Paris (2<sup>e</sup>) et



fondateur de l'Association bistrots et terrasses de Paris ; Laurent Grandin, président d'Interfel ; Gauthier Ismail, président du directoire de R&O ; Martine Maisonneuve, directrice générale de MécaRungis ; le chef Nicolas Sale ; Nicolas Tryzna, administrateur de la Semmaris ; Frédérique Wagon, secrétaire générale de la Fédération des marchés de gros de France. Un peu plus tôt dans l'année, le 20 septembre, la Commanderie avait intronisé Bruno Marcillaud, nouveau maire de Rungis (élu en juin 2020).

**SALON**

## Une belle édition pour le Medfel des retrouvailles

L'édition 2022 de Medfel, le rendez-vous d'affaires du commerce des fruits et légumes, s'est tenue à Perpignan (66), les 27 et 28 avril derniers. De nombreux débats ont permis au public de s'intéresser aux sujets d'actualité. Ainsi, deux grands témoins sont venus apporter un éclairage sur des débats importants pour le monde agricole et les filières fruits et légumes, lors de deux conférences. L'une avait pour thème « *l'agriculture française, à l'heure de la transition compétitive* » et était animée par le philosophe David Djaïz. L'autre abordait les stratégies de la filière des enseignes et était présentée par Olivier Dauvers, journaliste spécialisé dans la grande distribution. Fidèle à sa tradition, Medfel a été le lieu des prévisions

de récoltes d'abricots et de melons (les prévisions européennes de récoltes de pêches nectarines ont été dévoilées le 24 mai, en visio, au cours d'un Mardi de Medfel). Medfel 2022 a accueilli plus de 3 100 visiteurs qui ont pu rencontrer les 200 exposants, représentant toute la filière fruits et légumes : producteurs, transformateurs, fournisseurs, marques, distributeurs, transport et logistique... Par ailleurs, 1 030 rendez-vous d'affaires ont été organisés avec la participation d'acheteurs et de distributeurs en provenance d'une quarantaine de pays. Notons, enfin, que quelques Rungissois étaient présents comme la société Pandobac. On relevait aussi la présence d'opérateurs du Train des primeurs : Primever et Fret SNCF.



### **DON ALIMENTAIRE** **Angélique Delahaye** **réélue à la** **présidence de Solaal**

Réunie en assemblée générale le 11 mai, l'association Solidarité des producteurs agricoles et des filières alimentaires (Solaal) a « renouvelé Angélique Delahaye dans son poste de présidente ». Solaal accueille également trois nouveaux administrateurs : Marie Garnier, directrice qualité et développement durable chez Metro ; Jacques de Loisy, membre du bureau de l'Association générale des producteurs de blé ; et Maxime Chaumet, secrétaire général du Comité national pour la promotion de l'œuf (CNPO). La Fédération des marchés de gros de France, le Marché international de Rungis, et le Grand Marché - MIN Toulouse Occitanie sont membres de Solaal. Depuis sa création en 2013, Solaal a distribué 27 338 tonnes de produits agricoles, soit l'équivalent de 55 millions de repas.



FLEURS

## Inauguration du nouveau stand Penja Rosedor



De gauche à droite: Dominique Batani, Philippe Alary, Jean-Philippe Landrieu, Jean-Yves François.

Après la reprise de la société Penja par la coopérative horticole Rosedor en septembre 2021, le nouveau stand Penja Rosedor, au cœur du pavillon C1, a été inauguré le 12 mai dernier. La manifestation s'est déroulée en présence de Philippe Alary, P-DG de l'entité Penja Rosedor, Benoit Picot, directeur de la région nord de Penja Rosedor et Jean-Yves François et Jean-Philippe Landrieu, les deux anciens créateurs et dirigeants de Penja.

Lumineux et bien organisé, ce nouveau stand d'une superficie globale de 800 m<sup>2</sup>, dont 300 m<sup>2</sup> d'exposition, sera animé par les 15 employés de l'équipe Penja.

La gamme des produits proposés sera largement étendue aux fleurs françaises de la production Rosedor (gerbera, germini, rose de jardin, lys, pivoine...), aux fleurs du Midi, aux fleurs et feuillages exotiques (bouquet Cameroun, protea, heliconia, asplenium, curculigo, cordyline), aux fleurs séchées et aux nombreux accessoires en provenance de Bali.

« Présent sur le grand Ouest, notre groupe a souhaité avec le rachat de Penja, proposer sur le marché parisien, une offre complémentaire et diversifiée de la production française, a commenté Philippe Alary. Ce mariage avec Penja aboutit à ce nouvel outil de vente sur Rungis mis à notre disposition par la Semmaris. Concrétisant l'union de la production française et de notre ferme camerounaise d'exotiques, il s'agit de séduire le plus grand nombre de nos clients. Dans les prochains mois, de nouveaux outils verront le jour dont le site Rosedor Penja... ».

DISTINCTIONS

## Six restaurateurs couronnés aux Trophées Pudlo des bistrotts

La crème des bistrotiers parisiens s'est retrouvée au Paris Seize, le 9 mai, pour la remise des Trophées Pudlo des bistrotts. Sous la houlette du critique Gilles Pudlowski, cette première édition a couronné six établissements. Les frères Dumant, qui jouaient à domicile pour l'occasion, ont reçu le Trophée Pudlo Rungis



Les frères Dumant, propriétaires du Paris Seize, ont obtenu le Trophée Trophée Pudlo Rungis du bistrot de l'année.

du bistrot de l'année pour leur établissement du 16<sup>e</sup> arrondissement. Ces derniers viennent d'abandonner la restauration italienne pour miser sur un bistrot : pari gagnant. Marie-Victorine Manoa, qui dirige les cuisines d'Aux Lyonnais, a été récompensée du Trophée du jeune talent de l'année. Un autre jeune restaurateur, Marius Benard, a été récompensé d'un prix en duo avec son père, Gilles Benard. Le Trophée de la transmission est ainsi venu saluer le travail accompli par les Benard, et notamment celui de Marius. Parmi les lauréats, on retrouve également Christophe Hantz du Vaudésir (Paris, 14<sup>e</sup>) avec le Trophée art de vivre et tradition bistrotts et cafés de France ; Vincent Pétron du Lorette (Paris, 9<sup>e</sup>) avec le Trophée du jeune bistrotier de l'année ; et Kelly Jolivet pour Benoit (Paris, 4<sup>e</sup>).

CONCOURS

## Un « challenge » des produits carnés réussi

Après le « Cheese Challenge », le « Primeurs Challenge », le « Marée Challenge » et le « Fleurs Challenge », le Marché de Rungis a organisé la 5<sup>e</sup> édition de sa compétition professionnelle phare sur le thème des produits carnés. Quatre finalistes avaient été présélectionnés pour leur savoir-faire et se sont affrontés le 26 avril dernier devant un jury d'experts en vue de réaliser la plus belle vitrine de boucherie.

À l'issue des épreuves, c'est Alban Fillion de la boucherie Fillion qui l'a emporté devant Christelle Juin de la boucherie du Baltard à Nogent-sur-Marne (94), Sébastien Nardon, de la Maison Nardon à Versailles (78), et Vincent Poulon de la boucherie Poulon aux Halles de Cognac (16). « Avec cet événement, le Marché de Rungis donne un coup de projecteur sur les talents de la boucherie et sur les produits d'exception qui font la réputation du Marché », a commenté Stéphane Layani, le président du Marché après avoir désigné le vainqueur.

Les candidats ont été évalués par un jury technique composé de Véronique Langlais, présidente du syndicat des bouchers de Paris, Stéphane Lajoie, président du syndicat départemental de la Boucherie du Val-de-Marne, ainsi que deux bouchers : Laurence Degand et Max Thebaudin. Un second jury « Coup de cœur » a ensuite évalué les critères esthétiques et culinaires. Sous la houlette de Stéphane Layani, ce jury a rassemblé des personnalités du secteur des produits carnés : Gino Catena, président d'Unigros et du Syndicat des Volailleurs, Caroline Fauchere, présidente de Stratégie Gourmet, Olivier Pellosio, directeur général de Porcgros et Serge Nadaud, président du CNTF (Confédération nationale de la triperie française).



Alban Fillion, vainqueur du « Rungis Challenge » produits carnés.

**E-COMMERCE**

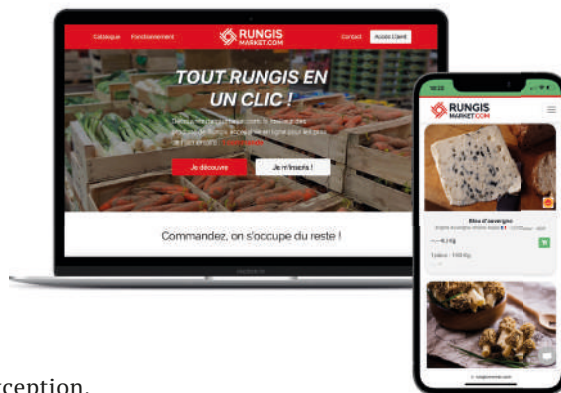
# Rungismarket.com a trouvé ses marques

Lancé en février dernier, Rungismarket.com a réussi son envol. Conçu en partenariat avec Califrais, STEF et Webhelp, le site présente un vaste catalogue de produits et de services à forte valeur ajoutée pour les professionnels de la restauration et des commerces de proximité de la France entière. En trois mois, il a honoré plus de 4 000 commandes, ont indiqué ses initiateurs courant mai.

Le catalogue du site de e-commerce compte déjà plusieurs milliers de références (produits de la mer, épices, viandes, fruits, légumes, fromages, produits bio ou locaux...) regroupées au sein de 120 catégories, couvrant ainsi tout l'éventail des produits du Marché de Rungis. L'offre de Rungismarket.com inclut

non seulement des produits d'exception, comme les chapons de Bresse AOP, la truffe noire d'hiver *Tuber melanosporum*, mais aussi des produits d'entrée de gamme, des produits locaux, bio, ou issus du carreau des producteurs de Rungis. « La sélection est réalisée par plus de 50 grossistes spécialisés, qui ont acquis au cours du temps une parfaite connaissance des produits et des besoins des professionnels des métiers de bouche », soulignent les partenaires du site, qui souhaitent proposer progressivement 10 000 références disponibles à la fin de l'année. « Cette extension virtuelle du Marché international de Rungis est un tournant dans notre histoire. Elle illustre notre capacité à nous adapter et à innover pour

répondre aux attentes des grossistes du Marché, mais aussi des acheteurs », a commenté Stéphane Layani, le président du Marché de Rungis. **rungismarket.com** devient un canal supplémentaire de vente pour les marchands. La digitalisation de la prise de commande permet désormais aux marchands de Rungis d'accroître significativement la visibilité de leurs produits et ainsi, d'élargir leur portefeuille de clients. Pour les restaurants parisiens, chaque commande effectuée avant minuit est livrée le lendemain dès 6 h. La majorité des autres régions métropolitaines est livrée en moins de 48 h, sur un créneau horaire qui correspond à l'activité du client.



**SIGNE DE QUALITÉ**

# La cancoillotte décroche son IGP

La Commission a approuvé l'ajout de la « cancoillotte » de France dans le registre des indications géographiques protégées (IGP), a-t-elle annoncé le 20 mai dans un communiqué de presse. Spécialité fromagère, obtenue par fonte d'un fromage au lait écrémé de vache appelé « metton » auquel on ajoute du beurre et de l'eau, la cancoillotte est produite en Franche-Comté. Cette région compte 17 ateliers dont trois fermiers. Elle regroupe 267 producteurs de lait habilités pour une production annuelle de plus de 5 730 tonnes. La consommation de cancoillotte accompagne souvent d'autres spécialités régionales telles que la saucisse de Morteau ou celle de Montbéliard. Cette nouvelle appellation vient s'ajouter à la liste des 1 578 produits agricoles déjà protégés.

**AGRICULTURE**

# Le label Bio équitable en France se développe

Lancé il y a seulement deux ans en mai 2020, le label Bio équitable en France poursuit son développement. Il représente déjà 17 % des ventes de produits équitables d'origine France pour un chiffre d'affaires de 121 M€ en 2021, indique le label qui regroupe près de 5 000 fermes paysannes (fédérées dans 30 groupements agricoles) et 40 entreprises de la bio. Le label se donne pour objectif une croissance proche de 30 % pour les deux prochaines années. Plus de 360 produits labellisés Bio

équitable en France sont actuellement disponibles dans les magasins spécialisés tels que Biocoop et en grande distribution. Ils représentent 23 % de l'ensemble des références labellisées commerce équitable origine France. L'objectif est d'atteindre 530 produits à la fin 2022 et 660 en 2023. L'association Bio équitable en France propose un modèle reposant sur un triple engagement de prix-volume-durée sur trois ans au minimum, contractualisé par l'ensemble des acteurs de la filière.

**EN BREF**

## Un festival international des poivres et épices

Après le succès de sa première édition, en 2019, qui avait réuni plus de 6 000 visiteurs, Terre Exotique organise la seconde édition du Festival international des poivres, les 25 et 26 juin 2022, à Rochecorbon, en Touraine. Ce festival met à l'honneur les producteurs d'épices du monde entier au travers de conférences et d'animations. Sont notamment prévus des démonstrations culinaires, des espaces de restauration, des ateliers ludiques et sensoriels, des expositions et des concerts.



**PASSATION**

# Marc Fesneau, nouveau ministre de l'Agriculture

À la suite de la composition du nouveau gouvernement du président de la République Emmanuel Macron, l'ancien ministre des relations avec le Parlement, Marc Fesneau, est nommé ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire ; un poste qu'il avait décliné en 2017. Il succède ainsi à Julien Denormandie, qui a annoncé dans un communiqué vouloir « consacrer l'essentiel de son énergie » à sa famille. Marc Fesneau n'est pas étranger à sa nouvelle position puisqu'il a commencé sa carrière au sein d'une entreprise de conseil travaillant pour le ministère de l'Agriculture. Ce Parisien de 51 ans, diplômé de Sciences-Po et ancien président du groupe MoDem au Parlement, a également rejoint la chambre d'agriculture départementale du Loiret-Cher, au service développement local, en 1996. Sa nomination a été accueillie positivement par les chasseurs, le nouveau ministre



Julien Denormandie et Marc Fesneau.

étant un ardent défenseur de la chasse et connu pour ses positions anti-vegan. Il copréside d'ailleurs le groupe Chasse à l'Assemblée nationale et le Chasseur Français voit en lui « un ministre de la ruralité ».

## Journée de la fleur française le 26 juin

La deuxième édition de la Journée de la fleur française se tiendra partout en France, a annoncé le 3 mai le Collectif de la fleur française qui regroupe 380 adhérents : horticulteurs, grossistes, fleuristes, décorateurs, etc. Cette journée a pour ambition de « fédérer, informer, accompagner, diffuser, valoriser, faire rayonner, décroïsonner et surtout fêter la fleur française, locale et de saison ! », indique le Collectif. Plus d'une centaine d'événements partout en France seront organisés avec au programme des chasses aux bouquets, des ateliers, des portes ouvertes, des banquets, des conférences, des expositions, etc. Avec plus de 40 % des parts de marché en valeur, les fleuristes restent le premier circuit de distribution en France. Le marché de la fleur pèse 1,73 Md€.

# SIAL

**EARLY BIRD** VOTRE BADGE À -50%

JUSQU'AU 30 JUIN SUR [WWW.SIALPARIS.FR](http://WWW.SIALPARIS.FR)

**3** BONNES RAISONS DE VENIR AU SIAL PARIS

**LE PLUS GRAND HUB MONDIAL DU BUSINESS ALIMENTAIRE,** d'inspiration et d'innovation

**TOUTE LA COMMUNAUTÉ MONDIALE RASSEMBLÉE** pour un networking incomparable

**DES ÉVÉNEMENTS MAJEURS DE L'INDUSTRIE,** des études exclusives, des keynotes inspirant



**INSPIRE  
FOOD  
BUSINESS\***

Paris

**SAMEDI 15 - MERCREDI 19  
OCTOBRE 2022**  
PARIS NORD VILLEPINTE - PARIS

[SIALPARIS.COM](http://SIALPARIS.COM) #SIALParis



01

MAI

Comme à l'accoutumée, les grossistes du Marché de Rungis se sont rendus à la mairie de Paris dans le cadre du 1<sup>er</sup> mai pour présenter leur savoir-faire et offrir le traditionnel brin de muguet aux représentants de la Ville de Paris. La maire Anne Hidalgo a présidé cette cérémonie à laquelle les représentants des filières horticoles sont très attachés. Lors des échanges, Stéphane Layani a insisté sur la faculté du Marché de Rungis à « permettre à 18 millions de Franciliens de s'approvisionner quotidiennement dans les commerces de proximité et de répondre à la demande croissante de produits locaux tout en maîtrisant le coût pour le consommateur, grâce à la massification des flux ». La Ville de Paris s'est engagée en faveur d'une alimentation plus durable, inclusive et résiliente d'ici 2030.



01

MAI

La traditionnelle cérémonie de remise du muguet à l'Élysée s'est déroulée cette année dans des circonstances particulières, quelques jours seulement après la réélection du président de la République et une semaine avant son investiture. Pascal Mutel, président de la Chambre syndicale des fleuristes d'Île-de-France, a offert à Emmanuel Macron du muguet en provenance de Sologne et de la région nantaise. S'en sont suivis des échanges entre le chef de l'État, les grossistes du Marché de Rungis et les représentants des métiers de bouche devant un magnifique buffet concocté par les professionnels du Marché. Stéphane Layani a promis que le marché allait « travailler à la souveraineté alimentaire et à reterritorialiser l'agriculture française ».



12

MAI

La 7<sup>e</sup> édition des Rencontres Made in Viande, organisée par l'interprofession Interbev, a fait escale dans les pavillons de la viande du Marché de Rungis. L'occasion pour Jean-Baptiste Lemoyne, alors ministre délégué chargé des PME, de faire sa dernière sortie officielle. « C'est ici même que j'ai fait ma première visite en tant que ministre des PME, je me considère donc un peu comme faisant partie de la famille », a-t-il salué. Auparavant, l'éleveur Philippe Dufour, président d'Interbev Île-de-France, avait attiré l'attention de la délégation sur la nécessité de renouveler les générations au sein de l'élevage en consolidant la rémunération des éleveurs. Stéphane Deplanche, président du syndicat des grossistes en viande, a assuré la visite du pavillon V1P avant un grand buffet « flexitarien », orchestré par l'Union des restaurateurs de Rungis.



19

MAI

C'était l'effervescence Place Monge (Paris, 5<sup>e</sup>) pour la remise de la Coupe du Meilleur Pot, un trophée des meilleurs bistrot à vins de Paris qui circule dans la capitale depuis 1954. Luc Fracheboud, patron de la Bonne Franquette à Montmartre (18<sup>e</sup>), précédent récipiendaire, a transmis le titre à Nicolas Chen, patron du Monge (*lire portrait, page 25*). En présence de la maire du 5<sup>e</sup> arrondissement Florence Berthout, Alain Fontaine, membre de l'Académie Rabelais, a appelé le public à pétitionner en faveur de la reconnaissance des bistrot et cafés de France au classement au patrimoine immatériel français. Stéphane Layani en a profité pour saluer la cinquantaine de patrons de bistrot présents ce soir-là et a insisté sur le rôle de partenaire du Marché auprès d'eux. La société CNER, fournisseur du Monge, a participé à la réussite de la soirée.

# NOUVEAU DAILY FOURGON



## IVECO

**140 CH, SURÉQUIPÉ  
ENTRETIEN & GARANTIE 5 ANS  
329 € HT / MOIS\***

\* Exemple de financement en crédit-bail 60 mois pour un IVECO DAILY 35514 V11 Champion au prix remis de 31 522 € HT comprenant l'entretien et l'extension de garantie chaîne cinématique 60 mois ou 150 000 km, soit une remise de 17 381 € HT par rapport au prix tarif conseillé du 03/11/2021 de 48 903 € HT. Premier loyer de 6155 € HT à la livraison, suivi de 59 loyers de 329,05 € HT et engagement de reprise de 7400 € HT. Règlement des loyers par prélèvement automatique. Frais de dossier : 120 €. Offre valable pour toute commande du 03/01/2022 au 30/06/2022 sous réserve d'acceptation du dossier de financement par CNH Industrial Capital Europe, SAS au Capital de 88.482.297€, 12 rue du Port, 92022 NANTERRE Cedex - 413 356 353 RCS Nanterre. Date limite d'acceptation du dossier de financement : 30/06/2022. Offre soumise à conditions, réservée aux professionnels, hors loueurs et flottes, chez les concessionnaires du réseau IVECO participant à l'opération. Modèle présenté avec options non comprises dans le tarif.

### **LE POIDS LOURD 77**

Rue Clément Ader - 77410 Claye Souilly  
Tél. : 01 60 26 72 72

### **LE POIDS LOURD 91**

Rue de la Lampe et avenue Ettore Bugatti  
91310 Linas - Tél. : 01 64 49 55 50

### **LE POIDS LOURD 92**

33 avenue du 8 mai 1945 -  
92390 Villeneuve la Garenne  
Tél. : 01 41 47 32 00

### **LE POIDS LOURD 93**

163 avenue Henri Barbusse -  
93000 Bobigny - Tél. : 01 41 60 85 20

### **LE POIDS LOURD 94-V.I.S.**

7 rue des 15 Arpents - 94310 Orly  
Tél. : 01 46 77 43 43

### **LE POIDS LOURD 94-V.I.S.**

ZA La Haie Griselle  
3 rue des Sablons - 94470 Boissy-Saint-Léger  
Tél. : 01 45 10 00 00

### **LE POIDS LOURD 95**

1-3 rue Jacques Kellner  
ZAC du chêne Bocquet - 95150 Taverny  
Tél. : 01 39 31 57 57

### **LE POIDS LOURD 60 COMPIEGNE**

ZAC Les longues Rayes  
BP 30204 - 60610 Lacroix Saint-Ouen  
Tél. : 03 44 91 13 33

### **LE POIDS LOURD 60 ETS CHARPENTIER**

Chemin de Sans Terre  
60000 Beauvais - Tél. : 03 44 10 33 33

**Rendez-vous dans l'une  
de vos concessions pour  
profiter de l'offre.**



## Wagyu H, spécialiste du bœuf japonais, en direct du Grand Marché

**Nordine Sebti, créateur de la société Wagyu H, s'est installé au pavillon Gastronomie du Grand Marché pour commercialiser du bœuf japonais, élevé en France.**

Installé depuis dix ans dans l'agglomération toulousaine, Nordine Sebti a un parcours bien atypique. La première expérience professionnelle du jeune homme, originaire d'Alsace, alors technico-commercial, a lieu dans le milieu de l'usinage du plastique pour l'industrie cosmétique et pharmaceutique. Pendant 15 ans, il est en prise avec les chaînes de fabrication, de conditionnement et de stockage, ce qui contribue à développer son sens de l'entrepreneuriat. Puis, établi près de Toulouse, il devient neuf années durant, mécanicien ajusteur pour l'aéronautique. « Mais en parallèle, j'ai toujours aimé bien manger, raconte-t-il. Et je me suis rendu compte qu'il était difficile de trouver, en France, de la viande de bœuf halal de qualité. En effectuant quelques recherches, j'ai découvert le bœuf de Kôbe, au Japon, d'un persillé et d'une qualité exceptionnels. Or le pays n'exporte que 2 % de sa production. Il est quasiment impossible de se procurer ce trésor national nippon, à l'étranger. J'ai alors recherché



Nordine Sebti (à dr.) travaille avec 25 bouchers et de nombreux restaurants.

*si des éleveurs français s'étaient lancés dans la production de ce type d'animaux et j'ai trouvé un élevage dans l'Aisne.* » En 2019, l'entrepreneur crée l'entreprise Wagyu H pour commercialiser cette viande en qualité halal, le H du nom symbolisant cette spécificité.

L'éleveur auquel s'est associé Nordine Sebti possède 60 ha de prairie à Landouzy-la-Ville (Aisne). Les bêtes élevées de façon extensive sont de purs wagyu (prononcer « oua », Japon, et « guiou », bœuf), race à partir de laquelle on obtient le fameux bœuf de Kôbe. Les veaux restent neuf mois avec leur mère et les bœufs

d'excellence sont élevés, puis engraisés, pendant 36 mois. Ils sont abattus à l'abattoir de Douai (Nord), à 2 h 30 du domaine agricole, et livrés aux professionnels en carcasses ou pièces découpées conditionnées sous-vide. « 50 bœufs finis sont disponibles chaque année sur l'exploitation, dont 36 attribués à Wagyu H, poursuit Nordine Sebti. Je peux également commercialiser 50 vaches wagyu de réforme par an. »

Au pavillon Gastronomie du Grand Marché MIN de Toulouse, Wagyu H dispose de chambres froides, vitrines de présentation et d'une cave de maturation. Toutes les pièces de viande exposées sont sous-vide. L'entrepreneur envisage de commercialiser également d'autres races à viande de qualité comme la limousine, et de diversifier sa gamme avec, par exemple, du magret de canard. À la fin de mai, il a aussi reçu 200 saucissons secs de wagyu pure race, confectionnés à la façon du jésus de Lyon. « Je travaille aujourd'hui avec 25 bouchers en France et avec de nombreux restaurants, précise le commerçant, qui a profité de la récente période de confinement pour passer un CAP de boucher. Le prix de la viande résulte du persillé obtenu, que nous souhaitons garantir à 8 ou 9, sur le Beef marbling score (MBS) qui compte 12 niveaux. Pour les qualités de viande un peu inférieures, nous proposons de la viande hachée qui est très prisée des restaurants de burgers. »

**Florence Jacquemoud**

### COMMUNICATION

## Les Femmes de Food à l'honneur

Récemment installée au MIN de Toulouse, l'agence de communication et d'accompagnement La Food Locale, spécialisée dans le secteur de l'alimentation, a organisé, en 2022, la deuxième édition de son prix Femmes de Food. Cette initiative engagée a pour objectif de « rendre hommage à toutes celles qui entreprennent dans le secteur de l'alimentation (très masculin) et encourager celles qui hésitent encore à se lancer ». « Plus d'une centaine de gérantes

*d'épicerie, traiteuses, pâtisseries, restauratrices, productrices, cavistes, bouchères, boulangères, charcutières... ont candidaté »,* indique l'agence. Les lauréates ont été récompensées, à l'occasion de salon Smarth, à la fin de mars, en présence de Maguelone Pontier, directrice du Grand Marché, et du chef Guillaume Gomez, respectivement marraine et parrain de l'opération. Le Grand prix Femmes de Food a été remis à Marie Franco, fondatrice du Comptoir d'Anselme,

qui livre des produits locaux tracés par l'indice kilométrique. Le prix Graine de Food a été remporté par Clotilde Latieule, cofondatrice des Maraîchers du ciel, potagers adaptés aux toits des hypermarchés. Et le coup de cœur du public est allé à Esther Laurens, gérante d'Envies de brebis. La prochaine édition aura lieu en 2024. En attendant, une communauté Femmes de Food est en cours de création.

**F. J.**

## CHÂTEAURENARD

# L'Actium Grand Marché de Provence présente sa feuille de route 2022

**Territoire de qualité, territoire à mobilité décarbonée, territoire de savoir constituent les grands chantiers du MIN de Châteaurenard et de ses partenaires.**

L'Actium Grand Marché de Provence a présenté, le 10 mai, sa feuille de route pour 2022 qui repose sur trois axes : un territoire de qualité ; un territoire à mobilité décarbonée ; un territoire de savoir. La mise en avant de la qualité passe notamment par la participation au Projet alimentaire territorial « *Produire local pour manger local* » et par la mise en place de nouveaux modes de distribution en circuits d'approvisionnement courts. L'Actium veut également valoriser « *La Provence sur vos tables* » et les produits du Grand Marché de Provence sur les salons ; et, à terme, faire du Grand Marché de Provence une marque. Pour y parvenir, une charte va permettre de poser le cadre et le socle de cette future marque. Cette charte précisera les droits et les devoirs à tous les maillons de la chaîne : producteurs, expéditeurs, transformateurs, grossistes, détaillants, restaurateurs, collectivités, GMS. La démarche « qualité » passera, entre autres, dans des investissements dans la digitalisation de l'offre. Deuxième axe : s'inscrire dans un territoire à mobilité décarbonée. Le Marché va participer au « *développement des navettes propres de ramasse du premier kilomètre et de livraison du dernier kilomètre* » autour de Châteaurenard.

Des actions pilotes ont été réalisées l'année dernière. Et les résultats sont positifs. De nouveaux dispositifs sont à l'étude. Ce projet a été labélisé « *Parc engagé* » par la région Sud. L'Actium a également lancé une étude qualitative sur le potentiel hydrogène du territoire. Enfin, troisième axe, l'Actium veut s'inscrire dans « *un territoire de savoir* » autour de l'emploi et la formation. De nombreuses actions sont proposées. Ainsi, des rencontres « *Grand Marché de Provence : Venez découvrir les métiers d'aujourd'hui et de demain !* » sont organisées tous les premiers jeudis du mois. Les participants sont invités à venir à la découverte des 37 métiers existants sur l'Actium. Des opérations de Job Dating sont également proposées.

La feuille de route de l'Actium est présentée sur de nombreux salons : Natexpo Paris du



L'Actium Grand Marché de Provence est le plus grand hub alimentaire du sud de la France.

24 au 26 octobre 2021 ; Fruit Logistica (du 5 au 7 avril 2022 à Berlin) ; Natexpo 2022 du 24 au 26 septembre 2022 à Lyon ; Salon Fruit Attraction du 5 au 7 octobre 2022. Elle a également été plébiscitée, en octobre dernier, sur le Marché de Rungis à l'occasion de rendez-vous d'affaires en B to B coorganisés par l'Actium et la Semmaris. L'Actium Grand

Marché de Provence est le plus grand hub alimentaire du sud de la France. Il réunit le MIN de Châteaurenard, une plateforme logistique, un pôle de transformation pour les produits bio et locaux, et une zone de distribution de produits agroalimentaires bio. L'ensemble des activités a généré un chiffre d'affaires de 702 millions d'euros en 2021. **O. M.**

## Les Marchés en bref

**Angers :** La société Yoom fabrique sur le MIN d'Angers des Dim Sum, une spécialité traditionnelle chinoise sous forme de bouchées vapeur. Les spécialités Yoom sont commercialisées dans les restaurants de la marque et nouvellement sur le réseau Yoom At Home. Forts de ce savoir-faire, Yoom et son atelier angevin viennent d'être admis au Collège culinaire de France en qualité de Producteur Artisan de Qualité. Le Collège culinaire de France réunit plus de 2000 restaurants de qualité et plus de 1000 producteurs artisans de qualité. Leurs objectifs : représenter, valoriser et transmettre le patrimoine culinaire artisanal à travers la diversité, la tradition et la capacité d'innovation.

**Nantes :** Le Marché du Grand Ouest - MIN Nantes Métropole a organisé le 5 mai des rencontres entre les acheteurs et les professionnels des secteurs horticoles et des fruits et légumes. Épiciers, traiteurs, restaurateurs, fleuristes... sont venus découvrir ou redécouvrir les offres des grossistes et des fournisseurs du MIN.



# Quand les marchés se réinventent



## La crise a rapproché encore un peu les Français de leur marché. Mais sous l'impulsion des collectivités, leur modèle évolue pour répondre aux nouvelles attentes en matière de produits, de services et d'animation.

Dossier réalisé par Bruno Carlhian

**L**a cote d'amour dont bénéficient les marchés, couverts ou de plein air, est au plus haut. La récente crise de la Covid-19 n'a fait que resserrer un peu plus le lien séculaire qu'ont noué les Français avec ces hauts lieux du commerce, mais aussi de l'animation des centres-villes. « Pendant la crise, nous avons tous ressenti que les clients avaient besoin d'échanges, de proximité, de confiance, et c'est cela qu'ils trouvaient sur leur marché. Ce réflexe s'est aussi doublé d'une prise de conscience que ces lieux étaient indispensables à la vie quotidienne », résume Monique Rubin, la présidente de la Fédération nationale des marchés de France (lire notre entretien page 21).

Une fois passé les fermetures initiales, les marchés couverts et de plein air ont connu une véritable embellie qui aura duré près d'un an et demi, reconnaissent les commerçants. « Dans le cadre de la crise sanitaire, les marchés sont apparus comme des lieux rassurants, qui ont d'ailleurs souvent été reconfigurés de manière à respecter les distances », explique Christophe Auguste, directeur de la communication du groupe

Géraud, le n° 1 français de la gestion et de la concession de marchés. Alors que les commerçants non alimentaires subissaient de plein fouet leur classement en activité « non essentielle » et l'envolée des commandes sur Internet, leurs homologues alimentaires ont profité pleinement de cet appétit de proximité. « Sur certains marchés, les ventes ont progressé de près de 30 % sur l'alimentaire avec des chiffres parfois comparables à ceux des fêtes de fin d'année », témoigne Christophe Auguste. Si, depuis, le soufflé est un peu retombé, la dynamique reste bel et bien solide. Le rapport le plus récent de l'Observatoire prospectif des métiers et des qualifications dans les métiers de l'alimentation (groupe Obea) estimait en 2016 le nombre de communes disposant d'un marché à 6 500 et le nombre de marchés alimentaires à environ 11 000 en France pour 250 000 emplacements. Un chiffre qui semble aujourd'hui plutôt stable, d'après les témoignages des professionnels. « Nous avons même créé quelques marchés pendant la période de la Covid de manière à rendre le commerce accessible », remarque Christophe Auguste, du groupe Géraud. Un marché éphémère a ainsi vu le jour à Rueil 2000 (Hauts-de-Seine), une zone située entre Chatou et Rueil, qui ne disposait pas de marché. « Depuis, il est devenu pérenne et se tient tous les samedis matin pour répondre à une problématique d'approvisionnement du quartier », poursuit Christophe Auguste, qui note cependant qu'il s'agit de créations plutôt symboliques.

Ce qui semble beaucoup plus significatif en revanche, c'est l'accumulation des projets de modernisation de marchés, voire de construction ou de reconstruction de halles couvertes ces dernières années. En région parisienne, le phénomène concerne toutes les zones, des plus modestes aux plus chic. En 2019, la Garenne-Colombes (Hauts-de-Seine) relançait par exemple son marché de la place de la Liberté, en le liant à un parking souterrain de 400 places permettant aux ●●●

## J'aime mon marché, une signature commune

Après deux années occultées par la crise sanitaire, l'opération « J'aime mon marché » a fait un discret retour cette année, du 13 au 29 mai 2022. L'événement, qui compte une petite dizaine de partenaires parmi lesquels le groupe Géraud, le Marché international de Rungis et la Fédération des marchés de gros, permet aux marchés (ils étaient 1 200 en 2019, dernière édition « normale ») d'organiser une ou plusieurs animations de promotions-dégustations au bon vouloir des commerçants, en utilisant le logo « J'aime mon marché » pour communiquer. L'équipe de l'association prend en main la commande des éléments décoratifs et propose des animations organisées par les partenaires. « Cette année, nous avons organisé un temps fort en commun avec la fête des voisins à L'Haÿ-les-Roses », précise Christophe Auguste. Le marché de Corbeil-Essonnes, pour sa part, a accueilli les 13 et 20 mai des groupes de scolaires pour leur faire découvrir les produits et les sensibiliser à la cuisine, au gaspillage ou à la saisonnalité. « C'est important de pouvoir disposer d'un mouvement unifié de valorisation des marchés. Cela permet de créer une action fédératrice et festive sur une même période avec une même charte graphique », poursuit Christophe Auguste. La fête des marchés est également répercutée à l'international sous la houlette de la WUWM, l'Union mondiale des marchés de gros. L'événement Love Your Local Market (LYLM) a été



La fête des marchés est déclinée à l'international sous la houlette de l'Union mondiale des marchés de gros (ici au Royaume-Uni).

décliné en mai dans plus de 3 000 marchés de rue de produits frais, souvent nommés « marchés fermiers », partout dans le monde : Royaume-Uni, Allemagne, Espagne, Italie, États-Unis, Asie. Le thème retenu cette année était « Je soutiens mon marché local = je soutiens la production locale et les circuits courts ! ». Le lancement officiel a eu lieu les 13 et 14 mai à Lisbonne, au Portugal, en présence de Stéphane Layani, président du Marché de Rungis.

## À L'Haÿ-les-Roses, une Halle des saveurs d'un nouveau genre

C'est une halle d'un nouveau genre qui a ouvert ses portes le 13 mars dernier à L'Haÿ-les-Roses, commune du Val-de-Marne attenante au MIN de Rungis. « *Des projets comme celui-là, nous n'en faisons pas aboutir toutes les semaines!* », commente fièrement Christophe Auguste, directeur de la communication du groupe Géraud, qui dispose de la délégation de service public pour la gestion du lieu. L'élégante Halle des saveurs, signée Greig & Stephenson, est inspirée des pavillons Baltard. Elle s'étend sur près de 2 000 m<sup>2</sup> en centre-ville à un carrefour très passant situé à deux pas de l'A6. « *C'est un modèle original et novateur pour la région parisienne en matière d'ouverture et d'offre commerciale* », explique le représentant du gestionnaire. La Halle des saveurs est en effet ouverte six jours sur sept, du mardi au dimanche, avec d'importantes plages horaires : de 10 h à 20 h du mardi au vendredi, de 8 h à 20 h le samedi et de 8 h à 14 h le dimanche. « *Les ouvertures matinales limitent considérablement la clientèle que l'on peut toucher, en particulier la semaine* », commente Christophe Auguste. « *Avec cette approche, l'idée est de toucher les actifs sur la tranche de midi ou de la fin d'après-midi afin qu'ils puissent profiter aussi bien de l'offre traditionnelle de produits frais que des formules de traiteur et de restauration* », poursuit notre guide. La gamme proposée par la trentaine de commerçants permanents installés sous la



halle se distingue en effet par sa variété et un savant équilibre entre frais et transformé. On retrouve d'une part toutes les catégories traditionnelles de commerces de produits frais présentes sur les marchés (primeurs, viande, charcuterie, poisson, produits laitiers, etc.), avec un nombre important de producteurs. Sont ainsi réunis sous le même toit les Serres de Mamie, maraîcher (91), Gautier (72), Bordier, du côté de Chartres ou la Pommeraie d'Allasac (94), mais aussi la Ferme de Benoît et Amélie (10), un boucher, producteur éleveur près de Troyes ou encore la Crèmerie et fromagerie du Poitou, etc. Mais le marché dispose aussi d'une proposition de produits traiteurs très large « *d'ici et d'ailleurs* » : végétarien, italien, asiatique, libanais, marocain, de l'Océan indien, etc. Ces commerçants proposent le prêt-à-emporter mais aussi, pour certains, la livraison, avec des prestataires comme Deliveroo ou Uber Eats. « *Outre la population très locale, nous ciblons aussi l'importante clientèle de bureau des communes alentour* », souligne Christophe Auguste, qui insiste sur l'importance de la cohabitation entre les deux types de commerce. La halle a cependant bien une dimension gastronomique avec des commerçants de référence comme Comptoir de la Marée, chapeauté par un chef expérimenté, Tartes & Gourmandise, réputé pour ses tartelettes ou encore Saveurs gastronomiques, qui propose des produits d'excellence.. dénichés sur le Marché de Rungis. L'attrait de la halle est renforcé par un parking situé juste en dessous, avec un accès direct par ascenseur. « *Je ne vois pas beaucoup d'équivalents à ce concept parmi nos marchés, si ce n'est peut-être celui des Capucins à Bordeaux, qui n'est cependant ouvert que le matin* », commente Christophe Auguste. La Halle des saveurs, qui sera dotée d'un restaurant à l'étage, entend bien devenir un pôle gastronomique et de convivialité du sud parisien.



La Halle des saveurs se caractérise par un savant équilibre entre offre traditionnelle et traiteurs avec des horaires d'ouverture accessibles à tous.



Face au large succès de son marché de la Place de la Liberté, la ville de La Garenne-Colombes (92) a fait construire en 2019, un parking souterrain de 400 places.

●●● visiteurs des communes avoisinantes de s'y rendre. La même année, La Courneuve (93) réimplantait son populaire marché des Quatre Routes sous une halle toute neuve de près de 3 000 m<sup>2</sup> s'étendant sur la place Jeanne-Lacombe attenante. Le mouvement se poursuit actuellement à un rythme soutenu, par exemple à Saint-Cloud (92), avec la rénovation du marché des Avelines. « Il y a effectivement beaucoup de projets de rénovation actuellement. Cela s'explique par le fait qu'un certain nombre de halles arrivent aujourd'hui en fin de vie et doivent être mises aux normes », témoigne Christophe Auguste. La rénovation des marchés s'inscrit également dans les projets de revitalisation des centres-villes, dont ils sont souvent le poumon. Des projets qui nécessitent non seulement de refaire la halle, mais aussi de concevoir les services afférents, notamment les parkings de stationnement.

#### LES PROJETS FLEURISSENT EN ÎLE-DE-FRANCE

Selon Christophe Gonzalez, ancien directeur chez Lombard et Guérin, entreprise spécialisée dans la gestion des marchés forains et d'approvisionnement, cette ébullition correspond à un mouvement de fond. « Nombre de marchés en région parisienne ne se tiennent que deux à trois jours par semaine. Or les marchés de semaine sont aujourd'hui beaucoup moins animés, à la différence du week-end où ils battent leur plein. Il est donc probable que l'on voit fleurir dans les années qui viennent de jolies halles avec cinq ou six jours d'ouverture, sur le modèle de la province ou de ce qui se fait dans certains pays étrangers. Je reviens de Madrid, par exemple. On y compte une dizaine de marchés en centre-ville ouverts cinq à six jours », analyse le porteur de projet de digitalisation des marchés (lire l'encadré). Les marchés s'adaptent ainsi peu à peu à l'évolution des comportements des consommateurs. Si l'on vend toujours des primeurs et de la viande sous les halles, on y propose aussi de plus en plus souvent des espaces de dégustation, des produits traiteurs et à emporter à destination d'une clientèle d'actifs. C'est l'option qui a été

### Le groupe Géraud en chiffres

Leader européen de la délégation de gestion des marchés, le groupe français Géraud anime environ 1 200 marchés par semaine sur toute France dans 250 à 300 communes, avec une prédominance en Île-de-France hors Paris, Normandie, Région lyonnaise, Nord, agglomération bordelaise et régions Auvergne et Centre. Le groupe est également présent au Royaume-Uni et en Scandinavie.

retenue, par exemple, par la halle de Noisy-le-Grand en centre-ville, modernisée en 2017 avec la création d'un parking et des corners de dégustation. C'est également le cas, tout récemment à L'Hay-les-Roses, véritable modèle d'une halle nouvelle génération (lire l'encadré). Certains marchés couverts se transforment ainsi en véritables destinations gastronomiques, à l'image des halles Paul-Bocuse de Lyon. « Nous travaillons actuellement à la création d'un marché destiné au grand public au sein du MIN de Strasbourg qui ouvrira à la rentrée prochaine. Il s'articulera notamment autour d'un caviste très réputé, qui commercialise déjà auprès du grand public. Il y aura autour une sélection de commerçants premium de manière à faire de ce marché un pôle d'attraction pour la population de la ville et les touristes », confie Christophe Auguste.

Dans un esprit encore plus festif, les Basques de Biltoki ont développé des halles conçues comme des « lieux de vie », dont l'agenda est rythmé par de nombreux événements. « Nous gérons et nous animons quotidiennement ces lieux de vie, main dans la main avec les commerçants qui les composent », indiquent les quatre concepteurs, désormais ●●●

●●● présents dans sept villes en France et bientôt au cœur d'Issy-les-Moulineaux (92). « Chaque halle reflétant l'identité gastronomique de son terroir, il n'y a pas de modèle duplicable et chaque ouverture est une nouvelle aventure », précisent les fondateurs.

La montée en gamme n'est cependant pas adaptable à tous les lieux ni à tous les marchés. Elle reste souvent l'apanage des marchés concédés par les municipalités à des opérateurs, un cas courant en région parisienne et dans les grandes agglomérations de la partie nord de la France, beaucoup moins ailleurs et notamment en PACA. « Il est important de conserver un équilibre, et toutes les halles ne peuvent pas être bobos », sourit Monique Rubin, qui n'a pas sa langue dans son chapeau. « Ce qu'on appelle les commerçants sous parasol, c'est essentiel dans la vie d'un marché, observe l'expert Christophe Gonzalez. C'est l'enseigne qui indique aux passants que le marché est ouvert. La richesse du marché passe par sa diversité. »

## « Votre plus beau marché », une vitrine de choix



C'est le premier concours du plus beau marché de France depuis le décès du journaliste Jean-Pierre Pernaut, qui en fut l'initiateur en 2018. Pour cette cinquième édition, les téléspectateurs de TF1 et lecteurs de la presse quotidienne régionale, partenaire de l'émission, ont jusqu'au 22 juin pour voter pour départager les 24 marchés lauréats sur le site Internet dédié : [votreplusbeaumarche.fr](http://votreplusbeaumarche.fr). Parmi les postulants figurent le marché du centre-ville de Rueil-Malmaison, qui représente la région Île-de-France, mais aussi le marché Hmong de Cacao (France Guyane) ou encore ceux de Saint-Valéry-sur-Somme en Picardie ou de Nyons dans la Drôme. L'heureux élu succédera au marché d'Étaples-sur-Mer, dans le Pas-de-Calais, vainqueur de l'édition 2021. Petite nouveauté cette année : un super jury de six membres, composé de trois personnalités emblématiques de TF1 (Évelyne Dhéliat, Denis Brogniart et Laurent Mariotte), et de trois téléspectateurs se prononcera également. C'est dans la semaine du 27 juin que le JT de 13h révélera le nom du marché lauréat, à l'occasion d'une page spéciale en direct. Pour les marchés, le concours constitue une exposition médiatique exceptionnelle, le nombre de votants ayant déjà dépassé les 3,5 millions !

## Tout le panier du marché sur Marketbox.fr

Présent au sein de l'incubateur Rungis & Co depuis le début de l'année, Christophe Gonzalez compte bien installer durablement dans le paysage son modèle de digitalisation des marchés alimentaires. « La particularité de Marketbox.fr, c'est de proposer une offre complète sur chacun des marchés auquel nous nous associons », explique cet ancien concessionnaire et gestionnaire de marché forain qui connaît cet univers sur le bout des doigts. « J'ai commencé par le marché d'Arcachon, que j'ai beaucoup pratiqué, en construisant le modèle en étroite concertation avec les commerçants. Il fallait que ça ne coûte pas cher, que les vendeurs n'aient pas à s'occuper du back-office, et, bien sûr, que ça leur apporte de la clientèle. » Partant de ce constat, Christophe construit intégralement les boutiques numériques, avec des catalogues courts (en moyenne 350 produits par marché référencé) mais régulièrement mis à jour, des prix alignés sur ceux du marché, un paiement unique, et une offre de livraison collaborative. Le « magasin » en ligne des halles d'Arcachon est le premier à ouvrir, en mars 2021, avec une dizaine de commerçants. Depuis, cinq autres ont pris leur place sur Marketbox.fr : Agen, Poitiers, Versailles, Boulogne-Billancourt et Maisons-Laffitte. « Au total, nous avons connecté une quarantaine de commerçants pour environ 2 000 tonnes de produits livrés à ce jour. L'objectif, pour pérenniser l'entreprise, serait d'avoir une centaine de marchés référencés », détaille Christophe Gonzalez. Le site vise les parents qui n'ont plus le temps de se déplacer mais aussi les personnes âgées ou leurs aidants. « Les anciens sont souvent surconsommateurs de produits frais et apprécient de pouvoir conserver un lien avec leur marché », poursuit l'entrepreneur, qui a également monté un projet de panier solidaire au service des collectivités. « La ville définit le montant qu'elle souhaite allouer pour aider des familles et nous gérons toutes les opérations d'achat et de livraison avec factures à l'appui. Cela bénéficie en plus au commerce local. »



Christophe Gonzalez.



## « Il faut que les marchés conservent leur caractère populaire. »

Monique Rubin, présidente de la Fédération nationale des marchés de France.

**La présidente de la Fédération nationale des marchés de France (FNSCMF) se félicite de la modernisation de nombreuses halles en région parisienne, mais pointe le risque que certaines s'écartent de leur vocation de desservir tous les publics.**

### **Au sortir de la crise Covid, comment se portent les marchés ?**

**Monique Rubin :** Après une année et demie d'embellie au cours de laquelle les consommateurs nous ont signifié leur attachement, nous faisons face à une situation plus contrastée. Le début de la guerre en Ukraine, puis la hausse des prix des carburants ont entraîné des conséquences sur le comportement de nos clients. Ceux qui viennent de plus loin hésitent désormais à faire le trajet jusqu'à leur marché. Et puis il y a eu ensuite la période électorale, qui est traditionnellement défavorable au commerce. Pour autant, je reste optimiste. Les beaux jours sont au contraire bénéfiques pour la fréquentation des marchés, et cette année, nous sommes gâtés !

### **Un certain nombre de halles en région parisienne ont bénéficié ou bénéficient de projets de modernisation, voire de reconstruction. Quel regard portez-vous sur ce phénomène ?**

Je constate également cette tendance. Le plan Action Cœur de villes lancé à la fin de 2017 en faveur de la redynamisation des cœurs de ville a été notamment utilisé par les municipalités pour rénover leurs halles. Il faut bien reconnaître qu'il existait d'importants besoins dans ce domaine et qu'elles apportent un réel confort aux commerçants. J'attire cependant

l'attention des uns et des autres sur la tentation de s'orienter vers des halles « haut de gamme » qui ne répondent pas aux attentes de l'ensemble de la population. Nous sommes très attachés à la fédération à la pluralité et à l'accessibilité des offres proposées sur les marchés. Il faut également que le ticket d'entrée soit accessible aux commerçants. Je n'ai rien contre le fait que l'on propose des formules de restauration sur place, car cela répond à une attente bien réelle, mais il faut conserver la mixité et la convivialité propres aux marchés. Certaines rénovations sont d'ailleurs très réussies. C'est le cas par exemple de l'emménagement en 2019 du marché des Quatre Routes à la Courneuve sous une halle toute neuve et sur la place attenante. Ce marché, l'un des plus fréquentés en Île-de-France s'est modernisé tout en gardant un aspect très populaire.

### **Votre fédération a célébré son centenaire à Épinal en février dernier. Quelles sont aujourd'hui vos relations avec les municipalités ?**

Dans l'immense majorité des cas, les relations sont très bonnes, mais ce sont celles avec lesquelles les échanges sont plus difficiles qui nous occupent le plus ! Idéalement, il faudrait que nous puissions être présents sur chaque marché afin qu'un délégué puisse faire le

lien entre la fédération et la municipalité. Dans le cadre de l'article L 2224-18 du Code général des collectivités territoriales, les municipalités ont l'obligation de consulter les organisations professionnelles dans le cas de modification substantielle du règlement.

### **Quelles sont vos relations avec les marchés de gros ?**

Nous entretenons d'excellentes relations avec eux, nos activités étant très liées. La majorité des commerçants alimentaires se servent en effet sur les marchés de gros. Nous avons entamé des discussions avec le Marché de Rungis pour resserrer encore nos liens, autour, par exemple, d'animations menées en commun. Vous en saurez plus bientôt.

### **Dans quelques jours (le 22 juin), les 24 finalistes du « plus beau marché » seront départagés sur l'antenne de TF1. Quel rôle a cette émission dans la vie des marchés ?**

Vous ne pouvez pas imaginer son importance pour les commerçants. Les reportages réalisés à la télévision et dans la presse locale constituent une publicité qu'on ne pourrait jamais s'offrir. Je suis également frappée de voir que les clients sont eux aussi fiers de leur marché. Lorsque l'équipe de TF1 est venue sur mon marché de Nyons, en mai dernier, cela a créé une véritable effervescence !



## Gilles et Cie

Quai de Lorient  
94150 Rungis

Tél. : 01 46 75 36 03

**8 M€** de CA

**9** salariés

## L'histoire

Le grossiste Gilles et Cie a vu le jour il y a plus de 110 ans sous les Halles de Paris avant de s'installer au Marché de Rungis sous la houlette de Hérard Gilles puis de Clément Gilles, avant que Jérôme Regnault ne rachète l'entreprise à la fin des années 2000. Le P-DG de la société a longtemps évolué aux côtés de la famille Gilles avant de se lancer dans l'aventure. Jérôme Regnault souhaite davantage développer la livraison afin de toucher de nouveaux clients restaurateurs. À terme, il ambitionne également de tester la vente de produits sous vide.

*Notre cœur de métier, c'est le gros poisson à la coupe que l'on peut débiter en filet par exemple. C'est l'âme de notre société et nous perdurons sur cette voie. Les poissons dits nobles atteignent des prix records, ce qui nous conforte dans notre choix. Au regard des prix, il faut trouver les produits qui permettent de gagner sa vie et de satisfaire nos clients poissonniers.*

## JÉRÔME REGNAULT, P-DG DE GILLES ET CIE

# Le spécialiste du gros poisson

**Mandataire plus que centenaire, Gilles et Cie est né sous les Halles de Paris avant de poursuivre son activité au Marché de Rungis. Alors que la société a longtemps été dirigée par la famille Gilles, Jérôme Regnault a repris le flambeau en 2007.**

Jérôme Regnault, qui préside la société Gilles et Cie, est un habitué des beaux produits. Et pour cause, voilà près de 30 ans qu'il s'active sous le Pavillon de la Marée, premier secteur du Marché de Rungis à accueillir les acheteurs dès 2 h du matin. Il tient les rênes d'une entreprise qui était déjà présente aux Halles de Paris avant le grand déménagement de 1969. « Après avoir travaillé deux ans chez Reynaud, j'ai été embauché par Hérard Gilles en tant que commis. J'ai ensuite gravi les échelons jusqu'à devenir mandataire », détaille Jérôme Regnault. Ce dernier a finalement racheté, à Clément Gilles, la société, il y a une quinzaine d'années. L'actuel P-DG n'a pas révolutionné la façon de travailler d'un mandataire solidement implanté au Marché de Rungis. Depuis toujours, Gilles et Cie est un spécialiste du gros poisson et du poisson à la coupe, à l'instar du cabillaud, du lieu noir et de la rascasse. On trouve également une sélection de poissons méditerranéens, venant d'Italie et du sud de l'Espagne, comme le pageot et la sardine.

« Ce sont des produits sur lesquels nous assurons moins de volume que par le passé, nous nous concentrons donc sur notre cœur de métier », explique le dirigeant, qui compte sur l'efficacité de ses vendeurs pour assurer la pérennité de l'entreprise : « Le vendeur est un rouage essentiel. Il dispose du portefeuille de la société ; il achète et il vend, ce qui est plus difficile. »

Pour s'approvisionner, Jérôme Regnault table notamment sur les captures issues du Danemark, de la Norvège et de la Hollande. Des apports réguliers qui lui permettent de rivaliser avec la concurrence et d'assurer une livraison optimale à ses clients. Parmi eux, on peut citer des restaurateurs ou encore des poissonniers. Si Gilles et Cie fournit des commerçants, il assure également une activité de vente auprès d'autres mandataires de la Marée dont les débouchés commerciaux sont les mêmes. « Nous constatons malheureusement que les restaurateurs se font plus rares sur le Marché. Ils ont de plus en plus recours à la livraison », remarque-t-il.



Jérôme Regnault.

Gilles et Cie réalise toutefois la majorité de son chiffre d'affaires grâce « aux marchés parisiens et aux boutiques de la périphérie ». L'une des spécialités du grossiste n'est autre que le cabillaud skrei, un poisson des mers du Nord disponible quatre à cinq mois dans l'année. Un produit qui plaît particulièrement aux restaurateurs qui souhaitent se différencier, ou aux chefs, comme Patrick Pignol du restaurant L'Angéus (Paris, 17<sup>e</sup>), et de Patrick Gauthier, qui officie à La Madeleine, à Sens (89).

M. R.

# « Pour ma future retraite, j'aimerais toucher plus que les arêtes ! »

Florent, Poissonnier.

Crédits photo : © Shutterstock / Conception : ADFM

**Justement**, il existe des solutions permettant à chacun d'agir pour améliorer sa retraite. Comme la baisse des futurs montants de pension est une certitude, mieux vaut la compenser en prenant dès maintenant les bonnes dispositions. C'est ce que vous permet de faire, efficacement et à votre rythme, **le Plan d'Épargne Retraite de Médicis.**

 **médicis**  
Votre mutuelle retraite  
Groupe malakoff humanis

[mutuelle-medicis.com](http://mutuelle-medicis.com)



RETRAITE DES INDÉPENDANTS :  
PARLONS-EN, JUSTEMENT ! 



## Fermiers Basco Béarnais

D834, 64490 Accous

Tél. : 05 59 34 76 06

contact@coopfbb.fr

**3 M€** de CA

**210 t** de production totale de fromages par an : 125 t de brebis (dont 100 t d'ossau-iraty), 45 t de vaches, 10 t de chèvres et 20 t de mixtes

**10** salariés

## L'histoire

La coopérative des Fermiers Basco Béarnais a été créée en 1983. Elle collecte 210 tonnes de fromages par an auprès de 20 familles réunies en GAEC et installées dans les vallées d'Aspe, d'Ossau et de la Soule. Les fromages sont affinés par la coopérative qui les commercialisait encore il y a peu sous les marques Vallée d'Aspe et Bergerou. Avec la crise sanitaire et l'intérêt accru pour les produits locaux, la coopérative a revu ses marques et sa charte graphique. Elle innove chaque année avec un nouveau produit qui suit la tendance, comme les Pavés de Vache à l'ail des ours, au poivre ou nature, lancés cet hiver pour proposer une alternative originale à la raclette.

Depuis la crise sanitaire, il y a un retour d'intérêt pour les produits de terroir, locaux et artisanaux et nous souhaitons continuer à surfer sur cet élan.



## LES FERMERS BASCO BÉARNAIS

# Plébiscités pour leur savoir-faire

Producteurs de fromages fermiers de brebis, de vache, de chèvre ou mixtes, la coopérative des Fermiers Basco Béarnais a le vent en poupe, portée par l'intérêt croissant des consommateurs pour les produits locaux et traditionnels.



La coopérative Fermiers Basco Béarnais a présenté ses dernières créations au Salon du fromage et des produits laitiers, qui s'est tenu du 27 février au 2 mars 2022 à Paris.

La fromagerie des Fermiers Basco Béarnais est une coopérative qui regroupe une vingtaine de familles dans les vallées béarnaises d'Aspe et d'Ossau, et de la Soule en Pays basque. Ses adhérents élèvent des vaches, des brebis et/ou des chèvres et fabriquent sur place des fromages fermiers à pâte pressée, des tommes de 4 à 5 kg et des tommelettes de 4 à 500 g. Ensuite, ils les livrent à l'une des trois caves de la coopérative. « Nous nous chargeons de l'affinage et de la commercialisation des fromages », indique Ludovic Seudre, directeur des Fermiers Basco Béarnais. Les fromages sont ensuite livrés aux plateformes des GMS, aux grossistes et en particulier à Rungis. « Nous fournissons la SAF, Dessailly et Gratiot et Bruel en bio », précise Ludovic Seudre. Pour l'export, la coopérative s'appuie sur une structure spécialisée, Saveurs des Pyrénées, qui se charge de trouver de nouveaux débouchés aux fromages dans le monde entier. « Aujourd'hui, nous exportons 7 % de notre production principalement vers l'Amérique du Nord, les États-Unis et le Canada à 60 %, vers l'Espagne à 30 %, et le reste vers

l'Allemagne et la Scandinavie. Grâce à Saveurs des Pyrénées, nous espérons gagner l'Asie qui représente un gros potentiel pour les produits laitiers. » L'ossau-iraty représente la première vente de la coopérative avec presque la moitié des volumes. Les Fermiers Basco Béarnais commercialisent 58 % de leurs fromages dans les commerces traditionnels, 34 % dans les GMS, 7 % à l'export et 1 % dans leur boutique près du siège à Accous (Pyrénées-Atlantiques). « Depuis la crise sanitaire, il y a un nouvel intérêt pour les produits de terroir, locaux et artisanaux et nous souhaitons continuer à surfer sur cet élan. » Pour contenter tout le monde, la coopérative a récemment mené un travail de dépoussiérage et de rationalisation de son image de marque : nouvelle charte graphique, nouvelle marque les Fermiers Basco Béarnais pour les ventes en GMS et les Fermiers Basco Béarnais Sélection pour le détail. Avec la Covid, « nous avons également réalisé l'importance d'être présents sur Internet, et notre site devrait être opérationnel à l'automne. Un site vitrine pour présenter notre travail, nos produits, notre savoir-faire. »

Caroline Maréchal





## Le Monge

77, rue Monge  
75005 Paris

Tél. : 01 43 36 05 57

**80 m<sup>2</sup>** c'est la taille de  
la petite salle de restaurant du Monge

**5** personnes s'activent en cuisine  
et en salle, une équipe aussi investie  
que le patron dans le service des clients

## L'histoire

Né à Paris en 1982, Nicolas Chen vient d'une famille originaire de Wenzhou en Chine qui s'est installée définitivement en France dans les années 1970 après y avoir œuvré à la reconstruction de la France après la guerre de 1914-1918. À 22 ans, Nicolas, le dernier de six enfants (dont deux autres sont dans la partie) prend une première affaire avec l'un de ses frères à Corbeil-Essonnes, un tabac-jeux-snack, puis s'installe dans un autre bar-tabac, le Cyrano, à Franconville (Val-d'Oise). Là-bas, Nicolas Chen développe la restauration et se constitue un solide réseau de fournisseurs. En 2014, il reprend le tabac Le Monge à l'Aveyronnais Christian Moisset.

Un jour, j'ai goûté chez un cousin traiteur des nems que j'ai trouvés délicieux et que j'ai voulu proposer à la carte. Mais comme je ne voulais surtout pas être catalogué comme restaurant asiatique, j'ai appelé ça 'croustillants aux crevettes et au poulet' !

## NICOLAS CHEN – LE MONGE

# L'esprit du bistrot plane sur Le Monge

**Le tabac Le Monge synthétise les qualités attendues d'un authentique bistrot parisien : accueil, convivialité, comptoir, plats canailles et vins de soif. Que demander de plus ?**

Nicolas Chen, 39 ans, s'est vu décerner le 19 mai dernier la Coupe du meilleur pot, le « prix Goncourt » des bistrots à vins parisiens, attribué depuis 1954. L'identité du lauréat en a surpris plus d'un. Contrairement à nombre de ses prédécesseurs au palmarès, le patron ne présente ni origine auvergnate ni même aveyronnaise. S'il est né dans le 11<sup>e</sup> arrondissement de Paris, Nicolas Chen est en effet issu de la communauté chinoise, très active ces dernières années dans l'activité des bars-tabacs-jeux en région parisienne.

L'établissement repris en 2014 par le nouveau lauréat coche pourtant bien toutes les cases de l'authentique bistrot parisien. Si Le Monge « fait » bien tabac, c'est loin d'être l'activité principale de ce rendez-vous de quartier aux multiples facettes. Ouvert tous les jours, y compris le dimanche, de 7 h à 21 h, l'établissement accueille une clientèle bigarrée d'habités, de passants et de touristes autour d'un comptoir toujours animé, d'une salle de restaurant de 36 couverts et d'une terrasse d'angle donnant sur la place Monge, son marché et sa caserne de la Garde républicaine. « C'est une volonté de ma part de faire du Monge un lieu de vie qui favorise les échanges », témoigne le patron, « engagé à 200 % dans son métier ». S'il a développé le caractère populaire et convivial de l'adresse, Nicolas Chen n'a pas oublié de soigner la qualité de la table et des vins.

Le Monge propose en effet des plats simples et de terroir à base de produits frais, de la salade grecque à la tête de veau, en passant par le tartare de bœuf de Salers ou le gratin d'andouillette, à des tarifs très abordables. « J'ai établi des relations de confiance avec quelques fournisseurs fidèles comme le grossiste de Rungis CNER, mais aussi Robert Bunel (RB Services), qui me sélectionne les viandes achetées sur le MIN. Pour les achats d'appoint, j'ai aussi les commerçants forains du marché. Ce n'est pas très compliqué, il me suffit de traverser la chaussée ! », précise Nicolas Chen. En ce qui concerne la carte des vins, elle fait la part belle aux beaujolais, avec le Fleurie Grand Fers



Nicolas Chen.

de Christian Bernard ou le brouilly d'Emmanuel Mandrillon mais aussi... aux champagnes (Abelé, Haton, Paul Laurent, Millot ou Montaudon) avec lesquels on trinque joyeusement au comptoir.

Le savoir-faire et la convivialité du personnage n'ont pas tardé à être remarqués des confréries gastronomiques, des « francs-mâchons » parisiens aux Compagnons du Beaujolais en passant par l'Académie Rabelais, qui lui a remis le titre. « C'est une récompense qui me touche particulièrement », reconnaît Nicolas Chen. « Quand je suis arrivé, quelqu'un m'a dit que j'aurai du mal à "passer derrière un Auvergnat". La remarque m'a piqué, car je considérais que je savais travailler et que je saurais convaincre. » Depuis, Nicolas Chen a relevé le gant.

**B. C.**

## LE RELAIS DE BARBIZON

2, avenue du Général-de-Gaulle

77630 Barbizon

Tél. : 01 60 66 40 28



Le restaurateur Mikael Briens, Valentin Laiguillon, le chef Thomas Decock et le sommelier David Plait.

©Mikael Briens

# Mikael Briens

Alors que la saison touristique a débuté à Barbizon, le chef Mikael Briens est au four et au moulin pour assurer l'accueil des clients. Restaurateur dans l'âme, l'homme propose des poissons entiers, présentés aux clients puis découpés devant eux.

## Le pape de Barbizon

Après avoir partagé sa vie entre le bord de mer et la montagne, Mikael Briens s'est sédentarisé à Barbizon (Seine-et-Marne) en 2008. Il anime avec brio Le Relais de Barbizon, une institution qui attire des clients français comme étrangers, friands de la partition culinaire déroulée par le chef et son équipe.

À l'aube de ses 51 ans, Mikael Briens est un chef accompli. Ce restaurateur de talent, à la tête, aux côtés de son épouse, du Relais de Barbizon, ne connaît pas la crise. Chaque saison, son établissement fait le plein et attire des gourmets venus de tous les horizons. Il faut dire que Barbizon, en Seine-et-Marne, est une localité particulièrement animée qui séduit des locaux comme des touristes étrangers. Malgré sa petitesse, la ville abrite de nombreux restaurants et hôtels qui accueillent des visiteurs en quête d'authenticité. Ils sont en effet nombreux à se ruer à Barbizon pour découvrir les paysages qui ont inspiré les peintres impressionnistes. Mikael Briens profite de cette manne pour faire le plein de son

restaurant, même si la qualité de sa table lui permet aussi de séduire les palais d'une large clientèle d'habitues.

Ce Breton, qui a grandi dans la ferme familiale, « n'était pas un as à l'école » et nourrissait plutôt des ambitions dans le secteur de la restauration. Il s'est alors tout naturellement tourné vers l'école hôtelière. Le chef commence alors sa carrière par un stage au Sofitel de Carnac (56), avant de gravir les échelons et d'enchaîner les saisons, à Courchevel (73) et Saint-Tropez (83), sous l'égide du groupe Alp'azur Hôtels. En montagne, Mikael Briens évolue au Carlina et à la Bergerie. « La Bergerie est un passage obligé à Courchevel, c'est un restaurant de pistes où l'on propose des soirées russes tous les vendredis soir », se



Chaque poisson est présenté en salle avant d'être découpé devant le client.

© Mickaël Rolland

de Rungis. « La première fois, j'étais impressionné et perdu. L'idéal, lors d'une première visite, est d'être parrainé. Difficile, sinon, de parvenir à faire des affaires », sourit-il.

Depuis cette première visite, le Breton a jeté son dévolu sur des mandataires avec lesquels il travaille depuis de nombreuses années, comme L'Écrevisse ou la maison Reynaud pour les produits de la mer, mais aussi Jégo (Armara) pour les poissons. Concernant les fruits et légumes traditionnels, comme la pomme de terre, les poireaux ou les pommes (Mikael Briens achète dix plateaux de pommes doubles chaque semaine pour confectionner ses tartes Tatin), le chef a ses habitudes chez Chrono Primeurs. Du côté des asperges et des fruits rouges, c'est MG Primeurs qui est sollicité, tandis que la maison Butet assure la fourniture des girolles et autres champignons. Si le chef propriétaire du Relais de Barbizon est un promoteur de poissons, il met également à l'honneur la viande grâce au concours de Christophe Deplanche, patron de Deplanche Lauberye. Le groupe Bigard fournit quant à lui l'agneau, et Avigros la volaille et le foie gras. Le chef se déplace au Marché de Rungis toutes les semaines, le mercredi, le jeudi et le samedi. Un rituel qu'il n'abandonnerait pour rien au monde même si, dans quelques années, il entend vendre Le Relais de Barbizon et se consacrer à sa famille.

**Mickaël Rolland**



Les queues de langoustines nacrées, poêlée de girolles et petits pois.

© Mickaël Rolland

souvent Mikael Briens. L'été venu, à Saint-Tropez, c'est au restaurant La Bouillabaisse ainsi qu'à l'hôtel de L'Astragale que le chef pose ses casseroles. Autant d'expériences, entre 1995 et 2006, qui lui ont permis de développer rigueur et créativité. « C'est une période clé durant laquelle j'ai rencontré de nombreux chefs, et qui m'a permis entre deux saisons d'effectuer des stages chez Ducasse notamment », ajoute-t-il.

La relation entre le Marché de Rungis et Mikael Briens a débuté très simplement. Alors que ce dernier cherche de nouveaux défis à relever, l'ancien patron de Vanikoff lui propose la gérance de l'Ermitage Saint-Antoine, à Barbizon : « Dans la mesure où il était mandataire de poissons à Rungis, il a mis en avant les produits de la mer et notamment les filets de poisson. Quand je l'ai rejoint, j'ai changé de stratégie en proposant des poissons entiers et en les cuisinant en entier également. » Très vite, la mayonnaise a pris. La clientèle se révèle avide de tradition et de produits présentés avec le cœur. Après 18 mois d'exploitation et un dernier passage dans le sud de la France, le Breton décide finalement de regagner Barbizon où une opportunité vient de poindre son nez : Le Relais de Barbizon est en vente. Mikael Briens rachète finalement l'affaire, qui dispose d'une centaine de couverts, en 2008. En parallèle, il ouvre une boutique annexe assurant une activité traiteur. Très vite, il décide d'effectuer ses achats au Marché



## Le temple des produits de la mer

Un repas au Relais de Barbizon, c'est l'assurance de vivre une épopée culinaire dédiée à la mer. L'offre, qui évolue régulièrement au cours de l'année, se décompose entre les entrées, les plats et les spécialités. Ces dernières figurent en permanence à la carte, à l'instar de la tête de veau sauce gribiche « qui fait partie des murs », de la raviole de homard ou encore du foie gras chaud aux pommes, caramel au cidre, le fameux bar rôti en croûte de sel et la sole meunière. Les clients ont également la possibilité de se délecter des homards préparés par le chef : rôti entier ou à l'arraché. « Je m'inscris finalement dans la cuisine traditionnelle, dans la cuisine bourgeoise de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle où le service et la découpe en salle occupaient une place centrale », précise Mikael Briens. Le chef se nourrit de la terre et de la mer. Ici, la lotte est escortée de foie gras, et là les ris de veau sont servis avec des queues de langoustine. « Je pense que tous les chefs ont un jour associé du veau et des crustacés », tempère-t-il. Tous les jeudis, avec l'arrivage de poissons, le restaurateur propose des sushis dont il a appris la conception quand il œuvrait à Saint-Tropez. Le Relais de Barbizon affiche un ticket moyen qui oscille entre 80 et 100 €. On ne trouve qu'un menu, uniquement le midi, facturé 32 €.

## Ses fournisseurs

### À RUNGIS

L'Écrevisse

Reynaud

Jégo

Chrono Primeurs

Prodal

Le Delas

Avigros



Michel Rivas entouré d'une partie de son équipe.

## Les Embruns



### Un nouveau chef de bord

En décembre dernier, Michel Rivas a pris les commandes du restaurant situé à proximité du pavillon de la Marée. En à peine six mois, ce professionnel a été adopté par la clientèle et par ses confrères.

#### Les Embruns

Quai de Lorient. 94569 Rungis

Téléphone: 01 45 12 90 30

lesembruns94000@gmail.com

www.lesembruns-rungis.fr

**Activité:** restauration

**Ouverture:** du lundi au samedi de 22 H à 16H

**En chiffres:** 12 employés

200 places entre la brasserie et le restaurant

#### Les +

Les spécialités de produits de la mer

Une équipe expérimentée et avenante au bar et en salle

Une des plus belles terrasses de Rungis

Asnières-sur-Seine (Hauts-de-Seine) à la veille du premier confinement. En quête d'une nouvelle affaire avec son associé Jimmy Lалуque, Michel Rivas entend parler de la gérance des Embruns. « C'est mon brasseur [en l'occurrence Tafanel, NDLR], qui m'a conseillé cet établissement dont il était le fournisseur », explique le nouveau patron, désormais âgé de 47 ans. « L'idée nous a séduits, car c'est une affaire qui fonctionne, dans un environnement agréable et avec une équipe qui connaît bien son métier. » Les jours et les horaires d'ouverture conviennent aussi bien au patron qu'à son associé car ils se partagent les services, la nuit pour Jimmy Lалуque et la journée pour Michel Rivas. Les deux ont officiellement pris l'affaire en décembre 2021, succédant ainsi à Michel Miteus, parti à Versailles à la suite de 20 ans de bons et loyaux services.

#### « ICI, ON SE REND SERVICE »

En dehors de l'arrivée des frites fraîches et du changement de la vaisselle, Michel Rivas n'a pour l'instant apporté que des aménagements à la marge. « Je prends encore mes marques », sourit le nouvel arrivé, qui salue l'accueil réservé par la clientèle mais aussi par les confrères de l'Union des restaurateurs présidée par Michel Soulenq. « Chacun dispose de son créneau et n'hésite pas à rendre service à l'autre, ce qui est rassurant », se réjouit Michel Rivas. Le mois de décembre, très favorable avec ses nombreuses soirées, a favorisé le démarrage de l'affaire.

Aujourd'hui, le patron se montre soucieux de maintenir des prix accessibles, aussi bien à la très populaire brasserie, qu'au restaurant « bistrannique ». « En dépit de l'envolée des prix en ce moment, je voudrais pouvoir maintenir un plat du jour à 11€ et une formule à 16€. Avec notre chef Vincent Angebault, nous essayons d'être imaginatifs pour ne pas avoir à proposer du filet de lieu noir tous les jours. Une partie de la clientèle vient ici quotidiennement, il faut pouvoir assurer de la variété », déclare le patron. La brasserie-restaurant Les Embruns reste pourtant bien l'adresse incontournable pour les produits de la mer. « C'est une spécialité que nous partageons avec La Marée. Il y a en permanence une douzaine de poissons à la carte (daurade, cabillaud, lotte, sole, turbot, saint-pierre, gambas, thon, etc.) en plus des huîtres et coquillages. Cela fait partie de l'identité de l'établissement. » Cela n'empêche pas l'établissement de proposer également des viandes (filet de bœuf, suprême de poulet, onglet, burger), ainsi que des pâtes ou des risottos. Pour le plus grand bonheur des clients de l'endroit.

B.C

V O L V O

# REDÉCOUVREZ LA LIBERTÉ

## LA LOCATION SANS ENGAGEMENT PAR VOLVO

Profitez d'une offre qui s'adapte à votre vie :  
selon vos besoins, restituez votre véhicule sans contrainte au bout  
de 6 mois, ou continuez à profiter de votre Volvo en toute liberté.



**A** 49g CO<sub>2</sub>/km

B

C

D

E

F

G

Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.

(1) Offre de Location avec option d'achat sur 36 mois avec 1<sup>er</sup> loyer majoré ou sans apport, sur VOLVO XC40 neufs (hors XC40 électrique). Restitution possible du véhicule à compter du 7<sup>e</sup> mois - avec paiement de frais de remise à l'état standard et du kilométrage excédentaire éventuel (prorata temporis du kilométrage contractuel), réservée aux particuliers dans le réseau participant, non cumulable avec d'autres offres en cours. Sous réserve d'acceptation par Volvo Car Finance département de COFICA BAIL RCS Paris 399 181 924. Détails sur [volvocars.fr](http://volvocars.fr).

**Volvo XC40 : Consommation en cycle mixte WLTP (L/100km) : 0-7.9.**

Donnée en cours d'homologation.

[VOLVOCARS.FR](http://VOLVOCARS.FR)

Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo. #SeDéplacerMoinsPolluer

*Bidaud*

57/59 et 66 avenue François Mitterrand  
91200 ATHIS MONS  
01-69-38-81-81



# Le Vaucluse

## Une tradition agricole séculaire

**Bénéficiant d'un climat méditerranéen et montagnard dans certaines zones (mont Ventoux, Luberon), le Vaucluse dessine une agriculture axée à 90 % autour de la production de fruits, de légumes et de vins. À la grande diversité des produits s'ajoute une démarche de qualité (IGP, AOC, agriculture biologique) en pleine progression.**

Reportage de JérémY Denoyer

**L**e département provençal est une place majeure de la production viticole, arboricole et maraîchère française. Les produits issus de son agriculture sont à l'image des fruits et légumes que l'on retrouve dans le bassin méditerranéen : colorés, juteux et généreux. Le Vaucluse est notamment le premier producteur national de cerises, de raisins de table, d'ail, de potirons et de ce « diamant noir », la truffe. En 2018, le Vaucluse se situait à la deuxième place de la production de poires Guyot, des pommes Golden et Granny, de figues et de melons sous serre. Selon les dernières données agricoles, il est aussi le troisième département producteur de fraises, de pastèques et de vins d'appellation. « *Nous avons beaucoup de signes de qualité sur notre terroir, cela fait que nous n'avons pas de grandes exploitations. Elles représentent une vingtaine d'hectares en moyenne. Sur un peu plus de 4850 exploitations, la moitié fait moins de 10 ha* », présente Georgia Lambertin, présidente de la chambre d'agriculture du Vaucluse. L'agriculture locale s'engage dans une démarche de qualité. Plus de 20 % de la surface agricole vauclusienne est biologique, tandis que la moyenne nationale approche les 7 %. Premier département bio de la région PACA, le Vaucluse se révèle par ailleurs très impliqué dans la production sous signes officiels de qualité. « *Sur les 151 communes du département, 145 sont – en partie ou totalement – en zone d'Appellation d'origine contrôlée (AOC) ou d'Appellation d'origine protégée (AOP)* », soutient la collectivité locale. Synonyme de plus 12 000 emplois directs dans le Vaucluse, le secteur agricole ne ferme pas les yeux sur le volet environnemental. « *Nous impliquons la biodiversité dans nos productions : 40 % des agriculteurs commercialisent en circuit court et nous avons beaucoup de marchés de producteurs, avec notre réseau Bienvenue à la ferme. Notre département travaille aussi énormément sur l'enjeu hydraulique. Nous accompagnons les associations syndicales d'irrigants pour développer leur réseau. Nous avons pris conscience qu'il faut économiser l'eau via la robotique et l'arrosage à distance. Développer de nouvelles méthodes d'irrigation – comme le goutte-à-goutte – nous permet de préserver les ressources en eau, et nous souhaitons aller chercher des réserves dans le Rhône. Le monde de l'agriculture réfléchit à ces problématiques* », affirme Georgia Lambertin, à la tête d'une chambre d'agriculture dont le territoire est sujet à des périodes de sécheresse récurrentes.

#### L'ATOUT DE LA DIVERSIFICATION MARAÎCHÈRE

Membre du réseau Bienvenue à la ferme et détenteur du label Haute valeur environnementale (HVE), l'exploitation La Cerise Montolin incarne l'agilité dont doivent faire preuve aujourd'hui les agriculteurs afin de poursuivre au mieux leur activité. Ironie du sort, La Cerise Montolin ne produit plus (pour l'instant) de cerises. Le gel survenu en avril 2021 a eu raison des cerisiers et abricotiers de cette exploitation de Mazan. « *C'est dur, car nous pouvons tout perdre d'un coup*, estime Mendy Montolin, responsable des ventes de la production de fruits et légumes du domaine. *Grâce à la diversification, nous nous maintenons mais nous sommes esclaves et liés à l'ensemble de nos cultures.* » Devenu agriculteur en 2005 avec 4 ha de cerisiers en ferme, Jimmy Montolin a sollicité le soutien de sa femme dans cette aventure lors de l'agrandissement de leur exploitation, il y a une dizaine d'années. Après avoir commencé la vente sur quelques marchés – notamment à La Ciotat et à Gemenos (Bouches-du-Rhône) – c'est désormais en vente directe, au sein de son propre magasin, que la Cerise Montolin écoule ses fruits et légumes. « *Nous nous sommes diversifiés en grand maraîchage. Sur 14 ha, nous faisons des asperges – blanches, pourpres et vertes, du chou, des épinards, de la mâche, de la salade, des fraises pleine terre... et la liste est encore longue* », affirme ●●●



© Domaine du Père Caboché

L'IGP du Vaucluse permet l'utilisation de plus de 100 cépages.



Les producteurs du melon de Cavaillon se battent depuis plusieurs années afin qu'il soit reconnu en IGP.



Le Vaucluse est le troisième département producteur de fraises en France.



Apportée par les papes au XIV<sup>e</sup> siècle, la culture du safran renaît dans le Vaucluse tout autour du Ventoux.

- Mendy Montolin. La grande majorité de la production des Montolin est aujourd'hui convertie en bio. Et l'enseigne familiale bénéficie sur ses fraises – depuis qu'elle cultive – de la marque Fraise de Carpentras, attribuée par la Confrérie du même nom. Selon Mendy Montolin, « c'est une image locale et une valorisation du terroir. Aujourd'hui, l'image de Carpentras, c'est l'image de la jolie fraise ».

#### GROUPEMENT DE PRODUCTEURS

À la tête de l'exploitation agricole du domaine de Saint Baudille (30 ha) à Malaucène et de quelques parcelles à Aubignan (près de 4 ha), Gilles Tabardon cultive principalement des cerises, des prunes et du raisin. C'est à travers des organisations de producteurs – le Val de Nesque et la Coopérative Beaumont du Ventoux – que l'agriculteur vend le produit de ses récoltes. Un modèle qui lui assure une certaine stabilité dans son activité. « Le Val de Nesque a des critères de classification des cerises. Il a des moyens de pondérer les achats et donc leurs prix », confie Gilles Tarbardon, membre du conseil d'administration de cette société destinée au commerce de gros.

Mais en amont, il revient au chef d'exploitation d'assurer la qualité des produits qu'il vend. « Les producteurs ont toujours essayé d'avoir une cerise de joli calibre, ferme et colorée. Nous avons un contrôle systématique des arbres chaque année. Et depuis 1994, nous avons investi dans une calibreuse : il est plus pertinent d'avoir une équipe spécifique dédiée au calibrage, plutôt que de trier au champ », estime l'agriculteur

installé depuis 32 ans. Grâce à ses cerisiers d'Aubignan, dont les fruits offrent une belle vitalité en ce mois de mai, son activité est plus régulière. « Avoir différents sites permet d'étaler la production et le commerce », ajoute Gilles Tabardon. Les cerises représentent 90 % de son travail et bénéficient cette année de l'IGP coteaux du Ventoux (voir encadré).

#### L'EFFET PARKER SUR LE CHÂTEAUNEUF-DU-PAPE

Terroir viticole historique, le Vaucluse est le plus important vignoble des côtes-du-rhône, qui se découpe en trois zones : l'AOC côtes-du-Rhône, l'AOC ventoux et l'AOC luberon. Ce département profite notamment « des climats propices à une viticulture de qualité, avec des étés secs et chauds pour une maturité optimum des raisins mais aussi un mistral assidu, qui par sa force assainit l'atmosphère et permet de garder la pureté des baies », précise le syndicat des vins d'indication géographique protégée (IGP) du Vaucluse. Cette IGP – qui pèse plus du quart de la production vinicole française et offre davantage de libertés aux vignerons que les AOP – permet l'utilisation de plus de 100 cépages. Fait historique notable, le vignoble vauclusien a profité de la renommée internationale apportée par la papauté d'Avignon, entre 1309 et 1378. Mais à la fin du XX<sup>e</sup> siècle, « l'effet Parker » (en référence au critique américain, Robert Parker) a, lui, donné une lumière sans précédent aux vins d'appellation de châteauneuf-du-pape. « Ce critique a fait plusieurs articles dans Wine Advocate, où il disait que les meilleurs ●●●





[www.dynamis.fr](http://www.dynamis.fr)

GROSSISTE FRUITS, LÉGUMES  
ET ÉPICERIE 100% BIOLOGIQUES

# DYNAMIS élargit son offre à l'épicerie



**2000**

références bio  
et biodynamiques  
*épicerie, vrac, frais,  
fruits secs et boissons*



**Offre**

régionale  
et artisanale  
*et une sélection  
de marques nationales*



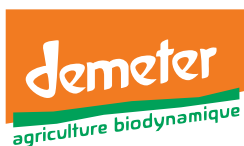
**Ciblée**

magasins, restauration  
et collectivités  
*une offre  
large et adaptée*



**Livraison**

en A pour B  
en Ile de France  
*souplesse  
et réactivité*



# dynamis

FRANCE

GRUPE DYNAMIS 13 cours d'Alsace | Bâtiment C5B | CP 30433 | 94619 Rungis Cedex  
[contact@dynamis.fr](mailto:contact@dynamis.fr) | 01 45 60 43 44



© Hoquel/A - VPA



© Jeremy Denoyer

Les sols jonchés de galets roulés sont caractéristiques de certains vignobles du terroir de Châteauneuf-du-Pape.

## Nougats Silvain : agriculteurs et confiseurs !

C'est l'histoire d'une reconversion liant l'agriculture à l'artisanat. Celle de deux frères agriculteurs, Pierre et Philippe, qui se sont lancés dans la fabrication de nougats. « *Nous sommes une famille d'agriculteurs qui produisaient depuis longtemps de la cerise et du raisin. Mais dans les années 1990, et confrontés aux quotas européens, les deux frères ont décidé de se diversifier avec des amandiers et des ruches. Et durant un hiver, ils ont commencé à transformer leurs amandes et leur miel pour produire du nougat en petite quantité* », relate Claire Silvain, fille de Philippe et directrice générale des Nougats Silvain. Les confiseries des frères Silvain, inspirées par la recette de leur grand-mère Henriette, rencontrent alors le palais des gourmands. Les deux frères continuent néanmoins leur activité agricole, mais les cerisiers et les vignes sont remplacés par des amandiers. Face au succès de ses nougats, la maison Silvain fédère depuis 2015 une filière « paysans-nougatiers », constituée de producteurs d'amandes et de miel de la région PACA, permettant de compléter leur production et de fournir l'atelier de fabrication à Saint-Didier. Produisant 35 tonnes de nougats par an, la nougaterie vauclusienne est aujourd'hui labellisée Entreprise du patrimoine vivant.



© Nougats Silvain



© Nougats Silvain



© Nougats Silvain

La maison Silvain fédère depuis 2015 une filière paysans-nougatiers constituée d'amandiculteurs et d'apiculteurs.



© Syndicat des Trufficulteurs du Vaucluse

Dans le Vaucluse, le cavage de la truffe s'effectue avec des chiens dressés pour cette pratique.

●●● vins étaient à Châteauneuf-du-Pape. Et avec la fin des droits de douane, cela a favorisé nos ventes », témoigne Jean-Pierre Boisson, fils de vigneron et héritier du Domaine du Père Caboché, dirigé aujourd'hui par sa fille, Émilie Boisson. Le vignoble de la famille Boisson s'étend sur 76 ha, dont 30 ha en AOP châteauneuf-du-pape, 14 ha en AOP côtes-du-Rhône et 11 ha en IGP vaucluse. L'ensemble du domaine produit chaque année environ 400 000 bouteilles, dont 70 % à 80 % destinés à l'exportation. « Les châteauneuf-du-pape ont toujours été des vins de garde très structurés, très tanniques, avec une certaine dose d'alcool et peu d'acidité. Aujourd'hui avec les nouvelles méthodes, nous allons de plus en plus vers des vins jeunes qui se boivent plus facilement : les techniques de vinification ont évolué et les cuvaisons sont moins longues », détaille Jean-Pierre Boisson. Les AOP châteauneuf-du-pape du Domaine du Père Caboché (rouge ou blanc) sont vendues généralement entre 20 et 25 € la bouteille.

### LA TRUFFE, UN TRÉSOR LOCAL

À l'image des grands vins de son territoire, la truffe est un produit dont le Vaucluse peut se targuer. La culture de ce champignon d'exception a véritablement commencé, au XIX<sup>e</sup> siècle, dans le village du Luberon de Saint-Saturnin-lès-Apt. L'agriculteur Joseph Talon y fit le lien entre l'arbre et la truffe. Puis en faisant germer des glands dans la terre de truffière et en les plantant ensuite dans ses champs, il inventa la trufficulture. « La truffe est la rencontre entre les racines d'un arbre et le mycélium [l'ensemble des organes d'une plante, NDLR] d'un champignon », explique Véronique Michelet, présidente du syndicat des trufficulteurs du Vaucluse. Les plus gros marchés français de la truffe (dont les acheteurs sont des courtiers spécialisés) se trouvent aujourd'hui à Carpentras et à Richerenches.

Mais depuis les années 1970, la culture de la truffe s'est quelque peu effondrée dans le Vaucluse. « Les truffières naturelles ont vieilli, il n'y a pas eu de nouvelles plantations et les modifications climatiques – la sécheresse, des saisons plus chaudes et sans pluviométrie – ont dégradé cette culture, constate Véronique Michelet. J'ai des dizaines d'hectares qui appartenaient à mes grands-parents, où on ne peut plus rien récolter. » Malgré tout, le Vaucluse reste le premier producteur de truffes en France. On y récolte notamment la truffe d'hiver (*tuber melanosporum*, dite « melano »), la plus recherchée pour ses arômes et sa subtilité, « le diamant de la gastronomie », selon Véronique Michelet. Sur les marchés de gros, le prix moyen pondéré de 1 kg de truffes était cette année d'environ 400 €, alors qu'il atteint aujourd'hui entre 600 € et 1 000 € sur un marché au détail.

## Cerise des coteaux du Ventoux, une IGP unique

Le Vaucluse produit aujourd'hui la seule cerise française possédant une indication géographique protégée (IGP). Si ce label lui a été attribué l'an dernier, cette année est la première où elle bénéficiera pleinement – et avec les logos – de ce signe officiel de qualité. « Cela fait 18 ans que le dossier a été présenté à l'administration, les producteurs étaient déjà dans la démarche depuis un moment », confie Julie Dherbecourt, gestionnaire de l'IGP cerise des coteaux du Ventoux. L'aire géographique de cette IGP s'étend sur 86 communes depuis la plaine du Comtat Venaissin, à l'ouest, jusqu'au massif du Luberon, au sud. Récoltées à maturité optimale avec « leur couleur cible et un taux de sucre minimum », ces cerises sont issues de 13 variétés. Engagés dans une démarche d'obtention d'une IGP depuis plusieurs années, les producteurs vauclusiens du melon de Cavaillon espèrent le même destin.



© Jérémy Denoyer

En juillet 2021, la cerise des coteaux du Ventoux est la cerise reconnue IGP en France.



© Jérémy Denoyer

Gilles Tabardon, agriculteur producteur de cerises des coteaux du Ventoux.



# L'incontournable pois vert

© Sergi Kabrera / Unsplash

**Cultivé dès la Préhistoire au Proche-Orient, le pois n'a jamais vu sa cote de popularité faiblir. On le déguste sous toutes ses formes, frais directement dans l'assiette, cueilli avant maturité (petits pois) ou à maturité après décortilage (pois cassé). Le pois est également consommé par les animaux d'élevage.**

Voilà un aliment ancestral dont la culture a été maîtrisée 7 000 ans avant notre ère. Depuis, sa consommation n'a cessé de se répandre. Pendant la période médiévale, le pois est consommé en grains entiers ou débarrassé de son enveloppe protectrice et cuit en soupes ou en bouillies. Les paysans le transformaient également en farine, associé à des farines de céréales, afin de confectionner du pain noir. Quelques siècles plus tard, la mode du petit pois qui a vu le jour à la cour du roi Louis XIV a connu un succès fulgurant pour s'étendre dans d'autres royaumes et toucher les couches aisées de la population. Enfin, à partir du XX<sup>e</sup> siècle, le petit pois est accessible à tous grâce au développement de la conserve.

Culture à cycle court, le pois est à l'origine implanté à l'entrée de l'hiver et récolté à la fin du printemps. Il a ensuite été adapté pour le nord de l'Europe comme culture de printemps, semée en fin d'hiver et récoltée en été.

En France, nos agriculteurs sont capables de produire des pois d'hiver et des pois de printemps. Le réchauffement des températures du globe a permis la culture de nouvelles variétés de pois d'hiver offrant de meilleurs rendements. Chez les pois verts, on distingue en réalité « plusieurs pois » : cueilli vert et tendre, c'est le célèbre petit pois. Cueilli à maturité, sec et dur puis décortiqué, c'est le fameux pois cassé. Les pois mûrs sont un aliment recherché pour les animaux d'élevage (en particulier les porcs et les volailles), grâce aux apports en protéines et en amidon. Le principal marché du pois protéagineux cultivé en France est d'ailleurs l'alimentation animale (environ 50 % au cours des dernières campagnes). Le pois jaune est utilisé par l'industrie française des ingrédients agroalimentaires et non alimentaires, ou exporté vers l'Inde pour l'alimentation humaine ; le pois vert est destiné à la casserie ; le pois marbré à l'oïsellerie.

M. R.



## Le vin qui lui va bien...

Déguster de jeunes pois verts mérite un agréable flacon. Nous vous proposons ainsi un 100 % chardonnay, le Maçon-Lugny Les Crays 2020. Son nez aromatique mêle des arômes de fleurs blanches et de fruits blancs. On retrouve ce plaisir en bouche avec une belle ampleur, mais également une jolie structure.



# Le capricieux rouget barbet

**Star des poissons en ce mois de juin, le rouget barbet tient son titre de noblesse par sa chair délicate. Ses comportements complexes rendent difficile sa capture, mais ils en font un produit fragile à forte valeur ajoutée.**

Une extrême fragilité, une chair réputée pour sa finesse, un poisson capricieux : c'est le rouget barbet. Aussi nommé « surmulet », ce poisson aux couleurs vives et au profil allongé est l'un des produits phares de la saison estivale grâce aux grandes pêches de rouget réalisées durant cette période entre le nord de la Charente et la pointe de la Bretagne. Il en existe deux espèces : le rouget de roche et celui de vase, plus menu que son prédécesseur. Ce produit noble peut être trouvé en grande quantité en Méditerranée, en Atlantique et dans la Manche. Mais le rouget barbet est un poisson « *capricieux, aux comportements complexes et difficile à pêcher* », explique Charles Guirriec, fondateur de Poiscaille, une société de livraison distribuant des paniers de produits de la mer. Pêcheur depuis sa tendre enfance, il raconte que « *le rouget barbet se réfugie dans des endroits très précis, sur une faille entre deux roches ou près des herbes marines. Et puisque ces poissons restent en petits groupes, il est compliqué de savoir dans quelle zone les trouver. Un pêcheur avec des techniques classiques, qui n'a pas été*

*habitué à pêcher le rouget, ne fera pas une bonne pêche.* » S'il est ardu de l'attraper, ce poisson aux couleurs rougeâtres est également délicat à conserver. D'après Charles Guirriec, « *c'est un poisson très fragile, presque aussi fragile qu'une sardine. C'est d'ailleurs pour cela qu'on le retrouve parfois à bas prix, car malheureusement abîmé par la pêche* ». Chez les Romains de l'Antiquité, il était estimé qu'un beau rouget valait bien plus que l'homme qui l'avait pêché. En moyenne, on peut retrouver le rouget barbet au prix de 20 € le kg. Toutefois, compte tenu de sa fragilité, les tarifs peuvent drastiquement baisser si le poisson a perdu des écailles.

D'après une étude de FranceAgriMer, en 2020, 1 500 tonnes de rougets barbet ont été pêchées en France. Une forte baisse comparée aux 2 400 tonnes de 2019, mais qui s'explique par les conséquences de la crise sanitaire. Les mois de mai et juin sont une période particulièrement propice au rouget barbet, mais le mois d'octobre est également un grand moment pour ce noble poisson.

**Octavien Thiebaut**



## Le vin qui lui va bien...

Le rouget barbet trouvera un accord heureux avec un côtes-de-bourg du Château Mercier. La cuvée Graines Blanches 2019 offre beaucoup de fraîcheur avec des notes complexes qui font la part belle à différents fruits comme le litchi ou les agrumes. Nous sommes conquis par une bouche tout en arôme et d'une grande finesse.



# La fraise du Périgord, la vie en rouge

**On ne peut pas la manquer avec sa robe rouge étincelante, sa collerette et son pédoncule vert. La fraise du Périgord, qui bénéficie d'une indication géographique protégée depuis 2004, régale par son goût sucré, son odeur parfumée et sa texture fondante.**

Quelle que soit sa variété (Mara des bois, Charlotte, Cléry, Darselect ou encore Florette), la fraise du Périgord IGP bénéficie d'un goût inimitable qui répond à un cahier des charges très strict. Première fraise labellisée Indication géographique protégée en Europe, ce fruit de saison offre tout une palette de saveurs : juteuse et acidulée pour la Gariguette ; brillante et sucrée pour la Cléry ; ou bien encore aux arômes corsés pour la Mara des bois... Autant d'appellations produites sur un même terroir d'origine, celui des terres riches en humus de la Dordogne. Pour être conforme au cahier des charges, la fraise, cultivée en pleine terre, doit d'abord être ferme et brillante et disposer d'une couleur homogène ; un rouge ni trop rosé ni trop vif, qui couvre au minimum 90 % de la surface du fruit. Le diamètre doit être compris entre 18 mm au minimum pour les formes allongées et 21 mm pour les plus rondes. Ce sont autant de

caractéristiques indispensables pour obtenir le sésame de l'IGP. Ces dernières années, de nouvelles variétés ont été acceptées au sein de cette identification. La Favori, sucrée et délicate, et la Murano, plus emblématique, ont fait leur apparition pour répondre à la demande des consommateurs et permettre une production plus tard dans l'année, jusqu'au mois de novembre. On trouve aussi la Magnum, un fruit solide et coloré, facile à cueillir qui devrait se développer prochainement. La qualité et le goût demeurent la principale préoccupation des producteurs de fraises du Périgord. Huit variétés sont cultivées par une centaine d'acteurs locaux, pour un volume qui oscille autour des 5 000 tonnes selon les années. Dans les années 1980, ce fruit a connu son apogée avec 20 000 tonnes produites avant de fléchir avec l'arrivée de la concurrence espagnole et l'explosion des grandes et moyennes surfaces. **M. R.**

## Le vin qui lui va bien...



Pour déguster la fraise du Périgord IGP, nous vous proposons un vin offrant lui aussi une riche palette d'arômes. Il s'agit du Soleil d'Arche 2019 du Château d'Arche, grand cru classé en 1855, en sauternes. Au nez, les notes florales et de fruits blancs dominent. En bouche, une belle sucrosité fait la part belle aux fruits.



Au Fromager de Rungis

PARIS

# Le **PRIX** et le **CHOIX** de Rungis !

livrés en  
direct



Je me connecte



Je sélectionne



Je suis livré/e

[www.aufromagerderungis.com](http://www.aufromagerderungis.com)



Nous sommes là pour répondre à vos questions :

+33 (0)1 46 87 35 62

[aufromagerderungis@prodilac.com](mailto:aufromagerderungis@prodilac.com)



# Les Français achètent de plus en plus de végétaux d'intérieur

**En 2021, les foyers français ont acheté plus de plantes et ont sensiblement augmenté le budget dédié à cette famille de produits, selon les résultats d'une étude menée par Kantar pour le compte de l'interprofession Val'hor et de FranceAgriMer. Malgré la persistance de la crise sanitaire, tout au long de l'année, la part des foyers acheteurs de végétaux reste stable, soit trois foyers sur quatre.**

Une exceptionnelle progression en valeur du marché des végétaux d'intérieur est enregistrée grâce à l'augmentation du budget moyen par foyer acheteur. En moyenne, les foyers ont acheté environ deux végétaux de plus qu'en 2020. La quantité moyenne achetée par foyer revient donc au niveau de 2019. En revanche, les sommes dépensées ont fortement augmenté de 17 € dans le budget annuel dédié aux végétaux.

De manière générale, la grande distribution demeure le premier circuit d'achat de végétaux, avec 59 % des foyers se rendant en grande et moyenne surface. En parallèle, la fréquentation reprend dans les jardinerie, sur les marchés et dans les magasins de bricolage et décoration. Le budget moyen augmente partout, ce qui est dû principalement à la hausse du prix moyen payé pour un végétal dans tous les lieux d'achat.

En 2021, plus de la moitié des foyers français a acheté au moins une plante d'intérieur. Le budget moyen par foyer acheteur augmente considérablement. Et les Français dépensent plus en végétaux d'intérieur. La progression atteint 5,7 plantes par an achetées, ce qui explique en partie la hausse du budget moyen dépensé. Pourtant, les volumes achetés et les sommes dépensées sont restés la plupart de l'année en dessous du niveau de pré-crise sanitaire, exception faite de la performance exceptionnelle du printemps. À la suite de l'allègement des restrictions de déplacement, les valeurs sont très bonnes en avril, mai, juin, les mois qui ont suivi le dernier confinement. En se penchant sur les performances des végétaux d'intérieur, les fleuristes prennent de l'avance sur le reste des lieux d'achat, les marchés ont également attiré plus d'acheteurs. Cette évolution est liée à leur réouverture. De manière générale, les quantités achetées ont progressé de façon uniforme dans tous les lieux d'achat, à part la jardinerie qui reste stable. Mais seule la grande distribution retrouve les volumes de pré-crise, soit celui de l'année 2019. En revanche, pour les sommes dépensées, tous les lieux d'achat dépassent 2019, sauf la grande distribution.

Enfin, offrir reste toujours le premier motif d'achat de végétaux d'intérieur. La répartition entre le fait d'offrir ou se l'acheter pour soi reste stable en volume et en valeur. En clair, le motif d'offrir des plantes d'intérieur représente 50 % des quantités achetées et 71 % des sommes dépensées. On remarque cependant une hausse significative des foyers acheteurs pour eux-mêmes.

Anne-Solveig Aschehoug

**À noter :** la 2<sup>e</sup> édition de la Journée de la fleur française le dimanche 26 juin 2022 partout en France.



## Chiffres clés en 2021

- 3 foyers sur 4 ont acheté des végétaux en 2021
- 1<sup>er</sup> lieu d'achat: le fleuriste
- 59 % des Français ont acheté des végétaux en grande distribution
- 6 plantes d'intérieur ont été achetées en 2021 par les foyers français





1

FRUITS

## Une châtaigne nommée Jeannette

Une nouvelle variété de fruits, c'est rare. Une nouvelle variété de châtaigne encore davantage. Il a fallu 25 ans pour créer Jeannette, variété de châtaigne développée grâce à un partenariat entre l'INRAE, le CTIFL et Invenio. Elle est bien adaptée à l'agroforesterie et possède de bonnes capacités de conservation qui lui permettent d'attendre le début de l'hiver, forte période de consommation de marrons grillés. Jeannette est une variété rustique, gustative qui vise une spécialisation sur le marché du frais, grâce à ses qualités organoleptiques, sa belle couleur de fruit grillé et sa facilité d'épluchage.

Pavillons des fruits et légumes

2

CHARCUTERIE

## Le pâté en croûte en forme de pyramide

Du haut de cette « pyramide des saveurs », des siècles de tradition charcutière nous contemplent. Ce pâté en croûte haut de gamme, à la forme originale, est en effet composé de généreux morceaux de canard d'origine France. Son cœur de mousse de foie gras et maigre de canard, est mis en valeur par les champignons cuisinés. Les pistaches apportent une note de couleur et de croquant. La gelée est fabriquée à partir d'un bouillon de volaille maison. Proposée en exclusivité par la maison Dispéré, cette pyramide est vendue en « ultra-frais » (avec une DLC de 9 jours), pour conserver le croustillant de sa pâte pur beurre.

Dispéré

3

ÉPICERIE

## Du chocolat pour vegan

Callebaut, le fabricant belge de chocolats de couverture, lance une innovation « de rupture » « Callebaut NXT » : des chocolats noirs et au goût de lait, d'origine 100 % végétale, exempts de toute trace de produits laitiers, mais garantis de qualité comparable au chocolat traditionnel. Pour préserver les saveurs et la rondeur en bouche de ses chocolats, Callebaut utilise le souchet, une alternative au lait 100 % végétale. Cette plante possède un goût neutre et confère aux recettes une texture crémeuse. La marque lance en parallèle la plateforme digitale NXT avec des tutoriels et des recettes étudiées pour les profils végétan et végétal.

Callebaut est distribué chez  
Maison Médelys, CNER et ABC  
Peyraud

4

QUALITÉ

## Un Label Rouge pour les arbres fruitiers

Les arbres fruitiers de jardin sont reconnus en Label Rouge depuis le 29 mars dernier. Plusieurs espèces sont concernées : pommier, abricotier, cerisier, prunier et poirier. Ce Label Rouge apporte « une garantie pour le consommateur d'un arbre fruitier de jardin de qualité supérieure en comparaison à un produit dit standard », indique l'INAO. Chaque arbre fruitier de jardin Label Rouge est sélectionné sur pied en champ ou en conteneur. Ce nouveau label concerne treize opérateurs, l'objectif annoncé est d'atteindre environ 15 % de la production annuelle d'arbres fruitiers de ces producteurs sous le label.

Pavillons Horticulture  
et décoration

## Géopolitique

# L'agriculture mondiale mise à mal par la guerre en Ukraine

Depuis l'invasion de l'Ukraine le 24 février dernier, le monde est entré dans une nouvelle ère dont personne ne peut pronostiquer la durée. Déjà mis à mal par la pandémie, les marchés alimentaires accusent le coup, sont durablement perturbés, et vont devoir développer des trésors d'imagination pour s'adapter.



Les cours mondiaux du blé et du maïs se sont rapidement envolés pour atteindre et dépasser les 400 € la tonne de blé.

« La guerre en Ukraine a provoqué un choc majeur sur les marchés des produits de base et modifié la physionomie des échanges, de la production et de la consommation dans le monde », écrit la Banque mondiale, fin avril\*. De l'énergie aux productions agricoles, tout est, directement ou indirectement, concerné. « Globalement, il s'agit du plus grand choc sur les produits de base que nous ayons connu depuis les années 1970 », écrivent les auteurs du rapport. Ainsi, les variations des prix entre avril 2020 et mars 2022 ont entraîné la plus forte hausse des prix de l'énergie depuis la

flambée des prix du pétrole de 1973. Cette flambée des prix de l'énergie va se répercuter dans tous les pays, dans tous les secteurs de l'économie, jusqu'à impacter le portefeuille du consommateur. Le coût du transport des marchandises et des personnes va bien entendu continuer à augmenter. La Banque mondiale prévoit que les prix de l'énergie devraient grimper de plus de 50 % en 2022 avant de baisser en 2023 et 2024. Le coût du transport maritime international va aussi continuer à progresser. Sur ce point, le coût de l'énergie n'est pas seul en cause. La disponibilité des navires et des conteneurs reste

problématique. Et, désormais, les armateurs risquent de manquer de marins. 10,5 % des marins des flottes marchandes mondiales sont des Russes et 4 % des Ukrainiens, indique l'International Chamber of Shipping (ICS). L'organisation constate des difficultés pour les marins russes à se rendre dans leurs ports d'embarquement à cause de la fermeture du ciel entre la Russie et les pays occidentaux. De plus, la rupture des échanges bancaires avec la Russie (le Swift) pose des problèmes pour régler les salaires. Voilà pour le contexte général. Mais la crise ukrainienne a également des conséquences importantes en

matière agricole et alimentaire. Le conflit oppose deux puissances agricoles mondiales. Rien qu'en blé, l'Ukraine et la Russie, fournissaient avant la guerre, près d'un tiers des exportations mondiales de cette céréale, essentiellement vers les pays du sud. Quarante-cinq pays (d'Afrique ou de pays moins avancés) importent au moins un tiers de leur blé d'Ukraine ou de Russie, et 18 de ces pays en importent au moins 50 %, constate le Programme alimentaire mondial (PAM).

#### « OURAGAN DE FAMINES »

À elle seule, l'Ukraine fournissait plus de la moitié de l'approvisionnement en blé du PAM. Le blocage des ports de la Mer d'Azov et de la Mer Noire empêche la sortie de dizaines de millions de tonnes de céréales par bateaux. Les cours mondiaux du blé et du maïs se sont rapidement envolés pour atteindre et dépasser les 400 € la tonne de blé. Les cours du blé ont accusé une nouvelle hausse après la décision, le 14 mai, prise par l'Inde de cesser ses exportations de céréales. Les cours du blé ont augmenté de plus de 40 % depuis le début de l'année. Le 16 mars, António Guterres, secrétaire général de l'ONU, disait redouter un « effondrement du système alimentaire mondial », provoquant un « ouragan de famines ». La Russie est, pour une grande part de sa production agricole, dans l'incapacité d'exporter, et l'Ukraine, dans l'incapacité de produire (même si au moment de la rédaction de cet article, mi-mai 2022, les semis de printemps avaient démarré dans l'ouest du pays). Dès lors, il faudra que les autres puissances agricoles prennent le relais. L'Union européenne a décidé de prendre toute sa part. À l'initiative de la France, qui préside l'UE au cours de ce premier semestre 2022, l'Union s'est engagée dans le dispositif Food and Agriculture Resilience Mission (FARM) pour la sécurité alimentaire des pays les plus vulnérables. Ce projet repose sur trois piliers :

- un pilier commercial pour apaiser les tensions sur les marchés agricoles, garantir la pleine transparence des flux ainsi que des stocks et lutter contre les barrières commerciales injustifiées ;
  - un pilier de solidarité pour soutenir les capacités agricoles ukrainiennes, assurer un accès à prix raisonnable aux denrées agricoles dans les pays les plus touchés, et se préparer à pallier les effets de la guerre sur le niveau de production agricole ;
  - un pilier de production pour renforcer les capacités agricoles de manière durable dans les pays les plus concernés.
- En résumé, l'UE renonce, provisoirement, à sa politique de décroissance agricole.

## Les conséquences pour le commerce des bananes

Suite aux sanctions prises à l'encontre de la Russie, de très nombreuses lignes maritimes de ou vers la Russie sont suspendues. Seules deux compagnies, MSC et Baltic Shipping, desservent le port de Saint-Petersbourg. « Pour autant, l'impact sur l'approvisionnement en bananes de la Russie se montre moins important qu'initialement escompté », estiment les experts de Fruitrop.

Début avril, la réduction des arrivages sur la Russie ne serait « que » de 10 %. Concernant l'Ukraine, toutes les routes maritimes sont coupées, mais des importations terrestres restent possibles, dans des conditions toutefois très difficiles, en transitant par la Pologne. En outre, les transporteurs manquent de chauffeurs routiers. Résultat : les importations de bananes seraient en recul de 60 %. L'Équateur est le principal fournisseur de ces deux marchés. 95 % des bananes importées par la Russie (1,5 million de tonnes en année normale) sont équatoriennes, ainsi que plus de la moitié (57 %) des 325 000 tonnes importées par l'Ukraine. « Au total, si la situation perdurait, les pertes pour l'Équateur sur ces deux marchés pourraient avoisiner 350 000 tonnes en 2022, soit 5 % de ses exportations totales », conclut Fruitrop.

L'autorisation donnée aux agriculteurs d'exploiter les 4 % de surfaces qui devaient être mis en jachère (soit 4,8 millions d'hectares pour l'ensemble de l'Union) en est l'exemple le plus criant. Il est « tout simplement prudent d'aider nos agriculteurs à produire davantage de nourriture tant qu'ils le peuvent », a déclaré Janusz Wojciechowski, commissaire européen à l'Agriculture.

#### AIDER NOS AGRICULTEURS À PRODUIRE

Les conséquences du conflit se font aussi sentir dans tous les autres domaines de l'agriculture, quelles que soient les filières. L'augmentation du prix de l'énergie concerne évidemment les producteurs de légumes (serres), de fruits (frigos, stations de conditionnement). Tous les agriculteurs utilisent aussi des engins agricoles. La fabrication d'intrants (engrais, produits phytosanitaires...) est également très énergivore et son coût de revient suit la courbe du prix de l'énergie. Le risque de pénurie pour les huiles de tournesol – l'Ukraine est un des principaux producteurs – inquiète le consommateur, mais aussi l'industrie agroalimentaire, puisque l'huile de tournesol entre dans la fabrication de nombreux produits alimentaires ou plats cuisinés. Les industriels ont d'ailleurs obtenu une dérogation de l'État pour modifier les recettes sans forcément changer les étiquettes ou les emballages. Les filières de l'élevage subissent la hausse des prix de l'alimentation animale. Ainsi, par exemple, l'alimentation animale représente 70 % du coût de revient d'un œuf.

Le secteur des boissons n'est pas épargné. Il subit bien entendu la hausse de l'énergie, mais commence à connaître des difficultés d'approvisionnement pour ses conditionnements (bouteilles en plastique, verre, ou canettes). La Russie et l'Ukraine sont traditionnellement d'importants fournisseurs d'acier ou de plastiques recyclés. Les bouteilles en verre commencent elles aussi à manquer. À l'approche des vendanges, les viticulteurs, les coopératives ou les négociants rencontrent des difficultés à être livrés.

Les conséquences du conflit vont se rencontrer également au niveau de nos exportations. Le marché russe est quasiment fermé (embargo, sanctions) et celui de l'Ukraine est difficile à atteindre. Rien que pour les filières viticoles et cidricoles, FranceAgriMer rappelle que la Russie est la 11<sup>e</sup> destination en volume et la 15<sup>e</sup> en valeur en 2021 ; l'Ukraine est la 27<sup>e</sup> destination en volume et la 34<sup>e</sup> en valeur en 2021 ; le cumul des deux pays représente 3,20 % des exportations françaises de vin en volume (468 975 hl) et 2,06 % en valeur (229 millions d'euros). La fermeture du marché russe perturbe l'ensemble des marchés mondiaux. Et si, par exemple, toute ou partie des bananes sud-américaines ne peut atteindre la Russie (*lire ci-dessous*), ces fruits vont se retrouver sur les marchés nord-américain ou européen. Et ce n'est, hélas, qu'un exemple parmi tant d'autres !

Olivier Masbou

\* Commodity Markets Outlook, Banque mondiale, avril 2022.



## CBD

# Le chanvre en cuisine

Si le chanvre et le CBD (la molécule non psychotrope du cannabis) font un tabac depuis plusieurs années outre-Atlantique, la France s'était jusqu'ici montrée prudente. Sur le terrain de l'alimentaire ainsi que dans l'univers des boissons ou des cosmétiques, on assiste à des créations d'entreprises tous azimuts. L'Hexagone est d'ailleurs devenu le 2<sup>e</sup> producteur mondial avec 20 000 ha cultivés.

**B**onne nouvelle pour les fabricants de produits à base de cannabidiol (CBD), différents recours juridiques européens et français entretiennent le flou sur l'utilisation d'extraits de chanvre français dans les produits finis. Ces atermoiements juridiques permettent pour le moment la commercialisation de produits à base de CBD. Jusqu'à présent, l'État français interdit son extraction, et les produits qui sont en vente contiennent du CBD venant de l'étranger. Pourtant, le chanvre, originaire d'Asie,

offrirait des propriétés dont les usages sont connus depuis l'Antiquité. La plante contribuerait à renforcer et à réguler les systèmes immunitaires hormonal et nerveux, grâce notamment à sa teneur en oméga 3 et en oméga 6. Elle contient du CBD, une molécule analgésique naturelle aux vertus anti-inflammatoires et antibactériennes.

Contrairement au THC, le CBD n'a aucun effet psychotrope. Sa consommation n'engendrerait aucune dépendance. Les fleurs et les produits au chanvre affichent un taux de THC

inférieur à 0,3 %. La consommation de CBD serait portée par ses bienfaits et permettrait de calmer les douleurs, d'apaiser le stress ou encore de favoriser l'endormissement. Le CBD se décline en une multitude de produits, des fleurs aux huiles en passant par les thés et les bonbons. Incontestablement, l'essor du CBD a revitalisé le marché du chanvre et a permis à de nombreux entrepreneurs de se lancer dans l'aventure. Ainsi, Corell Floral, la marque de Generations Biothica France (jeune société spécialisée dans la distribution de cosmétiques

et vitamines bio), propose toute une gamme de produits auxquels les Français ne sont pas encore familiarisés. On retrouve notamment des sucettes, fabriquées en Haute-Savoie. « Elles peuvent être utilisées pour apaiser, relaxer les muscles et aider l'endormissement », explique la marque Corell Floral. Cette dernière commercialise également des chewing-gums au goût de chanvre qui permettrait « d'allier détente et gourmandise » qui sont quant à eux confectionnés en Suisse, en Espagne et en Italie. L'entreprise ne s'arrête pas là puisqu'elle décline des caramels beurre salé au... chanvre. Élaborés par un confiseur breton, ces caramels allient les arômes du beurre salé au goût du chanvre.

C'est l'envie de partager les bienfaits du chanvre, que l'entrepreneur Aurélien Delecroix a fondé la marque What The Hemp. L'objectif de celui-ci est d'introduire le chanvre dans l'alimentation quotidienne des Français. Ainsi, What The Hemp a lancé une gamme de barres énergétiques destinées aux sportifs comme aux gourmands. Ces barres énergétiques (noisettes et chocolat ou amandes et baies de Goji) contiennent des aliments 100 % biologiques et 100 % naturels. Aurélien Delecroix va jusqu'à proposer une pâte à tartiner au chanvre et aux noisettes.

#### LES BOISSONS AUSSI

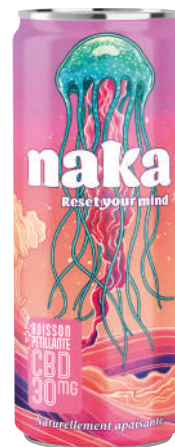
Naka, une jeune start-up lyonnaise, a récemment présenté sa boisson pétillante dont elle vante les « vertus décontractantes, faible en calories, aux notes florales et aux saveurs fruitées ». Naka a pour ambition de capter les professionnels de la restauration hors domicile avec une boisson qui assurerait ainsi « un effet relaxant et apaisant ». Dans le domaine des boissons, la société Jane fait également parler d'elle. Jane est née de la collaboration de trois amis et, à la suite de « la petite réussite commerciale de sa première recette au CBD, (le thé glacé citron, violette) », la marque a développé une gamme complète de boissons florales au CBD. Le design de ses bouteilles a été revisité et retravaillé par un graphiste. En plus des bouteilles en verre de 33 cl, il est désormais possible de découvrir deux nouvelles recettes de thé glacé au CBD en canettes de 25 cl. Le consommateur peut désormais déguster une boisson au thé noir bio, pêche et romarin ainsi qu'une mouture au thé vert bio, fraise, basilic et hibiscus.

La restauration hors domicile semble être devenue le nouveau terrain de jeu des promoteurs du chanvre et du CBD. L'hiver dernier, le restaurant Les Fondus de la raclette (Paris 14<sup>e</sup>) a créé la surprise en proposant « une



Le burger Jérusalem, composé de CBD, était présenté par le chef Olivier Leclerc en finale de la Coupe de France du burger.

raclette exclusivement réservée aux adultes » : la raclette au CBD. Le leader de la raclette à Paris jouit déjà d'une solide réputation depuis 2002. Le restaurant s'est imposé comme l'adresse incontournable pour déguster des plats savoyards dans un lieu unique à l'ambiance chalet. Les Fondus de la raclette ont par la suite enfoncé le clou en proposant, en collaboration avec What The Hemp Concept, une carte éphémère à base de CBD qui concernait cette fois-ci la raclette et la fondue. Huile, feuilles, fleurs, pollen : le CBD se décline sous toutes



Le CBD a pénétré l'univers des boissons.

ses formes. S'il a longtemps été consommé en infusion, notamment pour son effet relaxant, il offre des perspectives culinaires. « C'est avant tout une démarche gustative, s'il n'y a pas d'intérêt gustatif on ne se serait pas lancé là-dedans », témoigne Olivier Leclerc, gérant du restaurant La Cuisine de comptoir à Poitiers (86). Ce dernier propose un burger à base de CBD, baptisé Hits From the Bong, en hommage à une musique du groupe Cypress Hill ; une initiative lancée lors du premier confinement, en 2020.

**Mickaël Rolland**

## Zoom sur le Congrès du chanvre

Le Congrès du chanvre s'est déroulé les 30 et 31 mai derniers. Ce rendez-vous proposait de rencontrer une quarantaine d'intervenants dans différents lieux. Le premier jour, il était question de la neutralité carbone : amont agricole, construction, plasturgie, textile, alimentation et molécules. En effet, l'événement revêt cette année une forte dimension politique, en lien avec les enjeux économiques, environnementaux et sociaux de la filière chanvre.

Le deuxième jour, outre une table ronde consacrée à la construction en chanvre, en partenariat avec l'Ordre des Architectes, le chanvre s'est invité dans le domaine de l'agroalimentaire au Marché de Rungis. En effet, le 31 mai dernier, les cuisines de l'Académie Mandar, à Rungis, ont mis le chènevis (la graine de chanvre) à l'honneur lors d'une journée découverte et business.

Restauration hors domicile, cuisine commerciale, alimentation du sportif et boulangerie... Tous les débouchés ont été abordés.

# Des frontières mieux franchies avec le numérique

**La plateforme France Sésame, mise en place en novembre 2021, a connu un très bon accueil de la part des professionnels des formalités sanitaires et phytosanitaires (SPS) ou du dédouanement. La fluidité des procédures est un véritable atout concurrentiel.**

C'est un grand pas franchi dans la fluidification et la sécurisation des échanges commerciaux lors du passage aux frontières des marchandises soumises aux réglementations sanitaires et phytosanitaires (SPS). En novembre 2021, l'administration a ouvert une plateforme numérique, publique et gratuite baptisée France Sésame pour « Système d'échanges simplifiés pour les autorisations des marchandises », un service conçu par les Douanes en collaboration avec la Direction générale de



l'alimentation (DGAL), la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) et la Direction générale des infrastructures, des transports et des mobilités (DGITM). Ce nouveau « point de contact » numérique vise

à simplifier et à fluidifier le passage aux frontières (sur les ports du Havre, de Marseille et de Dunkerque) à l'ensemble des acteurs de la chaîne logistique (logisticiens, transitaires, représentants en douane enregistrés, importateurs) ainsi qu'à faciliter et à orchestrer les contrôles effectués par les autorités compétentes (services déconcentrés de la DGDDI et DGAL). « France Sésame restitue à ses utilisateurs les informations relatives à l'ensemble des formalités administratives (avant-dédouanement, contrôles SPS et passage en douane) déposées lors du passage aux frontières des marchandises soumises à contrôles sanitaires et phytosanitaires », commente Stéphane Arnaud, chef de projet à la Direction générale des douanes. Les formalités concernées sont les déclarations sommaires d'entrée (ENS), la déclaration sommaire de dépôt temporaire (DSDT), les déclarations de transit, les bulletins d'admission et certificats de conformités relatifs aux fruits et légumes soumis à des normes de commercialisation, etc.

La plateforme permet aussi la prise de rendez-vous et la programmation des contrôles physiques des marchandises sanitaires et phytosanitaires, l'envoi de notifications en temps réel sur l'avancement des formalités, la gestion d'un « dossier d'import numérique » centralisant les documents administratifs qui



Stéphane Arnaud (DGDDI), Stéphane Layani (Semmaris), Guillaume Vanderheyden, (DGDDI), Franck Faivre (Sécurité des produits et des services de Moselle) et Véronique Le Bail, Déléguée générale de la Chambre syndicale des importateurs de fruits (CSIF) en décembre dernier à Rungis.

## TÉMOIGNAGE SEAFRIGO FRANCE

« Un bond en avant dans  
la numérisation »

Joël Le Loarer, directeur Transit Import de Seafriigo France, salue la volonté des autorités françaises de simplifier le passage des flux des marchandises soumises aux contrôles sanitaires et phytosanitaires, de conformité aux normes de commercialisation des fruits et légumes et des produits bio.

« Six mois après le lancement officiel de la plateforme France Sésame au Havre, je ne puis que me féliciter de cette dernière, ergonomique, regroupant sur un seul portail les prises de rendez-vous auprès du Service d'inspection vétérinaire et phytosanitaire aux frontières (SIVEP) (postes de contrôle frontalier), des douanes, en un clic, évitant des erreurs dans les numéros de conteneurs, permettant de suivre en direct, en toute transparence et en respectant la confidentialité de nos flux vis-à-vis de nos concurrents, l'évolution des formalités SPS de nos marchandises. Ce portail nous permet également de visualiser nos déclarations en douane, nos DSCE (documents sanitaires communs d'entrée) une fois validés par



les différentes autorités responsables des contrôles. Sur cette même plateforme, nous pouvons accéder directement à tous les portails des administrations nécessaires à nos métiers. Les importateurs peuvent également, après s'être inscrits et identifiés auprès de la DGDI, avoir une vision très claire du cheminement administratif et des contrôles en cours sur leurs marchandises. Cet outil France Sésame, qui est en évolution constante, est un bond en avant dans la numérisation des opérations SPS. »

accompagnent la réalisation des formalités aux frontières. « L'idée de France Sésame est née du plan gouvernemental d'amélioration de la logistique lancé par le Premier ministre Édouard Philippe en 2019 », a rappelé Guillaume Vanderheyden, sous-directeur du commerce international à la Direction générale des douanes et droits indirects lors d'une journée de présentation de l'outil au Marché de Rungis en décembre dernier. « La mesure n° 1 de ce plan était la création d'un interlocuteur unique numérique, la seconde d'avoir un interlocuteur physique unique. »

Depuis le 1<sup>er</sup> novembre dernier, la Douane a en effet repris les missions qui étaient exercées en frontière par la DGCCRF sur les ports de Dunkerque, de Marseille et du Havre. Après six mois d'utilisation, le bilan de la plateforme est flatteur. « Plus de 200 entreprises disposent d'au moins un compte opérateur France Sésame (un compte personnel et sécurisé par utilisateur individuel) », note Stéphane Arnaud. Près de 9 000 rendez-vous pour des contrôles physiques sur des marchandises SPS ont été pris par France Sésame sur les trois ports concernés. La majorité des contrôles porte sur les flux couverts par les formalités sanitaires suivantes applicables aux produits d'origine animale et aux plantes et végétaux.

#### LES IMPORTATEURS AUSSI PEUVENT S'INSCRIRE

À ce jour, la plupart des sociétés utilisatrices sont des prestataires, professionnels des formalités sanitaires et phytosanitaires ou du dédouanement : transitaires, représentants en douane, logisticiens, loin devant les importateurs et destinataires finaux du secteur agroalimentaire. « L'adhésion de ce dernier public est pourtant un objectif important pour nous car la plateforme, ergonomique et simple d'utilisation, donne des informations opérationnelles et en toute transparence aux importateurs, en particulier sur le traitement en temps réel par les administrations des marchandises SPS qu'ils importent », précise Stéphane Arnaud. « Il n'est pas nécessaire que les importateurs gèrent eux-mêmes les formalités SPS ou de dédouanement pour avoir un accès autonome à ces informations. Le simple fait de détenir un compte douane.gouv.fr leur permettra d'avoir un accès personnel et sécurisé à la plateforme. »

La plateforme France Sésame va connaître dès cette année des développements importants. Stéphane Arnaud évoque « un enrichissement notable de l'offre fonctionnelle (possibilité pour les opérateurs de programmer plusieurs

rendez-vous en une seule demande, de connaître les conteneurs sélectionnés pour contrôle, mise à disposition d'un service de messagerie, etc.) », mais aussi « l'extension géographique de la plateforme à une dizaine d'autres ports métropolitains et ultramarins ».

Lors de la présentation de la plateforme à Rungis en décembre dernier, Stéphane Layani a salué les efforts visant à assurer une plus grande fluidité dans les procédures. « Pour les entreprises du Marché, la rapidité d'exécution en matière d'importation ou d'exportation constitue un élément important de concurrence, surtout dans le cas de marchandises soumises à des dates courtes de péremption », a commenté le président du Marché. « À Rungis, nous aimons les contrôles sanitaires et phytosanitaires. Ils constituent une réassurance pour le vendeur et la garantie d'avoir des produits de bonne qualité. »

Bruno Carlhian

## Seafriigo Groupe en chiffres

Seafriigo France, l'un des leaders mondiaux de la logistique alimentaire sous température dirigée, est aussi l'un des acteurs majeurs au Havre dans le domaine de la commission en douane et du transport des produits, congelés, surgelés et frais, tant sur des produits de la pêche, des produits carnés que sur des fruits et légumes.

- 500 M€ de CA
- 1 300 collaborateurs dans 20 pays sur les cinq continents
- 185 000 m<sup>2</sup> d'entrepôts à température ambiante
- 81 000 m<sup>2</sup> d'entrepôts sous température dirigée

Le Renault Trafic 2022 connaît quelques évolutions de style dont les principales concernent la planche de bord.



# Le Renault Trafic toujours en pointe

Le Renault Trafic évolue une nouvelle fois, deux ans après une première remise à jour. Il gagne en qualité perçue tout en restant un utilitaire fonctionnel, bien pensé et parfaitement adapté à toutes les missions.

Les véhicules utilitaires ont une durée de vie très longue : dix ans au minimum avec une remise à niveau à mi-parcours. Le Renault Trafic de troisième génération se distingue : lancé en 2014, il s'est accordé une première cure de jouvence en 2019 et s'en offre une seconde cette année. Et c'est plutôt une réussite... Extérieurement, quelques modifications ont été apportées à la face avant, avec un capot horizontal nervuré, une calandre plus droite et barrée de quatre larges bandes chromées. Les feux sont nouveaux également, mais ils sont surtout 100 % à LED et à allumage automatique de série. Quant aux feux de jour, ils adoptent la signature de la marque en forme de C, appelée C-Shape. Les principales nouveautés de ce nouveau Trafic se situent en fait dans la cabine. Une nouvelle planche de bord, s'étirant d'un bout à l'autre, apporte de l'espace mais aussi un style certain. Un nouveau tableau de bord, des panneaux de porte redessinés et quelques inserts chromés viennent compléter ce tableau, finalement flatteur avec une qualité perçue en hausse et valorisante. De fait, en s'installant à bord, nous sommes presque à bord d'une très grande voiture, confortable et très facile à conduire. La position de conduite est excellente. Les multiples réglages du confortable siège conducteur et du volant permettent de trouver facilement une parfaite position. La vision panoramique est très bonne et gage de sécurité même pendant les manœuvres. Sur la route, en zone urbaine comme sur les grands axes, ce Renault Trafic se révèle performant, confortable, souple et silencieux. Ce

dernier point semble d'ailleurs en progrès par rapport au Trafic 2019. Les trois niveaux de finition progressent un peu. Le Trafic peut ainsi adopter dix nouvelles aides à la conduite, du régulateur de vitesse adaptatif au commutateur automatique des feux de route et l'alerte de franchissement de ligne en passant par l'avertisseur d'angle mort ou le freinage actif d'urgence. Cet agrément général vient aussi de la motorisation haut de gamme proposée, le 2 litres dCi 170 chevaux couplé à la boîte de vitesses automatique à double embrayage EDC à 6 rapports. La puissance est largement suffisante, bienvenue en certaines circonstances, et la boîte automatique fait le travail en douceur et sans à-coups. Trois modes de conduite sont proposés sur le Trafic à transmission automatique. Le premier, qui ne porte pas de nom mais que l'on peut voir comme un mode mixte, est enclenché par défaut au démarrage. Il faut donc jouer de la commande sur la console pour passer en mode Eco ou Perfo. Ces modes interviennent en fait sur les passages de rapports en fonction du régime moteur, permettant des économies de carburant en mode Eco ou de la puissance en mode Perfo. Au bilan, le nouveau Renault Trafic reste toujours bien campé sur ses bases. Du solide, de l'éprouvé et du Diesel. Ce qui permet de remarquer que le Trafic ne s'est toujours pas converti à l'électrique. Il est en retard de ce point de vue par rapport à ses concurrents comme les fourgons moyens Stellantis, tous présentés en version thermique et électrique. Une lacune bientôt comblée ?

**Richard Pizzol**

★ **POINTS FORTS**

À partir de 28 100 € HT

Trois niveaux de finition

Boîte automatique proposée



## Ford : le Custom passe à l'électrique

Le E-Transit Custom est le nouveau fourgon moyen 100 % électrique de Ford. Deuxième utilitaire électrifié de la gamme, conçu et réalisé par Ford, il sera aussi la base du futur Volkswagen Transporter.

La gamme des véhicules utilitaires Ford sera totalement électrifiée en 2024. En attendant cette échéance, et juste après le Ford E-Transit, c'est le Custom qui va passer en mode 100 % électrique. Il va cependant falloir être patient : ce nouveau Custom n'est pas attendu avant la fin de l'année... prochaine. En attendant, le Ford E-Custom ne se dévoile donc qu'à travers de ces photos et de quelques informations succinctes. Un constat s'impose : le changement de style est net. Exit la ligne plutôt fluide et la ceinture de caisse très plongeante. Le futur Custom adopte des formes plus cubiques, qui ne sont pas sans rappeler le Volkswagen Transporter. Eh bien justement : si ce Custom est entièrement

Après le Ford E-Transit, c'est le Custom qui passe en mode électrique.



conçu et développé par Ford, il sera la base du futur Transporter, électrique lui aussi, au nom du partenariat conclu entre les deux marques.

Plus grand et plus large que l'actuel modèle, le Ford E-Transit Custom 2023 adopte une nouvelle signature lumineuse et des feux à l'avant comme à l'arrière entièrement à LED. Son architecture

électrique apportera, explique le constructeur, « une autonomie allant jusqu'à 380 kilomètres », et offrira « une charge rapide et une capacité de remorquage complète ». Le Custom ne sera pas qu'électrique. Ford annonce que l'essence et le Diesel auront droit de cité et qu'une version hybride entièrement renouvelée est également prévue.

Le E-Custom ne sera dans un premier temps commercialisé qu'en version fourgon une tonne de charge utile. Après, et d'ici à 2024, trois autres véhicules électriques verront le jour. Il s'agira du Ford Transit Courier et de deux véhicules destinés au transport de personnes, les Tourneo Custom et Courier.

R. P.

## Volvo Trucks : la gamme lourde électrique arrive



Volvo Trucks propose désormais six modèles de camions électriques.

Chez Volvo Trucks, la gamme lourde passe à l'électrique. Le constructeur vient d'ouvrir les commandes pour les Volvo FH et Volvo FM, deux poids lourds destinés au transport de marchandises et affichant jusqu'à 44 tonnes de PTR. Ces camions électriques disposent de trois moteurs électriques associés à une boîte de vitesses robotisée I-Shift. La puissance peut atteindre 490 kW, ce qui représente 670 chevaux, avec un couple 2 400 Nm. Différents modes de conduite sont disponibles pour définir les niveaux de performances, de confort et de consommation d'énergie souhaités. Les six blocs batteries génèrent jusqu'à 540 kWh, garantissant une autonomie suffisante pour de nombreux déplacements régionaux. Le Volvo FH Electric affiche une autonomie pouvant aller jusqu'à 300 km tandis que le Volvo FM Electric peut atteindre 380 km.

FONDS DE COMMERCE

**RESTAURANT  
EN HYPER CENTRE**

Idéalement placé au cœur du centre historique de Clermont Ferrand, dans le quartier touristique et étudiant, ce très joli restaurant fonctionne actuellement avec une équipe de trois salariés et un couple de gérants, un en salle l'autre en cuisine.

Avec deux jours de fermeture hebdomadaire (dimanche et lundi), service du soir uniquement le samedi et six semaines de fermeture annuelles, la qualité de vie est excellente et la vie de famille préservée.

Équipé de deux salles séparées et une terrasse d'environ 10 couverts, le restaurant a été remis à neuf en 2011.

Email : [contact@restaurant-avenue.fr](mailto:contact@restaurant-avenue.fr)  
Tél : 0627861456



Vends banc de fruits et légumes au marché des halles centrales des Sables d'Olonne. Idéalement situé dans un bâtiment de style pavillon Baltard à 50m de la mer. Le banc a une superficie de 20m de long. Pour plus de renseignements.

Prix : 150€ la part sociale + matériels et véhicules.  
Contactez le 06-31-06-31-84

Affaire à vendre 950 000 € mur et fond possibilité d'acheter la SARL HOTEL RESTAURANT DE CHARME MURS et FONDS sans travaux possibilité d'agrandissement  
FORT Taux d'occupation 85 % !

**AFFAIRE RENTABLE EN CONSTANTE PROGRESSION**  
Clientèle d'affaire et de tourisme, ambiance décontractée, 1 toque au Gault et Millau- Hôtel Restaurant Bar licence IV Entre Chambord et le ZOO De BEAUVAL région touristique en pleine EXPANSION 13 numéros, dont 1 suite et 1 roulotte, équipement neuf et au gout du jour  
Restaurant 2 salles, pdj terrasse et jardin  
Personnel en place depuis 18 ans et autonome = qualité de vie !

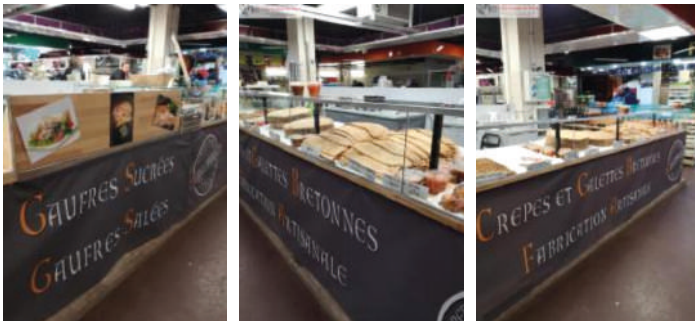
Établissement en parfait état, et aux normes.  
L'ensemble sur un terrain clos de 6700 m<sup>2</sup> avec jardin arboré, parking, et logement de fonction très agréable.

Fermeture annuelle 1 mois par an  
CA - 700 000 € HT  
Contact : 06 30 25 58 34

À vendre fonds de commerce bar de quartier à 5 minutes des festivités (Printemps de Bourges).

Loyer 355€ par mois, terrasse 50€ avec un studio à l'étage stationnement gratuit.

Restauration rapide à développer  
Tél : 07 88 68 47 70



POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONTACTEZ

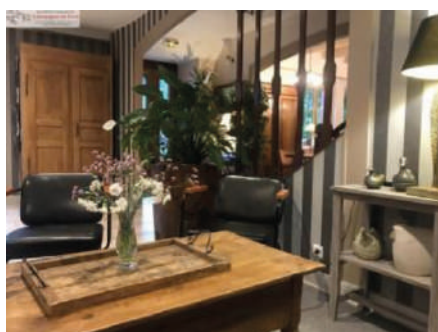
**NAÏMA MAZURIER**

**AU 01 42 36 56 74**

OU ENVOYEZ UN E-MAIL À :

**[n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr](mailto:n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr)**

FONDS DE COMMERCE

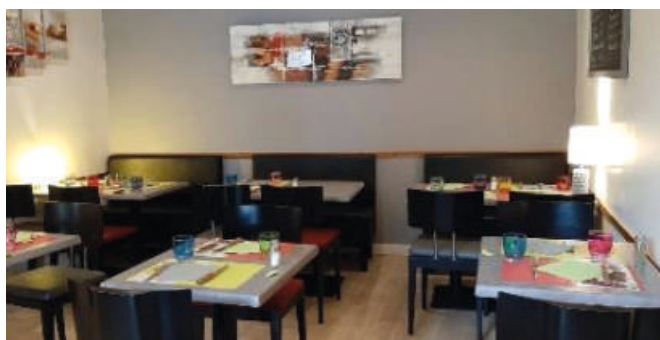


Vends Murs et Fond,  
Hôtel\*\*\*Restaurant de  
12 chambres rénové avec goût  
(fin 2021) dans un village  
traditionnel du Cantal  
(près Murat, station Lioran,  
Puy Mary, Salers...)  
À voir...0648196969

Nous proposons une gérance pour un établissement avec licence 4, que nous allons ouvrir pour l'été 2022, il comprend une salle de 50 couverts plus une terrasse de 15 à 20 couverts. Une cuisine professionnelle est en cours de réalisation, dans laquelle nous pourrions adapter des demandes spécifiques, cet établissement se situe dans le Cantal département touristique de moyenne montagne avec des plus beaux villages de France à proximité. Notre commune de 1700 habitants est-elle même classée petite cité de caractère Elle bénéficie de tous les services. Écoles, Collège, maison médicale .... etc. . Pour plus d'informations, vous pouvez nous contacter soit par Mail cantal.automobiles@orange.fr ou téléphone. 06 86 50 54 88

À vendre Bar Brasserie licence IV à acheter en CORREZE cession cause retraite c'est un ensemble composé d'une salle de 100 M<sup>2</sup> d'une cuisine de 40 M<sup>2</sup> d'une réserve de 20M<sup>2</sup> et d'un premier niveau aménageable de 60 M<sup>2</sup> chiffre d'affaire 2 77 000 € HT et dégage un EBE DE 80 000 € exploité en nom propre juste le couple matériel complet en très bon état 180 000 €

Tél : 06 30 75 31 11



Étalages sur marchés couverts à Vanves (mardi - jeudi - samedi) et à Chatillon (mercredi - vendredi - dimanche)

Vente et revente de crêpes de galettes de gaufres et de gâteaux bretons

Notre affaire tourne très bien mais il est temps de partir à la retraite Urgent.

Prix à débattre.

Tél 06 60 02 00 78

OFFRE D'EMPLOI

PME spécialisée dans le commerce de gros de Fruits et Légumes recherche commercial(e) carreau expérimenté(e).

Salaire selon expérience. Envoyer candidature à [recrutementrungisfl@gmail.com](mailto:recrutementrungisfl@gmail.com)

DEMANDES D'EMPLOI

**SERVEUR** Sérieux avec expérience

Cherche poste en journée et horaires continus sur Paris.

Tél : 06 44 35 90 26.

**CHEF CUISINIER** Sri-Lankais expérimenté

Avec permis cherche Place fixe

Sur Paris ou RP

Tél. 06 95 06 91 95

Cuisinier cherche place stable CDI

Midi et soir sur Paris et RP

Tél. 07 84 27 76 43

# Des économies et de la sérénité : toutes vos exigences en un seul contrat !



DU 1<sup>ER</sup> JANVIER AU 30 JUIN 2022

Profitez d'un tarif privilégié en souscrivant au Contrat d'Entretien Complete à l'achat d'un véhicule neuf avec l'opération Zen<sup>(2)</sup>.

## CONTRAT D'ENTRETIEN

### Sprinter Fourgon

~~1850~~€HT

Sprinter Traction

Sprinter propulsion

**299€HT<sup>(3)</sup>** **349€HT<sup>(3)</sup>**

36 mois / 90 000 km  
pour l'achat d'un Sprinter neuf

## CONTRAT D'ENTRETIEN

### Vito

~~1600~~€HT

**249€HT<sup>(3)</sup>**

36 mois / 90 000 km  
pour l'achat d'un Vito neuf

## CONTRAT D'ENTRETIEN

### Citan

~~1200~~€HT

**149€HT<sup>(3)</sup>**

36 mois / 60 000 km  
pour l'achat d'un Citan neuf

<sup>(1)</sup> Contrat d'entretien comprenant : l'extension de la garantie Constructeur, les services de maintenance A & B, le remplacement des pièces d'usure et la prestation d'assistance MobiloVan. Pour tout savoir sur les conditions du contrat Mercedes-Benz Complete et des prestations Mercedes-Benz MobiloVan, rapprochez-vous de votre Réparateur Agré Mercedes-Benz. <sup>(2)</sup> Opération ZEN : Offre réservée aux clients professionnels du 1<sup>er</sup> janvier au 30 juin 2022 (hors loueurs et flottes), pour toute souscription d'un contrat Complete sur un véhicule neuf utilitaire Mercedes-Benz Citan, Vito, Sprinter (hors série Worker) auprès d'un Distributeur Agré Mercedes-Benz. Pour en savoir plus sur l'Opération ZEN, rapprochez-vous de votre Distributeur Agré Mercedes-Benz. <sup>(3)</sup> Tarif promotionnel valable du 1<sup>er</sup> janvier au 30 juin 2022 dans le cadre de l'Opération ZEN, pour l'achat d'un véhicule Sprinter Fourgon neuf (traction ou propulsion) commandé entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 30 juin 2022, pour un contrat Complete 36 mois ou 90 000 km, pour l'achat d'un véhicule Vito neuf (toutes versions) commandé entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 30 juin 2022, pour un contrat Complete 36 mois ou 90 000 km, pour l'achat d'un véhicule Citan neuf (toutes versions) commandé entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 30 juin 2022, pour un contrat Complete 36 mois ou 60 000 km.

Mercedes-Benz : Marques déposées de Daimler AG, Stuttgart, Allemagne. Mercedes-Benz France - Société par actions simplifiée - Capital 75 516 000 € - Siren 622 044 287 RCS - Versailles. Siège social : 7, avenue Niepce - 78180 Montigny-Le-Bretonneux.

Mercedes-Benz

