DOSSIER
Rungis pourvoyeur d'emplois

OUI CHEF !
Alan Geaam, du Liban à Paris

NOUVEAUX MARCHÉS
Engouement pour les pâtes françaises

RUNGIS actualités

Depuis 1969

N° 771 – mars 2021 – 1,50 €

REPORTAGE

Le Portugal
Une mosaïque de saveurs

AU CŒUR DES VILLES

VERSPIEREN
CREDIT & FINANCE

Au plus proche de votre activité !

Verspieren Credit & Finance s'installe au MIN de Rungis
pour vous aider à gérer vos risques financiers
et répondre à vos besoins de financements.

Sécurisation de vos ventes pour limiter les impayés

Financement de votre poste Clients

Obtention de financements pour vos véhicules et matériels

Où nous trouver ?

517 rue de la Tour
CENTRA 136
94566 Rungis Cedex

Nous contacter

Philippe Rousseau
+33 (0) 6 26 11 57 47
p.rousseau@verspierencreditfinance.com

www.verspierencreditfinance.com

Verspieren Credit & Finances siège social : 1 avenue François-Mitterrand – CS 30200 – 59446 Wasquehal - SIREN n° 327 139 192 – RCS Lille Métropole Numéro immatriculation Orias : 07 001 449 – www.orias.fr
Crédit photo : Istock - LS_VCF_02/21

14

Dossier
L'emploi à Rungis : un capital humain à faire grandir

Nouveaux marchés
Des pâtes oui, mais des françaises

34

Reportage
Le Portugal : une mosaïque de saveurs

24

36

Focus
La Cité de la gastronomie attendra

RUNGIS actualités

N° 771 - Mars 2021

au sommaire

L'édito

5 de Jean-Michel Déhais

Sur le vif

6 Actualités
11 Instantanés
12 Toulouse-Le Grand Marché

Dossier

14 L'emploi à Rungis : un capital humain à faire grandir

Ensemble

18 Une table au marché
19 Producteur
20 Opérateur
21 Acheteur
22 Oui chef ! Alan Geaam

Reportage

24 Le Portugal : une mosaïque de saveurs

Tendances du marché

30 Chiffres Pomme de terre : les stocks s'accumulent
31 Nouveautés
32 Produits de saison
• Le radis rose
• Le hareng
34 Nouveaux marchés Des pâtes, oui, mais des françaises

36 Focus La Cité de la gastronomie attendra
38 Digital & innovation Véhicules connectés : un avenir tout tracé

Véhicules utilitaires

40 • Peugeot Citroën : Berlingo et Partner passent au bleu
• Opel : le Combo passe à l'électrique
• Ford : les utilitaires carburent au Superéthanol

Petites annonces

42 Fonds de commerce
Demandes d'emploi
Offres d'emploi

VOLVO

LES MONTÉES EN GAMME XC60

Jusqu'au 31 mars, montez en gamme avec des offres exceptionnelles.

L'ÉLÉGANTE | L'HYBRIDE | LA SPORTIVE

DÉCOUVREZ LES OFFRES SUR VOLVOCARS.FR

Volvo XC60 : Consommation en cycle mixte (L/100 km) WLTP : 2.3-9.0 - CO_2 rejeté (g/km) WLTP : 54-205.

RCS XXXXX XXX XXX XXX

Bidaud

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

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 :
Francis Duriez
Florence Jacquemoud
Charlotte Kaiser
Richard Pizzol
Photo de couverture :
Svenea-FiKsh/Unsplash

PUBLICITÉ
Directrice de publicité :
Audrey Combeau
Tél. : 33 (0)1 42 36 56 75
a.combeau@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 51 02
E-mail : abonnement@
aucoeurdesvilles.fr
Contact : **Anne Caro**

Périodicité : 11 numéros par an
Prix de vente au numéro : 1,50 €
Abonnement :
Abonnement « Intégral » 2 ans
(papier + mobilité) :
France : 31 € TTC
Union européenne : 41 € TTC
Reste du monde : 51 € TTC

Rungis Actualités est publié par
Au cœur des villes
Société par actions simplifiée
au capital de 64 541 euros
RCS n° 825 299 068 RCS Paris

Direction
Président : **Nelson Burton**
Secrétaire de direction :
Anne Caro

Dépôt légal : à parution
N° Commission paritaire :
1024 T 82406

Impression : Léonce-Deprez
ZI Le Moulin - 62620 Ruitz
Tél. : 33 (0)3 21 52 96 20

Certifié PEFC 70 %
N° COC : BVC/CDC/1969087
Rungis Actualités décline toute
responsabilité pour les
documents qui lui sont envoyés.
Les manuscrits non insérés ne
sont pas rendus. Infographies :
tous droits réservés
Copyright : *Rungis Actualités.*

L'édito

de Jean-Michel Déhais,
Directeur adjoint de la rédaction

Plaidoyer pour l'échange

Dans ces colonnes, nous évoquons souvent les vertus du locavorisme. Ces plaidoyers pour les produits de proximité ne doivent pas résonner comme une condamnation des marchés lointains. Il s'agit d'une réflexion de bon sens. Pas besoin, en effet, d'aller chercher à des milliers de kilomètres ce qu'on trouve à côté de chez soi en pleine maturité saisonnière. Pour autant, une alimentation autarcique strictement régionale nous paraîtrait vite bien austère. Nos tables seraient bien tristes sans les agrumes, les fruits exotiques et tous ces aliments qui enrichissent la palette gastronomique de nos cuisiniers. Ce mois-ci, nous avons pris le chemin du Portugal, pays dont la douceur de vivre en ce printemps naissant, est proverbiale. La gastronomie de cette nation nous fait tous rêver. Le parfum des pastéis de nata, les arômes d'un vieux porto ou d'un madère nous ramènent immanquablement à des instants passés de bonheur. Le Portugal reste aussi le symbole des vertus de l'échange alimentaire. Ce sont ses navigateurs qui nous ont fait connaître des produits jusqu'alors insoupçonnés et qui font aujourd'hui partie de notre quotidien. Et que dire du liège lusitanien qui participe à sa façon au rayonnement des vins français !

N'oublions pas que le Portugal assume pleinement un rôle de débiteur dans ces échanges. Plat iconique national, la morue est issue du cabillaud, poisson pêché dans des mers plus septentrionales, au large de la Norvège ou du Canada. N'oublions pas que la circulation des produits va aussi de pair avec celle des hommes qui les mettent en valeur. Dans ce numéro, nous sommes allés à la rencontre d'Alan Geaam, cuisinier libanais arrivé à Paris il y a 22 ans. Il affirme trouver dans ce pays de cocagne que représente Rungis une *« source d'inspiration »*. Ces exemples nous invitent à ne pas nous comporter en censeurs du potentiel de créativité que représentent les échanges et écoutons Jean Anthelme Brillat-Savarin quand il nous assure que *« la découverte d'un mets nouveau fait plus pour le bonheur du genre humain que la découverte d'une étoile »*.

L'image du mois

La Route du poisson est de retour. Le 18 février, Annick Girardin, ministre de la Mer, et Thibaut Mathieu, président de l'épreuve, ont annoncé le retour de la Route du poisson. Cette épreuve d'attelage consiste à parcourir les 300 km qui séparent Boulogne de Paris (avec changement de chevaux de trait tous les 15 km) dans la tradition des chasse-marée qui approvisionnaient les marchés parisiens en produits de la mer. L'épreuve prendra son départ le 25 septembre 2021, à Boulogne-sur-Mer, pour arriver le lendemain à Paris en passant notamment par la voie historique menant de la rue poissonnière aux Halles pour aboutir sur la place de la Concorde alors que les Champs-Élysées seront réservés ce jour-là aux véhicules hippomobiles. Près de 20 équipes, 440 équidés et 6 000 bénévoles seront ainsi mobilisés sur le parcours qui suit à 95 % le tracé historique.

COMMERCE DE GROS ALIMENTAIRE

Les entreprises partenaires du CHR durement éprouvées par la crise sanitaire

La CGI a publié récemment une note de conjoncture sur l'activité du commerce de gros en 2020, une année marquée par la crise sanitaire.

Les entreprises du commerce de gros alimentaire et en boissons, spécialisées dans l'approvisionnement des CHR, sont durement éprouvées depuis le mois de mars 2020. *« La situation devient très inquiétante pour ces entreprises sans aucune perspective de retour à la normale,* écrit la CGI*. *Les entreprises du secteur des produits réfrigérés, laitiers, surgelés et épicerie enregistrent une perte de chiffre d'affaires moyen de 30 à 40 % par rapport à 2019. On peut déplorer des situations où la perte peut monter jusqu'à -90 %. »* En plus de l'effondrement du chiffre d'affaires dans la durée, ces entreprises ont été confrontées à la perte d'une partie des stocks de denrées périssables destinées aux CHR et qui n'ont pu être réorientés vers d'autres types de commerces, comme la grande distribution. Pour certaines entreprises, il a fallu par ailleurs assurer un service minimum auprès de certains segments de la restauration collective scolaire et sociale (EHPAD, restauration hospitalière, pénitencière…). Mais cette activité partielle ne permettait pas de couvrir les coûts de fonctionnement.

Cette situation se retrouve peu ou prou dans les autres secteurs du commerce de gros alimentaire. Ainsi, pour les grossistes

spécialisés dans les produits avicoles et de gibier destinés aux CHR, la baisse de chiffre d'affaires en 2020 se situe entre -30 et - 40 % en moyenne, avec de forts écarts en fonction de leur degré de spécialisation. Pour les grossistes en boissons, la situation a évolué au fil des fermetures, ouvertures, refermetures des cafés et restaurants. À la fin du premier confinement, la baisse du chiffre d'affaires est comprise entre -90 et -100 % par rapport à 2019. Entre les deux confinements, l'activité connaît une baisse globale de 10 %. Les situations sont contrastées selon les régions. L'activité est en hausse dans certaines régions touristiques notamment dans l'ouest, en baisse dans d'autres, comme en région parisienne, avec -25 %. Le second confinement s'est traduit par une baisse moyenne de 95 % du CA *« avec une augmentation du risque d'impayés des clients »,* constate la CGI.

« L'ampleur des défaillances d'établissements à venir, indépendamment des annonces faites le 14 janvier dernier, demeure un sujet de préoccupation majeur », ajoute la confédération.

Enfin, pour le commerce de gros en fruits et légumes frais, deux situations opposées se présentent. Pour les grossistes spécialisés dans les marchés ouverts, le commerce de détail spécialisé et la grande distribution, l'activité a nettement rebondi après le premier confinement. En revanche, l'impact a été beaucoup plus lourd pour les grossistes spécialisés en CHR, mais moindre cependant pour les fruits et légumes, contrairement à d'autres segments de produits, du fait d'une plus grande capacité de report sur les autres canaux de distribution.

Dans le non-alimentaire, l'activité du commerce de gros en plantes en pots et en fleurs coupées a baissé de 26 % entre mars et juin 2020.

« D'une manière générale, le climat est néanmoins à la dégradation en ce début d'année en raison de l'absence de visibilité côté restauration commerciale et commande publique, notamment scolaire, collèges, lycées et universités », conclut la CGI.

* Confédération du commerce de gros et international.

EN CHIFFRES

La situation devient très inquiétante pour les entreprises du commerce de gros alimentaire sans aucune perspective de retour à la normale.

6,5
millions d'euros,
c'est le montant total des destructions massives de fleurs et plantes par les grossistes.

Avec **56 %**
de factures en retard, les grossistes alimentaires sont les plus touchés par les retards de paiements.

106 360
milliards d'euros,
c'est le chiffre d'affaires réalisé par les 17 739 entreprises du commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac en 2017 (Insee).

Communication : Vivalya, 21 adhérents engagés

Vivalya coopérative de distribution de fruits et légumes frais et de marée fraîche, dont le siège est sur le Marché de Rungis, met l'accent, à travers sa nouvelle campagne de communication, sur l'engagement, l'investissement et l'action locale de ses 21 adhérents. *« Les adhérents de Vivalya sont bien plus que des grossistes de proximité »*, explique Philippe Guyot, directeur de Vivalya. *« Ancrées localement, ces entreprises indépendantes sont d'abord, toutes, des acteurs engagés qui participent activement à la vie de leur région »*. Cette nouvelle campagne met en avant les actions de solidarité à travers le bénévolat, la collecte de dons alimentaires, le soutien sous forme de mécénat ou sponsoring, ou encore la mise en place d'un *« critère de proximité »* dans la sélection des fournisseurs. *« Visible dans la presse, en affichage et sur les réseaux sociaux, cette campagne vise à mettre en lumière le travail des femmes et des hommes qui animent le Réseau Vivalya avec un engagement au quotidien »*, conclut le communiqué du réseau.

Antigaspillage : Too Good To Go séduit toujours !

Too Good To Go

Près de cinq ans après son lancement, l'application leader de la lutte contre le gaspillage alimentaire Too Good To Go reste plébiscitée par ses commerçants partenaires et ses utilisateurs. 90 % des commerçants partenaires et 72 % des utilisateurs sont satisfaits du service Too Good To Go sur les 6 derniers mois, annonce l'appli dans un communiqué. Too Good To Go compte aujourd'hui plus de 8,5 millions d'utilisateurs et 16 000 commerçants partenaires. L'application a permis d'économiser 22 millions de repas depuis son lancement en 2016.

ÎLE-DE-FRANCE

1 milliard d'euros pour relocaliser l'alimentation francilienne

Le Conseil régional d'Île-de-France a adopté son Plan régional pour une alimentation locale, durable et solidaire. Ce plan mobilisera près de 1 milliard d'euros d'ici à 2030, notamment pour l'approvisionnement agricole, l'alimentation des lycéens, le développement de la vente directe ou encore les circuits courts. Il s'organise autour de cinq défis : produire en Île-de-France ; distribuer les produits aux Franciliens ; assurer une alimentation éthique et durable ; assurer une alimentation solidaire ; sensibiliser et partager. Le plan propose notamment de protéger les terres agricoles, de relancer l'élevage francilien, d'attirer les jeunes vers les métiers de l'agriculture et de l'alimentation. *« Le 2e défi à relever est celui de la distribution des produits franciliens »*, écrit la Région. Il prévoit ainsi de créer trois plateformes d'approvisionnement en circuit court pour les restaurants scolaires des collèges et des lycées, de soutenir le projet de market place des produits agricoles franciliens porté par la chambre d'agriculture de région Île-de-France, et de saisir l'opportunité des Jeux olympiques et paralympiques 2024 pour valoriser les produits alimentaires franciliens. Le plan prévoit aussi, entre autres, d'accompagner l'agriculture dans la diminution de son empreinte carbone et lutter contre les perturbateurs endocriniens, de soutenir les opérations d'aide alimentaire, ou de créer la « Semaine du manger local en Île-de-France ». 48 % de la superficie de la région Île-de-France est occupée par des terres agricoles. L'agriculture francilienne représente 5 000 exploitations et 12 000 emplois directs.

FOURNISSEURS

Progression des ventes des emballages bois

1,1 milliard d'emballages légers ont été commercialisés en 2019, ce qui représente un chiffre d'affaires total de 218 millions d'euros annonce le Siel (Syndicat des industries de l'emballage léger en bois). L'emballage léger approvisionne quasi exclusivement l'industrie agro-alimentaire pour l'emballage des fruits et légumes (49 % du chiffre d'affaires), des fromages (21 %), les artisans des métiers de bouche et traiteurs (18 %), et l'ostréiculture (9 %). Le marché total des emballages bois (emballages légers, palettes, etc.) s'élève a plus d'1,5 milliard d'euros en 2019, soit une progression de 2,6 % par an en moyenne depuis 2015. La France reste le marché destinataire majoritaire des emballages en bois produits puisque la quasi-totalité des emballages (83 %) est vendue en France à moins de 300 km du lieu de production des emballages.

FRÉQUENTATION

Rungis a séduit de nouveaux acheteurs en 2020

Les bouleversements provoqués par la pandémie sur le commerce en 2020 associés à une politique volontariste de recrutement ont provoqué un afflux inédit de nouveaux acheteurs sur le Marché de Rungis l'année dernière. Rungis Accueil, le service clients du Marché, a constaté une envolée des ouvertures de comptes d'acheteurs. En 2020, 5 300 nouveaux comptes clients ont été créés, soit une hausse de près de 20 % par rapport à l'année précédente. Au total 24 000 acheteurs en statut « actif » figurent dans la base de la clientèle, soit le plus haut niveau jamais atteint depuis l'ouverture du Marché.

« Les mesures gouvernementales visant à lutter contre la propagation du Coronavirus ont engendré des modifications au niveau des habitudes de consommation et d'achat », relève Sandrine Verrecchia dans « Entre Nous », la lettre d'information adressée aux opérateurs. *« Ces changements ont pleinement profité aux commerçants-détaillants »,* ajoute-t-elle. Les consommateurs ont en effet privilégié ces derniers mois les achats de proximité, notamment lors des confinements, un phénomène qui a bénéficié aux artisans et aux commerces de proximité.

De fait, le nombre de créations de comptes acheteurs pour les détaillants sur éventaire et marché a progressé de plus de 24 % entre 2019 et 2020 ; les détaillants sédentaires de 11 % et les acheteurs en commerce de gros de 10 %. La surprise vient de la croissance des nouveaux acheteurs de la filière restauration avec une progression de +15 %. Un phénomène qui peut s'expliquer par les campagnes de recrutement menées par le Marché de Rungis auprès de cette clientèle ces dernières années, mais aussi par la recherche par les établissements ayant poursuivi leur activité de meilleurs prix et de produits locaux. Enfin, si le flot de passages d'acheteurs a légèrement baissé en 2020, note Rungis Accueil, le nombre d'acheteurs venus à Rungis au moins une fois au cours de l'année est resté stable.

TRANSPORT

Des camions supports publicitaires

© Adriver

Adriver est un nouveau service référencé dans le catalogue de services de la Semmaris proposé aux transporteurs usagers du Marché de Rungis. La société, créée par Hadrien de La Tour, propose aux sociétés de transport de louer l'arrière de leurs camions pour y apposer des panneaux publicitaires et de financer le tracking de leurs remorques. *« Cela représente une source de revenus additionnels pour un secteur qui marge peu »,* argumente Hadrien de la Tour, dont la jeune entreprise, contraction de *« advertising »* pour publicité et *« driver »* pour chauffeur, compte d'ores et déjà cinquante collaborateurs et essaime en Europe. *« La récupération et l'analyse des données anonymisées du tracking permettent de fournir à nos annonceurs et clients, un reporting de qualité et une grande visibilité »,* précise Hadrien de la Tour. L'entreprise couvre aujourd'hui toutes les régions françaises, excepté la Corse et dispose d'un parc de plus de 80 000 faces publicitaires (4 m²). Parmi ses projets et objectifs figurent des partenariats avec le groupe Lamberet et le groupe Fraikin qui a ouvert récemment un bureau à Rungis.

La vie des entreprises

STEF, leader européen des services de transport et de logistique pour les produits alimentaires sous température contrôlée, a annoncé un chiffre d'affaires 3,145 Md € pour l'année 2020, en recul de 8,6 % par rapport à l'année précédente. *« Dans un contexte économique toujours bouleversé par la crise sanitaire, le Groupe continue de résister même si son chiffre d'affaires connaît un recul dans la plupart de ses pays d'implantation et sur ses principales activités au 4e trimestre »,* a commenté Stanislas Lemor, P-DG de STEF, dont l'entreprise *« garde confiance dans son business model diversifié ».*

Raphael Elnaggar, l'un des principaux commerçants d'abats du Marché de Rungis, vient de reprendre l'un de ses confrères, la société Cabadis-Les tripes Cathelin. Le grossiste est déjà présent à la fois sous le pavillon de la triperie avec la société Prodal et à l'extérieur avec LeNaja, une entreprise orientée sur le piéçage et le conditionnement à façon.

Le grossiste en fruits et légumes **Vinas** a conclu un partenariat avec le MOF Frédéric Jaunault pour mettre en avant les produits du Marché, leur terroir, leur saisonnalité, leur mise en œuvre et leur histoire sur les réseaux sociaux.

Plusieurs fédérations d'importateurs, dont la Fédération des importateurs de produits alimentaires et la Chambre syndicale des importateurs de fruits et légumes frais (CSIF), ont tiré la sonnette d'alarme à la fin janvier concernant l'envolée des prix du fret maritime. Sur 31 entreprises sondées en janvier 2021, 80 % se disent pénalisées par les conséquences des grèves portuaires et/ou de la crise sanitaire sur le transport maritime. 94 % des entreprises déclarent constater des surcoûts sur les trois derniers mois.

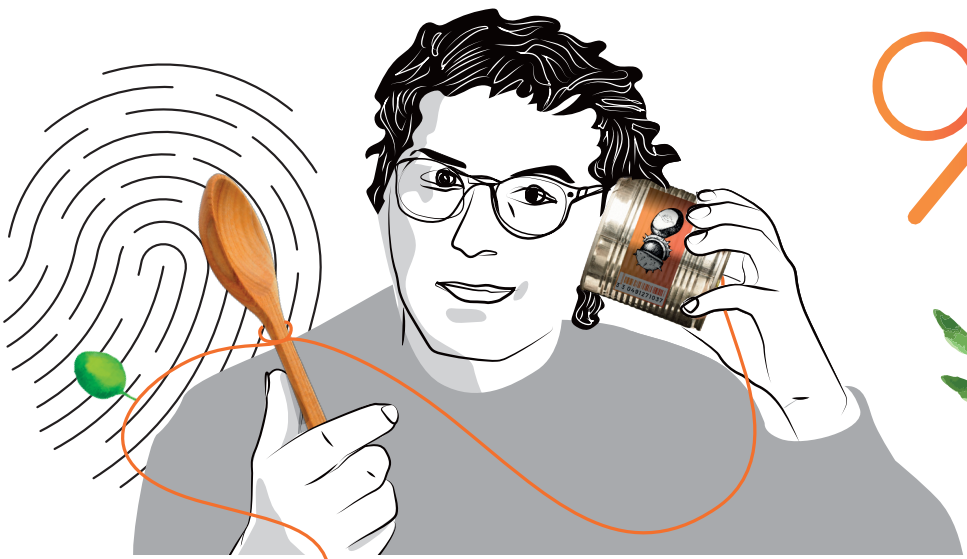
PRODUCTION

Le bio accélère sa croissance en Île-de-France

La conversion de l'agriculture francilienne s'est accélérée en 2020, selon l'Observatoire régional de l'agriculture biologique (ORAB). Avec près de 6 000 hectares supplémentaires et plus d'une centaine de nouvelles fermes installées ou converties en 2020, la région Île-de-France totalise désormais 546 fermes bio qui représentent près de 30 000 hectares engagés en AB dans tous les types de productions. Ces nouvelles fermes sont réparties sur toute la région : 49 en Seine-et-Marne, 27 dans les Yvelines, 16 dans l'Essonne, sept dans la Petite Couronne et trois dans le Val-d'Oise. Tous les types de productions sont représentés avec une majorité d'exploitations en grandes cultures (54), 14 en maraîchage, six en apiculture, six en élevage, 6 en arboriculture, cinq en PPAM (Plantes à parfum, aromatiques et médicinales) et trois en viticulture.
En 10 ans, l'évolution est particulièrement spectaculaire. La Région est passée de 152 à 546 fermes bio, les surfaces sont passées de 7 000 à près de 30 000 hectares et le bio, qui représentait 1,2 % de la SAU (Surface Agricole Utile) en 2010, atteint désormais 5,2 %.

Guillaume Gomez quitte les cuisines de l'Élysée

Guillaume Gomez vient d'annoncer sur son compte Facebook son départ des cuisines de l'Élysée, après 25 ans de bons et loyaux services. Ce départ ne signifie pas pour autant la retraite car il se lance dans un projet d'envergure. *« J'occuperai très prochainement de nouvelles fonctions au service du rayonnement international de notre gastronomie, de nos savoir-faire, de nos producteurs, de nos restaurateurs et de nos artisans »*, a-t-il indiqué. Alors que le Premier ministre Jean Castex a annoncé vouloir faire de 2021 *« l'année de la gastronomie française »* afin d'aider les restaurants, toujours fermés administrativement en raison de la crise sanitaire, on sait donc qui pilotera ce grand chantier : Guillaume Gomez, qui est par ailleurs le parrain de Rungis Académie.
« Je sais être depuis de nombreuses années un interlocuteur privilégié de nos producteurs, de la profession et de nos artisans. À travers la fonction que j'occupais et grâce à la confiance que m'accorde le président de la République, j'ai pu faire passer les nombreux messages, remonter les informations et les demandes qui m'ont été adressées », explique le chef Guillaume Gomez.



Entrez en connexion avec votre écosystème, votre technologie, votre marché.

KONNECT'AGRO

3 3 0972722362

Depuis l'achat des matières premières et marchandises jusqu'à l'expédition des produits finis à destination de vos clients, Konnect'Agro assure pleinement son rôle : **gestion, exploitation et pilotage de l'ensemble de votre activité.**

Du produit brut au client
L'ERP EXPERT DE LA FILIÈRE AGRO-ALIMENTAIRE

Création Agence A tribu

AKANEA
www.akanea.com
+33 (0)9.72.72.23.62

RÉSULTATS DE L'ÉTUDE BDCOM

Le commerce parisien à la peine, l'alimentaire résiste

Marchand de primeurs rue des Martyrs, en avril 2020 (premier confinement).

Le recensement des locaux situés en rez-de-chaussée à Paris, réalisé en octobre 2020 par l'Apur, révèle *« une diminution globale du nombre de commerces et une légère augmentation de la vacance »* en lien avec la conjoncture, a-t-on appris lors de la publication de l'enquête BDCOM effectuée tous les trois ans en partenariat avec la Ville de Paris et la CCI de Paris. Sur les 83 400 locaux recensés, le nombre de commerces et services est en effet en baisse (- 1 164 entre 2017 et 2020) tandis que le nombre de locaux vacants augmente de 1,2 point passant de 9,3 % à 10,5 % de l'ensemble des locaux (+ 911 locaux). Les résultats de l'enquête réalisée en 2020 montrent la poursuite des évolutions constatées lors de la dernière enquête de 2017 avec la hausse du nombre de bars et restaurants, de l'alimentaire et du secteur de la santé-beauté, tandis que le nombre de commerces d'habillement, d'agences bancaires et de voyage a diminué.

Le secteur alimentaire (environ 7 700 magasins) a en effet poursuivi sa croissance entre 2017 et 2020 (+ 1,5 %, + 115 établissements) avec deux grandes évolutions : la stabilité du nombre de commerces spécialisés (5 470 boulangeries, boucheries, primeurs…) et la progression du nombre de commerces généralistes (supérettes, supermarchés, Monoprix, mais aussi épiceries de quartier). Parmi ceux-ci, les supérettes « classiques » représentent plus de la moitié des créations, dont la plupart vendent uniquement des produits « bio » (+ 12 Naturalia, + 11 Biocoop et + 6 Bio C'Bon).

Le nombre de cafés et restaurants (environ 15 200 établissements), a continué de croître (+ 4,5 %, + 660 établissements). Cette hausse est le fait des restaurants asiatiques (+ 180 établissements) et des restaurants européens (+ 90), mais surtout de la restauration rapide assise (+ 280 environ). Cette catégorie inclut à la fois les « fast food » type McDonald's, mais aussi des enseignes plus récentes et bio comme Exki. Dans le même temps, la lente baisse des brasseries (- 30 établissements) et des cafés-tabacs (-15 environ) se poursuit. Une tendance que la crise risque hélas d'accélérer.

COMMUNICATION

Les grossistes de Rungis engagés aux côtés des artisans

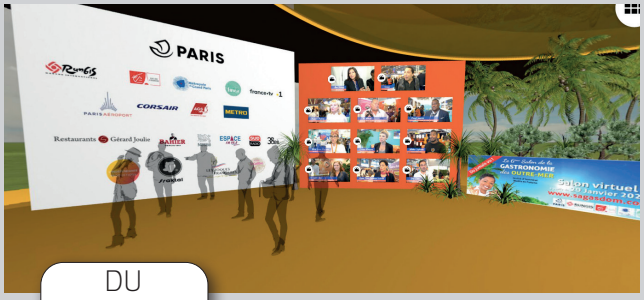
L'Union générale des syndicats des grossistes du Marché de Rungis, a annoncé mi-février le déploiement d'une campagne de communication en écho à la campagne *« Tous artisans d'un monde meilleur »* portée par la Confédération générale de l'alimentation en détail (CGAD). Sous une bannière commune, *« À Rungis, nous sommes fiers d'accompagner les artisans d'un monde meilleur »*, Unigros a créé 12 modèles d'affiches apposées chez les grossistes, sur les carreaux de vente du Marché. *« Les grossistes du Marché de Rungis partagent les valeurs des artisans, celles du bien-manger, de la qualité, du respect de l'Homme et de son environnement »*, écrit Unigros dans un communiqué. *« Les grossistes sont le trait d'union qui relie les commerçants-artisans aux producteurs. Ils sont attachés à la place et à la juste rémunération de l'ensemble des acteurs des filières. »*

Nominations

La Chaîne logistique du froid, qui représente la filière du transport et de l'entreposage frigorifique, a annoncé la nomination d'une responsable du développement *« pour accompagner les nouveaux objectifs de la structure »*. **Alison Paquette** aura notamment pour mission le développement et l'animation du réseau d'adhérents.

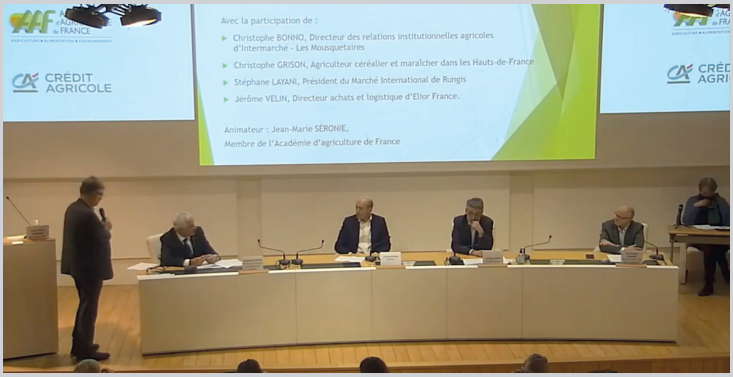
Pascal Gonnord, le président de la Confédération nationale de la triperie (CNTF), a annoncé qu'il ne demanderait pas le renouvellement de son mandat à la tête de cette structure qui rassemble industriels, grossistes et détaillants spécialisés dans le commerce des produits tripiers. Le détaillant et transformateur implanté dans les Deux-Sèvres souhaite se consacrer au développement de son entreprise. Une assemblée générale doit avoir lieu le 29 mars prochain.

Christophe Deplanche, dirigeant de la société Deplanche-Lauberye, a été élu à la présidence du syndicat des grossistes en viandes de Rungis. Il succède à Francis Fauchère.



DU **29 JANVIER** AU **29 AVRIL**

C'est en virtuel que se déroule la 6e édition de SagasDom, le Salon de la gastronomie des outre-mer et de la francophonie. Pilotée par Babette de Rozières, présidente et fondatrice de ce salon, le rendez-vous a mis cette année Wallis et Futuna à l'honneur. Le site sagasdom.com permet de garder le lien avec ces territoires et de « *faire mieux connaître les patrimoines culinaires et le savoir-faire de nos outre-mer dans toute sa diversité* », explique Babette de Rozières. Le Marché de Rungis est partenaire de ce salon.



10 **FÉVRIER**

L'Académie d'agriculture de France a organisé un colloque intitulé « L'agriculture post-Covid : global ou local ? ». Les débats ont été ouverts par Julien Denormandie, ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation. Deux tables rondes ont animé cette journée : « La sécurité alimentaire en France. La crise Covid-19 rebat-elle les cartes ? » et « Après la crise du Covid-19, quelles stratégies nouvelles pour vos entreprises ? ». Stéphane Layani, président du Marché de Rungis, participait à la deuxième table ronde. Il a eu l'occasion de rappeler que le Marché avait intégré la prise en compte de l'origine des produits, liée à l'envie de préserver la souveraineté alimentaire et le maintien d'une agriculture locale et durable. Une tendance de consommation citoyenne accélérée par la crise sanitaire.

11 **FÉVRIER**

© DiveNcom par Didier Venom

Dans la perspective de la Saint-Valentin (le 14 février), l'équipe Rungis Accueil s'est mobilisée en étroite collaboration avec la Chambre syndicale des fleuristes pour investir le secteur horticulture-décoration. L'animation commerciale sous le pavillon C1 a été particulièrement appréciée des acheteurs et des opérateurs. Depuis le début de l'année, le service clients du Marché de Rungis a multiplié les animations, le 26 janvier sous les pavillons D2, D3, E3, E2 et E1F et le 28 janvier aux fruits et légumes. Une mobilisation qui fait suite à une tournée déjà riche en émotions, réalisée en décembre dernier aux secteurs produits carnés, produits laitiers, marée et gastronomie.

11 **FÉVRIER**

À l'occasion du Rungis Marée Challenge, un concours organisé par le Marché de Rungis, la fine fleur des poissonniers et écailleurs professionnels a participé à une « joute de la mer » de haute volée. Les trois finalistes, Thibert Rival, Sandy Ruffray et Gwenaël Laville, ont d'abord choisi leurs produits au pavillon de la Marée avant de s'affronter au sein de l'académie Mandar lors d'épreuves créatives et techniques. C'est Thibert Rival qui s'est finalement imposé, en présence d'un jury notamment composé du MOF David Gomes, de Philippe Abraham, Sonia Bichet, Stéphane Layani et Louise Petitrenaud. Le vainqueur a remporté 500 €, une visite d'un site ostréicole, une mallette de couteaux professionnels de poissonniers-écailleurs ainsi qu'un abonnement au magazine de l'INF de la poissonnerie française.

Un plateau de bureaux qui fourmille de projets

Bien plus qu'un plateau de bureaux, c'est une véritable pépinière collaborative, où bouillonnent les idées et les initiatives, qui se met en place au Grand Marché.

L'espace central (ci-dessus) et la vue perspective projet 03.

Depuis plusieurs mois, le Grand Marché réhabilite son bâtiment 3, situé face au carreau des producteurs. D'importants travaux ont permis de rénover le rez-de-chaussée et le 1er étage, qui seront livrés en avril. Ces locaux, dédiés à la logistique fruits et légumes, sont d'ores et déjà loués à de nouvelles entreprises qui s'installent sur le MIN. Mais la vraie nouveauté est le plateau de bureaux, 850 m² de surface qui accueilleront une multitude de structures et formeront un véritable village de l'alimentation. *« Nous sommes très contents de la dynamique qui se met en place,* se félicite Maguelone Pontier, directrice du Grand Marché MIN de Toulouse Occitanie. *Nous réceptionnerons le plateau en octobre, mais il est déjà retenu à 70 %. Trente entreprises sur quarante prévues, ont signé pour faire partie du projet. »*

850 M² À AMÉNAGER

Le plateau, ancien espace de stockage des Cachous Lajaunie, fameuses friandises toulousaines à base de réglisse, est abandonné depuis vingt ans et pose de vraies contraintes techniques, car il est peu éclairé. Quelques puits de jour seront creusés au centre, pour laisser entrer la lumière sur le futur espace de convivialité. Ce lieu de rencontres et d'échanges sera à la disposition de tous les occupants du site. Une conciergerie y sera installée, tenue par l'Association pour l'insertion et la réinsertion professionnelle et humaine des handicapés. Tout autour, les bureaux proposés seront en open space ou fermés, d'une superficie de 10 à 107 m². Entreprise « facilitatrice d'environnement durable », Merci René installera des « niches » ressemblant à des cabanes de pêcheurs colorées, qui seront des bulles de silence pour ceux qui voudront s'isoler. Quelques meubles seront fabriqués, avec d'anciennes palettes, au FabLab de Montaudran, à Toulouse. Des accessoires en cuir végétal viendront de chez Kraft&You. Les plantes vertes seront fournies par les opérateurs du marché. L'environnement sera chaleureux et modulable, pour correspondre aux besoins des occupants. Cette pépinière innovante, fertile et bienveillante accueillera des spécialistes en communication (agences, réseaux sociaux…) et en accessoires pour les professionnels des métiers de bouche, des professionnels du monde de l'emploi (aide à la création d'entreprise, intérim, recrutement, formation…), un laboratoire en technologies de l'information et des services (banque, comptable, avocat, huissier, mutuelle…) pour lesquels des îlots de confidentialité seront réservés. Une grande place sera également faite au sport, avec un espace Forme et santé qui regroupera kiné, pédicure, podologue, coach sportif, infirmière, diététicienne… Même la salle de réunion pourra se transformer en gymnase, avec des sangles de musculation aux murs. Vestiaires et douches sont prévus. *« Nous avons toute une philosophie "sport" qui arrive sur le marché, afin de privilégier le bien-être de tous et d'éviter les accidents du travail par manque d'échauffement,* détaille Maguelone Pontier. *Nous allons travailler avec la salle toulousaine Sporting Form et installer un parcours de santé sur le MIN. Sur le carreau des producteurs, nous pourrons donner des cours à mille personnes. »* Enfin, des liens seront tissés avec d'autres espaces de coworking sur l'agglomération toulousaine, afin qu'un réseau se crée. Les entreprises pourront ainsi avoir accès à d'autres lieux dans Toulouse, pour donner par exemple des rendez-vous à leurs clients.

Florence Jacquemoud

Développement

Les Pépites du MIN, véritable catalyseur

Matthieu Sassier et Anaelle Marie.

Afin d'animer et de fédérer la future communauté de la pépinière, Anaelle Marie, créatrice de l'Agence Vache (communication) et Mathieu Sassier dirigeant de Maison Sassier (torréfacteur) ont créé l'association Les Pépites du MIN. Celle-ci rassemblera les locataires du nouveau plateau de bureaux, et les autres acteurs du MIN, mais elle pourra aussi s'ouvrir aux entreprises extérieures. Six pôles la composent (voir encadré), auxquels s'ajoutent la conciergerie et un service traiteur. *« Nous organiserons, une fois par mois, sous forme de petits déjeuners ou d'afterworks, des évènements entrepreneurs sur des thématiques propres aux chefs entreprises du milieu de la food,* confie Anaelle Marie. *Nous avons aussi en projet des opérations ponctuelles comme la fabrication d'un trombinoscope en commun, qui se fera au printemps, dans les locaux du Roselab, un fablab toulousain. Ou encore des visites d'entreprises. »* Autre axe de travail, les Pépites du MIN mettront leurs compétences au profit de porteurs de projets et d'entreprises, pour les aider, chacun dans son domaine, à développer leur activité. *« Mais cela restera du bénévolat,* précise la présidente. *Nous allons rédiger une charte de l'accompagnement pour calibrer le temps passé par les entreprises volontaires. »* Pour aller plus loin, ces entrepreneurs auront accès à un éventail de formations qui leur permettront d'approfondir leur démarche. L'ensemble de ces aides sera regroupé dans une « Mallette du dirigeant », mise en place par Ambassade Cabinet Conseil. *« Les Pépites se positionnent sur des actes de parrainage, d'échanges et de partages d'expériences,* ajoute Anaelle Marie. *Dans un premier temps, nous nous concentrerons sur les personnes qui ont un projet d'installation sur le MIN, mais nous n'excluons pas d'accompagner d'autres entreprises et de leur faire découvrir l'univers du Grand Marché. Notre équipe a en commun les mêmes valeurs, dans une dynamique pro-active intéressante et valorisante. »* **F. J.**

LA PÉPINIÈRE DE LA FOOD
Les Pépites
Le Grand Marché MIN Toulouse Occitanie

Le bureau provisoire et les responsables de pôles

Présidente :
Anaelle Marie (L'Agence Vache)
Secrétaire :
Mathieu Sassier (Maison Sassier),
Trésorière :
Jennifer Dirand (Solutions Durables).
Pôle Accompagnement, Formation, Emploi :
Laëtitia Brethon (Ambassade Cabinet Conseil)
Pôle Sport, Bien-être :
Kobé Myaro (Sporting Form)
Pôle Communication :
Véronique Michel (l'Agence RP)
Pôle Services :
Dalila Chergui (MAPA)
Pôle Produits :
Philippine de Renty (Kraft&You)
Pôle Innovation :
Yohann Garcia (Local Go)
Conciergerie :
Agnès Darras (ANRH)
Traiteurs :
Edouard Cortés (La Brigade Traiteur).

Nouveau venu

La « Mallette du dirigeant », des formations sur mesure

Récemment installé sur le MIN, Ambassade Cabinet Conseil, organisme de recrutement et de formation toulousain, spécialisé dans la restauration, l'hôtellerie et les métiers de bouche, est chargé de la création de la « Mallette du dirigeant ». *« L'idée est de bâtir une mallette de formation, dans laquelle les nouveaux dirigeants trouveront à la fois de l'aide, du conseil et du coaching de la part des entreprises déjà présentes sur le MIN, mais aussi tout un panel de formations, prises en charge financièrement, pour approfondir leurs connaissances,* explique Laëtitia Brethon, codirectrice d'Ambassade Cabinet Conseil. *Il pourra s'agir de sessions individualisées, si la personne le demande, ou collectives sur une thématique donnée, avec 12 à 15 participants. Tous les sujets peuvent être traités, de la commercialisation aux ressources humaines, en passant par les réseaux sociaux, la création d'un site internet, le e-commerce, les interactions clients... notre catalogue est infini. Nous pouvons répondre à toutes les demandes. »* **F. J.**

Un capital humain à faire grandir

Alors que le chômage menace de progresser dans les mois qui viennent, la situation de l'emploi à Rungis reste positive. Malgré des conditions de travail parfois difficiles, les employeurs ont des atouts à faire valoir.

Dossier réalisé par Bruno Carlhian

Avec ses 1 200 sociétés et ses 12 300 salariés, le Marché de Rungis est un véritable poumon de l'emploi du sud parisien. Son réseau d'entreprises constitue en effet le deuxième employeur du Val-de-Marne derrière l'aéroport d'Orly. Un bassin en outre dynamique, nombre d'entreprises du Marché ayant grandi en chiffre d'affaires, mais aussi en nombre de collaborateurs ces dernières années. Conséquence de ces besoins élevés en main-d'œuvre, tous les acteurs de l'emploi sont présents sur le marché : cabinets de recrutement spécialisés, agences d'intérim, associations d'aide à l'insertion, etc. *« L'une des principales caractéristiques de l'emploi sur le Marché de Rungis, c'est que les employeurs y sont pratiquement tous des PME »*, affirme Stéphane Vulfranc, directeur du Groupement Rungis employeurs (GRE). *« À l'exception de quelques dizaines d'entreprises de plus de 50 salariés et d'une poignée de plus de 300, l'immense majorité sont des entreprises comprises entre 5 et 50 salariés. Elles disposent très rarement de services de ressources humaines et se retrouvent parfois peu armées en matière de recrutement. »*

L'emploi sur le Marché de Rungis se caractérise également par l'aspect spécifique des postes et profils demandés. C'est d'ailleurs de la spécificité des métiers exercés sur le Marché ainsi que des besoins particuliers de recrutement qu'est né le projet Rungis Académie, un pôle de formation aux métiers de bouche ainsi qu'une gamme élargie de formations aux métiers de l'agroalimentaire. *« Si l'on retire les différentes activités de service qui gravitent autour du Marché, on peut estimer qu'il existe un petit millier d'entreprises exerçant peu ou prou toutes le même métier de commerce de gros alimentaire en produits frais et employant 8 500 salariés »*, estime Stéphane Vulfranc. En outre, *« la cartographie des métiers est très similaire d'une entreprise à l'autre : préparateurs de commandes, chauffeurs, vendeurs, caissiers, etc. »*. Des entités avec les mêmes profils et les mêmes besoins, et donc susceptibles de s'organiser ensemble. *« C'est cette communauté d'intérêts de la part des entreprises du Marché qui a conduit les acteurs*

La pénibilité est un enjeu pour l'emploi. En revanche, les horaires matinaux ne sont pas forcément un désavantage.

économiques à constituer le Groupement Rungis employeurs, un organisme à but non lucratif prestataire de services en ressources humaines, explique Stéphane Vulfranc. *L'une de nos particularités par rapport à d'autres acteurs, c'est d'être des partenaires des entreprises et non pas des clients ; nos relations s'inscrivent avec elles dans la durée. Notre vision fine des besoins et les connaissances que nous avons accumulées nous mettent en capacité de répondre à des demandes particulières auxquelles d'autres opérateurs auraient du mal à satisfaire. »*

Association d'entreprises solidaires entre elles, Rungis employeurs *« mobilise et salarie la main-d'œuvre qu'elle met à disposition de ses adhérents en temps plein ou partagé »*, précise Émeline Gommer, responsable des ressources humaines. *« Concrètement, nous embauchons des salariés en CDI, charge à nous de les placer dans les entreprises. Cela peut être pour répondre à des besoins en temps partiel ou saisonnier, par exemple pour renforcer les entreprises du traiteur ou de la marée au moment des fêtes ou assurer les remplacements de congé maternité. Dans ce cas, le groupement d'employeurs gère le* "maillage" *du salarié pour lui offrir un temps plein »*, ajoute-t-elle. L'association assure beaucoup de *« prérecrutements ». « Dans ce cas, nous avons en charge de porter le salarié pendant la période d'essai et ainsi de sécuriser l'employeur*, justifie Émeline Gommer. *Cela rassure les entreprises et les encourage à prendre un peu plus de risques. »* Bon nombre de salariés (environ la moitié) *« basculent »* dans l'entreprise dans laquelle ils ont été placés, l'adhérent souhaitant s'adjoindre directement ses services. *« C'est du turn-over positif ! »*, sourit Émeline Gommer.

LES HORAIRES PAS FORCÉMENT UN OBSTACLE

Par leur position stratégique, les responsables du groupement d'employeurs connaissent bien les grands enjeux de l'emploi sur lesquels ils n'hésitent pas à sensibiliser les employeurs. *« L'une des caractéristiques de l'emploi à Rungis, c'est l'abondance d'une main-d'œuvre peu qualifiée sur des métiers de manutention notamment,* commente Stéphane Vulfranc. *Le turn-over y est élevé, soit parce que les gens partent, soit parce qu'ils évoluent dans l'entreprise. Le recrutement y est d'autant plus délicat à effectuer que les candidatures sont très nombreuses, surtout en ce moment, et qu'elles sont difficiles à évaluer sur CV. Il faut rencontrer beaucoup de candidats, ce qui prend du temps. Il faut souvent miser sur la capacité d'adaptation des candidats, car c'est une qualité indispensable dans ces métiers sur le MIN ! »*

Les dernières années ont cependant vu émerger de nouveaux métiers sur le Marché. *« La croissance de certaines entreprises et la digitalisation du commerce ont fait apparaître de nouveaux besoins sur le marché : administration des ventes, commercial export, marketing communication, développeur web, etc. »*, détaille Stéphane Vulfranc.

Le Groupement d'employeurs a ainsi accompagné certaines entreprises dans leur mutation en les aidant à y créer tous les postes clés. *« J'ai en tête l'exemple d'une entreprise passée en quelques années de 8 à 32 personnes et qui a dû acquérir très vite de nouvelles compétences pour soutenir sa croissance »*, témoigne Émeline Gommer.

À l'inverse, la tension est forte entre l'offre et la demande dans certaines catégories de métiers. *« C'est le cas des métiers de la boucherie (désosseurs, découpeurs, piéceurs) dont les besoins se sont accrus, ces dernières années, avec le développement d'ateliers de préparation travaillant pour la restauration. Malheureusement, on n'en forme pas suffisamment en France »*, déplore Stéphane Vulfranc. Les grossistes de Rungis sont aussi régulièrement à la recherche de commerciaux. *« C'est un problème assez général en France, mais qui est particulièrement aigu à Rungis où la fonction est très spécifique. On ne vend pas des tomates comme des photocopieurs ! Or les commerciaux "agro" sont convoités par les grands groupes qui peuvent leur offrir des conditions très avantageuses. »* Le Marché de Rungis ●●●

Avec ses 1 200 sociétés et ses 12 300 salariés, le Marché de Rungis est un véritable poumon de l'emploi du sud parisien.

souffrirait-il d'un manque d'attractivité ? *« Il reste un décalage entre l'image du Marché de Rungis, qui est excellente à l'extérieur, et la réalité des métiers qui est parfois dure,* reconnaît Stéphane Vulfranc. *L'une des caractéristiques du Marché de Rungis, c'est d'être un monde qui vit un peu à part, ce qui n'est pas sans conséquence non plus en matière d'horaires et de salaires. Les employeurs y manquent parfois de référence sur ce qui se pratique ailleurs. »*

L'ASCENSEUR SOCIAL N'EST PAS EN PANNE

Pourtant, le Marché de Rungis ne manque pas d'atouts pour attirer les bons profils. *« Les dirigeants croient souvent que les horaires matinaux sont un repoussoir pour les salariés*, estime Émeline Gommer. *Si l'on exclut le travail de nuit proprement dit, ce n'est pourtant pas forcément un obstacle. Beaucoup plus de gens qu'on ne le pense sont prêts à accepter l'idée de démarrer à 4 ou 5 heures pour pouvoir être rentré chez soi à 14 heures et avoir une vie après le travail. Un certain nombre de salariés qui sont arrivés ici par hasard ne voudraient pour rien au monde revenir à des horaires normaux ! »* L'ambiance conviviale et *« sans filtre »* du Marché *« plaît aussi volontiers à des salariés que rebutent certains aspects aseptisés de l'entreprise d'aujourd'hui »,* constate Stéphane Vulfranc. *« Il ne faut pas oublier que le bassin d'emploi de Rungis, le 94 et le 91, est une région historiquement populaire, avec une culture de la petite entreprise et des rapports humains directs*, rappelle-t-il. *Les employeurs de Rungis se tournent d'ailleurs volontiers vers les jeunes ayant fait les marchés ou passé par la grande distribution, qui ont l'habitude du produit, du contact, et de la polyvalence. »* Pour améliorer leur attractivité, les entreprises ont tout intérêt à conserver les aspects positifs de ces rapports humains et d'en effacer la rugosité. Enfin, la promesse d'« ascenseur social » que perpétue Rungis est un argument qui fait aussi mouche auprès des candidats. *« C'est vrai que c'est un argument qui revient souvent dans les entretiens*, admet Émeline Gommer. *Beaucoup d'employés arrivés ici comme préparateurs de commande sont devenus des vendeurs carreau ou des responsables logistiques. Certains même sont devenus patrons ! »* Les métiers de logistique et de vente sont moins attachés au diplôme qu'au travail et à l'envie d'apprendre, estime la responsable RH. *« Il sera beaucoup plus difficile à un employé d'évoluer de la même manière dans des groupes avec des grilles internes, etc. Cette ouverture d'esprit est incontestablement un atout pour l'emploi sur le Marché. »*

Le CBE 94 aide à l'accès à l'emploi

© CBE 94

Le Comité de bassin d'emploi Sud Val-de-Marnais a vocation à favoriser l'accès à l'emploi et le maintien dans l'emploi en suscitant et en soutenant les initiatives locales. L'association, qui réunit les communes de Chevilly-Larue, Fresnes, L'Haÿ-les-Roses, Rungis, Thiais, Villejuif, la zone aéroportuaire Paris-Orly ainsi que des chefs d'entreprises, des syndicats patronaux et salariés et des représentants du secteur associatif et de l'économie sociale, compte le Marché de Rungis parmi ses principaux soutiens. *« La Semmaris nous met à disposition des locaux dans lesquels nous avons créé un espace de coworking pour demandeurs d'emploi qui est aussi un lieu de sociabilité »,* explique le directeur du CBE 94 Daniel Pigeon-Angeli. L'association accompagne plusieurs centaines de demandeurs d'emploi chaque année, avec l'aide de bénévoles, par le biais de journées de découverte des métiers (comme ici à Rungis), des *« jobs trucks »* qui circulent dans les quartiers, une fois par semaine, des parcours métiers du parrainage, etc. *« Nous menons également des actions de sensibilisation des entreprises sur l'emploi des personnes de plus de 45 ans, avec une politique de labellisation. »* Des entreprises de Rungis comme Bonabio et Marine Quality sont engagées dans cette démarche qui a vocation à être portée au niveau national. En 2019, le CBE Sud 94 a signé une première convention de partenariat relais avec les Rabelaisiennes de Rungis, devenue un partenaire privilégié pour communiquer sur l'utilité du Label Emploi 45+ et le promouvoir auprès de ses partenaires et de son réseau.

Les métiers clés du Marché

COMMIS VENDEUR
- Accueil client
- Aide à la vente
- Préparation de commandes

VENDEUR
- Vente–Négociation
- Gestion du rayon
- Achat–Relation fournisseurs

ASSISTANTE COMMERCIALE
- Prise–Saisie de commandes
- Renseignements téléphoniques clients
- Tâches administratives

COMMERCIAL
- Gestion d'un portefeuille clients
- Prospection
- Vente–Négociation

CAISSIÈRE-FACTURIÈRE
- Saisie des arrivages
- Facturation
- Encaissements
- Clôture de caisse

COMPTABLE
- Général–Client-Fournisseur
- Compte de résultats–Bilan
- Relation avec le Cabinet

AIDE-COMPTABLE
- Saisie comptable
- Rapprochements
- Relances clients

CHAUFFEUR-LIVREUR
- Chargement–Déchargement
- Livraison
- Connaissances Paris–IDF

PRÉPARATEUR DE COMMANDES
- Chargement–Déchargement
- Manutention
- Mise en palettes–Filmage

CARISTE
- Réception
- Préparation
- Utilisation des chariots élévateurs

BOUCHER
- Découpe
- Désossage
- Piéçage

RESPONSABLE QUALITÉ
- Procédure HACCP
- Normes alimentaires
- Certifications–Contrôle

Interview

« 2 000 collaborateurs de nos restaurants seront formés à Rungis cette année. »

Christophe Macedo, directeur de la restauration de Louvre Hotels (Campanile, Kyriad, Royal Tulip, etc.)

Le chef de projet de Chaud Devant !, l'université culinaire interne du groupe qui a ouvert ses portes au cœur de l'hôtel Campanile en juin dernier, précise ses ambitions à Rungis Actualités.

Comment est né le projet Chaud Devant ?

Christophe Macedo : J'y pense depuis que j'ai pris la direction de la restauration du groupe en 2012. Nous disposions d'une université d'entreprise, mais elle était virtuelle puisque nous n'avions pas nos propres locaux et que nous faisions appel à des partenaires. L'idée d'installer notre école de formation à Rungis nous est naturellement venue à l'esprit lorsque nous avons répondu à l'appel d'offres de la Semmaris pour édifier le premier hôtel de Rungis, qui a abouti à l'ouverture du Campanile il y a un an. Selon moi, Rungis était une situation idéale pour passer le savoir à nos collaborateurs sur la saisonnalité, les produits et la gastronomie. Le projet a très vite séduit Pierre-Frédéric Roulot, le président du groupe, qui, comme moi apprécie beaucoup le Marché de Rungis et s'intéresse de près à l'activité de restauration. Une équipe à trois s'est constituée pour mener le projet associant Michaël Fernandez, le directeur de l'hôtel, Aymeric Lecoq, notre responsable de la formation et des enseignements et moi-même.

Quelles sont vos ambitions ?

L'objectif est d'accueillir en formation 2 000 collaborateurs de la restauration dès cette année. Cela représente trois à quatre collaborateurs de chaque restaurant du groupe en France, qui est la cible dans un premier temps. Une quarantaine de formations dans tous les métiers (cuisine, salle, bar, œnologie, etc.) ont été pensées par les équipes Ressources humaines et Restauration du groupe. Elles sont assurées par nos propres formateurs et chefs des restaurants du groupe. Nous sommes également équipés pour faire du e-learning, avec des cuisines équipées de grands écrans et de caméras. À terme, l'objectif est que tout nouveau collaborateur se voit proposer un parcours d'intégration avec une formation de base.

Comment s'insère votre Université dans l'écosystème du Marché ?

Nous souhaitons en être partie prenante et c'est d'ailleurs la raison pour laquelle nous avons tout de suite adhéré à Rungis Académie dont nous sommes membres actifs. Outre la formation interne, l'université propose l'accès à ses espaces pour réaliser des ateliers thématiques ou des cours de cuisine, ainsi que la privatisation de deux salles de séminaires. En septembre dernier, nous avons également accueilli dans nos locaux la finale du Rungis Primeur Challenge, le concours de primeurs. Enfin, nous avons signé une convention avec les Compagnons du Devoir, autre membre de la Rungis Académie. Depuis juin, nous avons mis nos locaux à leur disposition deux jours par semaine pour dispenser leurs propres formations.

À terme, j'aimerais pouvoir proposer aux étudiants et avec la participation des professionnels, un véritable parcours du produit, de la terre au consommateur. Nous allons être aidés pour cela par le potager que nous sommes en train de créer à proximité de l'hôtel.

L'apprentissage du respect de la nature et des produits fait partie de notre responsabilité environnementale.

La Grange des Halles fait référence aux Halles voisines et fait la part belle aux souvenirs des pavillons Baltard.

La Grange des Halles

L'esprit de Rungis côté ville

Table traditionnelle située à quelques encablures du Marché, la Grange des Halles vient de se voir récompensée d'un Bib gourmand. Sans attendre la réouverture, l'équipe a lancé un vaste projet de « jardin-nature » associé à un potager bio.

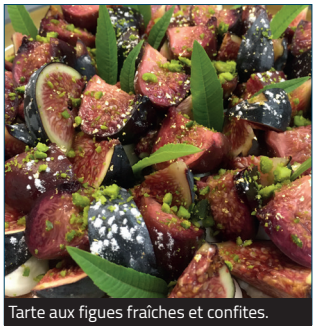
C'est sans doute la table traditionnelle la plus proche du Marché de Rungis. Il ne faut guère compter plus de 2 minutes d'utilitaire pour franchir les 500 mètres qui séparent la Porte de Rungis, l'entrée sud du marché, du restaurant la Grange des Halles, au cœur de la ville qui a donné son nom au MIN.

L'établissement, fermé comme les autres depuis de longs mois, a été réveillé un beau matin de janvier par une nouvelle enfin réjouissante : l'obtention d'un Bib gourmand dans l'édition 2021 du *Guide Michelin*, une distinction qui récompense *« une cuisine soignée à prix modéré ». « C'était une récompense à laquelle nous ne nous attendions pas mais qui fait chaud au cœur dans cette période »,* se réjouit Gilbert Marcel, propriétaire depuis 2007 de cette affaire, la seule de la ville à pouvoir se prévaloir de ce classement.

Cette reconnaissance, l'établissement la doit à une grande exigence sur la qualité et le respect des saveurs produits et de leur saisonnalité. *« Côté approvisionnement de qualité, il faut dire que nous n'avions pas à aller chercher très loin »*, s'amuse Franck Birette, chef depuis trois ans et qui s'apprête à rejoindre d'autres horizons. *« Nous achetons tout sur le marché voisin, où je me rendais deux fois par semaine jusqu'à la fermeture. C'est une source permanente d'inspiration quand on fait une cuisine du marché »,* poursuit le chef, qui cite parmi ses fournisseurs réguliers Avigros, Eurodis, MG Primeurs, Medelys, Dispere ou encore ABC Peyraud.

Côté fourneaux, la cuisine de la Grange aux Halles pourrait être qualifiée de *« bistronomique ». « Nous faisons une cuisine de marché, sans prétention, mais authentique et attentionnée »,* affirme le chef. Tout, dans l'imbattable menu-carte à 32 € (entrée, plat, dessert) est en effet élaboré sur place, souvent avec originalité. Avant la (re-) fermeture, on pouvait ainsi se régaler pour un prix très raisonnable d'une « tarte aux figues fraîches et confites », d'une « fricassée des sous-bois œuf mollet espuma persillée », d'un « marbré de cœur de saumon fumé, condiment de chou blanc aux sésames » ou encore d'un « mille-feuille comme un fraisier ». Le patron Gilbert Marcel espère la réouverture avec d'autant plus d'impatience qu'un grand projet attend le restaurant. *« Nous pouvons désormais exploiter un très grand jardin de près de 800 mètres carrés dans le prolongement de la terrasse actuelle »*, précise-t-il. L'équipe compte y créer un espace « jardin-nature » accessible pour le repas et la réception, mais aussi doté d'un « potager bio du chef », cultivé en permaculture. *« Les clients pourront ainsi déguster des légumes, herbes aromatiques et fruits, là même où ils auront été récoltés »,* se félicite Sébastien Chassaigne, qui anime la salle. *« C'est l'apanage de peu de restaurants en ville ! »* Les travaux d'aménagement commencent en mars.

Bruno Carlhian


Tarte aux figues fraîches et confites.

Fricassée des sous-bois œuf mollet espuma persillée.

La Grange des Halles

28, rue Notre-Dame
94150 Rungis

Tél. : 01 46 87 08 91
Email : lagrangedeshalles@hotmail.com

Activité : restaurant, brasserie, vente à emporter
Salariés : 2 en cuisine, 2 en salle
Restauration : traditionnelle française et régionale
Formule : 32 €
Nombre de places assises : environ 60 couverts en intérieur + 50 en terrasse, puis 100 après les travaux
Ouverture (à la réouverture !) : lundi midi, du mardi au vendredi midi et soir, samedi soir

GIE des Avenages

4, rue Semailles
28410 Champagne

À Rungis : bâtiment E1F,
Carreau des producteurs

20 hectares de pommes de terre sont cultivés en moyenne

5 personnes travaillent à temps complet sur la ferme, renforcées par des saisonniers de juin à octobre

L'histoire

Séverine Rousseau a pris le relais de son mari à la tête de l'exploitation familiale en 2009. Depuis, elle entretient une tradition familiale de respect de la qualité et de commercialisation en direct. *« Cela fait près de 20 ans que je viens sur le carreau pour y commercialiser nos produits »*, souligne l'agricultrice. Séverine Rousseau est présente pratiquement toute l'année sur le carreau, les mardis, jeudis et vendredis, épaulée par un employé pour les chargements et déchargements. Une vie qui a bien sûr ses contraintes, puisqu'elle quitte ces jours-là la ferme à 1 h du matin pour se rendre au marché jusqu'à 9 h ou 10 h. *« Mais c'est une satisfaction de pouvoir expliquer ses produits à ses acheteurs. »*

J'aime bien faire découvrir de nouvelles saveurs à mes clients. L'année prochaine, ce sera la variété Charmeuse !

SÉVERINE ROUSSEAU, PRODUCTRICE

Le carreau fait de la résistance

Le GIE des Avenages a dû s'adapter à l'absence prolongée de ses clients restaurateurs. Séverine Rousseau espère leur retour rapide sur le carreau pour faire valoir la qualité de ses pommes de terre « de proximité ».

Séverine Rousseau.

La fermeture prolongée des restaurants ces derniers mois a porté un rude coup à la ferme des Avenages située à Champagne dans l'Eure-et-Loir, à la lisière des Yvelines. *« Nous commercialisons habituellement près de 80 % de notre production de pommes de terre, oignons et échalotes sur le carreau des producteurs de Rungis à des détaillants sur marché et à des restaurateurs »*, soupire Séverine Rousseau, qui dirige l'exploitation familiale et vient vendre elle-même les produits de la ferme sous le pavillon dédié aux maraîchers de la région parisienne. *« Comme une partie de cette clientèle est aujourd'hui à l'arrêt, c'est un peu le système D pour trouver des clients et écouler la production… »*

L'activité de la ferme des Avenages, reprise par le mari de Séverine à la fin des années 1960 à ses parents, reste très artisanale. *« Nous disposons de 46 hectares, ce qui est modeste pour une exploitation de grandes cultures »*, note Séverine Rousseau. La culture principale est celle de la pomme de terre, avec une vingtaine d'hectares en moyenne, devant les céréales qui entrent dans la rotation des cultures, mais aussi des oignons, aulx et échalotes *« pour dépanner nos clients »*. *« L'année dernière, nous avons planté 2 hectares d'oignon rouge pour varier notre offre, mais c'est une production qui reste confidentielle »*, précise Séverine Rousseau. La grande affaire de la ferme, ce sont les pommes de terre, dont environ 500 tonnes sont produites et commercialisées en direct. Une activité qui occupe la famille et ses employés la plus grande partie de l'année. *« Après les semis au début du printemps, la récolte démarre en juin avec les primeurs, auxquels nous consacrons près de 5 hectares »*, développe Séverine Rousseau. *« Le ramassage et le tri sont faits intégralement à la main de manière à ne pas abîmer les tubercules. »* La récolte se poursuit avec les pommes de terre de conservation jusqu'à la fin de l'automne. Certaines variétés « classiques » comme la Charlotte, la Mona Lisa, la Celtiane, l'Annabelle, la Ratte, ou encore la Vitelotte font toujours partie du catalogue. *« Mais nous essayons d'en tester une nouvelle chaque année, afin d'apporter du choix »*, indique Séverine Rousseau. Lors de la dernière campagne, c'était l'Artémis, une chair tendre jaune pâle. La prochaine, ce sera la Charmeuse, qui tient très bien à la cuisson. *« Chaque année, c'est un défi de convaincre les clients, qui ont souvent tendance à rester sur les mêmes variétés ! »* Gageons qu'à leur retour, les restaurateurs sauront se laisser séduire.

B. C.

Hermine Transports

16, rue du Séminaire
BP 4
94516 Rungis Cedex

Tél. : 07 86 32 84 46

450 K€
chiffre d'affaires

5 **salariés**

L'histoire

Malgré le décès de son compagnon quelque temps après la reprise de la société Hermine Transports en 2012, Sandra Couchy a su faire de son entreprise un acteur important au sein du Marché de Rungis. Disposant d'une flotte de 17 camions, elle emploie aujourd'hui cinq salariés et peut compter sur des renforts en cas d'accroissement de la demande. Si 2020 n'a pas été une année fructueuse, Sandra Couchy espère que 2021 marque le début de la relance.

J'essaye toujours de travailler avec beaucoup de rigueur et je respecte strictement les process. Si quelque chose ne va pas, je fais preuve de réactivité et j'améliore constamment les choses. Depuis mon arrivée à Rungis, j'ai vu le Marché se moderniser et j'ai vu mes clients se développer considérablement. C'est quelque chose de fort, le dynamisme du Marché est impressionnant.

SANDRA COUCHY, HERMINE TRANSPORTS

L'agilité pour leitmotiv

La Guadeloupéenne Sandra Couchy a posé ses valises en métropole il y a déjà de nombreuses années. Elle est à la tête, depuis le début des années 2010, d'une entreprise baptisée Hermine Transports.

Sandra Couchy, 47 ans, a déjà vécu plusieurs vies. Originaire de Guadeloupe, elle œuvrait au sein de l'aéroport de Pointe-à-Pitre avant de rejoindre France Télécom en tant que gestionnaire, puis de lancer une entreprise d'événementiel, toujours en Guadeloupe. Désireuse de connaître de nouvelles expériences, elle a finalement rejoint son compagnon dans l'univers du transport. Ils ont ainsi racheté en 2012, en binôme, une société baptisée Hermine Transports. Au décès de son conjoint, Sandra Couchy a souhaité poursuivre l'aventure. Elle dispose aujourd'hui d'une base stratégique à Rungis et peut compter sur une petite flotte comprenant 17 véhicules en propre. Parmi ces derniers, on trouve essentiellement des véhicules porteurs, à l'instar de semi-remorques et de tracteurs routiers. Le principal atout de la dirigeante d'Hermine Transports n'est autre que le froid. Elle a ainsi fait du transport frigorifique sa spécialité. Quand le couple a pris les rênes de l'entreprise, celle-ci était loin d'afficher la vitalité dont elle jouit aujourd'hui. *« Nous n'avions pas beaucoup de clients. L'ancien propriétaire ne bénéficiait que d'un seul camion et d'un seul client, Ebrex »,* résume Sandra Couchy. Ebrex est ainsi le premier partenaire avec qui la dirigeante et son compagnon ont commencé leur activité. Petit à petit et patiemment, elle a développé son réseau et tissé sa toile. Les clients se sont accumulés : Senecrus, Comptoirs Océaniques, Salmodis, Kuehne + Nagel… Ces différents partenaires travaillent toujours aux côtés de Sandra Couchy. *« Si la majorité des produits que je convoie sont des produits frais, je suis aussi capable d'assurer le transport de produits surgelés »,* ajoute-t-elle. Le fret de fruits et légumes, de poissons et autres produits de la mer ou encore de produits carnés, n'a plus de secret pour la dirigeante d'Hermine Transports. L'entrepreneuse est également capable de convoyer des produits secs, comme les produits créoles et tropicaux proposés par Macéo. *« Soit les marchandises transitent d'entrepôt à entrepôt, soit des grossistes de Rungis aux clients finaux »,* détaille Sandra Couchy. Elle propose également, à ses clients qui devraient affronter un pic d'activité, la location de semi-remorques. La patronne entend cultiver ses principaux atouts. *« Je suis extrêmement réactive et disponible pour mes clients. Si mes clients ont une urgence, ils savent qu'ils peuvent compter sur moi »,* assure-t-elle. Au fil du temps, Sandra Couchy s'est éprise du Marché de Rungis. Elle entend développer son portefeuille de clients et accroître sa flotte de camions. Sandra Couchy souhaiterait aussi mettre un pied dans la logistique et acquérir un entrepôt, même si la situation sanitaire a engendré d'importantes difficultés économiques. *« Je vois la crise de la Covid-19 comme un défi. Il ne faut pas se laisser faire et continuer d'avancer »,* conclut-elle.

Sandra Couchy.

Mickaël Rolland

Boucherie du Square

77 ter, rue de la Tombe-Issoire
75014 Paris

Tél. : 01 43 22 94 91

4
personnes travaillent dans la boutique, dont deux employés

L'histoire

« La boucherie n'était pas le métier vers lequel je souhaitais m'orienter d'emblée », reconnaît Christophe Le Bourdais. Mais fils d'un boucher installé à Boulogne, sa carrière est très tôt toute tracée. Après l'école de la boucherie de Paris à la fin des années 1980, il fait son apprentissage, seconde plusieurs employeurs avant d'ouvrir en 1996 sa propre boutique parisienne, qu'il dirige toujours. *« Il m'a fallu du temps pour apprendre à apprécier mon métier et finalement en devenir amoureux »*, raconte l'artisan parisien. *« La nouvelle génération ne connaît pas sa chance d'arriver dans un métier beaucoup mieux valorisé qu'il ne l'était autrefois »*, sourit-il. Emmené dès ses 14 ans par son père à Rungis, il en connaît bien les arcanes et il y a quelques-uns de ses fournisseurs-clés, comme BBV pour le bœuf, Sovia pour le veau, Jauno pour le porc ou encore Dispere et Le Delas.

Le e-commerce via Epicery nous a permis de faire venir une clientèle que nous n'aurions pu toucher autrement car elle vient peu en boutique. C'est aujourd'hui une clientèle stable, et de surcroît fidèle.

CHRISTOPHE LE BOURDAIS, ARTISAN BOUCHER

Qualité, proximité et… modernité

Christophe Le Bourdais, artisan boucher dans le 14e arrondissement de Paris depuis 1996, soigne une clientèle d'amateurs avec des viandes sélectionnées et maturées. Il vend aussi via une e-boutique sur Epicery.

Installé à Paris, dans le 14e arrondissement, avec sa femme Sylvette depuis 1996, Christophe Le Bourdais a su séduire des amateurs de viande de qualité venus du quartier mais aussi parfois de plus loin. *« J'ai la chance d'avoir une clientèle de viande persillée, mais aussi de produits d'exception »*, reconnaît ce fidèle du Marché de Rungis, qu'il fréquente deux fois par semaine. Selon les arrivages, Christophe Le Bourdais propose de l'aubrac, de la salers, de la normande ou encore de la blonde d'Aquitaine. *« Mais ma préférence va à la parthenaise, qui est malheureusement plus rare »*, précise-t-il. *« À Rungis, je demande à mon fournisseur, BBV, de me mettre de côté des carcasses quand il en a. C'est une viande que j'adore, très persillée et très goûteuse. Elle présente aussi l'avantage de pouvoir être proposée aussi bien peu maturée qu'avec une maturation longue »*, justifie Christophe Le Bourdais.

Christophe Le Bourdais.

VIANDES D'EXCEPTION

La maturation de la viande, c'est en effet l'une des spécialités des lieux. Lors de la dernière rénovation de la boutique, en 2016, le boucher s'est doté de frigos permettant de sécher les carcasses, dont les côtes et les filets sont ensuite maturés. Outre les viandes qu'il a lui-même maturées dans ses frigos, Christophe Le Bourdais propose une large gamme de pièces importées d'Espagne. *« Ce sont des viandes d'exception issues des races les plus réputées : black angus, noire de Gallice, simmental ou encore cachena et limania du Portugal. Elles présentent toutes des caractéristiques différentes en fonction de l'élevage et de l'alimentation »*, poursuit-il. Une autre caractéristique de l'établissement, c'est d'être un bastion de la volaille de Bresse à Paris. *« C'est une filière que j'apprécie depuis toujours, au point de faire partie désormais du jury au moment des concours des Glorieuses »*, confie Christophe Le Bourdais. En fin d'année, le rayon volaille de la boucherie est exclusivement consacré à la prestigieuse appellation d'origine. *« Chaque année désormais je me rends sur place, à la fois par plaisir et pour mes approvisionnements. »* Une passion qu'il partage avec Gino Catena, fournisseur et ami, lui aussi grand amateur de Bresse. Son attachement aux traditions gastronomiques n'empêche pas le boucher parisien de projeter son métier dans l'avenir. *« J'ai fait partie des premiers dans la profession à mettre ma boutique en ligne sur le site d'Epicery »*, précise Christophe Le Bourdais. *« Il était évident pour moi que la boucherie de demain devrait intégrer ce type de services plutôt que de laisser ce marché à d'autres acteurs. »* Aujourd'hui, le boucher répond en moyenne à 15 à 20 commandes chaque semaine, *« souvent de beaux achats de fin de semaine »*.

B. C.

RESTAURANT ALAN GEAAM
19, rue Lauriston
75016 Paris
Tél. : 01 45 01 72 97

Le chef étoilé Alan Geaam.

Alan Geaam

Ce chef atypique a fui la guerre civile au Liban et s'est installé en France dans l'espoir de devenir propriétaire de son restaurant à Paris. Un rêve devenu réalité pour celui qui a connu des jours difficiles avant de parvenir au succès.

L'autodidacte visionnaire

Le chef propriétaire d'un restaurant éponyme ne parlait pas français quand il a quitté son Liban natal pour s'installer à Paris. Il est aujourd'hui à la tête d'une table auréolée d'une étoile au *Guide Michelin* et d'un bistrot libanais qu'il a ouvert en pleine crise sanitaire.

Arrivé en France en 1999 à l'âge de 24 ans, Alan Geaam nourrissait depuis toujours le rêve de devenir cuisinier à Paris. La gastronomie tricolore, réputée pour la solidité de ses bases et la richesse de ses recettes, piquait depuis longtemps la curiosité du chef. *« Je souhaitais apprendre la cuisine française, savoir comment on réalisait du foie gras, un pot-au-feu ou même une baguette de pain et des macarons »,* se souvient-il. Alan Geaam éprouve le même enthousiasme au sujet des arts de la table et des métiers de salle et vante, là encore, le fameux service à la française qui tranche avec ses origines libanaises et la cuisine locale ; une *« cuisine de partage où l'on mange avec les mains et la cuillère des pitas, etc. »*. Pour parvenir à ses fins, le chef, qui ne parle pas français au moment de poser ses valises à Paris, accomplit alors de longues journées. Le matin, il s'échine sur des chantiers de construction ; le soir, il travaille dans un restaurant comme plongeur. Durant son temps libre, il potasse inlassablement les quelques ouvrages de cuisine en sa possession. Une pugnacité qui a permis à cet autodidacte de décrocher un poste d'aide cuisinier dans un établissement baptisé Le Totem, au sein du Musée de l'Homme.

« C'est là que j'ai appris à faire une mayonnaise, une vinaigrette ou du pesto », sourit-il. Alan Geaam, au début des années 2000, accompagne sa cheffe de l'époque au restaurant Zongo. En 2002, il prend une place de chef au bistrot Le

Pithiviers de pigeon et foie gras, jus réduit, salade de jeunes pousses, pickles, crème d'ail confit, sumac.

Avec la galette de Kefta d'agneau, le chef s'est converti à la vente à emporter.

Mauzac (Paris, 5e), puis en 2007 il rachète l'Auberge Nicolas Flamel, son premier restaurant. Il ouvre ensuite AG Saint-Germain, puis AG Les Halles, deux concepts dédiés à la bistronomie. Alan Geaam n'a jamais vraiment cru qu'il pourrait un jour décrocher une étoile au *Guide Michelin*. *« À l'Auberge, j'ai continué à travailler sur la qualité des assiettes et du dressage. Je pensais que les étoiles, ce n'était pas pour moi mais pour ceux qui sont passés par de grandes maisons »*, commente le Libanais, qui a su succéder avec brio au chef étoilé Akrame Benallal en rachetant son restaurant en 2017 et en conservant l'étoile l'année suivante.

RUNGIS, SOURCE D'INSPIRATION

Pour mieux se focaliser sur l'établissement étoilé qui porte son nom, Alan Geaam s'est séparé de ses deux adresses bistronomiques, mais a lancé à Paris un bistrot libanais nommé Qasti. Aujourd'hui âgé de 45 ans, le maître queux garde un souvenir impérissable du Marché de Rungis où il se rend encore toutes les semaines. *« La première fois, je me sentais comme un gamin qu'on amène à Disneyland,* sourit-il. *J'étais excité en voyant tous ces produits, j'étais habitué aux petits marchés mais sûrement pas à un marché de cette taille. Quand je souhaite sortir de mon quotidien, je vais à Rungis c'est une source d'inspiration. Je donne également des cours de cuisine à l'Académie Mandar dont je suis l'ambassadeur. »* Alan Geaam trouve la majorité de ses produits au Marché de Rungis. Les créations culinaires du Libanais ne manquent pas de panache ; il pratique *« une cuisine française de terroir »* avec uniquement des produits de saison, mais d'influence méditerranéenne grâce à des assaisonnements et condiments exotiques qu'il peut trouver, là encore, à Rungis. Dans son restaurant étoilé, il propose notamment un menu dégustation axé sur la pêche durable, les viandes issues de races rustiques et les légumes de saison. Pour s'approvisionner, il travaille depuis de nombreuses années déjà avec des grossistes bien connus de la place rungissoise, à l'instar des Vergers Saint-Eustache, la Boucherie Sablière ou encore Les Boucheries nivernaises *(via Cedral)*. À la marée, ce sont la plupart du temps les produits de la maison Halles Prestige ou d'Armara qui sont mis en valeur dans l'assiette.

Du côté des produits exotiques comme les épices, Alan Geaam trouve son inspiration chez Médelys ou Le Delas. Enfin, ce qu'il ne peut trouver en France, le chef le rapporte du Liban. *« Toutes les marchandises nous sont livrées, même s'il m'arrive d'aller jusqu'à deux fois par semaine au Marché de Rungis. Je participe à de nombreux événements sur le Marché, notamment à travers la Confrérie de l'ail et de l'oignon »*, détaille Alan Geaam.

À l'heure de la crise sanitaire, le chef étoilé voit, comme l'intégralité de ses confrères, son *« organisation chamboulée »*. Pour faire face, il a recours à la vente à emporter. *« Au début, c'était compliqué car les contenants notamment ne sont pas adéquats. Mon travail, c'est l'assiette. J'ai eu du mal à me convertir à la barquette, mais nous avons su nous adapter »*, détaille-t-il. Du côté du personnel, le chef a été contraint de réduire la voilure et le maître d'hôtel est aujourd'hui préposé aux commandes en ligne et assure les relations avec les clients et les livreurs. *« C'est un autre métier »*, résume Alan Geaam, qui appelle de ses vœux des jours meilleurs.

Mickaël Rolland

Un succès galopant

Après avoir écumé différentes cuisines, Alan Geaam a acheté son premier restaurant, l'Auberge Nicolas Flamel, avant d'ouvrir différentes adresses (aujourd'hui revendues) et de prendre les commandes de l'ancien établissement d'Akrame Benallal (Paris 16e), en 2017. Le chef a rebaptisé l'établissement Restaurant Alan Geaam et obtenu l'année suivante sa première étoile au *Guide Michelin*. Dans son antre étoilé de la rue Lauriston, il délivre une cuisine complexe et puise notamment ses sources d'inspiration au Marché de Rungis où il trouve régulièrement des idées de plats. Parmi les assiettes proposées, on peut citer le Barbue, damier de courgette, fleur de courgette, jus de légumes et soujok ou encore le mignon de veau au beurre d'agrume, croustillant de patate douce et jus de veau épicé. Le Restaurant Alan Geaam propose par ailleurs, en temps normal, un menu déjeuner à 48 €, un menu saveurs à 70 €, un menu découverte facturé 90 € ainsi qu'un menu signature à 120 €.

Ses fournisseurs

À RUNGIS

Les Vergers Saint-Eustache
www.v-st-eustache.com
Cédral (Boucheries nivernaises)
www.boucheries-nivernaises.com
Médelys
www.medelys.fr
Le Delas
www.ledelas.fr
Boucherie Sablière
www.boucheriesabliere.com

Le Portu

Une mosaïque de saveurs

gal

Même si elle ne se réduit pas à ses, peut-être, 1 001 recettes de morue, la gastronomie portugaise repose beaucoup sur l'abondante ressource halieutique du pays. Mais le Portugal dispose aussi, dans ses montagnes, de riches traditions d'élevage qui lui permettent de fabriquer des fromages de brebis et de chèvre appréciés. N'oublions pas les vins, notamment ceux de la vallée du Douro, la plus ancienne région délimitée du monde, et les très nombreuses variétés de fruits et légumes. Quant aux pâtisseries, on a coutume de dire qu'elles sont un don du Ciel !

Au Portugal, *« la cuisine est plus proche d'une rêverie océane que d'une morsure dans la chair des viandes »,* raconte Jorge Tavares da Silva, linguiste et auteur de *La Cuisine portugaise de tradition populaire (France Culture, 10 octobre 2020)*. La morue, ou *bacalhau*, constitue bien le plat principal de la gastronomie portugaise. *« La morue n'est pas un cliché, elle est une composante fondamentale de l'alimentation portugaise,* poursuit-il. *Elle pouvait se conserver longtemps, sans autre forme de procès que de la pendre quelque part, au sec. C'est un aliment qui est déshydraté, salé, que l'on achète ainsi et qui se conserve, dans des bonnes conditions d'humidité, plusieurs mois, voire une année. En outre, la morue quand elle arrivait sur les marchés en grande quantité, quand les bateaux revenaient des campagnes de pêche à Terre-Neuve, était relativement abordable. Et ça collait aussi aux exigences de l'Église catholique, aux jours d'abstinence. Il y en avait cent cinquante par an. »* Pays côtier, mais aussi pays de grands navigateurs, la cuisine portugaise a connu de nombreuses influences. Simple et populaire, elle est liée à la mer. Sur un livre de 300 recettes par exemple, plus du tiers de ces recettes est à base de poissons et la moitié a au moins une composante ...

marine. Les spécialistes de la cuisine portugaise s'accordent pour diviser le pays en trois parties en fonction des principaux ingrédients utilisés : la coriandre au sud, la tomate au centre, et le cumin et le safran au nord. Pour en revenir à la morue, les façons de la préparer sont innombrables : beignets de morue, morue bouillie aux pois chiches, morue aux fruits de mer. Les noms des plats sont parfois étranges : « morue anarchiste » ou « morue sorcière ». La coutume rapporte qu'il y aurait 1 001 recettes de morue ! *« Nous devons aux Portugais un témoignage de reconnaissance d'avoir les premiers introduit dans l'alimentation ce poisson universellement connu et apprécié, la morue »,* a écrit Auguste Escoffier. Le Portugal, c'est aussi le pays des poissons grillés (sardines notamment), des fruits de mer que l'on trouve en abondance, des *cataplanas* (du nom du plat servant à cuire les poissons). En dehors de la morue, qui aujourd'hui n'est plus pêchée par les marins portugais, mais importée directement de Norvège, la réputation de la table portugaise repose que la qualité, la diversité et la richesse de sa ressource halieutique. Provenant de sa très longue côte Atlantique (plus de 2 000 km), le Portugal revendique avoir *« le meilleur poisson du monde »*. Il bénéficie de conditions (climatiques, situation dans l'Atlantique) uniques qui lui donnent un goût et une texture appréciés.

Les viandes alimentent aussi la table portugaise avec des plats robustes comme le cozido à portuguesa, un mélange de viandes, de légumes et de saucisses variées, ou le pot-au-feu portugais à base de plusieurs viandes et de haricots blancs. Le pays bénéficie de

La coutume rapporte qu'il y aurait 1 001 recettes de morue.

© centerofportugal.com

Une agriculture encore familiale

Le Portugal compte près de 260 000 exploitations agricoles pour une surface agricole utile (SAU) de 3,6 millions d'hectares : 29 % de terres arables, 19 % de cultures permanentes et 52 % de pâturages permanents. Si le nombre d'exploitations est en recul (- 15 % entre les deux derniers recensements de 2009 et de 2016), la SAU reste stable. La taille moyenne des exploitations est modeste, 14,1 hectares, en dessous de la moyenne européenne (16,1 hectares). 71,4 % des exploitations ont moins de 5 hectares, et 41 % des exploitations cultivent moins de 1 hectare. Mais 4,2 % des exploitations agricoles ont plus de 50 hectares et contrôlent 67 % de la SAU. Le pays est coupé en deux : les grandes exploitations au sud (62 hectares en moyenne) et les petites au nord avec une superficie moyenne de 5,8 hectares. Le Portugal est un pays de polyculture. L'économie agricole ne compte que pour 1,3 % du PIB national (mais 4,9 % avec l'agroalimentaire et la forêt). En revanche, il représente 9,4 % des emplois (alors que la moyenne de l'Union européenne est de 4,4 %). Mais cette population est vieillissante : 3,7 % des agriculteurs portugais ont moins de 40 ans. L'âge moyen des agriculteurs dépasse les 65 ans. Autre difficulté que doit affronter l'agriculture portugaise, la ressource en eau. À peine 15 % de la SAU est irriguée. Le Portugal est un important producteur de fruits et légumes, notamment de poires, de cerises, de pommes, de raisins de table, de bananes (produites à Madère), de tomates pour l'industrie. La ferme portugaise est également productrice de fleurs coupées et de riz. Ce qui n'empêche pas le pays d'être fortement déficitaire en céréales. Les productions animales sont également déficitaires à part les œufs et le lait. Le pays ne produit que 74 % de ses besoins en viande, avec de fortes disparités : il est autonome à 92 % pour la volaille, mais seulement à 52 % pour la viande bovine. La production laitière est notamment bien implantée aux Açores où elle bénéficie de conditions agro-climatiques exceptionnelles. Le pays produit aussi de l'huile d'olive, mais cette dernière est parfois raffinée en Espagne. Le Portugal est un acteur qui compte dans la production de vins. Le pays dispose de belles appellations et de beaux vignobles. Sa production avoisine les 7 millions d'hectolitres par an. Près de 3 millions de ces volumes sont exportés. Un tiers du territoire portugais (3,45 millions d'hectares) est occupé par la forêt détenue à plus de 90 % par les propriétaires privés. L'eucalyptus est la principale essence (26 %), suivi du chêne-liège et du pin maritime (23 % chacun). Le Portugal est le premier producteur mondial de liège. Il est aussi un producteur important de pâte à papier. Enfin, la pêche est une activité essentielle du pays. Le pays dispose de 2 751 kilomètres de côtes. Et le Portugal est le premier pays consommateur de poissons de l'Union européenne (en proportion de sa population). La flotte portugaise est composée de 8 380 bateaux pour un volume total de captures s'élevant à plus de 215 000 tonnes. L'aquaculture produit 8 000 tonnes de poissons. La balance commerciale des produits agricoles et des industries agroalimentaires (hors boissons) est structurellement déficitaire. En 2017, les

© obomsabordaserra.pt

Brebis de race Bordaleira, dont le lait est à l'origine du Queijo da Serra, qui revendique le titre de premier fromage du pays.

© quintamadredeagua.pt

nombreuses appellations en viande bovine (Arouquesa, Barrosa, Maronesa…), en porc (Carne de porco Alentejano), en agneau (Borrego Serra da Estrela, Borrego Terrincho), en chevreau (Cabrito Transmontano). Citons également deux appellations en jambons : Presunto de Barrancos, Presunto e Paleta do Alentejo. Les fruits et légumes aussi offrent une belle palette de goûts, de saveurs et de couleurs, et n'ont pas à jalouser les autres productions pour les signes de qualité. Le plus célèbre est la Péra Rocha do Oeste, produite dans la région de Sintra, la plus à l'ouest du pays, entre Lisbonne, et l'Océan. Il y a aussi des cerises (Cereja da Cova da Beira, Cereja de São Julião-Portalegre), une pomme (Maçã Bravo de Esmolfe), un ananas en provenance des Açores (Ananás dos Açores/São Miguel) des châtaignes, etc. Pour les plats à base de légumes, en plus des tomates, on peut évoquer le chou farci. De nombreux fromages complètent heureusement la table portugaise. Le Queijo da Serra revendique le titre de premier fromage du pays. C'est en tout cas le plus ancien des fromages du Portugal. De pâte onctueuse, ou sèche, de couleur jaunâtre sa saveur est intense. Il est fabriqué exclusivement avec du lait de brebis de race « Bordaleira ». Le fromage portugais est principalement issu de fromages de brebis ou de chèvre. On compte à ce jour 15 AOP fromagères. Le Portugal est un grand pays viticole. Le pays tout entier produit du vin. Et depuis très longtemps. Grâce à ses navigateurs, ses vins ont fait le tour du monde. Le Portugal serait même l'« inventeur » des appellations d'origine, au XVII[e] siècle, pour protéger ses vins de terroirs. Autre particularité du vignoble

exportations ont généré un chiffre d'affaires de 4,4 milliards d'euros et les importations se sont élevées à 8 milliards d'euros, soit un déficit de 3,6 milliards d'euros. En boissons, les exportations s'élèvent à 1,1 milliard d'euros, pour 455 millions d'euros d'importations, soit un excédent de 624 millions d'euros. Notons enfin que l'agriculture biologique est en plein développement. Elle occupe près de 7 % de la SAU. Mais la plus grande partie de ces terres est destinée à l'élevage. Environ 3 000 producteurs sont engagés en agriculture biologique.

La France est un partenaire commercial essentiel du Portugal dans le domaine des produits agroalimentaires. Nous sommes son 2[e] fournisseur avec une part de marché de 7 %, toutefois loin derrière l'Espagne (46 % de part de marché). La France est aussi le 2[e] client du Portugal avec 9 % des exportations totales. La balance commerciale des produits agricoles et des industries agroalimentaires franco-portugaises est structurellement en faveur de la France mais l'écart a tendance à se réduire. **O. M.**

La vallée du Douro, classée au Patrimoine mondial de l'Unesco et les fameux pastéis de nata.

© Dilyara Garifullina/Unsplash

lusitanien, la richesse de ses cépages traditionnels. On en dénombre plus de 300, toujours cultivés. Impossible de citer toutes les appellations viticoles. Les plus célèbres viennent de la vallée du Douro, classée au Patrimoine mondial de l'Unesco (qui est aussi une appellation). La réputation du porto, du madère, ou du vinho verde n'est plus à faire. On dénombre 26 AOP, 25 IGP, et 11 vins régionaux. Élément indispensable de la cuisine portugaise, pour préparer la morue mais aussi bien d'autres plats, l'huile d'olive. Si le pays n'est pas complètement autonome, son huile d'olive est réputée de première qualité.

Les pâtisseries occupent une place de choix dans l'alimentation portugaise. Il s'en consomme à toute heure, en tous lieux, dans les cafés, à la terrasse de pâtisseries, dans les cafétérais des musées... Le plus connu des desserts portugais demeure les « Pastéis de Nata ». Ces flans crémeux avec une pâte feuilletée sont servis saupoudrés avec du sucre glace et se dégustent tiède. La pâtisserie Antiga Confeitaria à Lisbonne sert des « Pastéis de Nata » depuis 1837. De nombreuses recettes de desserts (et aussi de bonbons) ont été créées dans les couvents, nombreux dans le pays jusqu'au milieu du XVIII[e] siècle. Les noms de ces desserts expriment souvent cette origine religieuse : le « toucinho-do-Céu » (lard du ciel ou crème du paradis) ; les « barrigas de Freira » (ventres de nonne), etc. *« Le Portugal est un secret bien gardé, en ce qui concerne la gastronomie »,* annonce Visit Portugal, l'organisation officielle du tourisme. La gastronomie portugaise *« se structure autour de cinq symboles essentiels »* : le poisson, la « cataplana », le porto, la pâtisserie, et enfin *« les chefs portugais, de plus en plus talentueux et déjà lauréats de plusieurs prix, qui sont en train de révolutionner la richesse de la cuisine portugaise avec créativité, audace et bon goût »,* conclut Visit Portugal.

Olivier Masbou

Le Portugal préside l'Union européenne au premier semestre 2021

Le Portugal assure la présidence du Conseil européen au cours de ce premier semestre 2021. Pour l'agriculture, la présidence donnera la priorité aux négociations sur la réforme de la politique agricole commune et *« s'efforcera de parvenir à un accord politique »* annonce le gouvernement portugais. Pour la ministre de l'Agriculture, Maria do Céu Antunes, *« un accord devrait être conclu en avril 2021 »*. La présidence va s'inscrire dans la stratégie *« de la ferme à l'assiette »* développée par la Commission pour la future PAC. *« Étant donné l'importance, amplement démontrée par la pandémie, que revêt la nécessité d'assurer la résilience et la capacité de réponse aux crises du secteur agricole, nous donnerons la priorité aux mesures sectorielles favorisant la relance et le renforcement structurel du système agroalimentaire européen »*, écrit le gouvernement. Parmi les chantiers prioritaires, la sécurité des aliments, le bien-être et la santé des animaux ou encore la santé des végétaux. Le Portugal souhaite favoriser le développement rural grâce à l'existence d'un secteur agricole fonctionnel et durable qui permet d'inverser la tendance à l'abandon des territoires. Il s'agit d'encourager les installations par le renouvellement des générations. La présidence souhaite s'appuyer sur le pacte vert pour l'Europe en insistant sur le lien étroit entre la production alimentaire, l'adaptation au changement climatique et la conservation de la biodiversité. Les systèmes de production durable et l'agriculture biologique seront encouragés. Enfin, le Portugal souhaite favoriser l'innovation, le transfert de connaissances et la numérisation du secteur agroalimentaire. Il s'agit notamment d'assurer une gestion durable des ressources telles que le sol et l'eau. La future PAC devrait entrer en application en 2023. Par ailleurs, le Portugal n'oublie pas la politique de la pêche. Il souhaite garantir une gestion durable des ressources halieutiques. Il veut améliorer les mécanismes de surveillance et de contrôle de la pêche, afin de renforcer la lutte contre la pêche illicite, non déclarée et non réglementée. Enfin, avec les archipels des Açores et Madère, le Portugal veillera particulièrement à la politique en faveur des Régions ultrapériphériques (RUP, les régions ultramarines de l'Union européenne). *« La présidence accordera une attention transversale à leurs spécificités, dans toutes les politiques de l'UE, en mettant l'accent sur la politique de cohésion »*, écrit le gouvernement portugais. Les politiques agricoles et de développement rural ainsi que la politique environnementale jouent un rôle essentiel pour les RUP. Ces régions sont particulièrement exposées aux phénomènes naturels extrêmes et sont, dans le même temps, des sources de biodiversité exceptionnelle. Pour la période en cours, le Portugal a bénéficié d'un soutien européen de 8 milliards d'euros pour son agriculture, auxquels il faut ajouter 106 millions d'euros pour Madère et les Açores au titre du Programme d'options spécifiques à l'éloignement et à l'insularité (POSEI). **O. M.**

Pomme de terre : les stocks s'accumulent

© Hai Nguyen/Unsplash

La crise sanitaire engendre d'importantes perturbations pour les producteurs français de tubercules. Alors que le marché de la restauration hors domicile est à l'arrêt, les pommes de terre s'entassent.

La restauration hors domicile est le principal débouché pour les producteurs de pommes de terre. Dans la mesure où les restaurants sont fermés ou qu'ils se cantonnent à la livraison, les ventes de tubercules sont en chute libre. En raison de la pandémie, il n'y a guère de demande de la part de l'industrie de la transformation de la pomme de terre et les prix sont à un niveau extrêmement bas. L'Union nationale des producteurs de pommes de terre (UNPT) est aussi confrontée aux germinations actuelles *« signalées par les cinq principaux pays producteurs de pommes de terre »*, ce qui devrait impacter l'offre dans les mois à venir. L'année 2020 semblait pourtant être un bon cru pour la filière ; c'était sans compter l'apparition de la Covid-19. Ainsi, la production française de pommes de terre de conservation s'élève à 6 758 800 t l'an passé, contre 6 535 900 t en 2019, soit une hausse de 3,4 % en un an, et de 15,3 % par rapport à la moyenne sur cinq ans (2015 à 2019). Les surfaces de 2020, qui couvrent 154 900 ha, avaient de nouveau augmenté de 1,4 % sur un an avec un rendement brut moyen s'établissant environ à 43,6 t/ha. *« Il est meilleur que l'an passé, et légèrement supérieur à la moyenne pluriannuelle. Une forte hétérogénéité est observée dans les rendements, selon les conditions météorologiques locales et la présence d'irrigation. Compte tenu du contexte de la pandémie, cette campagne 2020 est encore caractérisée par des restrictions de débouchés, notamment vers la RHD et ceci aura également un impact sur la campagne suivante »*, constate Loïc Le Meur, de l'UNPT. Au début de l'année, les producteurs et les transformateurs européens ont négocié les contrats pour la saison 2021-2022. Moins de contrats sont logiquement proposés et la filière appelle ainsi à réduire les superficies de 15 % à 20 % à l'échelle de l'UE. Dans l'Hexagone et plus particulièrement dans les Hauts-de-France, la situation est préoccupante. *« Notre spécialité, c'est de vendre des pommes de terre haut de gamme à des restaurants étoilés, donc la situation est très moyenne. Les pommes de terre, ça ne vit pas éternellement »*, explique la production Françoise Bayard à France 3. Son chiffre d'affaires a dévissé de 30 %. Or, comme le rappelle l'UNPT, en France, pour dix frites consommées, huit le sont au restaurant. Les frites de table, commercialisées dans la grande distribution ou à destination des restaurants, représentent environ 55 % de la production de pommes de terre et, en 2020, 200 000 t de tubercules n'ont pas encore trouvé preneur. **Mickaël Rolland**

52 kg

sont consommés par Français chaque année versus 95 kg en 1960

62 %

des Français consomment des pommes de terre au moins une fois par semaine

8 frites

sur 10 sont consommées au restaurant

Augmentation de la production entre 2019 et 2020

ANNÉE	2019 (rappel)			2020			Évolution de la production sur 1 an
RÉGION	Surfaces (ha)	Rendement (t/ha)	Production (t)	Surfaces (ha)	Rendement (t/ha)	Production (t)	
NORD PAS-DE-CALAIS (1)	56 800	44,3	2 521 600	57 300	44,5	2 549 900	+ 1,1%
PICARDIE (1)	40 980	43,0	1 766 000	40 800	43,5	1 774 800	- 0,5%
CHAMPAGNE-ARDENNE (2)	12 950	48,5	628 100	13 500	52,0	702 000	+ 11,8%
CENTRE-VAL DE LOIRE	13 000	47,0	611 000	13 100	48,1	630 100	+ 3,1%
HAUTE-NORMANDIE (3)	10 600	40,5	429 300	11 500	41,6	478 400	+ 11,4%
BRETAGNE	4 600	25,7	118 300	4 700	26,7	125 500	+ 6,1%
ÎLE-DE-FRANCE	3 610	47,0	169 700	3 800	48,0	182 400	+ 7,5%
RHÔNE-ALPES (4)	1 320	21,0	27 700	1 320	20,6	27 200	- 1,8%
ALSACE (2)	1 020	35,6	36 300	1 020	35,5	36 200	- 0,3%
AUTRES RÉGIONS	7 830	29,1	227 900	7 860	32,1	252 300	+ 10,7%
FRANCE	**152 710**	**42,8**	**6 535 900**	**154 900**	**43,6**	**6 758 800**	**+ 3,4%**

(1) Nord-Pas-de-Calais et Picardie forment la région Hauts-de-France. (2) Champagne-Ardenne et Alsace font partie de la région Grand-Est. (3) Haute-Normandie est intégrée à la région Normandie. (4) Rhône-Alpes est intégrée à la région Auvergne-Rhône-Alpes.

Sources : panel UNPT-CNIPT / Agreste

1

SIGNE DE QUALITÉ

L'AOP pour l'huile de noix du Périgord

L'huile de noix du Périgord vient d'obtenir sa reconnaissance en appellation d'origine protégée (AOP). Sa caractéristique principale réside dans l'utilisation de noix de qualité issues de variétés locales traditionnelles : la Marbot, la Corne, la Grandjean et la Franquette. Son aire de production s'étend sur 6 départements : l'Aveyron, la Charente, la Corrèze, la Dordogne, le Lot, le Lot-et-Garonne. Le potentiel annuel de production s'élève à 50 000 litres pour près de 1 000 producteurs de noix et une quinzaine de moulins.

Produits traiteurs

2

POIRE

Angélys devient Angys

Angys est le nouveau nom commercial de la variété Angélys. Ce nom raccourci fait écho à la région d'Angers où cette poire est née et au Val de Loire, terroir dans lequel elle s'épanouit pleinement.
3 600 tonnes de poires Angys ont été récoltées en 2020 sur un peu plus de 100 hectares. Angys est une variété de poire à chair fondante et intensément parfumée, avec une durée de conservation plus longue que celle de ses consœurs. Elle est commercialisée de mai à juin. Angys est une poire 100 % française, tant par son origine, que par sa production.

Pavillons des fruits et légumes

3

HARICOT

L'IGP castelnaudary est reconnue

Le haricot de Castelnaudary a obtenu l'indication géographique protégée (IGP). C'est un haricot lingot blanc, qui se réhydrate facilement. La zone de production se situe sur 69 communes à l'extrême ouest du département de l'Aude.
La récolte se réalise en plusieurs étapes : arrachage et andainage, séchage naturel sur le sol, puis battage préservant l'intégrité et la couleur du grain, lorsque le feuillage est « craquant ».
Chaque année, 16 producteurs et une entreprise commercialisent environ 155 tonnes de haricots de Castelnaudary.

Pavillons des fruits et légumes

4

CHARIOTS ÉLÉVATEURS

Nouvelle gamme chez Fenwick

Fenwick-Linde lance sa deuxième génération d'AGV (Automated Guided Vehicle) à mât rétractable, le R-MATIC et un nouveau modèle de gerbeur de stockage de charges à petite et moyenne hauteur, le L-MATIC HD. Le R-Matic est le seul chariot robotisé à mât rétractable qui manœuvre dans des allées de stockage très étroites, annonce le constructeur. Le L-MATIC HD est un gerbeur automatisé. Avec sa nouvelle caméra 3D, il est capable de gérer une grande diversité de charges dans les opérations de prise et dépose. Il propose une forte capacité de charge (1,6 ou 2 tonnes).

Equipementiers

Le radis rose enchante le palais

Le radis rose demeure un incontournable des tables françaises. Ce légume-racine s'invite sur les étals des marchés dès le mois de mars. Cru, cuit ou en jus, il se consomme sous différentes formes.

Comme l'étymologie de son nom l'indique, le radis est un légume-racine. Il viendrait du latin *radix*, signifiant « racine ». Probablement originaire d'Asie mineure, les Babyloniens et les Égyptiens en consommaient déjà il y a 4000 ans. C'est un des premiers légumes cultivés par l'Homme. La plante potagère fait partie des Brassicacées, ce qui fait d'elle une cousine du chou. Charlemagne, dans ses fameux capitulaires, recommandait à ses sujets la culture de la racine. Actuellement, une cinquantaine de variétés de radis sont produites en France. L'Hexagone est le 2e pays européen producteur de radis, après l'Allemagne et devant l'Italie et les Pays-Bas. Chaque année, 48 000 t sont récoltées selon l'Agreste. Le radis est principalement cultivé dans les Pays de la Loire (27 %). Les Français en consomment en moyenne 1,5 kg par ménage et par an.

La racine est particulièrement exigeante en eau, lorsqu'elle est trop peu arrosée, elle devient piquante. Le radis rose est plébiscité par les Français qui l'apprécient cru, simplement avec du sel et un peu de beurre. C'est un légume de printemps par excellence. Il adore cette saison pendant laquelle il montre une croissance très rapide, on parle parfois le « radis de 18 jours ». Dès le mois de mars, les fanes de la racine dépassent des petits paniers sur les marchés. Bien que le radis rose soit cultivé toute l'année dans une terre sableuse bien préparée, sa pleine saison s'étale de mars jusqu'à juin. C'est la période de l'année où il est à son summum de saveurs et dispose de son teint rosé à souhait. Le radis rose se consomme sous différentes formes : cru, cuit ou en jus. La cuisson de la racine ne doit pas être trop longue pour en garder toutes les saveurs. Une fois cuisinée, elle s'accorde parfaitement avec une volaille rôtie ou un poisson grillé. Les fanes de radis peuvent également être utilisées dans une omelette ou dans une soupe. Elles se préparent de la même façon que des épinards. Tout est bon dans le radis rose !

C. K.

Le vin qui lui va bien...

Le radis rose trouvera un délicat équilibre avec les vins de la collection Bandits de Loire (Alliance Loire) et notamment avec Le Sec, une cuvée 100 % chenin blanc présentant un nez fruité qui rappelle le coing et la mirabelle. La bouche, suave et fraîche à la fois, offre un final aux notes minérales et de fruits confits.

Le hareng, le poisson roi

L'affection des Français pour le hareng traverse les années. Les différentes préparations permises par ce poisson des mers du Nord ravissent petits et grands.

Le hareng acquiert ses lettres de noblesse dès le Moyen Âge. À l'époque, il est le poisson le plus consommé à tel point qu'il devient une monnaie d'échange sur les marchés. Sa conservation au sel permettait de nourrir les populations presque tout au long de l'année. À l'aube du XX^{e} siècle, il fait la fortune des villes de Boulogne-sur-Mer (62) et de Fécamp (76). Encore aujourd'hui, c'est l'une des espèces les plus pêchées dans le monde. Il affectionne particulièrement les eaux froides de l'Atlantique et des mers du Nord et tirerait son nom du germanique *Hâring*. Le hareng est donc très apprécié par les habitants des pays nordiques mais aussi par les Français. Dans les années 1970, des quotas sont mis en place en réaction à une surpêche sévère. La disparition temporaire du hareng entraîne la fermeture de certains ateliers de transformation. Actuellement, les stocks de hareng sont considérés comme stables, à quelques exceptions près. Chaque année, en France, plus de 30 000 t de harengs sont pêchées. La qualité gustative du hareng varie selon la période à laquelle il est pêché. Avant la période de frai, c'est-à-dire d'octobre jusqu'au mois de janvier, les mâles produisent de la laitance et les femelles des œufs. C'est à ce moment que le hareng est le plus savoureux.

Ce clupéidé mesure 15 cm et pèse 200 g en moyenne. Il peut atteindre une longueur de 40 cm et vivre environ 20 ans. Très apprécié fumé, le hareng se marie avec les fruits comme la pomme ou le melon. Il se déguste en salade, en rillettes ou chaud avec des pommes de terre après un passage au four. Pour lui donner cette saveur si particulière, le hareng est transformé dans des usines où on le saure. Mais, il se mange également moins communément frais. Lorsqu'il ne passe pas l'étape de la saurisserie, son goût s'apparente à celui d'un maquereau en plus doux. Les chefs affectionnent le cuisiner simplement grillé à la poêle avec une touche de crème ou de moutarde. Pour les fins connaisseurs, la préparation vinaigrée des filets de hareng enroulés avec des oignons ou des cornichons, dite « rollmops », reste un incontournable.

C. K.

Le vin qui lui va bien...

Le domaine Fontaine du Clos propose un vacqueyras blanc qui devrait s'accorder à merveille avec le goût prononcé du hareng. Issu de trois cépages (marsanne, grenache blanc et roussane), cette cuvée distille des arômes d'agrumes, et notamment de citron, ainsi que des notes oscillant entre la poire et la mirabelle.

Des pâtes oui, mais des françaises

Féculent le plus consommé dans le pays, les pâtes sont plébiscitées par les Français. Ils font par ailleurs de plus en plus attention à l'origine nationale.

Les Français sont de grands consommateurs de pâtes. Certes, avec une consommation moyenne de 8,3 kg par an et par habitant, ils sont loin derrière les Italiens, champions du monde incontestés avec 23,1 kg par an et par habitant. Mais ils sont dans le top 10 des amateurs de pâtes *(voir graphique)*. Et ils sont de plus en plus nombreux à privilégier l'origine France.

La production française de blé dur s'élève à 1,5 million de tonnes en 2019, pour une surface de 246 000 ha. 592 747 tonnes de blé dur ont été transformées dans les semouleries françaises. La quantité de semoule produite s'élève à 453 736 tonnes, dont 361 566 tonnes sont utilisées pour la fabrication de pâtes et de couscous. Au final, la production française de pâtes alimentaires sèches s'élève à 235 000 tonnes, pour une consommation de 537 251 tonnes. Si 18 % de la production nationale est exportée, nous importons, principalement d'Italie, 64 % de nos besoins. Sept usines assurent la production hexagonale de pâtes. La France est le troisième producteur européen de pâtes avec 5 % du volume total, derrière l'Italie (74 %) et l'Allemagne (7 %).

Les pâtes sont par ailleurs le féculent le plus consommé par les Français (hors pommes de terre fraîches). En valeur, le marché s'est élevé à 856,1 M€* en 2020, loin devant le riz (497,2 M€), les semoules et autres céréales (278,1 M€), les légumes secs (105,4 M€) et les purées de pommes de terre déshydratées (84,2 M€). Le marché des pâtes n'échappe pas non plus à l'engouement des consommateurs pour le drive. Selon Nielsen, les ventes ont augmenté de près de 40 % en valeur pour ce format de distribution en 2020. Les semouliers-pastiers nationaux ont bien intégré cette demande des consommateurs.

À l'occasion de la Journée nationale blé dur *(lire aussi encadré)*, Pascale Hebel, directrice du pôle consommation et entreprises du Credoc, interpellait les professionnels de la filière sur cette attente sociétale. *« La crise sanitaire a engendré des changements très forts en matière notamment d'attentes écologiques, avec une accélération de la demande en bio et un renforcement du local. Les consommateurs veulent des produits français et qui assurent une juste rémunération des producteurs. Les Français se soucient également de leur santé, ce qui passe par le rejet des intrants relevant de la chimie de synthèse et une attention particulière sur la qualité des nutriments. La filière blé dur doit donc s'orienter sur des produits de luxe que sont les produits bio, ou agroécologiques pour servir plus de monde et miser sur la génétique pour améliorer les blés durs en nutriments et en vitamines. »*

UNE GAMME DE PRODUITS ZÉRO RÉSIDU DE PESTICIDES

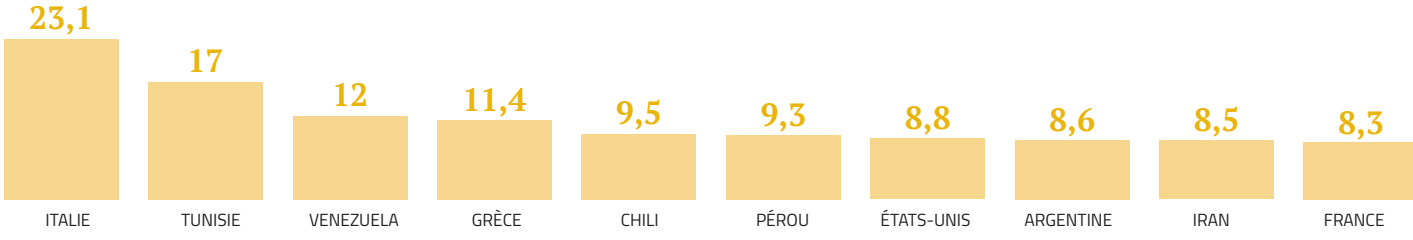
Le secteur n'est pas insensible à ce besoin de proximité des consommateurs français. Et il tente d'y apporter des réponses dans la mesure du possible.

Ainsi, Lustucru, qui fête ses 110 ans cette année, a récemment créé une filière blé dur en Normandie. L'entreprise met en avant ses partenariats avec les agriculteurs, que ce soit pour la production de blé dur ou pour les œufs. Au début février 2020, Lustucru a démarré un partenariat avec 26 éleveurs de poules élevées en plein air, dans les Hauts-de-France, à moins de 200 km de son usine.

Chez Alpina Savoie, *« notre gamme origine France remonte à 1997 en conventionnel et à 2011 en bio,* rappelle Antoine Chiron, responsable filière, toujours à l'occasion de la Journée nationale blé dur. *Depuis deux ans, on travaille avec un fournisseur localisé en Camargue et capable de nous fournir des blés durs bio, pas même traités avec des produits homologués en*

Les 10 premiers consommateurs de pâtes dans le monde (en kg par habitant et par an)

(Source UNAFPA)



bio. Nous sommes par ailleurs engagés dans un programme d'impact comparé d'itinéraires conventionnel et bio non traité sur la biodiversité, qui devrait à terme nous aider à accompagner les producteurs dans l'évolution de leurs pratiques. Les pesticides, c'est un vrai sujet et tous les chemins sont bons pour trouver des alternatives ». Alpina Savoie est aussi, à ce jour, la seule entreprise de la filière grandes cultures membre du collectif Nouveaux champs et à proposer une gamme de produits Zéro résidu de pesticides. La marque a par ailleurs lancé en 2020 les premières pâtes issues de blés certifiés HVE (Haute valeur environnementale) pour une partie de son offre.

Panzani, leader du marché en France, met en avant la filière blé Responsable français que l'entreprise a contribué à créer. Cela lui permet d'obtenir *« un blé de qualité, cultivé et conservé de manière responsable par et pour des agriculteurs respectueux de l'environnement »,* explique l'entreprise. La marque vient également de lancer une gamme de pâtes complètes et bio. En Alsace, Heimburger (pâtes Grand-Mère) et Valfleuri commercialisent les pâtes IGP d'Alsace, les seules pâtes en France à avoir obtenu ce signe de qualité. *« La spécificité des Pâtes d'Alsace réside dans leur recette à base de 7 œufs frais au kg de semoule de blé dur, associée au savoir-faire des producteurs ancrés depuis des générations dans les traditions culinaires alsaciennes »,* précise le cahier des charges.

Notons enfin une tendance qui commence à monter, même si l'on ne dispose pas encore de statistiques pour l'évaluer : les pâtes fabriquées à la ferme par des agriculteurs souhaitant diversifier leurs activités.

Si la filière pâte se porte plutôt bien, elle doit être vigilante. *« Après avoir progressé de 30 % entre 2003 et 2016, la consommation s'est repliée de 3 % au cours des trois dernières années,* constate Pascale Hebel. *Les pâtes sont concurrencées par les légumes, les légumineuses et d'autres céréales telles que le quinoa. »*

Olivier Masbou

*Source Iri

Un plan de relance pour la filière blé dur

La profession a décidé de s'engager dans un plan de relance pour le blé dur. En effet, la production nationale est en fort recul. La surface et la production françaises de blé dur ont été divisées par deux en dix ans, une baisse qui affecte les quatre bassins de production. Plusieurs raisons expliquent ce recul : les risques particuliers liés à la culture du blé dur, avec notamment une forte volatilité des rendements et des qualités, selon les conditions climatiques de l'année. Autre facteur, *« l'absence d'incitations significatives dans la politique agricole française »,* déplorait Éric Thirouin, président de l'AGPB (Association générale des producteurs de blé et autres céréales) le 2 février dernier à l'occasion de la Journée nationale blé dur. La moyenne d'âge élevé des producteurs fait par ailleurs craindre que cette baisse s'amplifie dans les prochaines années. *« Nous sommes dans une période clé »,* ajoute Éric Thirouin. La filière doit profiter des discussions en cours sur la future Politique agricole commune, et la rédaction du plan stratégique national. *« C'est donc le moment d'avoir collectivement les idées claires et d'avoir une vision partagée pour la filière. »* C'est dans ce but que l'ensemble des acteurs (producteurs, industriels, etc.), dans le cadre d'Intercéréales, l'interprofession des céréales, a décidé de lancer une étude stratégique en vue d'améliorer la compétitivité de la filière et de relancer la production et la transformation du blé dur en France. *« L'objectif est de redynamiser la filière et de faire du blé dur une culture d'avenir et rémunératrice pour les producteurs »,* conclut Éric Thirouin. Le blé dur est la quatrième céréale produite en France. Il est principalement cultivé dans le sud où il profite d'un climat chaud et sec, mais également en Centre-Val de Loire et même dans le Grand Est !

Le boom des pâtes fraîches

Le marché des pâtes fraîches est en plein développement. Les Français en ont consommé 85 600 tonnes en 2020*, soit une hausse de 5,9 %. Ce secteur a réalisé un chiffre d'affaires de 523 M€ (+ 8,4 %). Le marché est tiré par les gnocchis qui réalisent 28,9 % du chiffre d'affaires pour une hausse de 20,7 %. À eux seuls, les gnocchis à poêler pèsent 123 M€. Les pâtes fraîches farcies sont en tête (56,1 % en valeur, + 5,2 %), les pâtes « simples » ferment la marche (15 % du marché en valeur, stable par rapport à 2019). Les fabricants rivalisent d'imagination pour capter cette clientèle en lançant nouveauté sur nouveauté, comme les pâtes farcies à différents fromages AOP (comté, ossau-iraty bleu d'Auvergne.) en variant les formats, ou en proposant des portions snacking. *Source PB, cité par Linéaires, novembre 2020

La Cité de la gastronomie attendra

© Atelier d'architecture Denis Huerre

La crise sanitaire est venue contrecarrer l'édification de la Cité de la gastronomie Paris-Rungis. Alors que ce projet, évalué à au moins 60 M€ pour le seul équipement central, devait voir le jour en 2022, le Comité syndical qui a lancé l'appel d'offres estime aujourd'hui qu'il faudra patienter au-delà de 2024. Triste nouvelle pour les gourmands.

Pour pouvoir déambuler dans les allées de la Cité de la gastronomie, il va falloir prendre son mal en patience.

Au début janvier, le Comité syndical de la Cité de la gastronomie Paris-Rungis a *« choisi de ne pas donner suite à la procédure de consultation »* concernant *« l'attribution d'un contrat de concession pour la réalisation et l'exploitation de la Cité de la gastronomie et de la relancer en apportant un appui financier supplémentaire au projet »*. Alors que la Cité devait initialement sortir de terre en 2022, la crise sanitaire est venue contrarier son édification. Le groupe Vinci, qui avait été retenu par le Comité syndical après l'appel à projets, n'a par ailleurs pas souhaité prendre de risques financiers inconsidérés et a ainsi demandé aux collectivités d'abonder au pot. Auparavant, le comité, présidé par Stéphanie Daumin, ne souhaitait pas recourir à des deniers publics pour financer le projet. *« Nous cherchons à financer la construction de l'équipement central grâce aux différents versants du programme immobilier. L'objectif est de réduire la part financée par les collectivités publiques »*, détaille Stéphanie Daumin. Et d'ajouter : *« Nous avions donc conçu un cahier des charges qui limitait à la fois le risque et l'apport pour les collectivités publiques. »* Le projet est de taille et le coût de

La Cité de la gastronomie Paris-Rungis célébrera l'art du goût et la pratique sociale du repas.

la Cité est chiffré à 60 M€. À l'origine de la Cité de la gastronomie, on retrouve l'inscription à l'Unesco du repas gastronomique des Français, en 2010. À la demande de l'Unesco et pour mieux valoriser l'identité culinaire de notre pays, le chantier de créer une Cité de la gastronomie a vite été lancé. À la suite de l'appel à projets déployé à l'époque, plusieurs collectivités avaient manifesté leur souhait d'abriter le complexe : Paris-Rungis, Lyon, Beaune, Dijon, Tours ou encore Versailles. Devant l'émergence d'une multitude de projets, le gouvernement Hollande avait finalement décidé de laisser l'opportunité à différentes cités d'éclore sur le territoire ; reflétant ainsi la diversité des terroirs, de la cuisine et des produits. La Cité de la gastronomie Paris-Rungis aura d'ailleurs à cœur de mettre à l'honneur la dimension festive et conviviale de la gastronomie.

UNE VITRINE POUR LE GRAND PUBLIC

La Cité a été pensée comme une véritable vitrine de la gastronomie française, sur un terrain à cheval sur la commune de Rungis et celle de Chevilly-Larue offrant une vue sur le Marché de Rungis. *« Le Marché de Rungis a été un élément déterminant pour le choix du site,* commente Stéphanie Daumin. *Nous avons retenu un terrain qui était à l'accroche du Marché de Rungis et qui pouvait donc en constituer une vitrine pour le grand public. »* La Cité ambitionne, bien entendu, d'attirer des touristes internationaux en plus du public français. Pour y parvenir, elle sera parfaitement intégrée au Grand Paris et sera connectée à l'A86, à la N7 et sera également accessible via la ligne 14. Elle s'articulera autour d'espaces culturels et événementiels, des ateliers de cuisine dédiés au grand public (avec notamment un auditorium et des espaces modulables), dans un quartier de 7 ha.

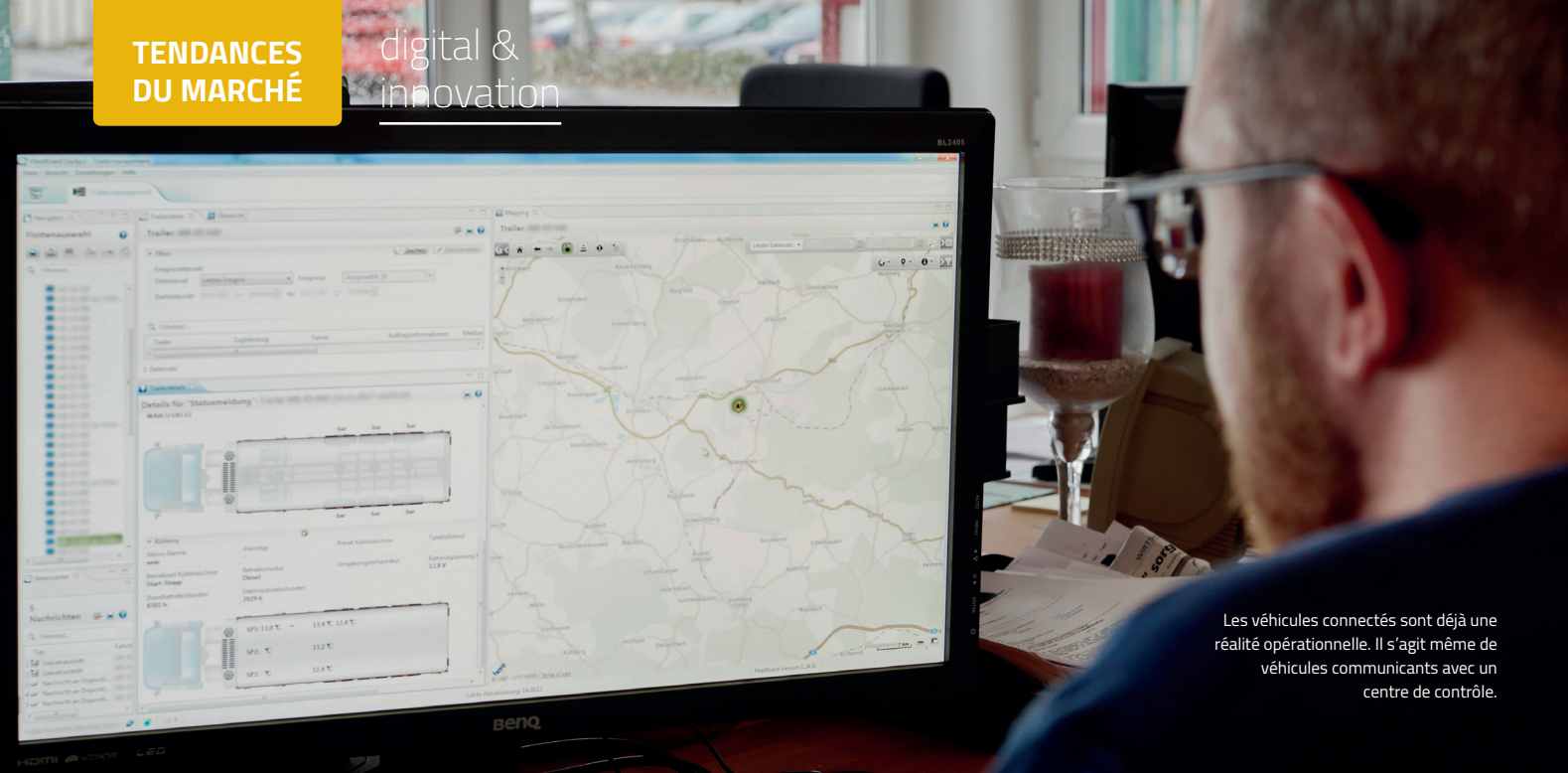
Les gourmets pourront aussi découvrir un parcours gustatif avec différents points de restauration ainsi qu'un restaurant d'application au dernier étage de la Cité. Le quartier, quant à lui, comprend un programme immobilier qui prévoit, entre autres, la construction de la Halle des trésors gastronomiques ; un espace de vente qui sera notamment voué aux grossistes du Marché de Rungis. Le Comité syndical de la Cité de la gastronomie prévoit ainsi l'organisation de banquets et d'ateliers culinaires dédiés aux arts de la table. *« La Cité de la gastronomie Paris-Rungis célébrera l'art du goût et la pratique sociale du repas en favorisant les liens entre les générations. Le savoir-faire ensemble, le plaisir de la table et le partage sont le fil conducteur de la programmation culturelle et événementielle de la Cité »*, promet-il ainsi.

NOUVEL APPEL D'OFFRES

Le géant du BTP Vinci semble toujours intéressé par la Cité, dans la mesure où *« le projet a été mis en pause à la demande »* de ce dernier. *« La crise sanitaire a refroidi les investisseurs car, outre la construction de la Cité, il y a aussi un volet exploitation »*, explique Stéphanie Daumin, pointant du doigt un avenir incertain. Cette dernière est aujourd'hui disposée à engager dans le projet de l'argent public. Rappelons que la Cité de la gastronomie Paris-Rungis est portée par le département du Val-de-Marne, l'EPT Grand Orly - Seine Bièvre, la Métropole du Grand Paris, la région Île-de-France et les villes de Chevilly-Larue, Orly, Paris, Rungis et Thiais. Le Comité syndical a donc pour ambition de stabiliser les engagements des différentes entités publiques qui sont prêtes à contribuer à la Cité de la gastronomie. *« À l'unanimité, le Comité syndical a donc décidé de lancer un nouveau cahier des charges qui débouchera sur un nouvel appel d'offres »,* confie-t-elle. Ce nouveau cahier des charges grave dans le marbre la contribution financière des collectivités locales, même si la part de celle-ci n'a pas encore été définie. Il ouvre par ailleurs la porte à de nouveaux opérateurs ; Vinci devra donc de nouveau entrer dans la compétition.

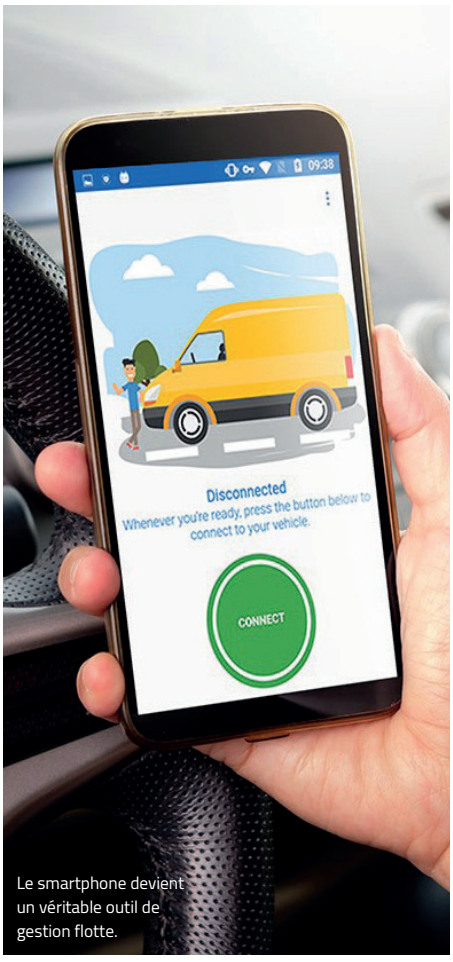
« La crise sanitaire nous conduit à nous interroger, notamment sur certains éléments du projet. Par exemple, le développement de la visioconférence devrait donner naissance à de nouvelles habitudes. L'intérêt croissant pour les circuits pourrait aussi nous faire évoluer sur certains aspects de la Cité. Il s'agit d'imaginer l'alimentation durable de demain tout en respectant les terroirs et la dimension conviviale d'un repas partagé », conclut Stéphanie Daumin. Il va toutefois falloir s'armer de patience. La présidente du Comité syndical, qui a déjà annoncé que la Cité de la gastronomie Paris-Rungis ne verrait pas le jour en 2022, précise aujourd'hui que l'on ne pourra pas non plus la visiter en 2024.

Mickaël Rolland



Les véhicules connectés sont déjà une réalité opérationnelle. Il s'agit même de véhicules communicants avec un centre de contrôle.

Véhicules connectés : un avenir tout tracé



Le smartphone devient un véritable outil de gestion flotte.

Télématique embarquée, géolocalisation, véhicules connectés… Les outils de suivi des flottes deviennent des incontournables pour les sociétés de transports, petites ou grandes. Car ils sont avant tout de vrais outils de gestion.

Il n'y a pas si longtemps, les véhicules en tout genre ne communiquaient avec rien ni personne. Libres comme l'air et sans compte à rendre. Puis la géolocalisation s'est invitée dans la danse. Les balbutiements de cette technologie passent par de petits boîtiers installés dans le véhicule. Ils communiquent avec un ordinateur au siège de l'entreprise et transmettent toutes les données souhaitées. La géolocalisation permet de savoir où se trouve un véhicule d'une flotte, de suivre son parcours, de connaître le temps d'utilisation, les périodes d'arrêt ou sa consommation. Elle génère des économies de temps et d'argent, elle optimise les déplacements et offre en plus une protection contre le vol. Aujourd'hui, le principe est toujours le même, mais l'on parle plus volontiers de véhicules connectés. En constante évolution, les solutions s'étoffent et les offres sont multiples. Tous les constructeurs proposent désormais des véhicules ainsi connectés, qu'il s'agisse de véhicules thermiques ou électriques.

Les utilitaires comme les poids lourds peuvent en permanence être suivis à la trace. On parle même de véhicules communicants. Les intérêts de ces systèmes sont les mêmes qu'aux premiers temps. Ils permettent la réduction des coûts tout d'abord *via* les gains de consommation et la gestion de l'entretien. Ils facilitent le suivi de la flotte avec une bonne visibilité à partir de données fiables, précises et diversifiées. Ils encouragent enfin à une conduite écoresponsable, ce qui induit là aussi une réduction de la consommation, des émissions de CO_2 tout en renforçant la sécurité par l'amélioration des comportements au volant. Il s'avère donc que la géolocalisation est bel et bien un outil de gestion et si les véhicules sont connectés, c'est bien pour optimiser l'usage et réduire les coûts que représente une flotte. Selon certains spécialistes, la télématique embarquée permet ainsi d'économiser quelques centaines d'euros par mois et par véhicule. La connectivité embarquée dépasse aujourd'hui largement la notion d'infodivertissement. Cela devient un outil de

travail, à travers diverses applications dédiées. Chez Iveco, elle s'appelle Daily Business Up. Cette application peut servir d'assistant de conduite pour le conducteur, grâce au système d'analyse du mode de conduite qui apporte tous les conseils nécessaires pour se déplacer plus sereinement. L'application peut également optimiser l'efficacité de la flotte avec Fleetwork et effectuer un suivi des entretiens planifiés. Plus fort encore, cette application communique avec le moteur et le véhicule directement avec le smartphone ou la tablette du conducteur. La connexion Bluetooth avec le véhicule est automatiquement établie. L'application peut ainsi fournir une aide par un lien direct vers le service d'assistance routière de la marque disponible 24 h/24 et 7 j/7.

Dans le même esprit, Iveco vient même de lancer une nouvelle marque, Iveco On. À la clé, une multitude de services comme le suivi de flotte, l'assistance routière ou la surveillance du véhicule en temps réel.

Chez Volkswagen, les utilitaires peuvent être proposés avec le système We Connect Plus. Il inclut les notifications de zones de circulation restreinte ou pas, l'alarme antivol en ligne, la commande de ventilation à distance, le streaming média, un hotspot Wi-Fi, les stations de carburant ou de charge, et propose en ligne l'information trafic, le calcul d'itinéraire, l'importation de la destination, les mises à jour des cartes, les places de stationnement et la commande vocale.

Disponible sur tous les véhicules de la marque, Renault Easy Connect for Fleet est un *« écosystème de services connectés pour les professionnels, afin de faciliter la gestion d'une flotte de véhicules »*. Le système propose une mise à disposition sécurisée des données des véhicules Renault d'une flotte, grâce au boîtier Renault Communication Adapter qui se connecte à l'électronique du véhicule. Ainsi, le gestionnaire de flotte n'a plus besoin d'aller rechercher les informations auprès du conducteur ou directement dans le véhicule puisque le boîtier télématique de Renault permet la remontée des informations utiles, à distance et en temps réel. Ces informations sont le kilométrage, l'autonomie, la position géographique, la consommation, la pression des pneus, les alertes techniques ou encore le nombre de kilomètres avant la prochaine révision.

Tous les véhicules camions et utilitaires, thermiques comme électriques, peuvent désormais être connectés.

LE MODE ÉLECTRIQUE S'ACTIVE TOUT SEUL…

Les véhicules électriques sont tout autant connectés. Et c'est fou ce que cela permet de faire. Ainsi, chez Peugeot, sur les nouveaux e-Expert comme sur le ë-Jumpy chez Citroën, la télématique embarquée permet de programmer la charge du véhicule. L'utilisateur pourra programmer une charge différée depuis l'écran de la navigation connectée ou depuis l'application sur smartphone MyPeugeot. Ce système permet également de lancer ou de différer la charge à tout moment et de consulter l'état de charge.

Ford va encore plus loin. Grâce au « géofencing », qui est l'utilisation de ces données de localisation en temps réel, le mode de conduite électrique du Transit PHEV peut être activé automatiquement dès que celui-ci pénètre dans une zone à faibles émissions, sans intervention du conducteur. Autre nouveauté signée Ford, le mode Surveillance qui un système de sécurité pour véhicules connectés. Il surveille les utilitaires en temps réel et alerte les gestionnaires de petites flottes, les exploitants et les conducteurs par le biais de leur smartphone en cas d'infraction. Ce mode est intégré à l'application FordPass Pro qui peut gérer jusqu'à cinq véhicules. Dès qu'il est activé, en dehors des heures de travail ou pendant les week-ends, ce système fait appel à divers capteurs pour détecter l'ouverture d'une porte ou du capot et envoie une notification au smartphone du propriétaire.

Ces quelques exemples démontrent que si le véhicule autonome n'est pas pour demain, le véhicule connecté est une réalité déjà opérationnelle. En quelques années, les constructeurs sont passés des solutions télématiques de base à des systèmes embarqués intelligents multiplexés au réseau électronique des véhicules et reliés à des sondes, capteurs et radars. Le véhicule connecté devient un incontournable. Son avenir est tout tracé…

R. P.

Sur le Ford Transit PHEV connecté, le mode électrique s'active automatiquement dès qu'il entre dans une zone à faibles émissions.

Le Citroën ë-Berlingo et le Peugeot e-Partner seront commercialisés en fin d'année.

Peugeot Citroën

Berlingo et Partner passent au bleu

PSA l'avait annoncé : sa gamme de véhicules utilitaires sera totalement électrifiée avant 2022. Mission accomplie avec, pour finir, le lancement en fin d'année des fourgonnettes électriques Partner et Berlingo.

POINTS FORTS

- Électrique 100 kW
- 275 km d'autonomie
- 3,8 et 4,4 m³ de volume utile
- Jusqu'à 800 kg de charge utile

PSA voit la vie en bleu électrique et la totalité des véhicules utilitaires seront bientôt électrifiés, s'est engagée la marque. Chose promise, chose due : c'est déjà le cas pour les fourgons moyens Peugeot e-Expert et Citroën ë-Jumpy. Les grands fourgons ë-Jumper et e-Boxer le seront très prochainement. Il ne manquait donc plus que les fourgonnettes. C'est désormais le cas. Les Peugeot Partner et Citroën Berlingo 100 % électrique viennent d'être dévoilés et seront lancés en fin d'année probablement. Ce qui fait que PSA devient l'un des premiers constructeurs à proposer une gamme complète de véhicules utilitaires électriques.

Le e-Partner et le ë-Berlingo adoptent une motorisation électrique d'une puissance de 100 kW, soit environ 136 chevaux, développant un couple immédiat de 260 Nm. La batterie, d'une capacité de 50 kW, offre une autonomie pouvant aller jusqu'à 275 km en cycle WLTP. Pour le reste, les électriques sont à peu près comme les thermiques et reprennent l'essentiel des caractéristiques utilitaires. Les deux fourgonnettes sont proposées en version classique (baptisée Standard chez Peugeot et M chez Citroën) à 4,40 m, et rallongée (Long chez Peugeot et XL chez Citroën) à 4,75 m. Elles sont disponibles en fourgonnette trois places et en cabine approfondie acceptant jusqu'à cinq personnes (sur les versions longues uniquement).

Le volume de chargement est au maximum de 3,8 m³ sur la version standard et de 4,4 m³ sur les longs, valeurs rigoureusement identiques aux thermiques puisque la batterie est installée sous les sièges et le plancher n'empiète pas du tout sur l'espace de chargement. La charge utile va jusqu'à 800 kg. La capacité de remorquage est de 750 kg.

POUR TOUS LES USAGES

Pour la conduite, comme d'habitude, trois modes sont proposés, Normal, Eco et Power, sélectionnables via une molette sur la console. Le premier, apportant une puissance de 80 kW, est le meilleur compromis entre autonomie et dynamisme. Le deuxième, limité à 60 kW, privilégie l'autonomie en limitant la puissance et en diminuant les performances de chauffage et de climatisation. Enfin, le mode Power et ses 100 kW augmentent les performances du véhicule et se révéleront utiles en cas de charge maximale.

Concernant l'alimentation en électricité, deux types de chargeurs embarqués sont disponibles. Le premier, livré de série, est un chargeur monophasé de 7,4 kW, le second, en option, est un chargeur triphasé de 11 kW. Sur une prise domestique classique, le temps de charge complet est de 31 heures en 8A et 15 heures en 16A. À partir d'une Wall Box 7,4 kW, la charge complète se fait en un peu plus de 7 heures avec le chargeur embarqué monophasé (7,4 kW) et en 5 heures avec une Wall Box 11 kW avec le chargeur embarqué triphasé. Enfin, à partir d'un chargeur rapide, la régulation thermique de la batterie permet d'utiliser des chargeurs de 100 kW et d'atteindre 80 % de la charge en 30 minutes. **Richard Pizzol**

Opel : le Combo passe à l'électrique

Et une fourgonnette électrique de plus, une ! Elle s'appelle Opel Combo-e Cargo et c'est la version 100 % électrique du Combo Cargo.

Le nouvel Opel Combo-e Cargo affiche 274 km d'autonomie au maximum.

Ce nouvel Opel Combo-e Cargo est la déclinaison 100 % électrique de la version thermique du Combo Cargo. Hormis sa motorisation et son mode de déplacement silencieux et sans émission, ce Combo-e reprend les caractéristiques essentielles de la version thermique. Même silhouette, même capacité de chargement, même déclinaison en deux longueurs et deux versions, fourgonnette et cabine approfondie, et quasiment les mêmes équipements et aides à la conduite, qui vont de la surveillance de la vigilance du conducteur à la reconnaissance des panneaux de signalisation, en passant par l'alerte anticollision frontale et le freinage d'urgence automatique. Mais avec son moteur de 100 kW et ses 275 km d'autonomie au maximum, ce Combo-e Cargo est taillé pour les déplacements et les missions en ville. Agréable à conduire, comme tout véhicule électrique, sans pollution à l'usage, il est le véhicule électrique parfait pour ceux qui recherchent une « mobilité verte ». Une qualité qui devient indispensable, en particulier dans les zones urbaines où l'accès au centre-ville se limite et se limitera de plus en plus aux seuls véhicules sans émissions polluantes. Le Combo-e Cargo sera commercialisé au deuxième semestre de cette année, presque en même temps que les deux fourgonnettes électriques de chez PSA, dont il est le très proche cousin. **R. P.**

Ford : les utilitaires carburent au Superéthanol

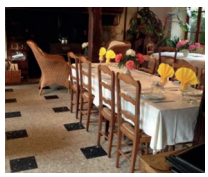
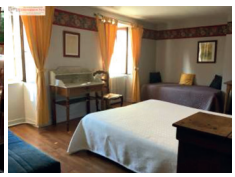
Le Ford Transit Connect sera bientôt proposé en version Superéthanol.

Ford va lancer au cours de l'année six véhicules fonctionnant au Superéthanol E85. Parmi eux, deux véhicules utilitaires, la Fiesta Van et le Transit Connect. Ce carburant contient entre 60 % et 85 % de bioéthanol d'origine végétale, produit à partir de betteraves, de céréales et de leurs résidus. Il présente comme avantage un coût moitié moins élevé que l'essence et une moindre pollution, puisque les émissions de CO_2 du Superéthanol sont réduites de près de 50 % par rapport à l'essence classique. Autre avantage, la TVA est récupérable à 100 % sur les utilitaires et le surcoût à l'achat est faible, avec des tarifs proches des véhicules à essence. Enfin, pas de souci d'autonomie : la technologie Flexifuel de Ford permet, avec un seul et unique réservoir, de fonctionner indistinctement au carburant Superéthanol-E85, au Sans Plomb 95 E5 ou E10 ou à leur mélange dans n'importe quelle proportion.

PETITES ANNONCES

FONDS DE COMMERCE

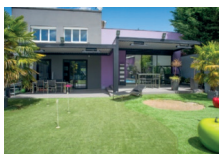
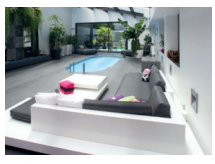
EXCLUSIVITÉ RARE,
vente de fonds de commerce de détail boucherie, charcuterie, traiteur, fruits et légumes, épicerie fine, vin, rayon poisson, etc...
Situé sur un axe très passant dans le val de marne (94) sur une surface de 600 m² environ, parking 50 places.
Affaire en forte progression
CA 2 300 000.00 €, bonne rentabilité.
Pour tout contact 06 32 71 08 12

À VENDRE (murs et fond) cause retraite, auberge de charme très ancienne près église 12 ° S, déjà auberge en 1810.
En limite du parc des volcans, à 25 km du Mont-Doré (Puy de Sancy, Stations de ski, lacs...) accès à l'A89 Transeuropéenne à 11 km.
Importante clientèle étrangère en plus d'une clientèle d'affaires et locale. 7 chambres avec salle d'eau/WC, un salon, et une suite (Chambre parentale, petite chambre et SDB/WC).
Possibilité d'ajouter une maison mitoyenne avec cour et jardin attenants aux jardins de l'hôtel.
Belle cave voutée, grand terrain au sud avec terrasse et dépendances.
Tél : 06 77 08 37 02

EXCLUSIVITE RARE / PRIX DE VENTE FAI : 1 961000€
Vente Fonds de commerce de détail de fruits et légumes et épicerie fine, proche de Bordeaux.
Situé sur un axe très passant, entouré de commerces, parkings, surface 368m², affaire en croissance constante, marge > 31%, EBE > 16,8%, CA HT > 2700K€
Contactez COAST IMMOBILIER au 06 72 64 23 09 ou contact@coastimmobilier.fr

IMMOBILIER

St Fargeau-Ponthierry/Pringy (77) à 30 km de RUNGIS par autoroute A6
Loft style maison d'architecte de 320 m² sur un terrain de 900 m²
Espace de vie de 120 m2 avec cuisine ouverte, espace bien-être de 100 m² avec piscine d'intérieure/jacuzzi, 4 chambres dont une suite parentale, 1 salle de cinéma, 1 salle de sport avec hammam, terrasse bioclimatique, practice de golf, garage double.
Prestations haut de gamme.
Prix : 1173 000 Euros
Tél: 06.58.77.08.38

OCCITANIE – BELLE POISSONNERIE À VENDRE
Située dans une halle d'une grande ville dynamique, composée de 3 étals, d'une superficie totale de 63 m², la poissonnerie réalise un chiffre d'affaires en progression constante depuis 20 ans.
Très bonne rentabilité, et de nombreuses possibilités de diversification sont envisageables.
Matériel en très bon état, pas de travaux à prévoir.
Effectifs : 6,5 personnes.
Accompagnement et conditions de reprise à définir.
Dossier remis contre engagement de confidentialité.
Contact : Cabinet Auzépy & Associés : 04 67 22 76 22
contact@auzepy-associes.fr

OFFRES D'EMPLOI

DEPUIS 1948 FRANCE
MAISON
Laurance
PRIMEURS DÈS LA 1ÈRE HEURE

NOUS RECRUTONS – REJOIGNEZ NOUS !
Société Union Primeurs Laurance est un distributeur de fruits et légumes frais et crèmerie. Notre affiliation au réseau de grossistes VIVALYA (77 entrepôts) nous permet d'offrir sur le plan régional, la puissance d'un grand groupe et la souplesse d'une PME indépendante.
Une équipe de 100 personnes et une logistique fiable garantissent un service de qualité à nos clients. Nous recherchons pour renforcer notre équipe de commerciaux sur Paris et région parisienne : un Attaché Commercial Restauration H/F en CDI.
Vous gérez, développez et fidélisez un portefeuille de clients de la restauration commerciale et collective sur un secteur géographique défini.
Vos missions principales sont
- Visiter les clients inactifs et ouvrir de nouveaux comptes
- Superviser votre télévendeur, ses actions (ventes additionnelles, nouveaux produits, opérations, promotions...).
- Assurer une importante présence sur le terrain et établir un reporting hebdomadaire de votre activité à la Direction Commerciale.
Titulaire d'une formation commerciale, ou professionnel de l'hôtellerie ou de la restauration, vous disposez d'une première expérience de 2 ans sur un poste de commercial.
Rémunération attractive et évolutive avec un minimum garanti.
Statut Cadre. Voiture fournie + PC + Téléphone + Frais de mission.
QVT : Salle de sport, repas et journée du personnel, check Incentives, arbre de noël.
Envoyer CV sur social@laurance-primeurs.fr
ou Tél : 01.69.64.48.16

DEPUIS 1948 FRANCE
MAISON
Laurance
PRIMEURS DÈS LA 1ÈRE HEURE

NOUS RECRUTONS – REJOIGNEZ NOUS !
Société Union Primeurs Laurance recherche dans le cadre de son développement des Chauffeurs/Livreurs Poids Lourds H/F (camion Frigo 12T/Boîte automatique)
Professionnel du service, vous veillez à maintenir la qualité des produits et le respect des horaires de livraison de vos clients attitrés.
Titulaire du permis C + FIMO, vous justifiez d'au moins 2 ans d'expérience en livraison PL sur Paris et IDF.
Vous avez envie de travailler dans une entreprise dynamique, vous êtes motivé, dynamique et consciencieux ?
Rejoignez-nous !
Evolution garantie à des postes de formateurs et chef de services
Envoyez-nous votre CV à l'adresse : social@laurance-primeurs.fr
ou tél au 01.69.64.48.16
Localité : Lisses (91 – Essonne)
Horaires hebdomadaires : Temps plein - Prise de poste entre 2h30 et 04h30 – Travail requis 1 samedi sur 2
Rémunération brute mensuelle motivante : entre 2600€ et 3600€ selon les tournées
QVT : Paniers, salle de sport, repas et journée du personnel, check incentives, arbre de noël
Date de début de contrat : Immédiatement

HACCP DIGITALISÉE | TRAÇABILITÉ | AUTOCONTRÔLES | SNACKING | VENTE À EMPORTER

Avec ePack Hygiene j'ai aussi réussi ma *vente à emporter*

Nicolas Carro,
Chef étoilé L'Hôtel de Carantec

#simplicité #conformité

Prêt à vous lancer ?

On s'y colle pour vous !

Pour plus d'information contactez-nous :
02 29 62 64 40

e-pack HYGIENE

N°1 de l'HACCP digitalisée

et bien plus encore...

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

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

Catherine, boulangerie Balzard Picquenard
Adhérente chez Médicis

médicis
Votre mutuelle retraite
Groupe malakoff humanis

mutuelle-medicis.com

Janvier 2021 / Crédits photo : © JF LeSenechal