DOSSIER

Logistique: décarboner le transport

#### REPORTAGE

Afrique du Sud, au carrefour des influences

#### **NOUVEAUX MARCHÉS**

Les boissons fraîches font leur révolution

# Rectualités GIS

Depuis 1969 N° 773 – mai 2021 – 1,50 €



# AVEZ-VOUS GOÛTÉ LA QUALITÉ ET LE SERVICE

Dispéré

42 ans de sélection au service des détaillants et restaurateurs



dispéré

depuis 1978 @marchéderung

Charcuterie, traiteur, épicerie fine & gastronomie

7 av. de Normandie - Bâtiment F5c 94 597 RUNGIS MIN

Magasin: 01 46 87 33 00

Service Commercial: 01 46 87 20 19

commercial@dispere.fr



Produits frais, épicerie fine & boissons

2-8 rue de Rennes - Bâtiment D6 94 589 RUNGIS MIN

Frais: 0171331909/Boissons: 0171331907

Prince Note

Service Commercial: 01 71 33 19 08

info@dispere.bio



14

**Dossier** Fer, fluvial: l'alternative à la route pour décarboner le transport



Reportage
Afrique du Sud: une cuisine
aux origines multiples

24



32

Nouveaux marchés Boissons rafraîchissantes sans alcool



38

**Digital & innovation** Libeo, la start-up qui paie vos factures

RUNGIS actualités

N° 773 - Mai 2021

# au sommaire

#### L'édito

**5** de Jean-Michel Déhais

#### Sur le vif

- 6 Actualités
- 11 Instantanés
- 12 Toulouse-

Le Grand Marché

#### Dossier

**14** Fer, fluvial: l'alternative à la route pour décarboner le transport

#### Ensemble

- 18 Acheteur 19 Producteur 20 Opérateur
  - 22 Oui chef! Mory Sacko

#### Reportage

24 Afrique du Sud: une cuisine aux origines multiples

#### Tendances du marché

30 Produit de saison

Le citron de Menton
31 Nouveaux

produits 32 Nouveaux marchés

Boissons rafraîchissantes sans alcool

#### 34 Déco

Pivoine française: l'atout charme du printemps **36 Focus** Fruits et légumes:

Fruits et légumes: bien agencer le point de vente pour fidéliser la clientèle

## 38 Digital & innovation

Libeo, la start-up qui paie vos factures

#### Véhicules utilitaires

40 · Toyota: le

Proace met les Watt
• Renault Express

Van : l'essentiel à 17500 €

 Ford: garder un œil sur ses arrières

#### Petites annonces

**42** Fonds de commerce Immobilier Demandes d'emploi

3

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

**12 Avenue de la Cité, 94550, Chevilly Larue** 

01 46 87 31 10

**U** 7H30 - 18H30

u205@fraikin.com

Yann LUCAS : 06 58 80 03 10

Eric MOLLE : 06 20 63 81 69











#### AU CŒUR DES VILLES

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:

Ont collaboré à ce numéro: Francis Duriez Florence Jacquemoud

Richard Pizzol
Photo de couverture:
Ouentin Tourbez

Richard El Mestiri

#### **PUBLICITÉ**

Directrice de publicité:
Audrey Combeau
Tél.: 33 (0)142365675
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 365102 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 21529620

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.





### Après la crise, les défis

Tous les acteurs du Marché de Rungis espèrent très fort voir leurs amis revenir sur le carreau en ce mois de mai. Le temps a paru long sans eux. La belle dynamique qu'ils insufflent nous manquait tout comme leurs établissements, théâtres de la convivialité humaine et du lien social. Le retour contribuera à tirer un trait qu'on espère définitif sur cet épisode sanitaire.

Cette épidémie qui pèse depuis plus d'un an sur les esprits a tendance à pousser tous les éléments au second plan. Ainsi, l'épisode de gel du mois dernier qualifié par le ministre de l'Agriculture, Julien Denormandie, de « plus grande catastrophe agronomique de ce début de XXI<sup>e</sup> siècle » se révèle préoccupant. Dès le 8 avril, Stéphane Layani, président de Rungis apportait sur Twitter son soutien aux producteurs qui font face aux gelées, assurant au passage que « le Marché de Rungis soutiendra et valorisera les productions subsistantes ».

Sur le court terme d'abord, 40 % des volumes de la prochaine vendange sont compromis et le bilan

s'annonce très lourd dans le secteur fruitier. La facture du réchauffement climatique est en train de se dessiner dans toute son ampleur. À plus long terme, ce phénomène destructeur de plus en plus récurrent va obliger l'agriculture dans son ensemble à se remettre en question. Si l'on ajoute le défi de la transition vers le bio, nous mesurons la mutation importante qui attend les exploitations agricoles dans les années à venir.

Le marché alimentaire ne peut rester aveugle à ces transformations. Quoi qu'il advienne, il devra absorber les secousses provoquées par ces adaptations. Grossistes et détaillants demeurent les intermédiaires indispensables entre la fourche et la fourchette. Ils doivent dès maintenant être les interprètes d'un dialogue constructif entre producteurs et consommateurs. Dans ce sens, il faut se réjouir que Rungis soit partenaire des journées nationales de l'Agriculture qui se tiendront du 18 au 20 juin. Cet événement se définit en effet comme « un éveil des consciences face aux défis du monde agricole ».

#### L'image du mois



Après des températures estivales à la fin mars et au début avril, le gel est subitement apparu dans la nuit du 6 au 7 avril dernier. Un scénario cauchemardesque pour les viticulteurs ou les producteurs de fruits aui. pour préserver leurs vergers du gel, ont usé de tous les moyens. Sur ce cliché, la récolte à venir est perdue, mais ailleurs, des bougies de paraffine ou des brasiers de sarments ont été placés sous les arbres fruitiers et les vignes. Le ministre de l'Agriculture, Julien Denormandie, a aussitôt déploré l'impact sur les récoltes, dont on peine encore à estimer l'ampleur « Il y a énormément de détresse, énormément d'émotion. La situation est inédite, exceptionnelle, elle concerne à la fois la viticulture, à la fois l'arboriculture, à la fois les grandes cultures. » 90 % des vergers de cerises seraient touchés, tandis que la France devrait voir plus de 30 % de sa récolte de vin impactée.

#### **CONSOMMATION**

### 2020: une année record pour les fruits et légumes

En 2020, les Français ont retrouvé le goût des produits frais. La consommation des Produits frais traditionnels (PFT: marée, viande, volaille, charcuterie-traiteur, fromages, fruits et légumes et pommes de terre) est en hausse de 8,6 % par rapport à 2019. La progression a été encore plus forte en fruits et légumes, avec une dépense en hausse de 12,1 %.

Ce résultat fait de 2020 une année record. La quantité achetée par ménage s'élève à 173,6 kg, contre 165,4 kg en 2019 et 167,5 kg pour la moyenne 2015-2019. « Le prix moyen d'achat des fruits frais a fortement augmenté en 2020 (+ 9,7 %), du fait notamment des nombreux impacts liés à la crise sanitaire sur l'ensemble de la filière et de l'offre modérée en fruits d'été », écrivent les auteurs \*. Ainsi, les Français, à la recherche de produits qui se conservent durant les périodes de confinement, se sont tournés vers les pommes dont les ventes ont explosé (+ 10 % par rapport à 2019). Même cause et même résultat pour le kiwi dont les ventes ont augmenté de 7,8 %. Les poires retrouvent aussi, après cinq années de recul, un accroissement des ventes de 10,4 %. De même, le raisin connaît, pour la première fois depuis 2016, une hausse d'achat importante (+ 15,1 %). En revanche, la fraise, qui a été frappée par les effets du premier confinement alors qu'elle était en plein démarrage de campagne, affiche un recul de 5,3 % des ventes. En outre, la baisse de l'offre nationale et européenne de fruits à noyau en



2020 explique le recul important des abricots (-28,9%) et des pêches-nectarines (-14,9%). En ce qui concerne les agrumes, le citron a connu une bonne dynamique d'achat (+6,8%). Les clémentines-mandarines ont une progression plus faible (+1,7% en volume); les ventes d'oranges ont été stables en volume, mais la forte hausse du prix moyen a entraîné celle de la dépense (+20,1%). Les achats d'avocats et de bananes sont également en hausse en volume (respectivement +10,6% et +4,6%) comme en valeur (+11,9% et +8,4%).

Les légumes atteignent aussi un niveau record en 2020, avec des achats en hausse de 7,3 %. « En progression régulière depuis cinq ans, les achats de légumes préemballés ont connu en 2020 un accroissement encore plus fort que ceux de légumes en vrac, par rapport à 2019 (+ 10,2 % en quantités achetées et + 15,4 % en sommes dépensées) », notent les auteurs. Les achats de légumes de quatrième gamme sont stables en volume comme en valeur.

En récolte au moment du premier confinement, l'asperge n'a pas connu le sort de la fraise. Ce légume de printemps a vu son volume d'achat progresser fortement (+ 14,8 %). De nombreux autres légumes ont connu des hausses significatives en volume. C'est le cas du chou-fleur (+ 9,3 %) et de plusieurs légumes feuillus ou à tige (chou pommé, céleri-branche, poireau, mâche et salades) avec une augmentation significative des quantités achetées (allant de + 10 à + 20 %). En revanche, l'endive et l'artichaut demeurent les seuls à avoir observé un recul de leur volume d'achat.

Dans la famille des légumes-fruits, les achats de tomates, d'aubergines, de courgettes et de poivrons s'élèvent en valeur à + 9 % pour la tomate à + 24 % pour le poivron. C'est également le cas pour les courgettes, + 27 %. En revanche, le melon et la pastèque se distinguent par des reculs de leur volume d'achat (-2 % en valeur). Enfin, dans le groupe des racines, bulbes et tubercules (ail, oignon, échalote, carotte, navet...), la progression des achats en volume et en valeur a été générale.

\* Enquête réalisée conjointement par le CTIFL et INTERFEL sur la base des données du panel de consommateurs KANTAR.

#### **EN CHIFFRES**

2020 est une année record pour l'achat de fruits et légumes frais.

La quantité achetée par ménage s'élève à 173,6 kg.

409€

c'est la somme moyenne annuelle dépensée par ménage pour l'achat de fruits et légumes frais. 99,9 %

des ménages ont acheté des fruits et légumes frais en 2020. 2,7 kg

c'est la quantité par acte d'achat.

#### ÉVÉNEMENT

# Hélène Darroze ambassadeurs de l'Année internationale des fruits et légumes

2021 est l'Année internationale des fruits et légumes (AIFL), une initiative de l'ONU. Pour Interfel, qui va piloter l'opération cette année en France, il fallait des personnalités de poids pour accompagner cet événement. L'interprofession des fruits et légumes frais a donc proposé à Hélène Darroze et à Guillaume Gomez d'être respectivement ambassadrice et parrain. Les deux chefs ont accepté avec enthousiasme. «C'est avec fierté qu'à l'occasion de l'Année internationale des fruits et des légumes, je souhaite apporter mon soutien à toute une filière qui se mobilise chaque jour. Des femmes et des hommes qui s'engagent afin de proposer une grande variété de produits de qualité, sains et savoureux pour le plaisir de tous », raconte l'ambassadrice aux 5 étoiles *Michelin.* « *Je suis très fier de parrainer l'année* des fruits et légumes pour sensibiliser les



Hélène Darroze et Guillaume Gomez

consommateurs aux atouts gourmands et sains de nos terroirs et territoires », ajoute l'ancien chef des cuisines du Palais de l'Élysée, Meilleur ouvrier de France, et désormais « représentant personnel d'Emmanuel Macron au service de la

gastronomie française à l'international ». Président d'Interfel, Laurent Grandin a présenté les grandes lignes du programme. Le lancement officiel devrait se faire au mois de juin, à Paris « au sein d'un lieu d'exception à la symbolique forte ». Par ailleurs, Interfel souhaite mobiliser les pouvoirs publics afin qu'ils prennent des engagements forts comme la distribution de chèques alimentaires ou l'organisation de cours de cuisine à l'école. Enfin, dans le cadre de la campagne « Cuisinés Maison », le Foodtruck d'Interfel parcourra, de mai à décembre, les régions à la rencontre des Français: au programme, dégustation de fruits et légumes, conseils pratiques, astuces antigaspi et démonstrations culinaires. C'est la première fois depuis la création de ces années internationales en 1959 que les fruits et légumes sont à l'honneur.

#### **COMMUNICATION**

# Bon & Engagé, la nouvelle marque du Groupe Pomona



Bon & Engagé est la nouvelle marque propre du Groupe Pomona commune aux réseaux TerreAzur, PassionFroid et EpiSaveurs. Pour le groupe, cette nouvelle marque constitue « une réponse claire au mieux manger : des produits toujours plus responsables, accessibles et avec du goût... pour le plaisir de tous! ». Les produits estampillés Bon & Engagé sont le fruit d'une collaboration étroite entre les équipes du Groupe et leurs fournisseurs et producteurs « dans une démarche exclusive d'amélioration continue ». Ensemble, ils sélectionnent les bons produits et les bons ingrédients. Ils veillent à limiter au maximum la présence d'additifs et d'ingrédients ultra-transformés et à supprimer les arômes artificiels. Ils travaillent à l'amélioration de la qualité nutritionnelle des recettes. Toutes ces actions ont pour finalité de promouvoir les filières françaises et locales, de favoriser la pêche durable et l'élevage responsable,

et d'agir pour la transition écologique, et notamment l'agro-écologie. Les premières gammes de fruits et légumes sont disponibles chez TerreAzur depuis le mois d'avril 2021, suivies au mois de juin d'entrées froides et chaudes, de charcuteries, plats cuisinés, produits de la mer et desserts surgelés chez PassionFroid. Les produits d'épicerie seront quant à eux distribués par EpiSaveurs au début 2022. Le but est, à terme, de permettre aux professionnels de la restauration – en particulier collective – de composer des menus complets Bon & Engagé de l'entrée au dessert, toute l'année.

#### **RENDEZ-VOUS**

#### Congrès mondial des Marchés de gros à Florence

L'Union mondiale des marchés de gros (WUWM) organise une conférence internationale à Florence, le 25 juin, afin d'échanger sur les conséquences de la crise pour le secteur alimentaire du frais et de proposer des moyens innovants et productifs pour se remettre de la pandémie et mieux se préparer aux crises futures. Cette conférence est intitulée « La distribution de produits alimentaires frais dans le monde post-Covid-19: Défis, opportunités et pistes pour assurer un système alimentaire mondial résilient et durable ». Elle coïncidera avec le Sommet des Nations unies sur les systèmes alimentaires 2021, où les principaux acteurs du secteur alimentaire se réunissent. « Tous ensemble, nous pouvons ébaucher une voie pour assurer la sécurité alimentaire dans le monde de demain, avec pour objectif clair de proposer des moyens concrets pour garantir l'accessibilité à des régimes alimentaires sains de manière durable », précise la WUWM dont Stéphane Layani prend la présidence cette année.

#### **FORMATION**

### L'École Lenôtre aux portes du Marché



À l'occasion de ses 50 ans, l'École des arts culinaires Lenôtre a emménagé au début avril à deux pas de la porte sud du Marché de Rungis. L'établissement, situé jusque-là à Plaisir, s'est installé dans des locaux flambant neufs d'une surface de 2 300 m² et dotés de 13 plateaux techniques équipés en matériel dernière génération. De quoi accueillir au mieux les 4000 stagiaires annuels formés aux différentes disciplines de la gastronomie : cuisine, traiteur, charcuterie, sommellerie, pâtisserie, chocolat, sucre d'art, glace,

boulangerie, viennoiserie, relation de service. Le rapprochement physique avec le Marché de Rungis ne doit rien au hasard. L'école, qui a choisi d'adhérer à Rungis Académie, le hub de formations des métiers de bouche du Marché, entend mettre l'accent sur la compréhension des enjeux de la production et de la consommation. «L'école s'engage à transmettre à ses élèves la reconnaissance de la qualité et des producteurs et le respect de la saisonnalité des produits », précise-t-on chez Lenôtre qui entend « guider ses élèves vers une exécution responsable, en leur donnant les clés de la cuisine de demain ». À l'occasion de son implantation, l'École Lenôtre va lancer de nouvelles formations en lien avec le plus grand marché de produits frais au monde. Un cours « Cuisine : du marché à la dégustation » permettra de combiner la découverte du Marché international de Rungis avec la cuisine et la dégustation des produits de saison.

#### **DISTRIBUTION**

# Les magasins spécialisés bio en pleine croissance

Les magasins spécialisés en produits biologiques annoncent avoir enregistré une croissance supérieure à 10,3 % en 2020, selon le Synadis bio, syndicat des distributeurs bio spécialisés. « Cette croissance à deux chiffres confirme que la distribution bio spécialisée est sur les bonnes macrotendances de société, qui ont vocation à se pérenniser », se félicitent Synadis bio et Forebio (fédération de 18 groupements de producteurs bio). Une croissance



qui a été portée par les produits bruts, non transformés, qui ont crû de 13,5 % et plus particulièrement les fruits et légumes bio qui ont progressé encore plus vite. Les cinq groupements de fruits et légumes de Forébio ont connu une croissance de leurs ventes «très forte» de l'ordre de 21 %.

Une tendance que confirment les résultats publiés ces dernières semaines par les grandes enseignes du secteur. Biocoop a ainsi enregistré une croissance de 16,6 % en 2020 à 1,62 Md€. L'année dernière, soixante nouveaux magasins de l'enseigne ont ouvert, qui compte désormais 700 points de vente. De son côté, Naturalia (groupe Casino) annonce une hausse de 22,4 % de son chiffre d'affaires à 395 M€. Une performance liée à « un réseau solide » de plus de 224 points de vente, dont 20 % en franchise, commente l'enseigne qui se développe en national et particulièrement en périurbain depuis le lancement de Naturalia marché bio.

#### Nominations



Serge Nadaud président de la CNTF (triperie)

La Confédération nationale de la triperie (CNTF), qui rassemble industriels, grossistes et détaillants spécialisés dans le commerce des produits tripiers, a un nouveau président. Serge Nadaud, président de l'entreprise de gros de Rungis Nadaud-Delahaye, succède au détaillant Pascal Gonnord, qui avait souhaité passer la main. Le Marché de Rungis est bien représenté à la confédération, puisque Jean-Jacques Arnoult, également grossiste à Rungis et président de l'union syndicale des marchands d'abats en gros (Usmag) est élu vice-président. Gilles Hirschfell, industriel à Strasbourg (Tbra) et Dominique Groussard, représentant des détaillants, sont également viceprésidents. Le secrétaire est le Lyonnais Sébastien Bouhours et le trésorier Raphaël Elnaggar (Prodal et LeNaja).



**Emeline Gommer** est la nouvelle directrice de Rungis Groupement Employeurs, organisme prestataire en ressources humaines du Marché de Rungis. Arrivée en 2012 au groupement d'employeurs des grossistes du marché, elle succède à Stéphane Vulfranc.

Annie Pedrosa a été promue directrice organisation et QSE au sein d'Ovimpex. Elle était précédemment directrice des ressources humaines et qualité sécurité environnement du grossiste en viande filiale d'Arterris.

#### HORTICULTURE

### Une campagne pour relancer les fleurs

Une nouvelle campagne européenne de promotion des fleurs et plantes, a été lancée le 12 avril dernier en France. Intitulée « Embellissez la vie », cette campagne a été déployée grâce à un fonds d'urgence de l'Union européenne pour relancer le secteur de la floriculture, qui a beaucoup souffert au printemps 2020. Durant trois semaines, les consommateurs de sept pays européens, dont la France, seront destinataires de ce message à la télévision, sur YouTube et dans les points de vente. Par ailleurs, le début du printemps a été marqué par plusieurs nouvelles encourageantes pour le secteur. Alors que la campagne 2020 avait été gravement compromise par la fermeture des commerces nonessentiels, le Gouvernement a officiellement

autorisé le 19 mars dernier, par décret, l'ouverture des «commerces de plantes, fleurs, graines, engrais, semences, plants d'espèces fruitières ou légumières ». Quelques jours plus tard, les professionnels ont appris avec satisfaction l'ouverture opérationnelle du régime d'aide d'État de 25 M€ en soutien aux entreprises de production ayant subi des pertes importantes lors du confinement du 15 mars au 15 mai 2020. Une mesure en forme d'aboutissement d'une longue démarche de sensibilisation menée de concert entre VAL'HOR et les fédérations professionnelles de la production horticole française, auprès des pouvoirs publics. Les producteurs ont jeté, à la suite du premier confinement, l'équivalent de 60 M€ de fleurs et plantes.



## 98 bouchers à l'œuvre

La Confédération française de la boucherie, boucherie-charcuterie, traiteurs (CFBCT) est à l'origine d'un beau livre de recettes entièrement à base de viande accompagné de conseils d'experts. 98 artisans issus de 98 départements ont participé à ce livre, mettant en valeur les spécialités régionales. Format 19,5 x 27,5 cm, 224 pages, 98 recettes, des conseils, + de 300 photos. Éditions Sepeta.







#### **SIGNATURE**

# Une convention pour l'agriculture du Grand Paris



Une «convention cadre de stratégie partagée sur l'agriculture métropolitaine » a été signée le 30 mars entre le président de la Métropole du Grand Paris\* Patrick Ollier et celui de la chambre d'agriculture d'Île-de-France Christophe Hillairet. La convention cadre recouvre les principaux enjeux de l'agriculture sur ce territoire très urbanisé où elle ne représente que 2 % des terres : l'approvisionnement de la restauration collective, le développement d'équipements de transformation, la politique foncière, ou encore la structuration des filières. Les acteurs régionaux disposeront notamment du levier du « Plan métropolitain de relance » de mars 2020, doté d'une enveloppe de 110 M€, dont l'un des axes est consacré à la santé et à la sécurité alimentaire ou encore du Contrat de relance et de transition écologique (CRTE)

que la métropole a signé avec l'État en mars. « La première condition de la durabilité de l'agriculture en Île-de-France, c'est de connaître les territoires où des entrepreneurs pourront se projeter sur plusieurs années », a précisé Christophe Hillairet en référence à l'urbanisation galopante autour de Paris. «Notre schéma de cohérence territoriale (SCoT), qui sera retenu avant la fin de l'année, doit nous permettre de protéger le foncier agricole », lui a répondu Patrick Ollier. Le maire de Rueil-Malmaison s'est félicité, par exemple, de la sanctuarisation récente, grâce à la métropole, de 27 ha de terres cultivées dans la plaine d'Argenteuil (95), destinées au maraîchage et à l'arboriculture.

Des actions de réserve foncière ont également été engagées à Bourg-la-Reine (92) ou encore Romainville (93). « À partir du moment où l'on souhaite rapprocher l'agriculture des consommateurs sur notre territoire, il faut y attirer à nouveau l'industrie de transformation (légumeries, moulins, laiteries, abattoirs) qui l'a peu à peu déserté », a également souhaité le président de la Chambre régionale d'agriculture.

\* L'intercommunalité du Grand Paris regroupe la capitale et 130 communes, comprenant l'intégralité des communes des départements de la petite couronne (92, 93, 94) ainsi que sept communes de la « grande couronne ».

#### **PATRIMOINE**

# La baguette de pain en marche vers l'Unesco

La baguette de pain est bien partie pour être inscrite au patrimoine culturel immatériel de l'Unesco. La ministre de la Culture, Roselyne Bachelot, vient de sélectionner ce dossier pour l'adresser au secrétariat de l'entité du patrimoine vivant de l'Unesco. Il sera dès lors examiné par les instances de l'organisation qui devrait rendre son verdict à la fin 2022. Depuis quatre ans, la Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie française et son président, Dominique Anract, défendent ce dossier. Cette cause bénéficiait de l'appui du président de la République qui

avait affirmé son soutien aux boulangers alors qu'il les recevait au Palais de l'Élysée, le 13 janvier dernier. Pour la Confédération qui représente 33 000 entreprises, cette reconnaissance permettrait de «sensibiliser à la richesse des savoir-faire liés à la préparation de la baguette et à l'importance de leur transmission aux générations à venir». Elle souligne aussi le caractère universel de cette candidature. En effet, quotidiennement, 12 millions de consommateurs poussent la porte d'une boulangerie et cet artisanat a mobilisé 24 000 apprentis en 2020.

#### En bref



#### Pavillon France dans la charte d'engagement « Provenance et Fraîcheur »

La marque collective impliquant tous les acteurs de la pêche française Pavillon France a annoncé qu'elle accompagnerait les points de vente dans la mise en œuvre de la charte d'engagement « Provenance et Fraîcheur » qui permet la mise en avant des produits frais et locaux. Pavillon France propose aux professionnels de la poissonnerie des outils de mise en avant dédiés aux rayons marée : un panneau étal qui intègre le logo « Plus près de vous et de vos goûts », un sticker qui sera présent sur l'ensemble des animations Pavillon France en magasin.

#### Le Mondial du fromage en septembre

Le Mondial du fromage et des produits laitiers a reporté son édition 2021 aux 12, 13 et 14 septembre prochains au Parc Expo de Tours. Cette 5° édition dédiée aux affineurs, laitiers, distributeurs, fabricants de matériel, équipementiers, chefs... réunit près de 3000 visiteurs et quelque 200 exposants venus de plus de 48 pays.

#### Livraison électrique chez Delanchy

Le transporteur Delanchy a mis en circulation en fin d'année dernière son tout nouveau Renault Trucks D ZE 16t 100% électrique sur son agence Fargier de Rungis. Il doit livrer le centre de Paris au départ du marché. Traction et groupe froid sont alimentés par le pack batteries, ce qui lui permet d'assurer des livraisons urbaines avec une autonomie d'une centaine de kilomètres.





AVRIL

Laurent Saint-Martin, rapporteur général du budget à l'Assemblée nationale, était l'invité de l'assemblée générale de la CPME du Val-de-Marne. Son président Alain Martinez a notamment interrogé le député de la

3º circonscription du Val-de-Marne sur l'accompagnement des entreprises dans la sortie de crise. « Il est hors de question d'envisager un arrêt brutal des aides publiques, qui freinerait la reprise de l'investissement », a-t-il répondu, estimant qu'il serait incohérent d'« avoir aidé les entreprises pendant un an pour ne pas leur permettre de redémarrer ».

L'élu s'est également prononcé en faveur de la prolongation de la concession du Marché de Rungis de 2049 à 2070 afin de permettre aux entreprises de bénéficier d'une meilleure visibilité.



' '

AVRIL

**AVRIL** 

Le president Stephane Layani s'est felicite sur les réseaux sociaux de l'obtention par le Marché de Rungis d'un prix au prestigieux concours d'architecture Le Geste d'or. La Semmaris, maître d'ouvrage, et l'atelier d'architecture Raf Listowski, maître d'œuvre, le bureau d'études IPC Ingénierie et les entreprises Techbat Fluides, AMT, EXA ECS, Hervé Thermique, EMPR et Racinea ont obtenu un « Geste d'argent » pour la réhabilitation de son bâtiment emblématique Rungis Événements. Symbole de l'époque des Halles de Paris, cet espace de 1750 m² a été rénové et rendu plus modulable, tout en respectant son héritage historique. Il sera disponible pour tous types d'événements dès qu'ils seront rendus possibles.



AVRIL

Le Collectif Solidaire, dont le Marché de Rungis et ses entreprises sont partenaires depuis le début de la crise sanitaire, est à l'origine d'un quatrième « repas solidaire ». 600 repas ont été distribués aux étudiants via l'Association Co'p1 - Solidarités étudiantes et la Mairie de Paris. Un menu d'exception était au programme puisque les plats ont été préparés par des bénévoles sous la houlette de grands chefs, dont le triplement étoilé Romain Meder. L'association était accueillie par le restaurant Radioeat à la Maison de la radio et a reçu le soutien du critique et journaliste gastronomique François-Régis Gaudry. Les produits ont été récupérés auprès des grossistes de Rungis via le réseau d'épiceries solidaires ANDES (Groupe SOS).



Val-de-Loire, a été intronisé à la Commanderie des Gastronomes Ambassadeurs de Rungis, à l'issue de l'assemblée générale de la société d'assurances à Massy. Un petit événement pour

la Commanderie dont les activités ont été mises entre parenthèses ces derniers mois. Lors d'une assemblée générale qui s'est tenue le 30 mars, une nouvelle fois en visio, le Grand Maître Xavier Espana a tenu à ouvrir des perspectives pour 2021 et a annoncé une promotion importante d'intronisations, en quantité et en qualité, certainement à l'automne. Stéphane Layani, le président du Marché, a réaffirmé le soutien et l'engagement de la Semmaris auprès de la Commanderie. Tous les Commandeurs n'ont qu'une hâte : « Démontrer par l'exemple que le meilleur de la table est à Rungis. »

NDLR: les masques ont été retirés quelques instants pour la photo.



# « Un Grand Marché éthique et respectueux »

Le Grand Marché s'est doté d'un véritable plan d'action RSE (responsabilité sociétale des entreprises), qu'il partage avec les acteurs du MIN.

our faire un état des lieux de tout ce qui se faisait déjà « de manière éparpillée », sur le site du Grand Marché MIN de Toulouse-Occitanie, Maguelone Pontier, sa directrice, a confié à Solutions durables, jeune entreprise installée sur le MIN en 2020, la mission de réaliser un audit, sur la base des 42 indicateurs issus des recommandations de la norme ISO 26000. La TPE a ainsi effectué un important travail de collecte d'informations auprès des opérateurs du site, pour évaluer les points forts et les points faibles et établir une feuille de route visant à améliorer la performance du site. En matière environnementale, le MIN a signé en 2018 une convention avec la ville de Blagnac pour l'exploitation et la gestion de la zone maraîchère des Quinze sols. Neuf nouveaux maraîchers s'y sont depuis installés gratuitement, sur le carreau, pendant un an, pour vendre leur production. Une gratuité qui vaut pour tous les jeunes agriculteurs et les producteurs bio qui souhaitent débuter sur le MIN. Le service Qualité-Sécurité-Environnement du Grand Marché a par ailleurs rédigé une charte sur la prévention des risques environnementaux. Les entreprises sous-traitantes, en charge du nettoyage, doivent utiliser des produits à faible impact. Chaque année, près de 700 t de déchets sont triées et revalorisées, si bien qu'une déchetterie est en projet. 230 m³ d'eau de pluie sont collectés et utilisés pour le nettoyage des sols et l'arrosage. Et 18000 m2 de panneaux photovoltaïques sont exploités sur deux bâtiments, et bientôt cinq, avec une partie d'électricité autoconsommée. Enfin, 8 000 m<sup>2</sup> d'espaces verts entretenus sans pesticides, dont deux toits végétalisés, contribuent à ralentir le réchauffement en été. Six ruches y seront tenues cette année. Parmi les opérateurs, AppliColis plateforme



collaborative de livraison du dernier kilomètre, propose de transporter jusqu'à 300 kg, à vélo, vélo-cargo et vélo-remorque vers le centre-ville.

Sur le volet économique et sociétal, le Grand Marché héberge deux associations d'intérêt général, en lien avec l'aide alimentaire, Les Belles Gamelles et Solaal Occitanie, qui ont offert près de 81 000 repas au cours du premier semestre 2021. Il est aussi mécène de l'association De toit à moi qui œuvre pour l'hébergement pérenne des sans-abri, pour laquelle une grande course solidaire sera proposée en 2022, à tous les salariés et opérateurs du site. De nombreux partenariats sont également en cours, notamment avec France Horizon pour l'accueil de stagiaires et Aspie Friendly, qui travaille à l'inclusion universitaire des personnes autistes, qui pourront se former à la cuisine. « Nous souhaitons aussi sensibiliser les professionnels de la restauration à l'accueil des autistes, qui souvent ne supportent pas le bruit, ni le mélange des matières dans une assiette », précise Maguelone Pontier. Enfin, concernant le volet social du plan d'action, trois structures présentes sur le MIN - Aidal 31, ANRH et Cuisine Mode d'emploi(s) - œuvrent pour l'emploi et l'insertion professionnelle de personnes handicapées ou éloignées de l'emploi. En 2019, cela a représenté 7 000 heures d'insertion et déjà 3 200 heures, de janvier à mars 2021. Autre sujet d'intérêt, la santé et la sécurité au travail. Dès septembre, des cours de sport (pilates, TRX, parcours de santé...) seront présentés par des professionnels, aux opérateurs et à leurs salariés, afin de les aider à se maintenir en bonne santé, sans stress et sans TMS (trouble musculosquelettique)! Florence Jacquemoud

#### Convention

# Six structures partenaires pour l'insertion sociale et professionnelle

France Horizon, l'ANRH (Association pour l'insertion et la réinsertion professionnelle et humaine des handicapés), Pôle Emploi, Les Belles Gamelles, Cuisine Mode d'emploi(s) et le Grand Marché ont signé, le 25 mars, une convention en faveur de l'insertion sociale et professionnelle. Mise à disposition de salariés tuteurs pour

favoriser la pérennité des recrutements, diffusion de CV et d'offres d'emploi, de formation et de missions de bénévolat, accompagnement des équipes dans l'insertion de collaborateurs en situation de handicap... chaque structure apporte sa pierre à l'édifice pour porter le projet.

## Le saumon de Norvège ne contient aucun antibiotique







Réduire l'utilisation des antibiotiques dans la production alimentaire est un objectif important dans la lutte contre la résistance aux antibiotiques. La Norvège a réussi à atteindre une utilisation quasi nulle des antibiotiques dans ses élevages de saumon. Le saumon de Norvège est soumis aux normes européennes strictes sur les résidus de médicaments vétérinaires. Au cours des dix dernières années, les organes de contrôle norvégiens n'ont trouvé aucun résidu d'antibiotique dans les saumons d'élevage de Norvège destinés à la consommation humaine.

Parce que l'origine compte.





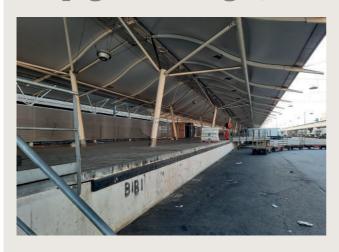
La crise sanitaire a révélé l'importance de la logistique dans la vie du pays. Par ailleurs, le réchauffement climatique impose de « décarboner » le transport de marchandises. C'est fort de ces deux constats que l'État a tenu, en décembre dernier, le 1<sup>er</sup> comité interministériel de la logistique (Cilog). À cette occasion, le fret ferroviaire a été fléché comme une priorité.

Dossier réalisé par Olivier Masbou et Bruno Carlhian

'année 2020 restera comme « une année charnière pour la structuration de la filière logistique», indique le compte rendu de ce 1er Cilog. La crise sanitaire a mis en lumière le rôle essentiel de la logistique. Par ailleurs, l'État souhaite soutenir la décarbonisation du transport de marchandises. En effet, « le fret ferroviaire est un élément important de la politique climatique » rappelle 4F, l'Alliance qui réunit les acteurs du fret ferroviaire en France. Le rail consomme six fois moins d'énergie et émet neuf fois moins de CO, que les véhicules de transport thermiques. Il peut donc contribuer à réduire considérablement les émissions de CO, du système de transport actuel qui représente 39 % des émissions totales. D'où l'importance accordée au fret ferroviaire. Le plan « France Relance » a, notamment, pour ambition de doubler la part modale du fret ferroviaire d'ici à 2030. L'État envisage de déployer un plan de soutien massif au secteur « convaincu de ses nombreux avantages (moins de bruit, d'accidents et de congestions par rapport à la route) ». Ainsi, des aides à l'exploitation des services de fret ferroviaire sont prévues dans le but d'améliorer la compétitivité du rail. Le plan de relance prévoit aussi de renforcer le soutien de l'État, aux côtés des collectivités et des chargeurs, à la remise en état des lignes «capillaires fret» (outils essentiels pour accéder aux lieux de production), aux terminaux multimodaux et, plus généralement, aux infrastructures nécessaires à la mise en place de services de fret ferroviaire. Au total, le plan de relance comprend un montant de 250 M€ d'investissements spécifiques au fret. Avec les financements qui figuraient déjà dans la trajectoire de la loi d'orientation des mobilités (250 M€) et les cofinancements attendus, c'est ainsi au total 1 Md€ d'investissements qui devraient être engagés d'ici à 2022 en faveur du fret ferroviaire. Le plan de relance invite par ailleurs le groupe SNCF à mobiliser 210 M€ de produits de cessions pour financer les surcoûts liés à une meilleure prise en compte des circulations fret lors des travaux menés par SNCF Réseau sur le réseau ferré. De nombreuses autoroutes ferroviaires existent déjà. On peut citer celles qui sont exploitées par VIIA, la filiale de SNCF

Logistics qui a mis sur les rails en 2012 les premiers trains longs (850 m) en Europe reliant Le Boulou (Pyrénées-Orientales) à Bettembourg (Luxembourg). La ligne Barcelone-Bettembourg a, elle, été lancée en 2019, tout comme les nouvelles autoroutes ferroviaires Mâcon-Calais et Macôn-Le Boulou. Pour atteindre ces objectifs ambitieux, les initiatives, qu'elles soient publiques ou privées, et parfois un mix des deux, se multiplient. Ainsi Europorte, 1er opérateur privé de fret ferroviaire en France, qui transporte des marchandises pour l'industrie (chimie, ciment...) ou pour l'agriculture (céréales), a lancé au mois de mars Flex Express, une navette ferroviaire à haute fréquence entre la France, l'Allemagne et le Benelux. Des projets sont également dans les cartons. L'État a lancé, au début février, un appel à projets pour le développement d'un nouveau service d'autoroute ferroviaire entre Sète et Calais «Ce nouveau service d'autoroute ferroviaire va améliorer la desserte ferroviaire entre les ports. En développant ainsi les corridors de fret ferroviaire transnationaux, le Gouvernement agit concrètement pour la •••

### Perpignan-Rungis, une décision très attendue



À l'heure où nous bouclions ce numéro, le gouvernement s'apprêtait semble-t-il à faire connaître le candidat retenu à l'issue de l'appel à manifestation d'intérêt lancé en décembre dernier pour reprendre l'activité de cette ligne. Selon les informations du quotidien perpignanais *L'Indépendant*, « un ou plusieurs dossiers ont été déposés avant la date butoir du 29 janvier 2021 » L'appel à manifestation d'intérêt était accompagné, de la part du ministère des Transports, d'aides à l'exploitation et à l'investissement. Le gouvernement s'était fixé pour objectif une reprise progressive du trafic à l'été 2021. Le train a transporté jusqu'à 140 000 tonnes annuelles de fruits et légumes par an dans ses derniers mois d'exploitation avec un apogée à 200 000 tonnes. Son arrêt a occasionné la remise sur la route d'environ 80 semi-remorques pour assurer la liaison. **B. C.** 



•• transition écologique: une autoroute ferroviaire créée, c'est 20000 camions en moins
sur les routes chaque année », a déclaré à cette
occasion Jean-Baptiste Djebbari, ministre
délégué chargé des Transports. La ligne
devrait être opérationnelle au courant de
2022: la Manche et la Méditerranée seront
alors reliées par le fer avec des trains pouvant faire jusqu'à un kilomètre de long. À
terme, cette ligne pourra permettre de relier

Barcelone à Anvers. Si le fer permet de rapprocher les mers, il s'intéresse également au fluvial. En janvier dernier, SNCF Réseau et Voie navigable de France (VNF) ont signé une convention dont le but est de développer la complémentarité opérationnelle entre les réseaux ferrés et fluviaux. Ce «rapprochement stratégique» doit permettre de parvenir à une croissance commune de leurs trafics sur les deux réseaux. 2021 a été décrétée «Année européenne du rail » par la Commission européenne. Profitant de cette occasion, 16 ministres des Transports, parmi lesquels Jean-Baptiste Djebarri, ont appelé la Commission européenne «à lancer une initiative en faveur des operateurs de fret ferroviaire afin de promouvoir le report modal vers des transports propres ». Pour le fret, l'heure du rail, et du fleuve, est, peut-être arrivée.

### Le fluvial, une voie d'avenir?

Le programme EVE (Engagements volontaires pour l'environnement) a remis en octobre dernier ses trophées, qui récompensent « la mise en place d'actions innovantes ou une coopération interentreprises réussie » en faveur de la performance énergétique. La plateforme, financée par les certificats d'économie d'énergie (CEE) et portée par l'ADEME et les organisations professionnelles (AUTF, CGI, FNTR, FNTV, OTRE, Union TLF), a notamment distingué le projet original porté par l'entreprise XPO pour l'instauration d'une solution multimodale fluviale en faveur de l'enseigne Franprix. Mise en place dès 2012, cette liaison permet de transporter 40 caisses mobiles chaque jour par voie fluviale depuis Bonneuil-sur-Marne (94) jusqu'au port de la Bourdonnais dans Paris, où des camions les récupèrent pour livraison vers plus de 250 points de vente. Un travail en partenariat avec Ports de Paris, la mairie de Paris, la région Île-de-France et VNF qui compte se poursuivre pour transporter 46 conteneurs quotidiennement à terme. S'il est anecdotique dans le secteur alimentaire, le transport fluvial évolue favorablement. Selon Voies navigables de France (VNF), le transport fluvial a plutôt bien



résisté à la crise en 2020. Malgré un recul de 10%, le niveau d'activité est équivalent à celui enregistré en 2018 (près de 6,7 milliards de t-km pour 50,4 millions de tonnes transportés). Les principales filières utilisatrices du mode fluvial restent les matériaux de construction et l'agriculture avec respectivement 22,5 millions et 13,2 millions de tonnes transportées en 2020. Mode de transport massifié, faiblement émetteur de gaz à effet de serre et ne contribuant pas à la congestion routière en zone urbaine, le fluvial est l'un des bénéficiaires du plan de relance, Le gouvernement a prévu de mobiliser 175 M€

en faveur du secteur pour la rénovation des canaux et voies navigables. Par ailleurs, un Plan d'aide à la modernisation de la flotte fluviale (PAMI) est mis en œuvre par périodes de cinq ans, sous l'égide de VNF et cofinancé par l'État, depuis 2013.

Au premier semestre en 2020, les autorités françaises ont également obtenu de Bruxelles une augmentation du plan d'aide à la modernisation de la flotte fluviale en le portant à 20. Le plan vise notamment à «l'intégration du maillon fluvial aux chaînes logistiques» et au soutien à l'émergence de solutions innovantes.

B. C.



# « La crise sanitaire a mis en lumière l'importance de la logistique »

### Anne-Marie Idrac, présidente de France Logistique

# Rungis Actualités : France logistique a été créée en janvier 2020 pour structurer et coordonner la filière logistique française. Quels sont vos projets ?

Anne-Marie Idrac : Réunissant l'ensemble des acteurs du secteur privé du transport de marchandises et de la logistique française, l'association France Logistique permet de porter de manière transverse et d'une seule voix les enjeux de la filière auprès des pouvoirs publics. La crise sanitaire a mis en lumière l'importance de la logistique, car on peut limiter les mouvements des personnes, mais maintenir la mobilité des marchandises est indispensable à la vie économique et sociale de toute notre économie pour l'approvisionnement en biens essentiels, notamment alimentaires, de nos concitoyens grâce aux commerces, en produits bruts, notamment agricoles, de nos usines. Nos projets visent à améliorer la compétitivité du secteur transport de marchandises et logistique en France, fortement concurrencé par ses voisins européens, au profit de l'emploi dans les territoires, tout en accélérant la transition écologique. Pour cela, l'image et la prise en considération de notre secteur par les pouvoirs publics doivent encore être améliorées pour utiliser la logistique comme un outil de croissance verte.

# Le Plan France relance a décidé de mettre l'accent sur le redéploiement du fret ferroviaire. Concernant les produits alimentaires, frais ou non, quels sont les chantiers prioritaires ? Où en est le projet de relance du «Train des primeurs» entre Perpignan et Rungis ?

Concernant le ferroviaire, France Logistique soutient les objectifs très ambitieux de doublement de la part de marché du rail, notamment son intermodalité avec le fret

routier et le transport combiné rail-route, qui assure ainsi une desserte fine des fournisseurs et destinataires. Les chantiers vus par les clients sont doubles:

- garantir la fiabilité du mode ferroviaire, notamment en termes de disponibilité des sillons et de respect des horaires ;
- -améliorer sa compétitivité en pérennisant, dans la durée, les aides publiques mises en place dans le cadre du plan de relance. Il convient enfin que l'organisation des stocks, notamment de ceux susceptibles d'utiliser les modes massifiés, soit mise en cohérence avec les capacités de flux, dans une vision globale de logistique ferroviaire. Concernant plus spécifiquement le «train des primeurs», un appel à manifestation d'intérêt a été lancé par l'État en 2020 et était ouvert jusqu'en janvier 2021. Les candidatures sont actuellement étudiées par les ministères, et le résultat devrait être connu prochainement.

#### D'autres alternatives à la route existent pour le transport des marchandises alimentaires, le fluvial par exemple. Comment renforcer la place de ces types de transports?

Les spécificités du mode fluvial (temps long, zones géographiques desservies limitées) font qu'il est plus adapté pour certains types de trafics. Il est donc nécessaire d'intensifier prioritairement les actions sur les segments à potentiel de développement.

Pour ce faire, il faut notamment :

- -faciliter la desserte fluviale des ports maritimes, tant à l'import qu'à l'export, entre autres pour les containers, en travaillant sur les infrastructures et sur les modes de facturation du multimodal fluvial;
- permettre l'installation des lieux de stockage (notamment les entrepôts, silos, etc.) le long de la voie d'eau, y compris en

- ville pour favoriser la logistique urbaine fluviale ;
- développer la compétitivité intrinsèque de la voie d'eau.

#### Un schéma de transport passe forcément par une collaboration avec les pays voisins, l'Union européenne, voire au-delà. Quelles sont les ambitions françaises en ce domaine?

Le transport et la logistique sont au cœur des stratégies structurées de souveraineté économique de plusieurs pays : l'industrie allemande est organisée autour des flux entrants, notamment des pays de l'Est de l'Europe, et sortants à l'export. Le modèle chinois utilise les «routes de la soie», non seulement pour l'exportation de produits «made in China», mais désormais aussi du «made by China» plus près des marchés de consommation. En France, cette prise en considération de la fonction essentielle du transport et de la logistique mérite d'être améliorée et portée avec une vision globale associant infrastructures et services. Aujourd'hui, elle se limite souvent à une volonté de verdir les flux, en améliorant leur massification et en verdissant les motorisations, sans intégrer son rôle dans la maîtrise des approvisionnements et de la distribution des clients de la logistique. Toutefois le monde agricole et alimentaire, avec sa forte composante d'export fait figure de précurseur, en France, sur la prise en considération du rôle de la logistique. À ce titre, je tiens à souligner les travaux menés par Intercéréales visant à développer un schéma directeur national du fret, articulant les stocks et les flux.

#### Propos recueillis par Olivier Masbou

Note : cette interview a été réalisée le 22 avril 2021.



#### Le Cellier des Vignerons

1, rue Rachel 94400 Vitry-sur-Seine

Tél.: 01 46 80 49 96

500 références de vins, champagnes, spiritueux et bières composent la gamme du magasin, en perpétuelle évolution.

#### L'histoire

Ingénieur de formation, Jean-Baptiste Nani a découvert l'univers professionnel du vin en assurant la direction, à partir de 2014, de Travinec, une plateforme logistique sous température dirigée, dédiée au vin et située à Wissous (91). À la tête de cet outil de pointe revendu depuis, il travaille avec les plus grands domaines en France et à l'export et développe son goût et ses connaissances des vins, notamment bio et nature. L'une de ses clientes lui fait part de son intention de céder son affaire à Vitry-sur-Seine. L'entrepreneur franchit naturellement le pas pour vivre complètement sa passion pour les vins mais aussi pour laisser libre cours à son goût pour le contact avec les clients et les vignerons qui se succèdent dans la boutique. « Notre métier, c'est d'être chasseur et créateur de petites perles pour nos clients », s'amuse Jean-Baptiste Nani

Si le confinement a freiné le développement de la restauration, nous avons profité pleinement de l'engouement des Français pour leurs magasins de proximité, à commencer par leur caviste.

#### JEAN-BAPTISTE NANI, LE CELLIER DES VIGNERONS

### Une cave bio et bistronomique

Depuis qu'il a repris le Cellier des Vignerons à Vitry-sur-Seine, Jean-Baptiste Nani a attiré une nouvelle clientèle amatrice de vins bio et nature et propose des plats bistronomiques à partir de produits frais de Rungis.



Caviste implanté au cœur de Vitry-sur-Seine depuis 1980, le Cellier des Vignerons a connu un nouveau départ en 2019. Jean-Baptiste Nanni, qui a repris l'établissement cette année-là, a revu en profondeur l'offre de ce vaste magasin situé sur une place calme à l'est de la ville et en a profité pour développer de nouveaux services. « Le Cellier proposait très majoritairement des vins produits en culture conventionnelle, dont une partie vendue en vrac avec une carte assez courte de vins biologiques », raconte le nouveau patron, ancien logisticien venu à ce métier par passion. « Les proportions sont désormais inverses : 80% de notre gamme de vins est bio, en biodynamie ou nature. C'est à la fois un choix personnel car je supporte mieux ces vins mais aussi parce que je crois qu'à l'avenir on boira moins, mais mieux. »

Au total, le magasin offre plus de 500 références de vins de toutes les régions de France, de champagnes, de bières, et d'alcools (rhums, whiskys...). En outre, il présente une jolie gamme de bières artisanales françaises, mais belges, allemandes, écossaises, etc. ainsi que des bières locales, à commencer par « la Vitriote », une bière brassée et embouteillée dans la cité du Val-de-Marne. « Avec eux, nous allons même faire une bière à notre nom, La Cellier! », se réjouit Jean-Baptiste. Après l'aménagement d'une cuisine, le Cellier propose également depuis octobre 2019 une

offre de restauration du mercredi au samedi, dont la carte est renouvelée chaque semaine. « Lorsque j'ai repris l'affaire, c'était évident pour moi qu'il fallait proposer une offre à la hauteur des vins, tout en restant accessible », explique le patron. Si l'élan a été freiné par les restrictions successives pesant sur les restaurants, le Cellier s'est adapté et propose aussi des plats à emporter préparés avec soin et de préférence à base de produits bio. « Ce nouveau pôle complète la philosophie qui a fait ce qu'est le Cellier, un commerce de bouche centré sur la recherche de bons produits au meilleur rapport qualité-prix », résume ce commerçant épicurien.

Pour les approvisionnements des cuisines, la petite équipe du Cellier animée par Caroline et Germain a pu compter sur les fournisseurs du Marché de Rungis. « Lorsque j'ai repris, le magasin était déjà point relais pour Le Campanier, ce qu'il est toujours », rappelle Jean-Baptiste Nani. « Depuis, nous sommes également partenaires de La Cagette bio, chez qui nous prenons une bonne partie de nos légumes et dont j'apprécie qu'ils valorisent le local. » Le Cellier s'approvisionne également en viande biologique chez Beaugrain et chez Dispere bio pour certaines références bio pointues, comme le MeuhCola, alternative normande et transparente aux célèbres sodas américains.

B. C.



#### Savéol

77, rue du Père-Gwenaël 29470 Plougastel-Daoulas

**203**<sub>M€ de CA en 2019</sub>

126<sub>maraîchers</sub>

275 hectares (en serres principalement)

#### L'histoire

Ancêtre de Savéol, le Groupement maraîcher brestois (GMB) est créé en 1962. En 1974, un rapprochement commercial avec la coopérative de la Presqu'île donne naissance à Savéol. La marque commerciale sera lancée en 1981. 1983 voit la création du GIE La Croix qui deviendra Savéol Nature en 2013. C'est la Ferme aux insectes. En 1996, Savéol participe à la renaissance de la production de la fraise de Plougastel.

Il y a une relation historique entre Savéol et le Marché de Rungis qui a permis en partie à Savéol d'être ce qu'il est aujourd'hui. Des grossistes du Marché nous ont accompagnés dans notre démarche qui est de faire des tomates de qualité. En visitant régulièrement le Marché, on se rend compte aussi de la réalité du terrain, on découvre ce que les concurrents sont capables de proposer. Aujourd'hui, nous travaillons, avec un vrai sens du partenariat, avec 8 grossistes de Rungis qui mettent en valeur notre marque.

#### SAVÉOL, COOPÉRATIVE

### Le soleil se lève à l'Ouest

Si la coopérative Savéol a été créée en 1974, la marque, lancée en 1981, fête ses 40 ans cette année. Savéol revendique d'être leader de la production de tomates en France.

Lorsqu'en 1974, des producteurs issus des coopératives de la Presqu'île et du Groupement maraîcher brestois créent Savéol - « lever de soleil » en breton – ils ne se doutaient pas que leur engagement était visionnaire. « S'engager pour demain pour une agriculture responsable et positive, tel est le socle qui lie l'ensemble de nos maraîchers depuis la création de la coopérative », rappelle Pierre-Yves Jestin, maraîcher, et président de la coopérative. Si cette dernière est créée au milieu des années 1970, la marque commerciale Savéol sera lancée en 1981.40 ans plus tard, elle revendique fièrement d'être la première entreprise de production de tomates de l'Hexagone. Mais Savéol produit aussi des fraises (dont la Freizh Label rouge), des poivrons (mini et allongés), des concombres, des salicornes. La coopérative accueille également des producteurs de tomates en pleine terre et des producteurs bio (tomates, concombres, mini poivrons, et aloe vera). La gamme de tomates est très riche. Il y a les incontournables (tomates cocktail, cœur de pigeon, branchée, charnue, cerise, etc.); les spécialités de toutes les couleurs (verte - tomate tigreen; tomate cerise jaune, tomate ananas, etc.). Savéol propose également une gamme de tomates « cultivées sans pesticides ». Car à la coopérative, on est un peu comme Monsieur Jourdan avec la prose, on fait de la RSE depuis le début, sans le savoir. La préoccupation environnementale est au premier plan avec la baisse des intrants. Pour limiter le recours aux produits dans les serres, Savéol dispose de sa propre Ferme aux insectes Savéol nature. Cet élevage produit les auxiliaires nécessaires à la production biologique intégrée. En 2020, 10 millions de punaises prédatrices et 130 millions de micro guêpes parasites ont été élevées. Pour satisfaire à une demande de plus en plus importante, le bâtiment est en cours d'agrandissement. Pour bien afficher cette préoccupation, désormais 100% des producteurs sont certifiés haute valeur environnementale (HVE). Autre marqueur pour Savéol, le développement des emballages carton. Savéol lance ainsi une gamme de tomates cerises en barquette 100 % carton et 100 % recyclable. La RSE chez Savéol passe



Pierre-Yves Jestin.

également par l'installation et le renouvellement des générations. En 2021, la coopérative va accompagner cinq nouveaux producteurs: « Un homme et quatre femmes », précise fièrement Pierre-Yves Jestin qui tient à la parité dans une coopérative qui emploie globalement autant d'hommes que de femmes. « 40 ans après sa création, la marque Savéol est connue par trois Français sur quatre pour qui elle inspire confiance et qualité », ajoute le président. Pour marquer cet anniversaire, Savéol crée un pool de chefs et de Meilleurs ouvriers de France (quatre en tout) « pour accompagner les Français dans une consommation plaisir de nos produits ». « Savéol est une marque qui fédère ses maraîchers depuis 40 ans. Elle est actrice du dynamisme économique de son territoire. Elle séduit chaque année de nouveaux jeunes maraîchers adhérant pleinement aux valeurs de la coopérative et à son regard sur une agroécologie toujours plus engagée », conclut Pierre-Yves Jestin.

Olivier Masbou



**Butet**2-16, rue de Perpignan
94550 Chevilly-Larue

Tél.: 01 46 87 06 42

19 M€

**52** salariés

#### L'histoire

Fondée en 1912 dans le ventre de Paris, la société Butet est aujourd'hui pilotée par Olivier Perichon, qui a intégré l'entreprise en 1986 avant de prendre la suite de son père au milieu des années 1990. Historiquement, plus de la moitié du chiffre d'affaires est assurée grâce au secteur du CHR et, dans les années 1970, l'entreprise s'est largement ouverte à l'export. Mais la crise sanitaire a contraint Butet à prendre un virage. Olivier Perichon réactive en effet des marchés délaissés comme la GMS. En parallèle, il développe des partenariats commerciaux avec de nouveaux acteurs du digital se spécialisant dans la livraison de produits frais en e-commerce.

Nous allons faire face à un rebond du secteur de la restauration. Il s'agira d'être capable de fournir les produits et de répondre à une demande qui sera forte. Dans le même temps, nous devons faire croître notre activité sur de nouveaux marchés comme la GMS.

#### **OLIVIER PERICHON, BUTET**

# Le spécialiste du champignon se diversifie

La société Butet figure parmi les plus anciens grossistes du Marché de Rungis. On la retrouvait déjà aux Halles de Paris avant le grand déménagement de 1969. Ce spécialiste du champignon diversifie ses débouchés en réponse à la crise sanitaire.

Butet a vu le jour en 1912 en se spécialisant d'emblée dans le négoce de champignons de Paris et de champignons forestiers. « À cette époque, les paysans du Périgord et d'ailleurs se rendaient à Paris avec leurs girolles, leurs trompettes et leurs cèpes », commente Olivier Perichon, l'actuel dirigeant de Butet. Marcel Butet, le fondateur, est à l'origine d'une extraordinaire saga qui se poursuit encore aujourd'hui. Ce n'est qu'à la fin des années 1970, sous l'égide de Serge Perichon et Robert Butet, que la société prend de l'ampleur en s'ouvrant à de nouveaux marchés, à l'export notamment. En parallèle, Butet continue de choyer sa clientèle traditionnelle de restaurateurs, de traiteurs et d'hôteliers parisiens. Olivier Perichon a, quant à lui, intégré la société en 1986 avant d'en prendre les rênes à partir de 1995. Hors crise sanitaire, le grossiste spécialiste du champignon réalise la moitié de son chiffre d'affaires avec le secteur du CHR, le reste se divisant entre les primeurs et certains revendeurs spécialisés. « La crise sanitaire qui a entraîné la fermeture des restaurants et des bars nous a contraints à rebondir. Il a fallu trouver de nouveaux canaux de distribution rapidement en se rapprochant de la GMS », dévoile Olivier Perichon. Les restaurateurs étant des clients historiques de Butet, la société avait développé à leur intention, au fil des décennies, des offres cousues main. « La pandémie et le secteur de la restauration atone ont levé le voile sur nos points faibles. La GMS permet aujourd'hui de garantir la pérennité de l'entreprise, or nous avions délaissé les supermarchés par le passé, maintenant nous leur proposons des offres exclusives; c'est un tournant dans l'histoire de la société », expliquet-il. En septembre dernier, Butet a déménagé au bâtiment C3, reprenant ainsi l'ancien espace occupé par la SIIM. Dans cet entrepôt de 2 300 m<sup>2</sup>, Olivier Perichon s'est équipé de lignes de conditionnement afin de conquérir le marché de la GMS. Ce secteur est ainsi friand



Olivier Perichon.

de barquettes de girolles ou de cèpes, de trios de champignons, etc. Le grossiste garde cependant une présence sur le carreau; une façon de conserver une vitrine du savoir-faire de l'entreprise.

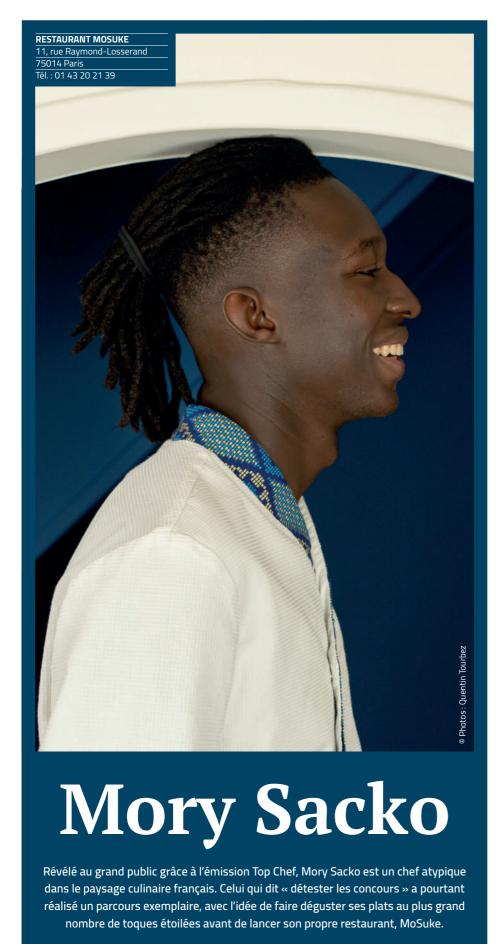
Outre les champignons qui représentent 75 % du chiffre d'affaires, le grossiste commercialisait ainsi de nouveaux produits, à l'instar des graines germées, des fleurs comestibles ou des microvégétaux. Ce ne sont pas moins de 600 à 700 références qui garnissent le catalogue de la marque. En termes de volume de vente, c'est le champignon de Paris qui est le plus représenté. Depuis plusieurs années déjà, Olivier Perichon a constaté une raréfaction de l'offre de champignons forestiers français. « Nous commercialisons tous les champignons forestiers disponibles au sein de l'Union européenne, mais nous avons hélas recourt à l'import car nous trouvons moins de produits sur nos terres. Les cèpes et les girolles sont par exemple concernés », détaille-t-il. Malgré le contexte, le dirigeant de Butet entend se diversifier. Il travaille déjà avec de nouveaux acteurs du e-commerce, comme Califrais et d'autres acteurs importants de ce secteur d'activité.

Mickaël Rolland

# FLANDRIA: C'EST MEILLEUR QUAND ON Y MET DU CŒUR.



Tél.: +32 473 174 072



### L'ascension d'une étoile de la cuisine

Il a beau n'avoir que 28 ans, Mory Sacko fait déjà figure de chef en vue dans l'univers de la restauration étoilée. Son solide parcours et son passage dans Top Chef lui ont conféré une aura dont disposent peu de ses comparses. Cathodique, le jeune chef d'origine malienne est avant tout un amoureux des produits, dont il tire le meilleur et le plus déroutant.

e chef Mory Sacko est devenu en quelques mois l'une des nombreuses figures de proue de la gastronomie hexagonale, après un passage par Top Chef très remarqué ainsi qu'un cursus culinaire qui n'a rien à envier à certains grands noms cumulant les astres du Guide Michelin. D'ailleurs, en à peine trois mois d'ouverture, le célèbre Bibendum a accordé au restaurant MoSuke une étoile dans son édition 2021 du guide rouge; gage qu'il faut prendre au sérieux ce jeune maître queux. Derrière son apparence solaire et son large sourire se cachent pourtant rigueur et détermination. Car de l'abnégation, il en a fallu à Mory Sacko avant que son nom ne se retrouve sur toutes les langues des gastronomes. MoSuke est la contraction de son prénom et de Yasuke, le premier et unique samouraï africain du Japon, comme un hommage à ce premier voyage réalisé d'un continent à l'autre.

Après un BEP en hôtellerie-restauration puis un Bac professionnel et un apprentissage, le chef a directement intégré l'Hôtel du Collectionneur (Paris 8°) en qualité de commis avant de gagner Le Royal Monceau un an plus tard. Les cuisines de ce palace parisien voient bouillonner la créativité du jeune Mory Sacko pendant près de quatre ans et celui-ci devient demi-chef de partie. «C'est une expérience formatrice où j'ai acquis toutes mes bases. J'ai découvert l'exigence et la régularité. J'ai appris qu'il ne s'agissait pas d'être bon une fois, mais



Volaille culoiselle comme un yassa, crème de riz et oignons confits



Homard, miso à la tomate et aux piments.

sur la durée », commente-t-il. Une expérience de six mois le conduit ensuite au Shangri-La, aux côtés du chef Christophe Moret. Mory Sacko a ainsi pu évoluer aux côtés « d'un grand technicien des sauces et des bouillons ». Les bases sont, pour le chef de MoSuke, la clef d'une cuisine inventive et réussie : « On peut faire de la cuisine dite créative ou différente, mais cela implique d'avoir des bases solides qui permettent par la suite de créer de nouvelles choses. »

C'est au Mandarin Oriental que Mory Sacko va parachever sa formation. Sa bonne étoile et son talent lui permettent en effet d'intégrer la brigade de Thierry Marx. « Je suis arrivé demi-chef de partie et, à mon départ, j'étais sous-chef », confie-t-il. Au-delà de la cuisine et de ses secrets, Mory Sacko développe alors ses connaissances en management et affine son rapport aux équipes. « Thierry Marx est peut-être la meilleure personne pour apprendre à gérer une cuisine et transmettre ce que l'on veut aux équipes », résume-t-il. Alors âgé de 25 ans, rien ne semble résister au jeune chef qui dirige 30 à 40 personnes en cuisine, selon les saisons. Thierry Marx n'a pas jaugé son poulain à son âge ou au nombre de maisons étoilées par lesquelles il était passé, mais il a perçu une compréhension mutuelle.

#### « J'AVAIS ENVIE DE TOUT GOÛTER »

Pour des cuisiniers de la trempe de Mory Sacko, le produit est roi. Et des produits, Mory Sacko en a vu défiler durant le tournage de la saison 11 de Top Chef. Diffusée durant le premier confinement, l'émission a permis aux Français de faire connaissance avec ce flamboyant cuisinier. Au Marché de Rungis, Mory Sacko a déjà ses habitudes. Il ne tarit pas d'éloges sur ce temple des beaux produits. « C'est assez énorme... La première fois, j'étais

à l'école hôtelière et je ne connaissais aucun grossiste, sourit-il. Quand je suis rentré, j'ai eu l'impression d'arriver dans une ville. J'ai découvert des fruits et légumes dont je ne soupçonnais pas l'existence et j'avais envie de tout goûter. » La cuisine de Mory Sacko nécessite des denrées bien spécifiques, et notamment des produits d'import qu'il ne trouve qu'au Marché de Rungis. Ainsi, près de 40 % de ses approvisionnements sont issus du Marché.

Comme beaucoup de chefs étoilés, le chef de MoSuke ne déroge pas à la règle; ses achats ont lieu auprès des Vergers Saint-Eustache, d'Huguenin ou d'Armara. L'homme pratique une cuisine plurielle, une ouverture sur le monde, mais pétrie de classicisme et de techniques françaises. Parmi les best-sellers, on peut citer un homard préparé au barbecue japonais (cuit à la flamme), escorté de piments lactofermentés et d'un miso à la tomate; ou encore une sole cuite en feuille de bananier, inspirée d'un plat populaire ivoirien. Mory Sacko a su opérer une synthèse heureuse de ses différentes inspirations : « Dans la manière dont je prépare mes sauces, cuis mes viandes, mes techniques sont françaises, mais je mets à l'honneur des goûts d'Afrique et du Japon. » Aucun écueil hérité de la cuisine fusion n'est décelable dans la partition culinaire du chef. Il refuse d'ailleurs catégoriquement cette appellation qui insinue que des cuisines sont mixées, alors que son offre de restauration s'apparente à un voyage avec escales. D'abord le Japon, puis l'Afrique et la France. « Notre travail s'équilibre sur la totalité du menu. Chaque assiette se répond et se complète, mais il n'y a pas de mariage forcé », résume-t-il. En attendant des lendemains meilleurs, Mory Sacko se prend à rêver d'une seconde étoile bien que le principal défi soit pour lui de conserver son premier macaron. Mickaël Rolland



## L'art de la diversification

Top Chef aura assurément constitué un tremplin de choix pour Mory Sacko. Les succès s'enchaînent pour ce jeune maître queux qui a ouvert en 2020 son premier restaurant, MoSuke. Dans cet établissement étoilé de 33 couverts, le ticket moyen gravite autour de 100 € et la carte fait la part belle à une carte inventive et raffinée. La crise sanitaire lui a permis de développer de nouveaux concepts culinaires et de penser à l'avenir. Le succès de la vente à emporter assure le paiement de ses charges durant cette crise, même si Mory Sacko appelle la réouverture de ses vœux. Lui qui a ouvert un restaurant gastronomique cuisine majoritairement des burgers depuis six mois. Il a ainsi pu dégager du temps pour participer à une émission culinaire sur France 2 et préparer l'ouverture d'une seconde adresse dédiée à la street food. Il s'agit de bien distinguer l'offre gastronomique tout en pérennisant une annexe, baptisée MoSugo, proposant des plats en livraison et en click & collect.

### Ses fournisseurs

Les Vergers Saint-Eustache v-st-eustache.com Armara armara.fr Huguenin





on agriculture représente moins de 3 % de son PIB, mais l'Afrique du Sud est pourtant la première puissance agricole du continent africain. Sa surface agraire cultivée agrège 12 % de son territoire et permet au pays d'être autosuffisant, à l'exception du blé, du soja et du riz qu'il importe en partie. À la différence d'autres pays d'Afrique australe, l'agriculture sud-africaine est relativement diversifiée. Politiquement favorable aux Organismes génétiquement modifiés (OGM), l'Afrique du Sud défend les cultures transgéniques comme solution pour lutter contre l'insécurité alimentaire dans les pays en développement. En 2014, les cultures OGM représentaient «une superficie de 2,7 millions d'hectares », ce qui plaçait « l'Afrique du Sud au 9e rang mondial et au premier rang des pays africains », note un document du ministère français de l'Agriculture. Les céréales et les grains constituent ses cultures les plus importantes (plus de 60 % des terres cultivées). Le maïs, principale céréale cultivée, est la base de l'alimentation locale et de quelques plats traditionnels, comme le pap. Cette bouillie de maïs blanc est souvent l'unique repas de la journée, dans les townships ou à la campagne, et peut être servie pour accompagner d'autres plats. En 2018, environ 12,5 millions de tonnes de maïs ont été produites en Afrique du Sud, faisant du pays le 12e producteur mondial. « Le maïs est cultivé commercialement sur de grandes exploitations et sur plus de 12000 petites fermes indépendantes, certaines rassemblées en coopératives, principalement dans le nord-ouest, Mpumalanga, le Free State et KwaZulu-Natal, précise l'agence Afrique du Sud découverte. La production de maïs génère au moins 150 000 emplois les années abondantes en précipitations et presque la moitié des revenus du secteur agricole moderne. » L'Afrique du Sud est également un important producteur de racines de chicorée, de poires (7e rang ••• ••• mondial), de raisins et d'oranges (11e rang mondial). D'autres fruits comme les bananes, les ananas, les pêches ou les mandarines sont cultivés au sein de plus petites productions. Les fruits secs - mangues, abricots et raisins notamment - ainsi que les avocats et les pomelos sud-africains sont de plus en plus exportés et vendus par la grande distribution française. Depuis plusieurs siècles, l'Afrique du Sud est également une terre reconnue pour la production de ses vins (voir encadré p. 28). Plus récemment, le pays de l'extrémité australe du continent africain développe une production d'huile d'olive. « Nous en faisons de plus en plus. Il y avait peu de production il y a encore 20 ans, mais les fermes sud-africaines de la région du Western Cap investissent davantage dans la plantation d'oliviers. Certaines ont même gagné des compétitions », avance Mustapha Adams, conseiller économique à l'ambassade d'Afrique du Sud à Paris, et participant régulier du Salon international de l'alimentation (SIAL). La cuisine sud-africaine est le fruit des différentes populations autochtones (Zoulous et Xhosas majoritairement), européennes (Afrikaners, Portugais, Allemands, Français) et indo-asiatiques qui composent l'Afrique du Sud. « Notre population est assez mélangée, donc forcément ce mélange a influencé notre cuisine, admet Mustapha Adams. La recette du bobotie, par exemple,

mélange les influences de plusieurs populations : les Afrikaners, les Malaisiens, les Indiens. » Ce plat à base de viande hachée et de différentes épices (curry, curcuma...) serait même « le plat classique sud-africain », selon le cuisinier Kobus Botha : « Il reflète plusieurs influences de la culture sud-africaine. À l'origine, le bobotie était préparé avec la viande qui restait après le barbecue. De nos jours, c'est devenu un plat à part entière. » D'après le cuisinier sud-africain, qui réside en France depuis près de 20 ans, le bobotie peut être accompagné de « riz jaune aux raisons », de « banane en tranches arrosée d'un filet de vinaigre » et de « noix de coco en poudre ».

#### **DES ÉLEVAGES SPÉCIFIQUES**

L'élevage bovin destiné à la production de viande résulte de l'histoire de l'Afrique du Sud: il peut donc être traditionnel ou intensif. Dans les régions arides, certains peuples sud-africains élèvent en pastoralisme (élevage extensif) de grands troupeaux afin d'en exploiter le lait, le cuir puis la viande, pour une production essentiellement vivrière. L'élevage intensif s'organise autour de l'engraissement des veaux en *feeds lots* (parcs d'engraissement), avant que la viande soit vendue sur le marché national ou mondial. Ce type d'élevage est localisé dans les régions humides, où la production végétale est plus importante, et près des ports où

débarquent le maïs et les tourteaux de soja. Cette production carnée permet avant tout de satisfaire la passion nationale pour le barbecue (voir encadré ci-dessous). La viande bovine sud-africaine est de qualité, mais l'agneau originaire de la région semi-désertique du Karoo est, lui, reconnu pour son goût particulier. « ll y a des plantes parfumées dans cette région qui rendent cette viande d'agneau souvent incroyable. On peut la comparer avec l'agneau des prés-salés du Mont-Saint-Michel », remarque le cuisinier Kobus Botha. L'Afrique du Sud regroupe également le plus grand nombre de fermes d'élevage destinées à la production de viande d'autruche. En France, les enseignes Picard, Auchan ou Carrefour vendent ou vendaient il y a peu de temps encore des pavés d'autruche originaires d'Afrique du Sud. Dans des proportions plus limitées, la viande de crocodile sud-africaine est elle aussi consommée et exportée. Le pays des Springboks possède 2798 km de côtes, mais la pêche reste un secteur relativement peu important de son économie. Si des projets de fermes aquacoles s'y développent, le chalutage demeure l'activité qui contribue le plus à son secteur halieutique. Malgré cela, « la variété des poissons et des fruits de mer qu'on trouve en Afrique du Sud est pour moi inégalée », estime Kobus Botha.

Jeremy Denoyer

### Rooibos: succès mondial d'une plante endémique



Reconnu pour ces substances antioxydantes et sans caféine, le rooibos est une plante d'arbuste consommée localement en infusion, nature, avec du lait concentré ou du sucre. Cet arbuste rougeâtre pousse principalement dans la formation végétale du fynbos (province du Cap-Occidental) depuis des siècles, mais sa culture fut développée et maîtrisée dans les années 1930 par quelques notables afrikaners de Clanwilliam. « Son marché est en pleine croissance depuis les années 1990, avec une demande internationale particulièrement élevée », observe l'anthropologue Maya Leclercq, dans son article Itinéraire du Rooibos en Afrique du Sud. Avec la fin de l'apartheid, les volumes exportés ont augmenté de manière exponentielle, passant de 760 tonnes en 1993 à 6300 tonnes en 2003. Le rooibos, produit uniquement en Afrique du Sud, est devenu aujourd'hui une boisson tendance et commercialisée dans plus de 180 pays.

## Le Braai: le barbecue comme mode de vie

Les Sud-Africains sont obsédés par la viande, et particulièrement par la cuisson au barbecue: le braai en langue afrikaans. « Comme tout garçon élevé en Afrique du Sud, dès que j'ai su marcher, j'ai appris à faire le barbecue, lâche Kobus Botha, ancien propriétaire du restaurant My Food (Montreuil) et désormais organisateur de barbecues géants à travers la France. C'est mon père qui a commencé à m'apprendre quand j'avais 5 ans comme le veut la tradition. À 10 ans, j'ai fait mon premier barbecue en solo », poursuit cet imposant barbu dans l'introduction de son livre Barbecue et autres recettes d'Afrique du Sud. « Le braai, c'est la nourriture préférée de tous les Sud-Africains, riches, pauvres, citadins, habitants du bush. Chacun le prépare à sa façon : dans une brouette, un bidon coupé en deux, à même le sol... mais toujours avec autant de plaisir. » Le barbecue sud-africain est un repas, mais avant tout un moment de partage et d'échange. Plusieurs types de viande peuvent être préparés au braai : le porc doit être saisi rapidement, puis éloigné des braises et cuit doucement. Pour le poulet, il faudra « bien dorer la peau sans la brûler », puis l'éloigner du feu et le faire cuire « doucement et longtemps ». Si la viande est en partie grasse (côte de bœuf, côte de porc), Kobus Botha conseille de poser le gras sur la grille « pour le faire fondre un peu et le griller ». Le Sud-Africain a préparé l'an dernier de grands barbecues au feu de bois dans le zoo de Thoiry, à l'occasion de dîners safari. Des soirées immersives qui pourraient éventuellement se tenir à nouveau cet été... si le contexte évolue.



. . .



## Terre de vins et de vignobles

« Nous schématisons trop ces vins. Il y a une telle diversité que tout le monde peut trouver son compte avec les vins sud-africains... comme en France », soutient David Champain. Cet ingénieur agronome, spécialisé en viticulture et cenologie, est à la tête de la société Continent du vin et importe aujourd'hui des bouteilles « de petits vignerons » d'Italie, d'Espagne, mais aussi de l'hémisphère Sud: Chili, Argentine, Nouvelle-Zélande, Australie et évidemment d'Afrique du Sud. C'est dans ce pays qu'il commence son activité d'importateur en 2004. Environ 100 000 bouteilles de vins sud-africains sont vendues chaque année par son entreprise sur le circuit français traditionnel. « Le vignoble sud-africain est concentré dans la région du cap de Bonne-Espérance, dans un rayon de 200 km autour du Cap. Il y a un ensemble d'appellations reconnues en Afrique du Sud, comme le Wines of origin et les Wards. Parmi les grandes appellations, le Stellenbosch est l'appellation majeure. Stellenbosch est un endroit remarquable avec cinq grandes collines et une typicité

assez particulière. Il y a un travail sur le terroir, c'est un vieux vignoble. Stellenbosch accueille également l'une des plus grandes universités spécialisées dans le vin de l'hémisphère Sud », expose l'importateur français. L'histoire viticole sud-africaine remonte à 1685, dans la vallée de Constantia, où le gouverneur hollandais de la colonie du Cap (Simon Van der Stel) fonda un domaine. L'Afrique du Sud s'est hissée ses dernières années au 6e rang mondial des producteurs de vin. « Le pinotage est un cépage endémique particulier, produit en rouge et en rosé. Il a des notes assez fruitées, de fruits rouges et de myrtilles. C'est un cépage fumé et légèrement torréfié, avec des notes de café, s'enthousiasme David Champain. L'Afrique du Sud est aussi le premier producteur mondial de chenin blanc, un cépage français produit en quantité dans le Val de Loire. » Les vins sud-africains sont principalement des vins tranquilles, mais quelques vins liquoreux sont également appréciés. La méthode « Cap classique », proche de la méthode champenoise, permet de produire des vins effervescents.

# L'influence culinaire indienne

Plus de 2,5 millions de Sud-Africains sont d'origine indienne. Cette communauté, qui existe depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle et l'arrivée des coolies (travailleurs agricoles), a importé ses traditions culinaires et influencé la cuisine locale. « Nous avons une communauté indienne importante en Afrique du Sud, où le curry est bien implanté et mangé presque partout. Nous consommons aussi beaucoup d'épices indiennes », reconnaît Mustapha Adams, conseiller économique de l'ambassade d'Afrique du Sud. Durban - fief de l'identité zouloue - accueille même la plus grande diaspora indienne du monde. C'est dans cette ville que fut inventé le bunny chow, un sandwich indien préparé à partir d'un demi-pain de mie à moitié évidé et rempli de curry. Ce sandwich peu coûteux était « une réponse aux besoins des travailleurs indiens des champs de canne à sucre et des mines, qui avaient trouvé là le moyen d'apporter leur curry sur leur lieu de travail », révèle un article du Monde. Aujourd'hui, le bunny chow rassemble des populations diverses dans les restaurants de Little India.





(1) Exemple de Location Longue Durée pour un XC60 Business Executive B4 Diesel FWD MY21 (tarif en date du 01/07/2020, dans la limite des stocks disponibles) pour 45 000 km, 1er loyer 5000 € puis 35 loyers de 530 €. (2) Prestations de Arval Service Lease Entretien-Maintenance et extension de garantie un an au-delà garantie constructeur incluses. Offre réservée aux particuliers dans le réseau participant, valable jusqu'au 30/06/2021, sous réserve d'acceptation par Arval Service Lease, 352 256 424 RCS Paris. N° ORIAS : 07 022 411 (www.orias.fr). Détails sur volvocars.fr. Modèle présenté : VOLVO XC60 Inscription B4 Diesel FWD MY21 (tarif en date du 01/07/2020, dans la limite des stocks disponibles), 1er loyer de 5 000 € puis 35 loyers de 575 €.

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

VOLVOCARS.FR



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



# Croquez sans modération le citron de Menton

Perchés sur des flancs de montagnes au-dessus de Menton, les vergers de citronniers captent le soleil de l'aube au crépuscule. Mûris sur l'arbre et récoltés manuellement, ils ne font l'objet d'aucun traitement après récolte.

La terre y est sablonneuse, le climat clément et le panorama exceptionnel, de l'Italie au sommet de la Turbie. La région de Menton est la zone idéale pour que les citrons deviennent cet agrume délicieusement sucré qui fait la renommée de la ville. Plus savoureux que leurs cousins italiens ou espagnols, on peut y croquer comme dans une pomme. Dans les exploitations, chaque étape se déroule manuellement, de l'entretien à la récolte. En hiver, les ouvriers agricoles désherbent et coupent les branches basses sur un terrain à peine moins abrupt qu'une falaise. C'est la partie la plus plaisante du travail, car lors de la récolte, de février à juillet, le labeur devient très éprouvant, il faut escalader la pente avec une hotte pleine de citrons sur le dos. Ces derniers jouissent d'un jaune éclatant et d'une douceur évoquant le soleil de la Côte d'Azur. Il s'en est pourtant fallu de peu pour que sa production se réduise à un souvenir. Après plusieurs siècles d'âge d'or, Menton ne

comptait en effet plus que trois producteurs de citrons en 1950. En cause, un champignon ravageur des vergers ainsi que l'urbanisation galopante dans la région. Ce n'est qu'à partir du milieu des années 1990 que la situation s'est améliorée, grâce à une prise de conscience des élus locaux. « Il y a eu une forte volonté politique de relancer la production, pointe Stéphane Constantin, directeur de l'Association pour la promotion du citron de Menton. En 40 ans d'efforts nous sommes passés de quelques tonnes par an à plusieurs dizaines. » L'IGP, obtenue en 2015, regroupe désormais 33 producteurs et près de 2500 arbres. Des chiffres qui devraient continuer de croître. « L'objectif est de continuer à trouver des terrains pour planter et convaincre les petits propriétaires de nous rejoindre dans la démarche IGP. Il y a encore un beau potentiel. Chaque année nous sommes rejoints par de nouveaux producteurs », se félicite Stéphane Constantin.

M. R.



#### Le vin qui lui va bien...

Le joyau doré que constitue le citron de Menton trouvera un bel accord avec ce gaillac du Domaine Larroque. Ce vin doux à la robe flamboyante propose un nez composé de fruits confits ainsi que des arômes de pommes ou poires, en bouche, lorsqu'il est bu jeune.



**AGNEAU** 

#### Le Poitou-Charentes revient en force

Les marques IGP Agneau du Poitou-Charentes et Label Rouge Diamandin vont se parer en 2021 de nouvelles identités visuelles, signatures et packaging. L'Association pour la défense et la promotion des agneaux certifiés Poitou-Charentes (ADPAP), représentant 600 éleveurs associés au sein des deux marques, se félicite d'une dynamique d'achat soutenue en 2020. Les volumes commercialisés se sont ainsi stabilisés à 125000 agneaux par an dans cette région-phare de la production ovine. Les nouvelles identités seront disponibles au cours du deuxième trimestre.

Secteur de la viande et traiteur

#### FRAISE Le Label Rouge pour Mariguette

Après Guariguette, Ciflorette, et Charlotte, Mariguette est la quatrième fraise à obtenir le Label Rouge. De forme allongée, sa robe est rouge rubis et son goût est sucré. La variété a été créée en 2013. Elle est produite entre le début avril et la fin du mois de juin. Sa production annuelle s'élève à ce jour à 1000 t, uniquement dans le Lot-et-Garonne. C'est la première fois depuis dix ans qu'une nouvelle variété de fraise obtient le Label Rouge. Par ailleurs, en 2020, 330 t de fraises Label Rouge ont été produites dans le département, annonce l'Association des fruits et légumes du Lot-et-Garonne.

Pavillons des fruits et légumes

#### PLANTE De l'or pour BetterBuxus®

BetterBuxus est une variété de buis résistante aux maladies fongiques. Elle montre une tolérance plus élevée à la pyrale du buis. Cette plante peut pousser sans problème en été, ce qui constitue une valeur ajoutée. Elle peut être utilisée comme plante pour terrasses, en pot ou en terre. Elle a obtenu la médaille d'or à l'occasion du Florall Awards Printemps 2021 qui s'est tenu en Belgique. BetterBuxus est le résultat de dix années de travail de sélection par ILVO (Institut flamand de recherche pour l'agriculture, la pêche et l'alimentation) et PCS (Centre de recherche en floriculture).

Horticulture et décoration

### **CONDIMENTS** Caprons et oignons

La marque Bravo Hugo vient de lancer deux nouveautés bio, les petits oignons blancs et les caprons au vinaigre, destinés aux circuits spécialisés. Les oignons grelots ou perlés sont produits dans une ferme certifiée aux Pays-Bas et les caprons au Maroc et les deux sont conditionnés à l'atelier de Connerré, en Sarthe. Le capron est le fruit du câprier tandis que la câpre en est un bouton floral. Différent et tout aussi savoureux, ce petit condiment plein de croquant est plus gros et plus doux en texture. Encore peu présent dans les cuisines, il est utilisable dans nombre de préparations.

Produits traiteurs et bio

### Boissons rafraîchissantes sans alcool

# L'été sera nature



Depuis que les Français se sont mis à bouder les sodas traditionnels, c'est l'ébullition au pays des boissons sans alcool. De nouveaux acteurs proposent aujourd'hui des boissons à la fois rafraîchissantes et bonnes pour la santé.

es sodas sucrés à la composition opaque n'ont plus la faveur des consommateurs. Alertés par la baisse régulière de leurs ventes, les géants des «softs drinks» ont tenté de réagir ces dernières années en chassant sucres, colorants et arômes artificiels de leurs listes d'ingrédients et en investissant des créneaux réputés plus naturels, comme les thés glacés (May Tea, Fuze Tea...) ou les boissons aux infusions comme Honest. De leur côté, les embouteilleurs d'eaux minérales ont flairé le bon filon en développant les eaux aromatisées, fruitées ou infusées et les brasseurs en investissant le créneau des bières sans alcool, qu'elles soient ou non fruitées.

La tendance a aussi ouvert des perspectives à des produits fabriqués localement par une multitude de jeunes entreprises françaises souvent engagées dans la proximité et le bio. « On constate une véritable effervescence sur ce marché, avec de nombreuses innovations », constate Yann Berson, le gérant de Dispéré bio, qui a ouvert à la fin 2019 dans le pavillon bio un espace dédié aux boissons. «Nous passons beaucoup de temps à sélectionner notre assortiment car nous recherchons des produits à la fois exigeants sur la fabrication mais suffisamment consensuels en goût », poursuit le grossiste. La tendance au naturel et à l'artisanal, qui s'est étendue à l'ensemble des catégories, a commencé il y a près de 20 ans avec l'émergence des colas locaux. Une trentaine de marques régionales se sont engouffrées ces dernières années dans la brèche ouverte par le Breizh Cola en 2002. « Nous avons retenu le Meuh Cola bio de Solibulles en Normandie, qui propose le premier cola vraiment transparent, au propre comme au figuré!», reprend Yann Berson. Ce cola artisanal, transparent, est en effet garanti sans caféine, sans acide phosphorique et à base de sucre de canne équitable.

#### L'HEURE DES EAUX INFUSÉES A SONNÉ

La vogue actuelle a également profité aux limonades traditionnelles. Dans le sillage du Doubien la Mortuacienne ou du Lorrain Lorina (qui propose désormais une référence bio), d'autres acteurs artisanaux font parler d'eux. C'est le cas d'Elixia, marque fabriquée par la plus ancienne limonaderie de France située à Champagnolle dans le Jura en 1856. Celle-ci vient de sortir trois nouveautés bio originales, à la lavande de la Drôme provençale, au basilic et à la verveine citronnée.

Certains producteurs se tournent aussi vers le tonic, en vogue grâce au retour du gin tonic. Ainsi Lorina lance un tonic avec 30 % de sucre en moins que la moyenne du marché. Moins sucrées que les purs jus, les boissons aux fruits, associées à des eaux infusées ou à des plantes, devraient elles aussi connaître un bel été 2021. « C'est aussi un marché en pleine évolution », confirme Yann Berson. Le grossiste rungissois a très tôt référencé les boissons au jus de pomme et à l'hibiscus infusé de Panamako, une jeune entreprise passée par la pépinière de Rungis ou encore le Schorle des Filles de l'Ouest, une entreprise créée par deux entrepreneuses de l'ouest de la France. « Le Schorle est une boisson originaire d'Allemagne, mélange de fruits et d'eau

finement pétillante, déclinée en plusieurs parfums, cassis, citron-gingembre, etc. », précise Hicham Skalli, le responsable du magasin de Dispéré. Le spécialiste poitevin des jus de fruits et de pomme Cœur de Pom' s'est lancé également dans la bataille avec une gamme de cinq boissons rafraîchissantes bio associant infusions véritables et pur jus de fruits.

Du côté des infusions, les experts de Rungis ont récemment jeté leur dévolu sur la marque artisanale française et bio « Symples », référence au terme utilisé au Moyen Âge pour qualifier les plantes médicinales. Les fondateurs Florent Hellé et Théo Jespas ont été inspirés par un stage au Conservatoire des plantes à parfum, médicinales, aromatiques et industrielles de Milly-la-Forêt (91), le berceau de la culture des plantes médicinales en France. « Ce sont des infusions très peu sucrées qui sont vraiment orientées santé tout en étant bonnes en goût », argumente Hicham Skalli.

Le goût des Français pour les infusions n'a pas échappé aux brasseurs. La brasserie artisanale Deck & Donohue de Bonneuil-sur-Marne (94), certifiée bio depuis 2019, a récemment lancé sous la marque Ricochet une citronnade élaborée avec une infusion de romarin sucrée au miel d'Île-de-France et une Ginger beer associant jus de gingembre frais, infusion de gingembre sec et menthe poivrée.

En outre, également peu sucrées, les boissons à base de thé (extraits ou infusion) rencontrent aussi un franc succès. Parmi les lancements les plus récents et les plus originaux, notons celui de la gamme LiLLii Tea par la jeune marque lyonnaise LiLLii Water. Les thés glacés (Rooibos d'Afrique du Sud, thé vert du Vietnam et thé noir d'Inde) sont bio, issus du commerce équitable et conditionnés dans des emballages carton à base de fibres de bois biodégradables.

Mais chez Dispéré bio, on croit aussi dur comme fer au succès cet été des boissons fermentées.

« Il y a eu une augmentation et de l'offre et de la demande dès l'ouverture de notre magasin », relève Yann Berson. « Dès les premiers beaux jours cette année, on a senti les ventes décoller ». « Nous avons fait un long travail de sélection sur les deux principales catégories, les kombucha et les kéfirs de fruits », complète Hicham Skalli. « Les premiers sont issus de la fermentation naturelle d'une infusion de thés ou de plantes grâce à une symbiose de micro-organismes composée de levures et de bactéries acétiques ; les seconds sont obtenus grâce aux grains de kéfir, un levain auquel on ajoute de l'eau, du sucre et des fruits secs. »

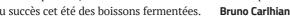
#### LE FERMENTÉ, BOISSON DE L'ÉTÉ?

Pour le kombucha, le grossiste s'est tourné vers la brasserie Jubiles, que Dispéré propose au rayon frais. « C'est une contrainte logistique, mais ce sont des produits de grande qualité et bien sûr bio », assure Yann Berson. La gamme, brassée à Joinville-le-Pont (94), offre une grande palette de saveurs : citron-gingembre, citron vert-menthe, hibiscus-myrtille, pomme et curcuma, etc. Finement pétillante, la boisson reste très accessible en goût et peut remplacer avantageusement un soda ou une limonade. La version betterave-citron avec ses couleurs flashy mais naturelles a particulièrement retenu notre attention.

Côté kéfir, Dispéré a retenu en janvier dernier la brasserie Parallèle à Bordeaux, créée par deux jeunes convaincus par l'avenir de cette potion pleine de probiotiques. Les boissons, rafraîchissantes, sont habilement relevées dans leurs versions aromatisées, l'une au gingembre, l'autre au piment d'Espelette. « Si l'on est un peu plus cher sur le kéfir [PVC: 2,90 € les 25 cl contre 2,60 € pour le kombucha, NDLR], les deux boissons peuvent tout à fait se substituer à des sodas ou des bières dans des menus, assure Hicham Skalli. D'ailleurs, nous en vendons déjà beaucoup à des boulangeries ou des saladeries. »



Derrière la vague des produits naturels et santé pourrait surgir celle des boissons à base de cannabidiol CBD, une substance active autorisée présente dans le plant de chanvre. Deux marques françaises se sont lancées ces dernières semaines: Jane, sur une base de thé vert Sencha; et Chilled, une eau de source naturelle issue des Alpes autrichiennes, pétillante et infusée à l'hibiscus blanc. Cette dernière contient 15 mg de CBD par canette de 250 ml, zéro sucre et seulement une calorie.





De gauche à droite, quelques exemples de nouveautés récentes produites en bio par des PME françaises : Meuh Cola, limonade Elixia, Schorle, infusions Symples et Cœur' de nom. Kéfir de la brasserie Paralèlle et ginger beer de Deck & Donohue

# Pivoine française L'atout charme du printemps

La pivoine française revient cette année comme chaque printemps, après avoir courageusement résisté aux turbulences de 2020. Son origine française constitue un atout de poids auprès des consommateurs et sa beauté en fait la star de la saison.

urement touchés par la crise sanitaire en 2020, les horticulteurs varois, qui fournissent la plus grande partie de la fleur française, ont répondu présents pour la saison des renoncules qui est arrivée à sa fin, remplacée par les pivoines en première semaine d'avril. En mars dernier, en pleine période de l'anémone et de la renoncule, la commercialisation a été brutalement stoppée par la fermeture des fleuristes pour cause de confinement. Du jour au lendemain, les producteurs du Var, qui commercialisent leurs produits au marché aux fleurs d'Hyères, se sont retrouvés avec toute leur production sur les bras, fleurs coupées et plantes en pots. Pendant cette période, des milliers de fleurs ont été jetées faute de preneurs. Des aides régionales ont été allouées, toutefois près de 10 entreprises ont tout de même dû fermer leurs portes. Il faut préciser que ces horticulteurs français réalisent le plus gros de leur chiffre d'affaires annuel entre le 15 mars et le 15 mai.

Cette année, la saison des pivoines s'annonce sous de meilleurs auspices. Bien que les restrictions de déplacement impactent les ventes chez les fleuristes, la fleur française connaît un véritable engouement, et notamment la pivoine qui n'est présente sur les étals qu'une dizaine de semaines par an. Dans le sud de la France, elles sont cultivées en pleine terre et récoltées chaque jour pendant la campagne.

#### **FLEURS DE FRANCE BOOSTE LES VENTES**

Depuis 2015, le label Fleurs de France, lancé à l'initiative du ministère de l'Agriculture, certifie au consommateur qu'il achète une



fleur, un arbre, une plante ou un bulbe produit en France. Le droit d'utilisation du label France Fleurs est accordé aux producteurs immatriculés en France, qui élaborent des végétaux à partir de jeunes plantes, de boutures... quelle que soit leur provenance. Il est réservé aux végétaux produits par des horticulteurs ou pépiniéristes français engagés dans une démarche écoresponsable ou de qualité reconnue (certification environnementale Plante Bleue, MPS, Label Rouge, Agriculture biologique, Charte Qualité Fleurs). Et les consommateurs en

redemandent! Une étude commandée par Val'Hor a montré qu'en achetant français, nos concitoyens estiment soutenir le travail des horticulteurs et des pépiniéristes français, préserver les emplois sur le territoire national et être assurés de l'origine française des végétaux achetés. Selon cette même étude, 60 % des Français considèrent que l'origine des fleurs qu'ils achètent est importante ou essentielle. Ils disent privilégier l'origine France en priorité, puis l'origine Europe et enfin le reste du monde.

Caroline Maréchal

#### Dernière minute

Quelques jours après les gels de début avril, nous nous sommes inquiétés de l'état des cultures de fleurs dans le Var. D'après Gilles Rus, directeur développement du marché aux fleurs de Hyères, « il n'y a pas eu de problème sur la partie du littoral. Dans le Haut Var, quelques cultures ont été touchées mais c'est surtout dans l'arrièrepays, vers Manosque et Sisteron que les dégâts ont probablement été les plus importants dans ces cultures de plein champ exposées aux aléas climatiques ».



#### Chez Penja, le printemps dans toute sa splendeur

Pour Penja, grossiste réputé pour ses fleurs rares en provenance du monde entier, le printemps est l'occasion de mettre les pleins feux sur les fleurs de France, dont la star incontestée de la saison reste la pivoine. « C'est également la star de la fête des Mères avec une dizaine de variétés magnifiques comme Paula Fay, Coral Sunset, Reine Hortense, Sarah Bernardt... », s'enthousiasme Ornella Dutreive, en charge de la communication de Penja. « Nous attendons

également le retour des tournesols, avec une nouvelle déclinaison en blanc inédite qui arrivera en juin. » Autre variété très appréciée et de saison, le Leucadendron Pearl Star, un feuillage en forme d'étoiles en provenance du Portugal qui magnifie aussi bien les bouquets traditionnels que les bouquets exotiques. Les Gerberas font également sensation avec des variétés extraordinaires par leurs couleurs et leurs formes. La fleur séchée, quant à elle, n'en finit pas de tutoyer les sommets. « Nous

proposons des bouquets à la variété et mixtes, il y a des nouveautés chaque semaine comme le bouquet Indian, Simona, Joly. Elles connaissent toujours un très grand succès. » Enfin, les fleurs exotiques sont toujours très appréciées. La maison Penja a créé cette année un bouquet spécial fête des Mères baptisé Big Mama. « Au Cameroun après les fortes pluies, la saison commence par des fleurs tropicales belles et résistantes en provenance de nos fermes », précise Ornella.





# Fruits et légumes

# Bien agencer le point de vente pour fidéliser la clientèle

L'agencement du point de vente en fruits et légumes doit être au service des produits. L'organisation de la surface de vente doit se construire autour de l'identité du magasin, de son esthétisme. Il faut aussi avoir le souci de la fonctionnalité et du confort de travail.

ur les marchés, que ce soit chez les primeurs ou dans les rayons de la grande distribution, l'agencement du point de vente en fruits et légumes est primordial pour plusieurs raisons. En premier lieu, l'offre en fruits et légumes frais est la plus large qui existe dans l'univers des produits alimentaires frais. Des dizaines d'espèces de fruits et légumes, que l'on doit multiplier par des dizaines de variétés. Cela donne des centaines, voire des milliers de références, même pour un point de vente dont la surface est modeste. Il y a aussi une multitude d'univers tels que les fruits, les légumes, les exotiques, les légumes racines, les salades, les condiments, la Fraîche découpe... qui impliquent donc d'aider le consommateur, de le guider dans ses achats. Le choix du mobilier est primordial. Il n'est pas forcément le même suivant les produits. Les pommes de terre et les salades par exemple nécessitent des mobiliers adaptés à leur volume, leur conditionnement, leur exigence de froid ou d'humidité. Le mobilier participe également à la signature visuelle du point de vente. Suivant les matériaux choisis, il permet de renforcer son positionnement autour de quelques ambiances comme la naturalité ou l'authenticité. Il est ainsi recommandé de privilégier des matériaux nobles, durables et recyclables. Le bois brut et l'osier répondent à ces critères. Côté couleur, les tons verts sont les bienvenus. Les murs d'eau, la

végétalisation de certains espaces apportent un plus indéniable. Pour les produits ultrafrais (salades...), l'installation d'un brumisateur est un atout incontestable. Le détaillant, ou le responsable du rayon, doit aussi penser à réserver un espace aux produits préparés comme la Fraîche découpe, en plein développement. Sa part de marché a doublé entre 2015 et 2019 indique le CTIFL. Ces produits imposent de respecter des règles d'hygiène strictes. S'ils sont vendus en vrac, ils doivent être proposés en « bac gastro », comme chez les traiteurs. Il faut alors une vitrine réfrigérée protégeant les produits de toute contamination. Que ce soit pour la Fraîche découpe ou pour les produits bruts, l'hygiène est primordiale pour la vente des fruits et légumes frais. Il existe, depuis 2011, un « Guide de bonnes pratiques d'hygiène Fruits et légumes frais non transformés ». Il préconise notamment le principe de « la marche en avant » : éviter que les produits propres (les fruits et légumes frais prêts à vendre) ne croisent les produits souillés (produits terreux, écarts de tri). Ce qui impose une organisation stricte du point de vente. Il faut ainsi penser à installer des emplacements distincts, des cloisons. Il faut aussi prévoir l'élimination des déchets, le nettoyage du plan de travail entre deux opérations.

#### TRAVAILLER SUR LES ATTENTES SOCIÉTALES

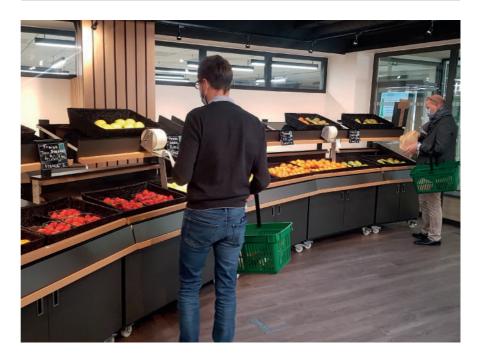
L'agencement du point de vente doit aussi se penser en fonction de sa clientèle : urbaine ou rurale, jeune ou plus âgée. Ainsi, une clientèle jeune et urbaine sera sensible à une offre importante en produits préparés, à de l'affichage digital, à la présence de panneaux lumineux. On privilégiera alors des éclairages froids, des tons neutres entre brun, gris, et noir qui valorisent le feu d'artifice des couleurs des fruits et légumes frais.

L'organisation de l'espace de vente doit également se préoccuper de la circulation des clients et du personnel. La fluidité doit être alors la règle d'or. Il faut penser confort d'achat, lisibilité des écrans de balance et de l'affichage, encaissement. Le recours aux systèmes d'outils mobiles de commandes permet de fluidifier la clientèle. L'utilisation de ces services numériques (commande en ligne, click and collect, drive...) nécessite une organisation particulière du point de vente. Il faut penser câblage, connexions, espace de préparation des commandes, et le cas échéant présence de casiers sécurisés pour un retrait en dehors des horaires d'ouverture du magasin. Notons enfin que le meilleur agencement, la plus belle organisation du point de vente, ne

sert à rien si le primeur ou le responsable du rayon oublie le service et le conseil au client, les deux mamelles de la vente de fruits et légumes frais. Pour soutenir l'ensemble des détaillants, quelle que soit leur spécificité, le CTIFL a créé en 2020 un groupe professionnel « techniques de vente et comportement du consommateur » (lire aussi encadré ci-contre). Il faut travailler sur les attentes sociétales (protection de l'environnement, approvisionnement local). Le détaillant doit aussi se préoccuper de la lutte contre le gaspillage alimentaire. L'organisation du magasin doit prendre en compte l'écoulement des invendus.

Le but est la fidélisation du client. Donc les retours clients sont primordiaux, l'échange entre le personnel, le patron, et les acheteurs est essentiel. Mais savoir parler au client ne s'invente pas. Ce n'est pas pour rien qu'il y a des épreuves orales à l'occasion du concours Meilleur ouvrier de France, classe primeur. Le savoir-faire est nécessaire, mais rien ne remplacera le faire savoir.

Mobilier, affichage, emballage, itinéraire de vente, fluidité du parcours et de l'encaissement, l'agencement d'un point de vente en fruits et légumes est un tout qui doit être pensé, réfléchi, organisé. Olivier Masbou



### Un point de vente expérimental à Paris

La Maison des fruits et légumes, située à Paris dans le 17e arrondissement, héberge depuis peu une zone expérimentale point de vente créée par le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (CTIFL). Cette zone reconstitue physiquement un rayon fruits et légumes. Elle permet ainsi d'observer les consommateurs dans un cadre approprié lui permettant d'avoir un comportement naturel. « Cette zone apporte une capacité d'analyse et d'expertise nouvelle répondant à des thématiques variées sur les fruits et légumes et les techniques marchandes », explique Gilles Christy en charge de ce projet pour le CTIFL. Ainsi, cet espace dispose des derniers outils et techniques de pointe « permettant d'analyser les facteurs conduisant au déclenchement de l'acte d'achat ». « Des expérimentations effectuées dans un environnement reconstitué permettent de tester les potentiels achats de produits au sein de leur univers concurrentiel » poursuit-il. Les premiers tests ont eu lieu au début avril. Il s'agissait de vérifier le comportement du consommateur au moment du changement de saison entre les produits d'hiver et de printemps : quels fruits et légumes étaient plus ou moins consommés. Le même test aura lieu à l'automne pour la bascule entre produits d'été et produits d'automne. À terme, l'espace permettra également de tester les process d'assistance à la vente, les différents supports de communication, etc. O. M.



Membre de la pépinière Rungis&Co, Libeo popularise auprès des PME un prometteur logiciel de gestion et de règlement des factures. Un service particulièrement adapté au monde de la restauration et de l'hôtellerie.



Pierre Dutaret, président et cofondateur de Libeo.

a jeune entreprise Libeo, à l'origine d'un logiciel de gestion et de règlement des factures fournisseurs particulièrement prometteur, a de nouveau fait parler d'elle en début d'année. La start-up, qui est accueillie au sein de la pépinière Rungis & Co depuis le début de 2020, a annoncé en février une levée de fonds particulièrement spectaculaire de 10 M€. Elle fait suite à deux précédentes, de 2 M€ en 2019 et 4 M€ en 2020. Un nouveau témoignage de la confiance des investisseurs dans l'avenir de cette pépite de la « fintech » française. Le projet de Libeo doit beaucoup à l'expérience de Pierre Dutaret, son président et cofondateur, dans le métier de la restauration. Après un passage par les banques d'affaires (Merill Lynch, BNP Paribas), cet ancien élève de l'EDHEC se forme au début des années 2010 à la cuisine et au management hôtelier, puis crée et dirige un groupe de restaurants parisiens qui va compter jusqu'à huit unités (Farago, Canard et Champagne, Candelma...). «Comme tous les patrons d'établissements, j'ai vécu les journées ingrates passées au règlement

des factures des fournisseurs. Les documents arrivent à différents niveaux de l'entreprise, sous des formes hétérogènes et il faut les rassembler et les régler selon différentes modalités. C'était un processus à la fois chronophage et porteur d'erreurs et d'oublis. » L'idée vient donc au jeune chef d'entreprise de proposer un service qui assure une partie de ces tâches à la place du dirigeant, du DAF, du comptable ou du chef. «Le caractère novateur de Libeo et l'une de ses valeurs ajoutées, c'est la prise en charge de l'ensemble du processus, y compris le paiement, en un clic, sans même avoir à se connecter à sa banque », précise Pierre Dutaret. En effet, «Libeo centralise toutes les factures qui lui sont envoyées par mail, photo, etc., et en assure la digitalisation sur une plateforme où sont également stockées les coordonnées des fournisseurs. Au-delà du paiement, c'est donc aussi un outil d'aide à la décision », argumente le créateur. Ainsi, «l'utilisateur peut décider de payer ou non et à quel moment ses factures en fonction de critères qu'il a choisis : argent sur le compte, existence d'un avoir, conformité de la livraison, etc. » Un tableau de bord

## La facture électronique en ligne de mire



Le principe de l'obligation d'usage de factures électroniques dans les transactions entre professionnels a été adopté à la fin 2019, dans le cadre du projet de loi de finances 2020. Justifiée par la lutte contre la fraude à la TVA mais également par le besoin d'améliorer la productivité et de réduire les délais de paiement, la dématérialisation sera obligatoire d'ici à 2025. Une petite révolution pour certains secteurs, comme celui de la restauration, où la culture de la facture glissée dans la cagette est fortement ancrée. « Certaines entreprises ne s'y mettront sans doute qu'à l'approche de la période de transition en 2023. C'est notamment un problème d'infrastructures, car tout le monde ne dispose pas d'un émetteur de factures électroniques », confirme

Pierre Dutaret. Pourtant, selon le président de Libeo, la digitalisation du secteur est bel et bien en marche. « Une nouvelle génération de restaurateurs a pris conscience, notamment à l'occasion du Covid, de l'intérêt de procédures dématérialisées, et de pouvoir, de chez soi, savoir ce qu'on doit payer, le payer et suivre ses règlements. Le digital, qui était conçu comme un risque, l'est de plus en plus comme une opportunité. », justifie Pierre Dutaret. En attendant, les éditeurs de logiciels sont sur les rangs. Sage a ainsi lancé en avril dernier une nouvelle offre, Sage FRP 1000 dématérialisation, afin de pouvoir gérer l'ensemble du parcours d'achat simplement et de manière automatisée, avec notamment la numérisation des factures et leur intégration dans la comptabilité de l'entreprise.

complet permet de garder la trésorerie sous contrôle et l'accès peut être partagé avec l'expert-comptable, de manière à préparer les bilans de fin d'année.

#### « ACCÉLÉRÉ » À RUNGIS

Quand Pierre Dutaret se met en quête d'un « accélérateur » pour sa jeune entreprise située à Paris, il se tourne naturellement vers la pépinière de Rungis. «C'est un endroit qui faisait partie de mon univers puisque c'est là que je m'approvisionnais principalement pour l'ensemble de mes restaurants. C'est aussi là que j'ai pris conscience de l'importance de faire coïncider les procédures des grossistes variant beaucoup d'une entreprise à l'autre en matière de facturation et de règlement. » La pépinière accueille le projet avec intérêt. «Le Marché a compris qu'aider à résoudre les problèmes de paiement des restaurateurs pourrait contribuer indirectement à régler les problèmes de retard de règlement des fournisseurs », explique Pierre Dutaret. La solution proposée par Libeo va vite démontrer son intérêt et trouver son public notamment au sein de l'univers de l'alimentaire et de l'hôtellerie. «Entre un quart et un tiers de nos clients appartiennent à cet univers : des hôtels, des restaurants, des petits fournisseurs, des distributeurs indépendants ou franchisés. Ce sont très majoritairement des

PME, comptant entre un et quinze établissements », indique l'entrepreneur. Parmi eux, les restaurateurs David Moyal (restaurants Miznon), Tiphaine Bailly (traiteur Adar), le restaurant californien Cali Sisters, Liberty's burger ou côté Sushi. «Mais nous avons commencé à travailler avec des acteurs plus importants comme des entités du groupe Bertrand comme Burger King ou avec Starbucks », souligne Pierre Dutaret. Sur un an, le logiciel, qui compte 35 000 entreprises dans son réseau, a traité un volume de factures équivalant à 100 M€. Le développement de Libeo ne se fait pas seulement par les payeurs. « Certes, notre mission principale consiste aujourd'hui à présenter aux acheteurs les bénéfices d'une solution de paiement rapide, efficace et adaptée aux fournisseurs. Mais nous essayons aussi de montrer aux entreprises payées qu'elles peuvent avoir un intérêt à être des catalyseurs de notre système », détaille le chef d'entreprise. Pierre Dutaret prend notamment l'exemple des difficultés rencontrées par un grossiste à service complet bien connu pour se faire régler dans des délais raisonnables par certains gros clients franchisés de la restauration, « qui ont des systèmes de contrôles longs et complexes et engendrent d'importants retards de paiement très coûteux pour l'entreprise en besoins de fonds de roulement ». En encourageant ses clients

franchisés à inclure Libeo dans leur système d'ERP et à le régler avec lui, le grossiste s'assure qu'ils vont payer leur facture à date d'échéance. « C'est un effet rebond que l'on commence clairement à ressentir.»

Le développement de Libeo devrait également être accéléré dans les mois qui viennent par son intégration dans des interfaces de comptabilité ou de gestion. «Nous sommes par exemple le fournisseur de solution de paiement de Quickbooks, leader mondial du logiciel de gestion en ligne, et celui de l'éditeur de logiciel de comptabilité Cegid», se félicite Pierre Dutaret. L'entrepreneur entend profiter de sa nouvelle levée de fonds pour encore mieux structurer le développement de l'entreprise, « en améliorant toujours l'expérience client, en intégrant notre solution sur de nouvelles plateformes partenaires, côté client comme fournisseur, et en mettant à disposition notre service à l'international. Au-delà de ces objectifs financiers, mon ambition est aussi de fournir des outils à des milliers d'entrepreneurs, en particulier de l'hôtellerie-restauration, afin qu'ils aient un peu plus de temps pour eux. Ces métiers sont aujourd'hui débordés par des tâches qui mettent sous pression la vie personnelle et familiale des dirigeants. C'est aussi cela qui me tient à cœur», conclut Pierre Dutaret.

**Bruno Carlhian** 



# Le Proace met les Watt

Le Toyota Proace Electric est le dernierné de la famille des fourgons moyens 100 % électrique. Une grande première pour Toyota, qui lance ici son premier modèle électrique. a famille des fourgons moyens électriques s'étoffe d'un nouveau modèle, le Toyota Proace Electric. Ce Proace est sans surprise : il est une nouvelle déclinaison de la matrice PSA et a donc pour frères jumeaux le Peugeot e-Expert, Citroën ë-Jumpy et Opel Vivaro-e. Il n'en reste pas moins que cet utilitaire est le premier véhicule électrique de la marque nippone. Et pour le coup, cette première pierre est une réussite. Le Proace Electric est un véhicule professionnel agréable à l'usage et fonctionnel bien qu'un peu cher.

Le Toyota Proace Electric est disponible en version fourgon, cabine approfondie, plancher cabine et Combi. Le fourgon se décline en trois longueurs, comme la version thermique. Il y a le Compact, d'une longueur de 4,60 m; le Medium, de 4,95 m et le Long, de 5,30 m. Sur le premier, la longueur de chargement atteint 2,16 m. Elle dépasse les 2,50 m sur le Medium et s'affiche à 2,86 m sur le Long. Pour les trois, la largeur utile est d'1,62 m au maximum et la hauteur utile est d'1,40 m. Pas de changement sur les volumes utiles par rapport à la version Diesel: 4,6 m³ pour le Compact; 5,3 m³ pour le Medium et 6,1 m³ pour le Long. Ces données sont augmentées de 0,5 m³ de volume utile supplémentaire grâce au Moduwork, proposé de série sur ce Toyota. Ce système comprend une banquette trois places à l'avant, une trappe en partie basse de la cloison et le siège passager relevable. Outre le gain de volume utile, il permet aussi de gagner un peu en longueur utile. Deux tailles de batteries sont proposées. La première est une 50 kWh, plus spécialement destinée aux petits

trajets urbains. L'autonomie maximale est de 230 km. La seconde de 75 kWh autorise une utilisation mixte. Elle apporte une autonomie de 330 km.

Le Toyota Proace Electric est doté d'un moteur de 100 kW, soit 136 chevaux au maximum délivrés en mode Power, le plus dynamique, utile pour rouler en charge. Ce mode comme les deux autres, Normal et Eco, peuvent être sélectionnés via une molette sur la console centrale. Une autre position, symbolisée par un B, permet d'augmenter la récupération d'énergie... à un point tel que vous n'avez quasiment plus besoin de freiner.

La tenue de route est satisfaisante et l'agilité du Proace est assez surprenante pour un véhicule de ce gabarit. Côté consommation, ce Toyota ne semble pas être un modèle de frugalité, l'ordinateur indiquant une consommation d'environ 27 kWh/100.

Au bilan, le Toyota Proace Electric est un véhicule abouti, conforme aux attentes et aux besoins des professionnels appelés à intervenir dans des zones à circulation restreinte. Produit PSA, le Toyota Proace Electric affiche globalement les mêmes tarifs que ses frères jumeaux. Des tarifs plutôt élevés d'ailleurs, s'échelonnant de 36000 € HT à 44400 € HT. Mais au fait, s'il est un clone parfait des Peugeot e-Expert et autre Citroën ë-Jumpy, pourquoi aller chez Toyota ? La marque avance deux arguments : premièrement, le Moduwork est de série. Deuxièmement, Toyota offre une garantie constructeur de trois ans/100000 km, là où les PSA sont à deux ans kilométrage illimité.

**Richard Pizzol** 



## Renault Express Van: l'essentiel à 17500 €

Le nouveau Renault Express Van est un utilitaire simple et pratique, qui n'omet rien d'essentiel tout en restant à prix très abordable.

Le Renault Express Van est une fourgonnette tout à fait standard. Long de 4,39 m, cet Express dispose d'un volume utile de 3,3 m<sup>3</sup>, pouvant atteindre 3,7 m<sup>3</sup> avec le siège passager rabattable, d'une longueur utile au plancher d'1,91 m, avec la cloison pleine, d'une porte latérale droite de série et d'une charge utile atteignant 650 kg en version Diesel et 780 kg en essence. S'il est le descendant de feu le Dacia Dokker Van, il en reprend d'ailleurs la plateforme, l'Express affiche tous les codes stylistiques des utilitaires Renault, avec notamment un bouclier très vertical et un capot plat et nervuré, sans oublier l'imposant logo et les projecteurs à LED. Découvrir l'Express, c'est constater que ce n'est pas un utilitaire au rabais. De base certes, mais fonctionnel et globalement bien



Du renouveau de l'actuel Renault Kangoo sont nés deux véhicules, le Kangoo Van et ce Renault Express Van qui se veut un utilitaire de base à prix très abordable.

fini. Deux niveaux de finition sont proposés, Essentiel et Confort. Sur la version de base, ce n'est pas pléthorique mais... l'essentiel y est. La dotation de série comprend l'airbag frontal, les vitres électriques, le limiteur/ régulateur de vitesse, la fermeture à distance centralisée, l'ESP et l'aide au démarrage en côte ou encore la radio avec Bluetooth et USB. La zone de chargement dispose de six crochets d'arrimage au sol, d'un éclairage et de la cloison pleine vitrée. L'Express est proposé en France avec trois motorisations. Une essence de 100 chevaux, et deux Diesel, déclinées autour du 1.5 dCi et affichant 75 et 95 chevaux. Une

motorisation « Ecoleader » basée sur le 75 chevaux est également disponible. Toutes ces motorisations sont couplées à une boîte de vitesses manuelle à six rapports. Mais le vrai point fort de ce Renault Express Van est son prix. Le premier tarif, mis en avant par le constructeur, est de 17 500 € HT. R. P.

## Ford: garder un œil sur ses arrières



Ceci n'est pas un rétroviseur ordinaire, mais un écran HD qui affiche les images de la caméra arrière.

Difficile de surveiller ce qui se passe derrière son utilitaire si celui-ci est entièrement tôlé. Ford propose un système qui permet de tout voir, cycliste, piéton ou autre véhicule. Ce rétroviseur intérieur est en fait un écran haute définition qui présente une vue panoramique de l'arrière du véhicule, obtenue via une caméra. Ce système offre un champ de vision deux fois plus large qu'un rétroviseur classique et dispose également d'un contrôle automatique de la luminosité de jour comme de nuit. Ce rétroviseur intelligent de Ford est disponible en accessoire pour les utilitaires Transit et Transit Custom équipés de portes tôlées. Tout concessionnaire Ford peut commander et installer l'accessoire, qui est compatible avec les Transit conçus à partir de 2014 et les Transit Custom à partir de 2012.

#### **FONDS DE COMMERCE**

Vente de fonds de commerce de détail de fruits et légumes, épicerie fine, vins, fromages, volailles, ...

Chailly en bière/Barbizon (77) à 50 kms de Rungis par Autoroute A6, accès direct.

Situé sur un axe passant

Surface de vente 250 m², réserve 500 m², parking privé 50 places. Ouverture en 2007. Matériel en bon état.

CA HT 1 285 000 Euros Tél: 06 07 08 87 34 / 06 03 13 05 67

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







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

À vendre activité distributeur Automatique de pizza fraîches, sur un emplacement d'exception en entrée de Centre Cial E. LECLERC à Pont Sainte Maxence. Bon CA en constante évolution. Fort potentiel de développement. Prix : 72500 € Contact 06 07 08 62 12



À vendre SARL Epicerie fine italienne en BIO, marchés BIO, bvd des Batignolles et bvd Raspail. Fort potentiel et bonne rentabilité. Contact MME Viry 0632661082 Instagram: @lacucinabio







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  $600\,\mathrm{m^2}$  environ, parking 50 places.

Affaire en forte progression
CA 2 300 000.00 €, bonne rentabilité.
Pour tout contact 06 32 71 08 12

#### **IMMOBILIER**







Maison de caractère rénovée avec goût, jolis parquets, double garage, parking, piscine intérieure chauffée donnant sur une terrasse ensoleillée idéale pour les moments de convivialité entre amis et un joli jardin avec arbres fruitiers (cerisiers, pruniers et pommiers).

Très joli point de vue sur les Monts de la Margeride et la ville de Saint-Flour, en très bon état général.

L'espace piscine est équipé d'un sauna et d'une douche.
Une cheminée agrémente le salon et un espace bureau très lumineux vient compléter le RDC près de la cuisine et de son espace repas.
Le 1er étage est composé d'une salle de bain et 3 chambres dont une avec sa propre terrasse. Une 4ème chambre et un grenier sont au 2ème étage, sous les toits.

La maison est équipée d'un chauffage aérothermie + fuel. A 6 minutes d'accès de l'autoroute A75.

Pour plus de photos ou d'informations, n'hésitez pas à me contacter. marie.vidal@groupoptim.fr

#### DEMANDES D'EMPLOIS

Commercial confirmé vente grande expérience dont 7 ans sur le MIN de Rungis disponible tous secteurs merci de contacter Jeff 06.83.97.61.78 jfborderes@orange.fr Femme avec expérience Min fruits et légumes cherche place de caissière Tél. 0621760336

Femme recherche poste facturation, secrétariat. 3 après-midi par semaine. Tél. 0648108555.

POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONTACTEZ

**NAÏMA MAZURIER** AU **01 42 36 56 74** 

OU ENVOYEZ UN E-MAIL À :

n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr

# Avec ePack Hygiene,

je suis déjà prêt pour la reprise!



ePack Hygiene:

la Solution la plus complète de l'HACCP digitalisée et pensée également pour gérer en toute conformité la vente à emporter!





Contactez-nous au :

02 29 62 64 40









# 100 % frigorifique.

Système totalement intégré ou groupe froid traditionnel, Mercedes-Benz, grâce à ses partenaires carrossiers et à son réseau de professionnels, vous aide à relever le défi de la nouvelle mobilité électrique en vous appuyant sur l'exigence et la qualité Mercedes-Benz.



Plus d'informations sur www.mercedes-benz.fr/vans/fr ou au 01 55 94 20 76.\*

Depuis le 1er septembre 2018, les véhicules légers neufs sont réceptionnés en Europe sur la base de la procédure d'essai harmonisée pour les véhicules légers (WLTP), procédure d'essai permettant de mestait de marques déposées de Daimler AG, Stuttgart, Allemagne. Mercedes-Benz France, SAS au capital de 75 516 000 € - 7 avenue Nicéphore Niépce, 78180 Montigny-le-Bretonneux. RCS Versailles 622 044 287. Modèle de borne de recharge non disponible pour la France. \*Prix d'un appel local.