

SUR LE VIF

Retour du Train
des primeurs

DOSSIER

Labels : quand les
filières s'en mêlent

OUI CHEF!

Frédéric Simonin,
la force tranquille

RUNGIS

actualités

Depuis 1969

N° 778 – novembre 2021 – 1,50 €



REPORTAGE

Les Landes, paradis épicurien

Les Huîtres



Perle Blanche®

**HUÎTRE
FRANÇAISE**
49° 25' 2" N
1° 10' 21" O



**HUÎTRE
FRANÇAISE**
47° 30' 24" N
3° 2' 15" O



D E P U I S 1 9 2 4
REYNAUD
P A R I S

1, avenue des Savoies - 94599 Rungis
+33 1 45 12 71 00 - contact@rno.fr - www.rno.fr



16

Dossier

Les labels privés. Une démarche collective pour informer le consommateur



26

Oui chef !
Frédéric Simonin

28

Reportage

Les Landes: une gastronomie unique en France



42

Focus

Handicap: des freins à l'embauche persistent



44

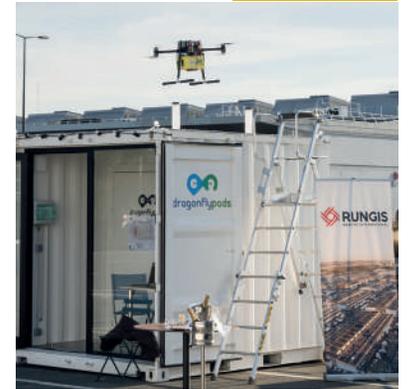
Nouveaux marchés

Biodynamie: la démarche du bon sens

Digital & innovation

Des drones-cargos dans le ciel de Rungis

46



au sommaire

L'édito

5 de Jean-Michel Déhais

Sur le vif

- 6 Actualités
- 12 Instantanés
- 14 Toulouse-Le Grand Marché
- 15 Nouvelles des marchés

Dossier

16 Les labels privés. Une démarche collective pour informer le consommateur

Ensemble

- 22 Opérateur
- 23 Producteur
- 24 Acheteur
- 26 **Oui chef !** Frédéric Simonin

Reportage

28 Les Landes: une gastronomie unique en France

Tendances du marché

- 34 **Produits de saison**
 - L'oie
 - L'ananas Victoria
- 38 **Conso** La truite
- 39 **Nouveaux produits**
- 40 **Déco** Penja et Rosedor
- 42 **Focus** Handicap: des freins à l'embauche persistent

44 Nouveaux marchés

Biodynamie: la démarche du bon sens

46 Digital & innovation

Des drones-cargos dans le ciel de Rungis

Véhicules utilitaires

- 48 • Nissan Townstar: la fourgonnette qui se passe du Diesel
- Renault: le nouveau Trafic est annoncé
- Renault Trucks: le D Wide 19 tonnes passe à l'électrique

Petites annonces

- 50 Fonds de commerce Immobilier offre d'emploi

Dispéré

DÉCOUVREZ LA SÉLECTION DES FÊTES

CHARCUTERIE • TRAITEUR • ÉPICERIE FINE • BOISSONS



di spé ré

depuis 1970 à Rungis

7 avenue de Normandie Bât. F5c
94597 RUNGIS MIN
Tél. 01 46 87 33 00
www.dispere.fr

di spé ré *bio*

Terroir & Innovation

2 et 8 rue de Rennes Bât. D6
94589 RUNGIS MIN
Tél. 01 71 33 19 09
www.dispere.bio

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

RÉDACTION

Directeur de la publication
et de la rédaction :

Nelson Burton

Directeur adjoint
de la rédaction :

Jean-Michel Déhais

Rédacteur en chef adjoint :

Mickaël Rolland

Rédacteurs en chef délégués :

Bruno Carlhian, Olivier Masbou

Secrétaire de rédaction :

Martine Favier

Création maquette :

Stanislas Chevara

Rédacteur graphiste :

Richard El Mestiri

Ont collaboré à ce numéro :

Florence Jacquemoud

Francis Duriez

Richard Pizzol

Jérémy Desnoyer

Photo de couverture :

© Qualité Landes

PUBLICITÉ

Directrice de publicité :

Audrey Combeau

Tél. : 33 (0)1 42 36 56 75

a.combeau@aucoeurdessvilles.fr

Responsable petites annonces :

Naima Mazurier

n.mazurier@aucoeurdessvilles.fr

ABONNEMENT

Au Cœur des Villes

16, rue Saint-Fiacre

75002 Paris

Tél. : 33 (0)1 42 36 70 64

E-mail : abonnement@

aucoeurdessvilles.fr

Chef de projet abonnement :

Louiza Ouazar

Périodicité : 11 numéros par an

Prix de vente au numéro : 1,50 €

Abonnement :

Abonnement « Intégral » 2 ans

(papier + mobilité) :

France : 31 € TTC

Union européenne : 41 € TTC

Reste du monde : 51 € TTC

Rungis Actualités est publié par

Au cœur des villes

Société par actions simplifiée

au capital de 64 541 euros

RCS n° 825 299 068 RCS Paris

Direction

Président : **Nelson Burton**

Secrétaire de direction :

Anne Caro

Dépôt légal : à parution

N° Commission paritaire :

1024 T 82406

Impression : Léonce-Deprez

ZI Le Moulin - 62620 Ruitz

Tél. : 33 (0)3 21 52 96 20

Certifié PEFC 70 %

N° COC : BVC/CDC/1969087

Rungis Actualités décline toute

responsabilité pour les

documents qui lui sont envoyés.

Les manuscrits non insérés ne

sont pas rendus. Infographies :

tous droits réservés

Copyright : *Rungis Actualités*.



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

Le train siffle à nouveau à Rungis

L'image de Stéphane Layani, accoudé à la fenêtre de la locomotive, saluant la foule sur le quai de la gare de Rungis au milieu de la nuit, témoignait d'un certain panache. Ce retour du Train des primeurs à Rungis, c'est d'abord la victoire du principe du développement durable. Cette résurrection de la solution du rail va permettre d'éviter des milliers de transports en camions.

Il y a deux ans, lorsque ce train, à bout de souffle financièrement et techniquement, avait été mis à l'arrêt, les commentateurs se montraient plus que sceptiques sur le retour à court terme de la ligne Perpignan-Paris. Mais les autorités du Marché de Rungis, pugnaces, ont usé de leur pouvoir de persuasion. Il faut aussi reconnaître que les résultats de la Convention citoyenne pour le climat ont permis d'aligner les planètes. N'oublions pas le rôle des professionnels de Rungis dans cette réussite.

Comme l'a souligné le président Layani, sans l'implication des grossistes, ce projet vertueux n'aurait pas pu aboutir. Ils sont aujourd'hui pleinement conscients de la nécessité de décarboner leurs solutions de transport. Certes, ce train est moins long que le précédent, mais il est aussi plus efficace. Avec des pointes à 140 km/h, « c'est le TGV des primeurs », selon l'expression de Stéphane Layani. Plus rapide, ce convoi ferroviaire est désormais concurrentiel, cette compétitivité retrouvée est le gage de sa survie. Dans trois ans, c'est une autoroute du transport qui verra le jour entre Barcelone et Anvers, via Perpignan et Rungis. Le réseau ferré deviendra alors une véritable alternative à l'autoroute. Ce sont les efforts fournis par le Marché de Rungis et l'État autour de ce Train des primeurs qui auront permis d'amorcer ce flux de circulation vert qui va grossir dans les années qui viennent.

L'image du mois



© Frédéric Loup

30 septembre

L'Académie Rabelais a remis le 30 septembre à Patrick Fracheboud et son fils Luc, propriétaires de l'établissement La Bonne Franquette à Paris (18^e), la Coupe du meilleur pot, trophée du meilleur bistrot parisien décerné depuis 1954 dans la capitale.

En présence de nombreuses personnalités du quartier et du monde de la gastronomie lyonnaise comme la charcutière Colette Sibilia et la restauratrice Jacotte Brazier, la fête a pris des allures de symbole de la réouverture des bistrots parisiens.

GASTRONOMIE

Le foie gras fait son grand retour

La filière foie gras est en pleine forme. Après les années difficiles de la grippe aviaire, les signaux positifs se multiplient. Que ce soit à la maison, ou dans les restaurants, le foie gras est plébiscité par les Français.

Les Français sont toujours aussi fans de foie gras. En 2020, année compliquée s'il en est, la filière a gagné 1,2 million de nouveaux ménages acheteurs indique le Cifog, le Comité interprofessionnel du foie gras. Les ventes ont fait un bond spectaculaire au moment des fêtes : +32,2% du 21 au 27 décembre et +27,3% du 28 décembre au 3 janvier en grandes et moyennes surfaces. « Un enthousiasme qui a même entraîné des ruptures dans certains magasins qui n'avaient pas anticipé cette affluence record ! » souligne le Cifog. Et tout indique que 2021 va voir se confirmer cette tendance. Les premiers chiffres annoncent des ventes en hausse de 3,6% en volume et 3,8% en valeur de début janvier à début septembre en grande distribution (par rapport à la même période de 2020). L'embellie se poursuit aussi en restauration. Les ventes sont en augmentation de 28% pour les foies gras transformés sur le 1^{er} semestre 2021 par rapport au 1^{er} semestre 2020, et ce alors que la situation était encore compliquée pour la restauration hors domicile. Quant aux exportations, elles sont en hausse, sur le premier semestre, de 11% (en volume) pour le foie gras cru, et de 17% pour le foie gras transformé. Cette tendance à la hausse « va se poursuivre avec la réouverture des pays tiers, suite au retour du statut indemne d'influenza aviaire de la France le



© Cifog - Ph. Assiet - ADOCOM-RP 2

2 septembre dernier » poursuit le Cifog. Les fêtes de fin d'année vont offrir une opportunité pour confirmer cette embellie. 78% des Français considèrent en effet que le foie gras est le produit incontournable des réveillons de Noël et du 1^{er} de l'An. Il arrive largement en tête des plats des fêtes de fin d'année devant le saumon fumé (68%) ou la bûche de Noël (66%). Les Français estiment que le foie gras est un produit « festif » (93%), « traditionnel » (93%), « à partager » (92%) et « qui fait plaisir » (92%). Plus généralement, 91% des Français se déclarent consommateurs de foie gras. Une grande majorité de la population (93%) s'accorde à dire que le foie gras fait partie du patrimoine gastronomique national. 87% des Français estiment également qu'il s'agit d'un produit « Made in France » à soutenir et d'un savoir-faire traditionnel à préserver. Et ils sont aussi 87% à

considérer que le foie gras « participe au rayonnement de l'art de vivre et de la culture gastronomique française dans le monde ». Ce produit bénéficie d'ailleurs de la reconnaissance officielle « patrimoine culturel et gastronomique protégé en France » depuis 2006.

Le foie gras est également très attendu en restauration : 88% des Français pensent qu'il doit être proposé par les chefs au moment des fêtes. Et l'engouement dépasse la trêve des confiseurs : 83% des consommateurs souhaitent pouvoir le savourer en restauration au moment d'autres fêtes comme Pâques, la Saint-Valentin, la fête des Mères, etc. Et ils sont 68% à penser qu'il devrait être présent tout au long de l'année à la carte des restaurants.

Quant à l'origine du foie gras, elle ne fait pas de doute : elle doit être française pour 74% de la population. Une origine facilement identifiable grâce au logo foie gras de France qui existe depuis 2019. Pour pérenniser la présence du foie gras sur les tables des restaurants, la filière a lancé, en 2018, la Semaine nationale du foie gras. La quatrième édition de cette opération aura lieu du 15 au 21 novembre. Plusieurs centaines de restaurants proposeront des menus spécifiques et des menus du jour sur le thème du foie gras. Des livrets de recettes seront distribués aux clients. Plusieurs associations de chefs sont partenaires de cet événement et notamment EuroToques, Maîtres Cuisiniers de France, Association Française des Maîtres Restaurateurs, Académie Culinaire de France et Les Cuisiniers de la République Française, et le Groupement National des Indépendants Hôtellerie - Restauration.

EN CHIFFRES

La France occupe le 1^{er} rang mondial de la production de foie gras

14 500
tonnes de foie gras
produites en France
en 2020

2,1 Md€
de chiffre d'affaires estimé
pour la filière palmipède gras
française

40,4 M€
d'excédent commercial
pour la France grâce à
la filière foie gras

TRANSPORT ET LOGISTIQUE

Perpignan et Rungis à nouveau unis par le rail



© Didier Venom



Jean Castex, Premier ministre, et Stéphane Layani, président du Marché de Rungis, ont assisté au départ du Train des primeurs à Perpignan (ci-dessus). Le convoi est arrivé à Rungis le 23 octobre à 3 h 08 (ci-contre).

Après plus de deux années d'interruption, c'est un Train des primeurs flambant neuf qui a fait son entrée le samedi 23 octobre un peu après 3 h du matin. À ce moment, l'Ode à la Joie a retenti, soulignant l'espoir des opérateurs sur la relance du fret ferroviaire.

« Depuis 2019, ce quai était vide, le train ne sifflait plus. Pourtant, le train est consubstantiel au Marché. Il y avait un train aux Halles de Paris qui amenait les fruits et légumes d'Orléans. On ne pouvait pas accepter que tout cela soit fini ». Il n'est pas tout à fait 3 heures du matin, sur le quai de la gare de Rungis. Stéphane Layani, président du Marché de Rungis, s'adresse à la foule des invités qui se presse sur le quai, un verre de vin chaud à la main. Il n'y a que quelques minutes à attendre avant le retour du Train des primeurs à Rungis. Le convoi est parti 12 h plus tôt de Perpignan. Le Premier ministre Jean Castex, qui, dès l'été 2020, quelques semaines après sa nomination à Matignon, s'était engagé sur ce retour du train à Rungis, était sur place pour donner le départ du convoi. « J'ai pris l'engagement, c'était en juillet 2020, de rouvrir le train des primeurs, rappelle le Premier

« Nous ne pouvons pas dépendre seulement des camions pour nourrir 20 millions de Franciliens. »

**Stéphane Layani,
Président du Marché de Rungis**

ministre. Et aujourd'hui, je viens vous dire d'abord que cet engagement est tenu, tout simplement ». « Nous ne pouvons pas dépendre seulement des camions pour nourrir 20 millions de Franciliens », explique Stéphane Layani, 12 h plus tard, sur le quai du terminal ferroviaire de Rungis. Il a rappelé qu'autour de fret SNCF, de nombreux opérateurs se sont engagés. Le transporteur Primever a été retenu pour s'occuper de l'acheminement. De nombreux grossistes et importateurs du Marché ont décidé de jouer le jeu et de confier leurs marchandises au train. Tout est mis en place pour que la réussite soit au rendez-vous. Le convoi se compose de 12 wagons

réfrigérés. Il dispose d'un sillon sur le réseau ferré lui permettant de rouler à 140 km/h. « C'est le TGV des primeurs » selon la formule de Stéphane Layani. Il va circuler cinq jours par semaine, du mardi au samedi. L'arrivée de ce train n'est qu'une étape du renouveau du rail à Rungis. En réalité, ce 22 octobre « nous n'inaugurons qu'une partie de la réalisation de cet engagement », expliquait Jean Castex. Le deuxième segment concerne le transport de conteneurs sur l'autoroute ferroviaire Le Boulou-Gennevilliers. La ligne Perpignan Rungis sera couplée avec ce segment. Alors, ce sera « 26 000 camions équivalents qui seront retirés des routes ». Cette liaison devrait être ouverte en décembre prochain. Enfin, Stéphane Layani a indiqué qu'il devait prochainement lancer « un appel à projets pour une gare multimodale à Rungis ». L'appel portera sur une consultation pour le développement d'un terminal de transport combiné rail-route sur plus de 120 000 m² à Rungis. Elle pourra être complétée à terme par d'autres technologies. En plus de la ligne Perpignan-Rungis, le marché parisien a la capacité d'accueillir trois lignes supplémentaires : Dunkerque-Rungis ; Avignon-Rungis ; Rungis-Rotterdam.

Olivier Masbou

INAUGURATION

L'avenue de la gastronomie prend corps



© ComRungis

Une « avenue de la Gastronomie » va bientôt remplacer les actuelles avenues des Charentes, de Normandie et de Flandre, a annoncé Stéphane Layani le 12 octobre dernier. Le président du Marché de Rungis, qui inaugurerait les 3 jours de la gastronomie, événement annuel organisé par l'Union des professionnels du secteur gastronomie (UPSG), a annoncé en avoir fait la demande officielle à la préfecture du département. « Nous avons défini une charte afin que cette avenue, à l'image des Champs-Élysées, soit une vitrine de la gastronomie pour le Marché et pour la France », s'est félicité Yann Berson, président de l'Union. Cette annonce intervient à l'orée de « l'année de la gastronomie » lancée par le président de la République en septembre dernier qui permettra à des centaines de projets d'obtenir une labellisation et un soutien de l'État. Depuis la construction en 2013 du bâtiment F5C,

navire amiral du secteur, puis celle de la Halle bio en 2016, le secteur d'abord baptisé « PLU » (pour plurivalent) ou quartier Saint Eustache, puis traiteur et enfin « gastronomie », a connu une très forte croissance ces dernières années. « En huit ans, les ventes de vin ont progressé en volume sur le marché de 63% et celles d'épicerie de 58% », s'est félicité Stéphane Layani. Ce dernier a annoncé l'ouverture prochaine d'un nouveau bâtiment consacré à la gastronomie dans le prolongement du F5C. Baptisé F7 et dédié aux nouvelles tendances, l'édifice devrait être livré courant 2023. Les 3 jours de la gastronomie ont également été marqués par un concours culinaire, organisé en partenariat avec Eurotoques et l'Académie Nationale de Cuisine, qui a permis aux chefs de sublimer les produits du secteur qu'ils avaient sélectionnés en amont.

VIANDE PORCINE

Bigard en négociation exclusive pour Abera et Porcgros

Avril, leader français des huiles et protéines végétales, a annoncé fin septembre être entré en négociation exclusive avec le Groupe Bigard pour la vente de ses participations majoritaires dans les sociétés Abera et Porcgros, spécialisées dans l'abattage et la découpe de porc. Avec ce projet, « les sociétés Abera et Porcgros renforceront le partage d'expertises, offrant ainsi de nouvelles perspectives pour le développement de leur outil industriel et la pérennité de leurs activités », se félicite Avril dans un communiqué. L'opération, si elle aboutit, maintiendrait le groupement de producteurs de porcs, Porc

Armor Evolution au capital d'Abera, et les familles fondatrices du découpeur du marché de Rungis, Porcgros, au capital de leur entreprise. Ces familles « vont accompagner cette reprise majoritaire par le Groupe Bigard », assure le communiqué d'Avril. La vente permettra également de garantir la continuité des débouchés aux éleveurs partenaires ainsi qu'aux filières Sanders. La réalisation effective de l'opération est soumise à la consultation des instances représentatives du personnel et des salariés des deux sociétés, ainsi qu'à l'autorisation des autorités de concurrence.

Nominations



Bertrand Bompas
président de
La Chaîne
Logistique du
Froid

Les acteurs de la
Chaîne logistique

du Froid, qui réunit l'Union nationale du transport frigorifique (UNTF), l'Union syndicale nationale des exploitations frigorifiques (USNEF) et Transfrigoroute France ont désigné le 15 octobre leur nouveau président, Bertrand Bompas. Depuis 2019, Bertrand Bompas est directeur général adjoint de STEF France, leader européen de la logistique sous température dirigée. Sandra Olano (Groupe Olano) et Philippe Antoine (Groupe Antoine) ont également été élus vice-présidents. Bertrand Bompas succède à Jean-Eudes Tesson (groupe Tesson, en Vendée).



Yann Nédélec
directeur de
l'Anvol

Yann Nédélec, 36 ans, vient d'être nommé directeur de l'Anvol

(Interprofession de la volaille de Chair), qui regroupe toutes les familles professionnelles de la filière française. Il succède ainsi à Anne Richard et sera accompagné dans ses fonctions par un directeur adjoint, Yann Brice, déjà directeur de plusieurs comités espèces avicoles (CIPC - poulet, CICAR - canard, CIDEF - dinde). Yann Nédélec était depuis 2017 directeur de la CFA - Confédération Française de l'Aviculture.

QUALITÉ

Les AOP laitières s'engagent dans le durable

Lors de son assemblée générale en septembre, le Conseil national des appellations d'origine laitière (Cnaol) a annoncé que les appellations devraient toutes contenir, d'ici à 2030, 18 mesures de durabilité dans leurs décrets officiels, avec des cahiers des charges adaptés à chaque territoire. Le Cnaol a présenté un schéma de mesures répondant aux trois piliers du développement durable (environnemental, économique et social) afin que chaque appellation puisse maintenant définir des mesures propres pour y répondre.

Selon le président du Cnaol Michel Lacoste, la démarche permet aux différentes AOP de choisir des mesures correspondant à la réalité de leur terroir, plutôt que de leur imposer des mesures transversales. Alors qu'il existe de plus en plus de démarches de segmentation concernant la durabilité, les appellations s'engagent résolument dans cette voie qui nécessitera un aménagement des cahiers des charges et de la réglementation.



Schéma des 18 objectifs sélectionnés dans le projet d'AOP laitière durable.

En bref

Un accord sur les marchés de gros avec l'Égypte

Lors de la visite à Rungis du Dr. Aly El Moselhy, ministre de l'Approvisionnement et du Commerce intérieur égyptien fin septembre, Stéphane Layani, le président du Marché de Rungis, a évoqué la signature d'un accord tripartite entre la Semmaris, l'Agence Française de Développement et le gouvernement égyptien. Il a pour objectif le développement d'un réseau de marchés de gros sur l'ensemble du territoire égyptien. Un projet pilote va être engagé à Alexandrie et des prochains développements pourraient représenter 15 marchés de gros dans toute l'Égypte.

Portes ouvertes dans l'agroalimentaire francilien

L'ANIA Île-de-France organise les 18,19 et 20 novembre des journées Portes ouvertes permettant de découvrir les coulisses de quelques sites de fabrication. Visiteurs, scolaires et médias pourront aller à la rencontre de la Biscuiterie Astruc (Seine-et-Marne), de la confiserie Kubli (Essonne), des Macarons Gourmands (Essonne) ou encore des brasseries Seguin Sound (Hauts-de-Seine), qui produit une bière fabriquée avec de la levure de champagne et Wab (Paris).

Sélection des Fêtes

L'Atelier Z Lanquetot

La sélection des meilleurs fromages AOP

*Brie de Meaux
St Faron*

*Camembert
de Normandie
Fermier*

*Crèmeux de Bourgogne
fourré à la truffe*

Fromage à raclette à la truffe



*Roquefort
Maria Grimal*



*Vacherin
Mont d'Or Suisse*



*Tomme
Adrienne
Truffe été*



*Petit Livarot
pleissis 200g*



*Moelleux des Alpes
à la truffe*



*Rendez-vous
à l'atelier
Z Lanquetot*

Z LANQUETOT sélectionne les meilleurs fromages AOP depuis 1920

MIN-Bât D4 - 47 avenue d'Auvergne - 94150 RUNGIS - Tél : 01 46 86 40 00 - Fax : 01 46 87 30 92

Z Lanquetot
Produits Laitiers

HORTICULTURE, PÉPINIÈRES ET PAYSAGE

Val'Hor : nouvelle présidence et regain d'optimisme



Catherine Muller (3^e en partant de la gauche) et son équipe.

L'interprofession française de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage (Val'Hor) s'est dotée le 21 octobre dernier d'une nouvelle gouvernance. Présidente de l'entreprise alsacienne de travaux du paysage Thierry Muller SAS, Catherine Muller succède au pépiniériste Mikaël Mercier et sera entourée d'un bureau représentatif de la dizaine d'organisations représentant la filière végétale. Pascal Mutel, président de la Chambre syndicale des fleuristes d'Ile-de-France est ainsi reconduit comme vice-président. Quant à Ollivier Ottenwaelder, horticulteur à Fréjus et secrétaire général de la Fédération des

producteurs de l'horticulture et des pépinières (FNPHP), il devient trésorier.

La nouvelle équipe entame son mandat à l'issue d'une crise qui aura laissé des traces profondes. Selon une étude d'impact réalisée par Strategy&PwC, 3,5 % des entreprises de la filière ont disparu depuis le début de la crise et 2% de celles restantes sont menacées d'ici fin 2021. Les entreprises de production (-8%), et les fleuristes (-8%) ont été les plus affectées. L'emploi n'a pas été épargné, puisque d'ici fin à la fin de l'année, le nombre total de postes affectés pourrait s'élever à environ 5 000, dont 4 500 qui ont déjà disparu. L'afflux des consommateurs dans les points de vente en 2021 et la demande en végétaux, notamment français, nourrissent cependant un regain d'optimisme. « *La moitié des professionnels que nous avons interrogés entre juin et septembre estiment que les clients dépenseront autant en matière de végétaux dans les mois qui viennent et plus d'un tiers qu'ils dépenseront plus* », souligne Baptiste Bannier, associé de PwC France. Parmi les actions au programme 2021-2024 de Val'Hor figurent « *le développement de la certification et la labellisation des entreprises par des signes d'État ou des signes interprofessionnels certifiant l'origine, la qualité supérieure des végétaux et la responsabilité sociale des entreprises* ».

DISTRIBUTION

La crise n'a pas ralenti la multiplication des magasins bio

La vitalité du secteur de la distribution spécialisée bio ne se dément pas. Selon l'observatoire « NielsenIQ Tradedimensions » cité par nos confrères de Linéaires, le parc de magasins spécialisés bio comptait 2 344 points de vente à fin août 2021, soit près de 200 unités de plus sur un an. Un rythme d'ouvertures qui se rapproche de la tendance observée en 2018 et 2019, lorsqu'il se créait environ 350 magasins par an. En dix ans, le nombre de points de vente bio a ainsi été multiplié par trois ! La multiplication des ouvertures de magasins bio explique en partie

la croissance des ventes selon NielsenIQ. En 2020, elles ont progressé de +16 % après deux années en croissance à +9 %.

Les magasins ont bénéficié l'année dernière d'un maillage très urbain de leur réseau, 58 % des points de vente bio se trouvant en centre-ville. Les confinements liés à la crise du Covid ont en effet favorisé le circuit de proximité et notamment les magasins spécialisés. Les magasins bio constituent désormais la deuxième catégorie de magasins spécialisés derrière les discounters bazar mais devant les freezers centers et les multi-frais !

En bref



Elie Trumeau (à droite), aux côtés de Gilles Leininger, lauréat de la 14^e édition.

Elie Trumeau lauréat du Trophée Masse

Après avoir remporté la sélection helvète, le suisse Elie Trumeau a remporté la 14^e édition du Trophée

Masse, seul concours autour du foie gras et intimement lié aux plus grands chefs depuis plus de 30 ans. Lors de la finale au Sirha 2021, le sous-chef du restaurant Bayview 1^{er} Michelin, dans l'hôtel Président Wilson, à Genève s'est distingué avec un plateau constitué d'un lobe de foie gras contisé au magret fumé, jus au poivre de Timut et agrumes, carottes fanes, cumin et pomme de terre aux cèpes.

Triperie : quatre ambassadeurs et un concours

Pour la 21^e édition de novembre, le mois des produits tripiers, la campagne mise sur la promotion des terroirs. Quatre chefs de différentes régions auront pour mission de faire partager leurs recettes, sur les réseaux sociaux : Charline Stengel, Guillaume Pape, David Gallienne et Martin Feragus. Par ailleurs, la finale du championnat d'Europe des tripiers approche. Elle aura lieu le 23 novembre à Rungis, avec une remise des prix prévue lors du salon de l'Agriculture 2022.

Le beaujolais nouveau arrive chez DiSpé Ré Bio

Une sélection de producteurs, des dégustations, de la musique et de la bonne humeur sont attendus chez DiSpé Ré Bio, le 18 novembre 2021 de 4h à midi pour le lancement du millésime 2021 du beaujolais nouveau. Rendez-vous est donné sur une guinguette à l'extérieur du Bâtiment bio, le D6.

Le saumon de Norvège, une protéine durable

Le saumon de Norvège est bon pour vous et pour la planète. Pour la troisième année consécutive, nos éleveurs de saumon figurent en tête des classements des producteurs de protéine les plus durables au monde. Pour une qualité supérieure, choisissez la Norvège.

Choisissez les produits de la mer de Norvège.



SEAFOOD
FROM
NORWAY



30

SEPTEMBRE

La 3^e édition de la remise des trophées « Les Volaillassimes », organisée par l'Association de promotion de la volaille française (APVF), s'est déroulée au Pavillon de la volaille à Rungis, en présence de Christian Ragaigne, président de l'APVF. Ces prix récompensent les professionnels de la restauration, détaillants, artisans bouchers, volaillers et grossistes qui mettent à l'honneur la volaille française à leurs cartes ou à leurs étals. Quarante-huit professionnels ont été récompensés dont cinq dans la catégorie commerce de gros-grossistes (Avigros, Eurovolailles, Reilhe Martin, LPN Volaille, Novoviande), cinq dans la catégorie restauration traditionnelle et trente-huit dans la catégorie commerce de détail.



20

OCTOBRE

À l'occasion du lancement de la semaine du gibier, Jean-François Finot, président d'InterProChasse, a rendu visite au pavillon de la volaille. Il était accompagné d'une délégation de chefs de l'association Euro-Toques, conduite par Guillaume Gomez. Une grande animation autour de la viande du gibier les attendait, assurée par les entreprises Avigros, Eurovolailles, LPN Volaille et Reilhe Martin. Élus, journalistes, passionnés de chasse et amateurs de venaison ont pu participer à un magnifique buffet élaboré par les restaurants du Marché.



21

OCTOBRE

Véronique Cauvin, fromagère à Vannes, a brillamment remporté l'édition 2021 du « Rungis Cheese Challenge », concours du plus beau plateau de fromage de Rungis. La finale de ce concours a eu lieu dans les cuisines des Halles Mandar à Rungis et a vu s'affronter quatre participants sélectionnés par le public à partir d'un concours photo sur Facebook et Instagram. Les épreuves animées par la journaliste Louise Petitrenaud ont été arbitrées par un jury composé de Claude Maret, président de la fédération des Fromagers de France; Xavier Thuret, MOF Fromager 2007 et Charlène Bouy, directrice de Charlicot Fromagerie. Le concours a été initié par le Marché de Rungis et ses partenaires Sycopla, la Fédération des fromagers de France, Odeon, Gratiot, ZLanquetot, SAFF, Roquefort Carles, REF et Au Savetier de Rungis.

21
OCTOBRE



De g. à d. : Valérie Lansardière, présidente de Desmettre Bio, et Jérôme Desmettre, directeur général, aux côtés de producteurs.



Desmettre Bio lançait officiellement au bâtiment D3 sa marque « Comptoir des producteurs locaux », à travers laquelle l'entreprise s'engage dans un sourcing de proximité, auprès d'acteurs locaux situés en région Île-de-France et à moins de 150 km du Marché de Rungis. « Notre volonté est de démocratiser le bio dans les assiettes, tout en respectant la saisonnalité et l'environnement », explique Valérie Lansardière, présidente de Desmettre Bio, qui souhaite « créer un véritable comptoir d'échange entre les clients et les producteurs partenaires ». Pour l'occasion, certains d'entre eux étaient venus à la rencontre des visiteurs et acheteurs du Marché pour faire découvrir leurs produits au travers d'animations culinaires.



**Gérez toutes les facettes de
votre entreprise avec Square.**



**Obtenez tous les outils pour gérer
votre entreprise sur square.com**

Square, nom commercial de Squareup International Limited, est supervisée par la Banque Centrale d'Irlande



Les bocaux bio et écolo de Bocal en boucle

Créée en 2019 et installée au MIN depuis un an, la TPE Bocal en boucle vend des plats cuisinés en bocaux qu'elle récupère. Un cercle vertueux sur toute la ligne.

L'idée a germé lorsque Gilmara Gabriel, originaire du Brésil, est retournée faire un séjour dans son pays d'origine. C'est en voyant un membre de sa famille faire des salades en pots qu'elle a voulu dupliquer l'idée en France en utilisant uniquement des produits bio et locaux, et sans contenant en plastique. Après de nombreux tests, une formation au management et un démarrage avec des produits du Gers achetés en direct dans les fermes, Gilmara s'installe finalement au MIN en novembre 2020.

« Mais nous n'avons reçu notre laboratoire de transformation qu'en janvier dernier, précise la jeune femme. Le gros avantage de se trouver au Grand Marché est d'avoir tous les fournisseurs sous la main. Nous travaillons notamment avec Produit sur son 31, association qui collecte la marchandise chez les agriculteurs de la région et la distribue depuis le MIN. Les produits sont hyperfrais et leur goût incomparable. Nous avons un planning à l'année qui nous permet de prévoir les recettes en conséquence. Ce fonctionnement me fait gagner un temps fou. Et sur le plan écologique, c'est une très bonne solution. »

L'entreprise Bocal en boucle propose cinq recettes par semaine, dont trois nouvelles. Les plats sont préparés sur place et conditionnés en bocaux, puis livrés soit en entreprise, soit dans les magasins bio de l'agglomération toulousaine. Les bocaux sont ensuite récupérés, lavés et réutilisés. La TPE a reçu le soutien financier de la Région Occitanie pour s'équiper en matériel de production et de lavage performant. Mais son secret, pour éviter tout gaspillage de matière première et atteindre le zéro déchet tout en maîtrisant la chaîne, de la fabrication au retour des contenants, c'est son logiciel de gestion. « Nous l'avons créé avec mon mari, qui a depuis rejoint l'entreprise, et un ami dont c'est le métier, reprend Gilmara. Cet outil nous permet de changer de recette au pied levé, en cas de réception d'un ingrédient nouveau, de gérer les marchandises pour ne rien jeter,



Gilmara Gabriel a ramené l'idée des salades en pot de son Brésil natal.

d'imprimer nos propres étiquettes, de suivre à distance nos bocaux pleins et vides, disposés dans des frigos et des bacs de retour connectés, installés dans nos entreprises clientes et surtout de maîtriser nos coûts. Il nous permet de faire du volume, tout en gardant une fabrication faite maison. »

Aujourd'hui, Bocal en boucle commercialise entre 7,50 € et 8 € pièce, 600 à 700 bocaux par semaine à une dizaine d'entreprises, dans lesquels 90 % des contenants sont récupérés après dégustation. Elle livre aussi une douzaine de magasins bio comme Biocoop ou Drive tout nu, où 1 € de consigne est rendu au consommateur lorsqu'il rapporte son bocal. La TPE propose aussi des plateaux-repas avec son système de bocal, pour des buffets, au

même tarif que les traiteurs. Elle a réalisé 70 000 € de chiffre d'affaires en 2020 et table sur 200 000 € en 2021. Cette croissance a entraîné une montée de l'effectif qui compte aujourd'hui sept salariés. Gilmara met un point d'honneur à recruter, par le biais de France Horizon, « des personnes en difficulté qui ont besoin de travailler. Nous sommes contents de leur donner une chance, ça se passe toujours très bien, même si l'on rencontre parfois la barrière de la langue », assure la chef d'entreprise, qui précise qu'elle compte créer d'autres unités de production de 200 m², comme celle de Toulouse, pour se développer sur le marché national. « Nous avons beaucoup de demandes dans d'autres villes », reconnaît-elle.

Florence Jacquemoud

Solaal Occitanie fête ses 1 an au Grand Marché

Mercredi 29 septembre, Solaal Occitanie a fêté son premier anniversaire sur le Carreau des producteurs. Une belle occasion de faire connaître davantage l'association et son fonctionnement aux agriculteurs présents. Un don de légumes, butternut et courgettes spaghetti, a été réalisé par un producteur du Tarn-et-Garonne, qui a directement été distribué à l'association des Belles Gammelles, présente au MIN, qui les a cuisinés et distribués. De nombreux contacts ont été pris par Solaal, permettant d'envisager de potentiels dons pour les mois à venir. « C'est très encourageant pour la suite! », se félicite Marjorie Fournier, la responsable régionale. **F. J.**

CONVENTION

Les grossistes au cœur des systèmes alimentaires

Egalim, état des lieux de la consommation, logistique urbaine : le programme de la Convention nationale de l'UNCGFL qui s'est tenue à Biarritz du 15 au 17 octobre était dense. Le rendez-vous a aussi été marqué par la joie des retrouvailles.

C'est dans le cadre des Halles de Biarritz que les quelque 200 participants à la Convention de l'Union nationale du commerce de gros en fruits et légumes (UNCGFL) se sont retrouvés la veille de l'ouverture des travaux. Cela faisait près de trois ans que les grossistes ne s'étaient pas revus, la dernière Convention s'étant tenue en avril 2019 à Saint-Petersbourg (Russie). Alors, les congressistes avaient des choses à se dire, des souvenirs à évoquer, des projets à raconter. Le lendemain, les travaux ont démarré par les traditionnels ateliers « carreau » et Gasc. Les grossistes sur carreau se sont intéressés notamment à la situation des marchés de gros en France. Vice-président de l'Union en charge du collège carreau et grossiste à Rungis, Jérôme Desmettre a rendu compte de la visite des différents marchés, dont de nombreux ont été rénovés, ou sont en cours de restructurations. Dans chaque marché de gros, les grossistes sont invités à prendre toute leur place, à se faire connaître et identifier par les pouvoirs publics. Président de la Fédération des marchés de gros de France, Jean-Jacques Bolzan a par ailleurs insisté sur le « rôle primordial des marchés de gros déjà implantés en bordure de métropole pour irriguer les centres-villes et effectuer de la redistribution alimentaire ». L'atelier dédié aux grossistes à service complet (Gasc), animé par Jean-Christophe Gras, vice-président de l'Union en charge de ce collège, s'est concentré sur les modalités de la prochaine mise en œuvre (le 1^{er} janvier 2022) d'une mesure phare de la loi Egalim : il faudra servir 50 % de produits durables ou sous signes d'origine et de qualité (dont 20 % de produits bio) dans la restauration collective. Les représentants de ces établissements de restauration collective étaient présents pour dialoguer avec les grossistes sur ce sujet. Sylvie Dauriat, présidente de Restau'Co, et Philippe Pont-Nourat, président du SNRC, s'accordent à dire que l'objectif ne sera pas atteint tout de suite. Car si certaines structures sont déjà à 35 % de produits « Egalim », d'autres en sont très loin : 6 % pour les hôpitaux, 5 % pour le



Nouveau président de l'UNCGFL, le Rungissois Didier Marques a lancé les travaux de la Convention de Biarritz. Près de 200 congressistes se sont retrouvés à cette occasion.

médico-social. Mais « l'essentiel est de montrer que l'on est en mouvement », ajoute Sylvie Dauriat.

Les tendances de la consommation ont été abordées ensuite par les deux ateliers réunis. Il en ressort que, si les fruits et légumes frais ont une bonne image, la consommation se développe modérément. L'objectif de cinq portions de fruits et légumes frais par jour est encore loin d'être atteint.

Enfin, l'assemblée plénière s'est attachée à faire le point sur les travaux concernant la logistique urbaine durable. Dans de

nombreuses agglomérations, la mise en place des zones à faibles émissions (ZFE) vient perturber, voire contrarier les schémas de livraison. Un rapport sur ce sujet a été présenté récemment. « On se doit de réagir, a conclu Didier Marques, président de l'UNCGFL. Nous avons déjà des compétences avec les Gasc qui sont des logisticiens sur tous les territoires urbains et ruraux. Ils sont déjà dans le verdissement, dans la logistique urbaine. Nous avons un modèle vertueux. Que l'on ne vienne pas nous apprendre à faire notre métier. »

Olivier Masbou

Remise au Gouvernement du rapport « Logistique urbaine durable »

À l'occasion du 2^e comité interministériel de la logistique (CILOG) qui s'est tenu le 21 octobre, Jean-Jacques Bolzan, président de la Fédération des marchés de gros de France, Anne-Marie Jean, présidente du port autonome de Strasbourg et membre du CA du MIN de Strasbourg, et Anne-Marie Idrac, présidente de France Logistique, ont remis le rapport commandé par le Gouvernement sur la logistique urbaine durable. « La logistique urbaine est un enjeu majeur de chaque territoire qui doit s'articuler autour du partage des bonnes pratiques des différents acteurs et de leur mobilisation collective. Le GART est missionné à cet effet pour renforcer cette capacité d'échange et de mobilisation entre les professionnels et les autorités locales. Les MIN, pour la première fois, ont été reconnus comme les acteurs incontournables de la logistique alimentaire, du premier mètre au dernier kilomètre », a déclaré Jean-Jacques Bolzan à cette occasion. Dans ses conclusions, le rapport préconise de renforcer l'implication des collectivités locales. Les élus sont invités à placer la logistique au cœur de la gouvernance locale ; d'agir sur l'aménagement et le foncier, pour rapprocher le stockage des lieux de consommation ; et enfin de faciliter les conditions de livraison (en agissant sur la circulation et le stationnement). Pour sa part, l'État est invité notamment à mettre en place un observatoire national de la logistique urbaine ; et à installer en lien avec les collectivités, des conférences logistiques territoriales.



LES LABELS PRIVÉS

Une démarche collective pour informer le consommateur

Depuis quelques années, les démarches pour promouvoir une agriculture durable, plus responsable, respectueuse de l'environnement, avec des critères sociaux élevés, se multiplient.

**Dossier réalisé par
Bruno Carlhian et
Olivier Masbou**

Que ce soit dans les filières viandes, céréales, vignes, fruits et légumes, produits laitiers, ou encore pêches, les initiatives sont nombreuses et rassemblent désormais des milliers de producteurs. Elles tentent ainsi de répondre à l'objectif sur l'alimentation durable de la FAO qui en donne une définition officielle : « *L'alimentation durable est définie par les Nations unies comme nutritionnellement adéquate, environnementalement meilleure et culturellement acceptable.* » Ces démarches prennent également tout leur sens dans le cadre des récentes évolutions législatives, et notamment la loi Egalim ou la loi sur la RSE. Encore faut-il être en mesure de faire passer les informations auprès du consommateur. Pour de nombreux agriculteurs, la solution se traduit par

une marque collective. Une des plus anciennes de ces démarches est certainement la Filière CRC (Culture raisonnée contrôlée). Elle est née en 1989 sous l'impulsion d'agriculteurs français souhaitant produire autrement des céréales de haute qualité « *bonnes pour les hommes et pour la nature* ». CRC garantit des céréales 100 % françaises et cultivées selon de bonnes pratiques favorables à la biodiversité. Depuis 1999, Filière CRC est officiellement reconnue par le ministère de l'Agriculture par le biais d'une Certification de conformité produit. Elle regroupe 123 adhérents (34 organismes stockeurs, 54 meuniers, 27 industriels, huit distributeurs) qui représentent plus de 3 300 agriculteurs et 4 200 boulangeries. Elle concerne la production de blé tendre, blé dur, seigle, sarrasin et grand épeautre. Rien qu'en blé, en 2019, 550 000 tonnes de blés CRC ont

été récoltées, soit 10% des blés français écrasés par la meunerie nationale. CRC s'est par ailleurs associée à quatre autres associations équivalentes dans d'autres filières agricoles. Il s'agit de l'association Bleu-Blanc-Cœur qui existe depuis 2000 et qui concerne les filières d'élevage (lire p. 20).

L'Association Demain la Terre, quant à elle, créée en 2004, rassemble à ce jour 22 entreprises de production et transformation de fruits et légumes. Ensemble, elles produisent plus de 180 000 tonnes de fruits et légumes « certifiés » Demain la Terre, véritable référence RSE pour ce secteur. Le label Vignerons engagés est le label RSE de la filière vin. Il s'appuie sur un cahier des charges fondé sur la norme ISO 26000, et une vision globale bâtie sur quatre piliers fondamentaux : agir pour l'environnement, garantir une qualité de la vigne au verre, soutenir le territoire et le patrimoine local, offrir le juste prix pour le consommateur et le producteur.

Enfin, la 5^e filière concerne les produits de la mer. Il s'agit du programme Mr.Goodfish, lancé en France en 2010. Il sensibilise le public à

« **Nos démarches reposent sur les trois piliers du développement durable : l'environnement, le social et l'économique.** »

Marc de Nale,
directeur général de
Demain la Terre

l'importance de la consommation durable des produits de la mer. Le programme vise à rendre le consommateur acteur pour la préservation de la ressource marine en publiant, chaque saison, une liste de produits de la mer conseillés par des spécialistes en la matière. Le but de cette démarche est de protéger les stocks de produits de la mer fragilisés en consommant d'autres stocks disponibles en

abondance. Ensemble, les cinq démarches représentent plus de 10 000 agriculteurs. « Ce qui nous a rassemblés, rappelle Marc de Nale, directeur général de Demain la Terre, et un des porte-parole du collectif, c'est le besoin de donner une définition claire de la 3^e voie. Nous disons tous la même chose, chacun dans nos filières. Nos démarches reposent sur les trois piliers du développement durable : l'environnement, le social et l'économique. C'est une démarche de progrès. Nous sommes dans une logique d'agriculture vertueuse, respectueuse des hommes et de l'environnement, et de la santé. Elle doit permettre de faire émerger un modèle agricole plus large que ce que l'on connaît aujourd'hui ». Le collectif n'a que trois ans, et il est engagé dans un travail de fond afin de mieux valoriser ces démarches qui ensemble « représentent entre 15 et 20 % de l'agriculture française », soutient Marc de Nale. Les efforts commencent à payer. « Nous commençons par avoir une oreille attentive de la part des pouvoirs publics », remarque-t-il. Il se réfère notamment à l'étude de France Stratégie. Cet organisme a audité une trentaine de labels ●●●

DÈS
SEPTEMBRE
2021



DEVIENT
COEUR DE REINE !





Un nom plébiscité
par les consommateurs
(500 consommateurs habituels de pommes)

Une pomme reconnue
pour ses qualités gustatives
et sa polyvalence
(aussi bonne à croquer qu'à cuisiner)

Cultivée dans des vergers
Ecoresponsables
et labellisés Haute Valeur
Environnementale

Une pomme française
issue de terroirs reconnus
(Vallée de la Garonne, Val de Loire & Alpes)





DES CONDITIONNEMENTS
AUX COULEURS DE
LA NOUVELLE MARQUE





CULTIVONS LE BON !
Les producteurs
BlueWhale®

© unique design - Photos non contractuelles - Suggestion de présentation - Septembre 2021

●●● RSE, tous secteurs économiques confondus, dont Demain la Terre et Vignerons engagés. Cela pourrait à terme donner un cadre à ces démarches d'économie durable. « *Et si ce cadre est transversal, et dépasse les thèmes de l'agriculture et de l'alimentaire c'est encore mieux* », ajoute Marc de Nale. Car il faut rassurer le consommateur. Selon un étude de l'Ademe, 64 % des Français ont l'impression d'avoir de plus en plus de mal à s'informer correctement sur les produits, et un quart d'entre eux seulement considèrent que les entreprises leur donnent assez d'informations sur les conditions de fabrication des produits. De fait, « *on constate toutefois ces dernières années une prolifération d'initiatives de toutes sortes en matière de RSE* », écrit France Stratégie.

Parmi ses recommandations, France Stratégie affirme la nécessité d'élaborer des cahiers des charges RSE sectoriels, robustes et crédibles. Car c'est bien d'un cadre global qu'il manque désormais pour structurer toutes ces initiatives. Le Collectif Troisième voie travaille dans

« Le consommateur veut d'abord être nourri en sécurité et sécurisé sur le contenu de son assiette. »

Jean-Pierre Loisel,
Institut national de
la consommation (INC)

ce sens. Autre label privé historique, AgriConfiance signe la démarche des coopératives agricoles. Son cahier des charges prend en compte l'ensemble de la chaîne de production. Pratiques agricoles, collecte, transformation, conditionnement, stockage, expédition : chaque étape répond à des exigences. Plus de

20 000 exploitations agricoles, représentant sept filières, et réparties dans plus de 50 coopératives sont labellisées AgriConfiance. L'association qui gère le label a récemment organisé une table ronde sur ce thème des labels privés. « *Les labels privés commencent à agréger de nombreuses allégations pour attirer et fidéliser le consommateur*, constate Jean-Pierre Loisel, de l'Institut national de la consommation (INC). *Non seulement certains produits sont IGP, mais ils jouent aussi sur la carte du bio, du local, de la santé à l'image de "Bleu-Blanc-Cœur". En ce sens, ils répondent aux attentes du consommateur qui veut d'abord être nourri en sécurité et sécurisé sur le contenu de son assiette* ». Dans l'univers foisonnant des marques des entreprises ou des marques distributeurs, des signes officiels de qualité dont le Label rouge, les appellations, et le bio, des informations « sanitaires » (sans OGM, sans pesticide, sans gluten), les labels privés doivent se démarquer, trouver leur place pour ne pas rester spectateurs. **O. M.**



La bonne dynamique de Demain la Terre

Créée en 2004, l'association de producteurs de fruits et légumes frais et transformés rassemblés autour d'un projet de développement durable connaît une dynamique favorable. La Charte Demain la Terre, finalisée fin 2010, après trois années de recherche, test et développement, fédère un nombre croissant d'entreprises de toutes tailles décidées à apporter les preuves crédibles de leur engagement dans le développement durable, axé sur trois priorités : la santé, la qualité et le respect des Hommes et de l'environnement. En 2020, de nouvelles entreprises ont été certifiées (Lou, Perle du Nord, Ebaupin, Picvert, Iberica), mais aussi de nouveaux produits : champignons, endives, artichauts, coulis de fruits. L'association a même obtenu une première certification à l'international avec l'Union maraîchère de Genève pour le marché domestique suisse.

Forte de 23 entreprises adhérentes pour plus de 400 producteurs engagés, la démarche représente désormais un chiffre d'affaires cumulé d'environ 700 M€ pour plus de 7 500 ha de surface de production engagés. Les volumes labellisés sont en croissance constante. En 2020, plus de 200 000 tonnes



de fruits et légumes ont intégré la certification soit une croissance de +21%, représentant 2% de la production française de F&L (pomme de terre incluse). La démarche gagne également en notoriété grâce à la signature de nouveaux partenariats, comme l'année dernière avec les grossistes de Vivalya ou avec la chaîne

de restauration Compass. L'association a mené ces derniers mois des animations et mises en avant avec Saveurs Commerce (primeurs), Frais d'Ici via Vivalya, Metro ou encore Leclerc.

L'association ne compte pas en rester là. Au programme des prochains mois figure un partenariat cadre INRAe/CIRAD pour étudier les liens entre méthodes de production, caractéristiques nutritionnelles et lien santé, une étude de faisabilité visant à mettre en avant Demain La Terre auprès des grossistes et de leurs clients ou encore de renforcer les liens avec les circuits de distribution. Au programme enfin : l'extension de la démarche à de nouveaux produits comme les soupes, les agrumes, ou l'apiculture. Rappelons que les axes majeurs de Demain La Terre en matière d'engagements portent sur le moindre recours aux solutions chimiques et la disparition de toute trace de résidu de produit phytosanitaire dans les fruits et légumes, l'écoconception des produits, la réduction de leur impact environnemental global, la prévention des pollutions de l'environnement (eau, sol, biodiversité), la protection de la biodiversité et des pollinisateurs, etc.

PROFESSIONNELS

FAITES PASSER VOTRE ENTREPRISE AU VERT



SANS VOUS METTRE DANS LE ROUGE.

Achat de véhicule propre, travaux d'économie d'énergie, achat de matériel économe... Réussissez la transition énergétique de votre entreprise avec des solutions de financement adaptées à vos projets.

**AGIR CHAQUE JOUR DANS VOTRE INTÉRÊT
ET CELUI DE LA SOCIÉTÉ**



Solutions de financements soumises à conditions, réservées aux personnes agissant pour les besoins de leur activité professionnelle et octroyées sous réserve d'étude et d'acceptation du dossier par les Caisses régionales de Crédit Agricole, prêteurs. Renseignez-vous auprès de votre conseiller.

11/2021 - Édité par Crédit Agricole S.A., agréé en tant qu'établissement de crédit - Siège social : 12, place des États-Unis, 92127 Montrouge Cedex - Capital social : 9276058473 € - 784608416 RCS Nanterre. Crédit photo : Getty Images. 



Lors de l'inauguration de l'espace Bleu-Blanc-Cœur chez Maison Médelys le 21 octobre dernier.

Bleu-Blanc-Cœur prend ses marques à Rungis

L'association qui promeut la démarche d'agriculture et d'alimentation durable a noué un partenariat avec le grossiste de Rungis Médelys.

Le « show-room » de Maison Médelys, grossiste en produits gastronomiques de Rungis, avait fait salle comble jeudi 21 octobre. De nombreux adhérents de Bleu-Blanc-Cœur, l'association qui promeut une agriculture et une alimentation durable, notamment par l'introduction de cultures d'intérêts nutritionnels (herbes, légumineuses, oléagineux...) dans l'alimentation des animaux, avaient fait le déplacement pour assister à l'inauguration d'un espace permanent de promotion et d'animation de leurs produits dans les locaux de cet interlocuteur bien connu des restaurateurs.

« L'idée nous est venue pendant le confinement de 2020, explique Nathalie Kerhoas, l'animatrice de Bleu-Blanc-Cœur. De grands chefs comme Thierry Marx ou Frédéric Simonin nous ont sollicités parce qu'ils souhaitent travailler des produits fermiers de la gamme. On s'est alors rendu compte de la complication de se faire livrer correctement à Paris depuis 14 points d'expédition avec la moitié des colis qui n'arrivent pas au bon destinataire ! » Les promoteurs de la marque se mettent alors en quête d'une solution commerciale et logistique pour améliorer la desserte de la restauration, un secteur où Bleu-Blanc-Cœur est nettement moins visible qu'en GMS.

La rencontre avec le président du Marché de Rungis Stéphane Layani, puis avec Florence Hardy, la fondatrice de Maison Médelys, achève de convaincre Pierre Weil, le président de Bleu-Blanc-Cœur et son équipe d'une implantation sur le premier marché de gros de produits frais au monde. « Nous avions envisagé dans un premier temps l'idée de nous implanter directement sur le marché, mais nous nous sommes vite rendu compte que nous avions surtout besoin d'un espace de promotion et d'information pour aller à la rencontre des chefs, explique Nathalie Kerhoas. Une bonne partie de l'offre de Bleu-Blanc-Cœur est en effet déjà représentée ici, que ce soit chez Bigard pour le boeuf, chez Porcgros ou Jauno pour le porc, chez Avigros pour la volaille ou les œufs, chez SAFF-Bruehl pour les fromages, etc. Il était important d'avoir un lieu pour faire la relation entre acheteurs et vendeurs. »

UN « CORNER » À DISPOSITION

Concrètement, Maison Médelys (qui a référencé depuis des produits d'épicerie Bleu-Blanc-Cœur) met à disposition un « corner » dans son établissement, où les adhérents éleveurs, producteurs, artisans, industriels, etc. de Bleu-Blanc-Cœur pourront aller à la rencontre de la clientèle du Marché et organiser rencontres et démonstrations. « C'est un partenariat naturel pour moi, car nous partageons avec Bleu-Blanc-Cœur la même implication dans la responsabilité environnementale et sociétale et en faveur du manger sain,

explique Florence Hardy. « De manière générale, notre entreprise a vocation à accompagner les restaurateurs sur les nouvelles tendances, comme celle du végétal, et à faire le lien entre les agriculteurs et les chefs ». Pour la collecte et la distribution des produits frais, c'est un autre opérateur, Domafrais, qui prendra le relais. Le distributeur, situé à Orly, a bâti un catalogue spécial regroupant l'offre d'adhérents de Bleu-Blanc-Cœur dans les principales catégories : produits laitiers, volailles, porc et charcuterie, bœuf, meunerie, etc. On y retrouve, par exemple, les yaourts de la Ferme de Viltain, les volailles de Galliance (44) ou les œufs d'Ovoteam. Pour améliorer la distribution des produits fermiers, à diffusion plus confidentielle, Bleu-Blanc-Cœur s'est rapproché de Groupe Up (Chèque-Déjeuner) pour mettre en relation les producteurs locaux directement avec les restaurateurs.

Estimant que Bleu-Blanc-Cœur était sans doute « la marque la plus intéressante dans les années à venir en matière d'alimentation durable », le président du Marché de Rungis Stéphane Layani s'est félicité de la présence de l'association à Rungis. « L'implication dans la marque Bleu-Blanc-Cœur doit être un motif de fierté pour les nombreux opérateurs de Rungis qui commercialise ces produits, a-t-il estimé. Rungis doit rester en pointe sur la tendance de fond qu'est la recherche de naturalité et de proximité. C'est une tendance sur laquelle on ne reviendra pas. »

B. C.



Une marque à la notoriété croissante

Bleu-Blanc-Cœur, association créée en 2000 à l'initiative d'un éleveur laitier, Jean-Pierre Pasquet, et d'un ingénieur agronome, Pierre Weill, a pour ambition d'améliorer la qualité nutritionnelle et environnementale de l'alimentation. La démarche repose sur une évolution des pratiques agricoles, qui inclut notamment la promotion de cultures locales d'intérêts nutritionnels (herbes, légumineuses, oléagineux...) ainsi que l'introduction dans les rations des animaux de légumineuses cultivées sur le territoire (féverole, pois, lupin...). Il en ressort non seulement une amélioration du bien-être des animaux, mais aussi de la qualité nutritionnelle des produits issus de l'élevage, avec des aliments naturellement riches en Oméga 3, des acides gras essentiels aux propriétés anti-inflammatoires. Forte d'environ 900 adhérents engagés à tous



les échelons de la filière, l'association Bleu-Blanc-Cœur élabore les cahiers de charges de production et les obligations de moyen et de résultats et veille à la communication autour du logo figurant sur les produits référencés. Le spectre des produits concernés est aujourd'hui très large. En effet, plus de 2 400 produits portent aujourd'hui le logo (produits laitiers, viandes, charcuteries, œufs, pain...) et sont

disponibles dans tous les réseaux de distribution, du producteur fermier en vente directe à la grande surface, en passant par les artisans et la restauration hors foyer.

Les redevances des adhérents de l'association font apparaître un chiffre d'affaires global de 2,5 Md€ en 2020. Celui-ci représente les ventes cumulées des adhérents sans tenir compte des ventes au détail par les distributeurs qui ne sont pas concernés par la redevance. Selon une étude de notoriété, menée en novembre 2019 par l'institut TMO, Bleu-Blanc-Cœur arrive en 3^e position des démarches les plus reconnues des Français avec 46% de notoriété, derrière le Label Rouge (94%) et l'Agriculture biologique (91%) et Bleu-Blanc-Cœur (46%).

En trois ans, la marque a gagné 21 points de notoriété !

Solutions d'agencement des Points de vente en fruits et légumes

#lesRVduCTIFL

Entrée
libre

Toutes les tendances du point de vente
fruits et légumes de demain sur 3 jours :
15-16-17 novembre 2021

- 50 exposants, plus de 1 000 m² de solutions innovantes d'agencements des points de vente et marchés fruits et légumes
- 4 tables rondes rassemblant des professionnels novateurs et des experts du point de vente
- des ateliers conseils animés par les experts du CTIFL, l'organisme de recherche et de développement de la filière fruits et légumes

Espace Évènement - MIN Rungis

Bâtiment B1d, av. St Pol de Léon 94550 Chevilly-La-Rue
(à côté du bâtiment des fleurs coupées)

Inscription en ligne : www.ctifl.fr en rubrique «Nos évènements»

Contact : journees-agencement@ctifl.fr

Horaires : 15 nov. de 13 h à 17 h - 16 et 17 nov. de 6 h à 15h





Deplanche-Lauberye

2, rue de l'Aubrac
94595 Rungis

Tél. : 01 46 87 34 03

33,8 M€
de chiffre d'affaires

22 salariés

L'histoire

Deplanche-Lauberye est une société qui affiche près de 110 ans au compteur. Depuis sa fondation, elle s'est spécialisée dans la distribution de viandes haut de gamme, essentiellement destinées aux artisans bouchers. Après le grand déménagement de 1969, le grossiste a poursuivi son activité, l'a renforcée afin de pousser son portefeuille clients à plusieurs centaines de bouchers sur la place francilienne. Parmi les spécialités de ce mandataire, on retrouve la blonde d'Aquitaine, la parthenaise, la salers ou la limousine ainsi que certains veaux « de lait » français, à l'instar du limousin ou d'animaux croisés.

Derrière l'acte d'achat d'une viande, il y a tout une filière. Il y a le boucher et, plus en amont, nous, qui avons opéré une sélection. On trouve ensuite les éleveurs qui doivent s'occuper de leurs animaux du matin au soir. Ils font un travail très difficile qu'il faut valoriser au maximum : on entend souvent, mais parfois pas assez, que les éleveurs sont en proie à des difficultés financières.

CHRISTOPHE DEPLANCHE, DEPLANCHE-LAUBERYE

Le partenaire des artisans bouchers

Christophe Deplanche anime la société Deplanche-Lauberye depuis le décès de l'ancien dirigeant, René Deplanche, en 2007. Il a intégré l'entreprise à 18 ans et connaît toutes les ficelles du métier.

La société Deplanche-Lauberye fait pour ainsi dire partie des murs du Marché de Rungis. On la trouvait déjà aux Halles de Paris au siècle dernier. Si Christophe Deplanche, qui dirige la structure depuis 2007, peine à se remémorer la date exacte de la création de cette entreprise spécialisée dans le négoce de viandes françaises, il assure que Deplanche-Lauberye flirte avec ses 110 ans. L'histoire de l'actuel dirigeant a tout d'une belle réussite. Christophe Deplanche, qui a intégré à 18 ans la société, a tissé des liens étroits avec son ancien patron René Deplanche. Il est même tombé amoureux de la fille de ce dernier, qu'il a épousée, et dont il a adopté le patronyme.

Deplanche-Lauberye s'est fait la spécialité de commercialiser de la viande haut de gamme à destination des bouchers et des artisans présents à Paris et en région parisienne. Cet héritage perdure aujourd'hui : « Parmi les 13 mandataires présents dans ce pavillon, nous sommes les seuls à ne travailler uniquement que de la carcasse. Nos confrères ont tous développé le sous-vide ou se sont spécialisés. » La société occupe deux modules au sein du pavillon de la viande, elle a su s'adapter aux différentes mutations du marché de la viande et notamment du manque de main-d'œuvre chez les bouchers. Ces derniers ont moins de temps pour se rendre au Marché de Rungis et, pour bon nombre d'entre eux, ont recours à la livraison ; un moyen pour Christophe Deplanche de maintenir le lien qu'il entretient avec ses clients à qui il propose essentiellement de la viande française de bœuf, de veau et d'agneau. L'homme travaille aujourd'hui avec une vingtaine de fournisseurs, mais connaît aussi personnellement certains des éleveurs qui préparent pour lui les plus belles races, à l'instar de la blonde d'Aquitaine, de la parthenaise et de la limousine notamment. Parmi les veaux, les mêmes races sont représentées. Deplanche-Lauberye commercialise parfois de l'angus ou de la salers à la demande de certains de ses clients. En termes de volume, c'est la blonde d'Aquitaine qui est la race la plus vendue par



Christophe Deplanche.

la société. « Deplanche-Lauberye a toujours été réputée pour la viande de bœuf, notre cœur de métier », résume Christophe Deplanche, qui emploie 22 salariés répartis entre la vente et la découpe. « Nous fonctionnons en binôme car nous ne pouvons pas nous permettre de fermer un rayon. Ainsi, on trouve dans chaque rayon (bœuf, veau et agneau) un vendeur assisté d'un aide-vendeur et deux coupeurs. Cela permet d'assurer l'activité en toutes circonstances », détaille-t-il. Pour assurer ses livraisons, Deplanche-Lauberye opère auprès du transporteur DGL mais, ces dernières années, l'activité de DGL a explosé. À l'avenir, Christophe Deplanche souhaiterait mutualiser certaines livraisons. « Le transport c'est un métier, donc pour l'instant il ne s'agit que d'une idée », conclut-il.

Mickaël Rolland



Fromagerie Milleret

12, route de Choyé, 70700 Charcenne

Tél. : 03 84 65 68 68

75,5 M€
de chiffre d'affaires en 2020

192 salariés

156
exploitations laitières partenaires

L'histoire

Henri Milleret crée la fromagerie en 1921 dans le village de Charcenne en Haute-Saône. Très vite, la collecte s'étend et l'entreprise se développe. 1951 voit le lancement du Bon Charcennay, suivi de l'Ortolan en 1983. La gamme comprend, à ce jour, près de 30 produits différents. La Fromagerie Milleret a par ailleurs acquis en 2014 la marque de cancoillottes Le Francomtois. Elle a aussi relancé sa stratégie export et ses produits sont présents dans 45 pays.

Nous avons la volonté de développer nos produits sur l'exportation. Et nous comptons sur des entreprises comme le Rungissois Fromi pour y parvenir.

FROMAGERIE MILLERET

Une histoire de famille depuis 100 ans

Un siècle après sa création, la Fromagerie Milleret est toujours détenue, à 100 %, par les descendants du fondateur.

Tout commence en 1921. Henri Milleret s'installe dans la petite chapelle de Leffond, à la sortie du village de Charcenne, en Haute-Saône, et transforme ses premiers litres de lait en fromage. La collecte de lait s'accroît, les paysans du village confient leur production à l'entreprise naissante. Les deux fils d'Henri, Jacques et Pierre, rejoignent l'entreprise familiale. La société se développe et désormais, c'est la troisième génération qui, avec Denis, est à la tête de la fromagerie, toujours familiale à 100 %. « *Nous sommes une entreprise atypique dans le monde du fromage, rappelle Denis Milleret. Nous sommes une des rares PME à être présente, par ses produits, sur l'ensemble du territoire.* » Ainsi, l'entreprise s'appuie sur trois piliers. Outre le premier, le caractère familial, le local constitue le deuxième pilier, il concourt au développement et au succès de la Fromagerie Milleret. « *Le savoir-faire de la fromagerie, c'est aussi celui des éleveurs de la région de Charcenne* », explique-t-on volontiers. Les 156 exploitations qui fournissent le lait sont situées dans un rayon de 25 km en moyenne autour de la fromagerie. Tous les éleveurs sont engagés dans la charte des bonnes pratiques d'élevage, garantissant notamment le bien-être des animaux et un lait de qualité. Certains producteurs sont allés plus loin en signant avec la fromagerie la charte « Lait Grand Pâturage », plus exigeante. Ainsi, la zone de production est ramenée à un rayon de 12 km, les vaches pâturent au moins 180 jours par an et sont principalement nourries avec du fourrage local et sans OGM. La rémunération des éleveurs est également une préoccupation de la fromagerie. Le prix du lait payé aux producteurs est supérieur à la moyenne du marché depuis plus de 14 ans. Enfin, le troisième pilier de l'entreprise est l'innovation. « *L'innovation est dans l'ADN de l'organisation de la Fromagerie Milleret* », ajoute Denis Milleret. Déjà, en 1951, Henri Milleret élabore le Bon Charcennay, une recette unique qu'il a développée pour obtenir une pâte plus ferme et plus douce, à l'inverse des fromages plutôt coulants de l'époque. En 1982, c'est le lancement de l'Ortolan, qui s'est vite imposé sur les plateaux de fromages des tables françaises. La fromagerie fut également la première



Denis Milleret.

à investir le marché du « sans lactose » en proposant l'Ortolan équilibré. Puis l'Ortolan bio arrive en 2008. Entre-temps, c'est aussi la création, au printemps 1987, du Roucoupons, premier fromage de caractère de la gamme, qui a remporté sept fois la médaille d'or au Concours général agricole. À l'automne 2020 arrive le Roucoupons boisé, dernier-né de la fromagerie. Le développement de la fromagerie s'est réalisé par croissance externe avec le rachat, en 2014, de la marque de cancoillottes Le Francomtois. La fromagerie s'est aussi modernisée, par notamment la construction, en 1993, d'une nouvelle fromagerie, toujours dans la commune de Charcenne. Une extension est programmée et un nouveau bâtiment, d'une taille à peu près similaire à l'actuel, devrait voir le jour en 2024. Par ailleurs, depuis quelques années, l'entreprise a relancé sa politique export. Les fromages Milleret sont présents dans 45 pays, répartis sur les 5 continents. Pour s'étendre à l'international, la fromagerie travaille entre autres avec le Rungissois Fromi. L'exportation pèse 12 % du chiffre d'affaires. 100 ans après la création des premiers fromages, la quatrième génération de la famille Milleret est prête pour poursuivre l'histoire commencée en 1921 par Henri Milleret.

Olivier Masbou



Maison Callu

Marchés de Rueil-Malmaison
18, rue du Colonel-de-Rochebrune
92500 Rueil-Malmaison

Tél. : 0680626521

Marché de Buzenvall (mardi et vendredi), sur le marché des Godardes (mercredi et dimanche) et marchés du centre-ville (mardi et samedi).

5 personnes à temps complet travaillent dans l'entreprise

6 marchés par semaine : c'est le rythme de cette boucherie dédiée au commerce itinérant qui dispose de son propre atelier de transformation en ville.

L'histoire

Comme nombre de ses confrères, Laurent Callu est issu d'une famille d'artisans. En 2008, il reprend l'affaire que son père, déjà commerçant sur le marché à Rueil, avait fondée en 1973. Il dirige désormais l'entreprise avec son épouse et son fils de 27 ans et emploie deux personnes à temps complet, sans compter les extras le week-end. Il forme des apprentis (dont son fils Vincent, 27 ans), mais fait également travailler des personnes en reconversion. Le vendredi, son père rejoint la famille pour donner un coup de main. « C'est sa récréation », s'amuse Laurent Callu.

L'un des intérêts de Rungis pour les bouchers, c'est de pouvoir y faire à la fois de l'achat en carcasse, mais aussi des achats de complément de découpes. En région parisienne, la consommation devient déséquilibrée avec les beaux jours, avec des achats très importants de grillades.

LAURENT CALLU, BOUCHER À RUEIL-MALMAISON

Un commerçant au service du collectif

Réélu en juin à la présidence de la fédération de la boucherie et des métiers de la viande de Paris-région parisienne, Laurent Callu est aussi un artisan entreprenant et un familier du Marché de Rungis.

« Je suis naturellement un rassembleur », admet Laurent Callu dans un sourire qui le quitte rarement. Porté à la présidence des bouchers de Paris-région parisienne en 2017, le boucher sur marchés de Rueil-Malmaison (92) a été réélu en juin dernier par ses pairs, qui ont eu l'occasion en quatre ans d'apprécier son sens du collectif. « Si la boucherie de Paris et de la région parisienne conserve ses particularités, j'ai toujours eu à cœur dans le même temps de maintenir la cohésion avec l'échelon national », insiste l'artisan, également vice-président de la Confédération française de la boucherie, boucherie-charcuterie, traiteurs (CFBCT) et président du syndicat national de la volaille. Attaché au consensus le plus large, Laurent Callu se montre soucieux d'associer les membres d'un bureau de bouchers en activité et qui compte de fortes personnalités, comme Stéphane Lajoie (94), Denis Lugez (93), Véronique Langlais (75), Pascal Derenne (92), ou encore Valéry Cosse (75). « Quand Gino Catena, le président du syndicat de la volaille de Rungis m'a sollicité pour que nous nous associons à l'opération Octobre Rose pour la lutte contre le cancer du sein, j'ai bien sûr dit oui sur le principe, illustre-t-il. Mais j'ai quand même tenu à ce que le bureau valide cette décision. C'est un principe de collégialité auquel je suis attaché », insiste l'homme fort de cette région bastion du métier où l'on ne recense pas moins de 3 500 boucheries. Également engagé dans les élections aux chambres des métiers qui ont eu lieu en octobre, Laurent Callu n'en oublie pas pour autant de s'investir dans sa propre entreprise. Pour conforter l'identité de son commerce, il a créé la société Maison Callu et la marque éponyme, déposée à l'INPI. « Nous cultivons un certain savoir-faire que je souhaite mettre en valeur auprès de mes clients » précise Laurent Callu, dont l'enseigne est présente sur sept marchés de la ville de Rueil-Malmaison, l'une des villes les plus dynamiques d'Île-de-France dans ce domaine. Côtés produits, le professionnel assume sa préférence pour la race limousine, en bœuf



Laurent Callu.

comme en veau, sa viande favorite. L'entreprise, qui transforme les carcasses dans son atelier de Rueil, s'approvisionne naturellement à Rungis où il se rend deux fois par semaine et qu'il considère comme « un pivot de la viande en région parisienne ». Il est un client régulier des maisons Porcgros, Eurodis, Bigard, Dispere, Arnoult, la Bovida, Morel ou encore Laroche. « Avec Porcgros, nous avons contribué à créer la marque Cochon des Halles, raconte-t-il. C'est une marque réservée aux artisans dont nous sommes fiers. »

B. C.

SOLUTRANS

Du 16 au 20 novembre
EUREXPO LYON • STAND

4 C 042



Petit Forestier Spécialiste de la location frigorifique

Pour le transport, la présentation et le stockage de produits frais ou surgelés, Petit Forestier propose une large gamme de véhicules frigorifiques, de vitrines réfrigérées et de chambres froides en location.



DES CONTRATS COURTE,
MOYENNE OU LONGUE DURÉE



DES SOLUTIONS ADAPTÉES
À VOTRE BESOIN



LE FULL SERVICE
ET L'ASSISTANCE 24/7



UN RÉSEAU PROCHE
ET RÉACTIF



Découvrez aussi
notre gamme de véhicules
à énergies alternatives
(électrique ou GNC).

petitforestier.com

▶ N° Vert 0 800 100 296


PETIT FORESTIER
Le Loueur de Froid


RESTAURANT FRÉDÉRIC SIMONIN

25, rue Bayen

75017 Paris

Tél. : 01 45 74 74 74



Frédéric Simonin

Le MOF Frédéric Simonin, qui a notamment œuvré auprès de Joël Robuchon, est un passionné du Marché de Rungis. Depuis ses débuts, le chef entretient un lien étroit avec le Marché. Des palaces jusqu'aux cuisines de son restaurant, nombreux sont les produits rungissois qui sont passés entre les mains expertes de Frédéric Simonin.

La force tranquille

Le chef est à la tête de sa table étoilée depuis 2010.

Méconnu du grand public, mais reconnu par ses pairs, Frédéric Simonin est pétri d'une maturité qui se ressent dans ses assiettes. Pour assouvir sa créativité, il se fournit en partie avec des produits du Marché de Rungis où il aime parcourir les allées.

Frédéric Simonin appartient à ces chefs qui apprécient la discrétion. Son restaurant éponyme, qui a ouvert ses portes en 2010, affiche une étoile au *Guide Michelin*, une récompense acquise seulement un an après son ouverture. Depuis, il parfait sa cuisine loin des plateaux de télévision. Aujourd'hui âgé de 46 ans, le chef déroule toujours avec autant de précision sa partition culinaire. « *Il n'est pas évident de s'imposer sur la place parisienne car il y a de grands noms installés depuis de nombreuses années* », estime-t-il modestement. Frédéric Simonin ne s'est pas laissé abattre par la crise sanitaire. Alors

que les mois de fermeture défilaient, il en a profité pour remettre à plat sa vision du métier, tout en offrant à son établissement un coup de neuf. « *Nous avons engagé des travaux pendant pour recréer la salle. Auparavant, il y avait des banquettes et des moquettes noires, aujourd'hui nous avons fait place aux tons clairs* », résume le chef.

Cette période trouble lui a également permis d'impliquer davantage ses salariés. À l'heure où la pénurie de main-d'œuvre dans le secteur de la restauration atteint des sommets, Frédéric Simonin bénéficie d'une équipe soudée, qu'il est parvenu à fidéliser depuis l'ouverture de son restaurant étoilé. « *Beaucoup de mes confrères ne trouvent pas de salariés* », déplore-t-il. Pour parvenir à motiver ses troupes sur la durée, il pousse son personnel



Travail autour du tourteau.

Dos de merlu de ligne, bouillon potager parfumé de gingembre, condiment citron.



à ne pas se focaliser sur un seul objectif : « *Nous impliquons les cuisiniers pour qu'ils touchent à plus de choses en faisant de la rotation de poste ; cela permet d'être beaucoup plus dans le partage.* » Pourtant, rien ne prédestinait ce chef talentueux aux fourneaux. Plus jeune, il souhaitait intégrer la Légion étrangère, mais il s'est finalement orienté vers l'apprentissage de la cuisine lors de son internat militaire. Un métier dévalorisé à l'époque, mais qui va s'imposer rapidement à Frédéric Simonin.

UN PARCOURS ÉTOILÉ

C'est au Pavillon Ledoyen, en 1993, que le chef fait ses premières armes, aux côtés de Ghislaine Arabian. Les débuts d'une aventure qui le conduiront successivement au Meurice (Paris 1^{er}) auprès de Marc Marchand, au Taillevent (Paris 8^e) avec Philippe Legendre, puis au Georges V (Paris 8^e) avec le même Philippe Legendre. Il devient par la suite chef du restaurant le Seize au 16, avenue Bugeaud (Paris 16^e), où il obtient une étoile en 2002. Un an plus tard, il est appelé auprès de Joël Robuchon qui reprend alors les rênes du même restaurant avec le concours d'un partenaire financier. Il s'agit alors de transformer le Seize en ce qui deviendra la célèbre Table de Joël Robuchon. Il décide finalement, après un passage à Londres de trois années, d'ouvrir son propre établissement, le Restaurant Frédéric Simonin.

Le chef n'a découvert que sur le tard le Marché de Rungis. « *Nous avions l'habitude de nous faire livrer, alors je ne suis pas allé tout de suite sur le Marché. Au début, Rungis et sa logistique m'impressionnaient, alors je m'y suis rendu avec un ami japonais. Il y avait une effervescence énorme, c'est une logistique de dingue* », se rappelle le chef. Depuis ce temps, le MOF aime rendre visite à ses fournisseurs, à l'instar de la famille Charraire qui détient notamment

Les Vergers Saint-Eustache ou encore la société Armara pour les produits de la mer. « *On retrouve une excellente qualité de produits et j'apprécie que Les Vergers Saint-Eustache fassent travailler les petits producteurs comme Bruno Cayron* », détaille l'ancien disciple de Philippe Legendre. Frédéric Simonin, très au fait des questions de son temps, voit aussi le Marché de Rungis comme un poumon économique, une ville capable de nourrir des millions de consommateurs.

Avec les produits frais qu'il trouve à Rungis, le chef met au point des assiettes tout en équilibre et en sobriété. Dès l'amuse-bouche, il propose un fameux petit pot de foie gras, réduction de porto et émulsion de parmesan qui cède sa place à l'un de ses plats emblématiques : le tourteau accompagné de sa gelée de tomate et son guacamole légèrement épicé. Au Restaurant Frédéric Simonin, on retrouve trois formules : un menu déjeuner à 60 € (entrée + plat + dessert), ainsi qu'un menu en cinq temps (135 €) ou en huit temps (162 €) le soir. Le ticket moyen oscille ainsi autour des 150 €. Quand on lui parle d'une seconde étoile, Frédéric Simonin reste impassible. « *Je travaille d'abord pour mes clients* », lance-t-il, estimant avoir parfois été boudé par le célèbre Guide rouge. « *Cela ne nous empêche pas d'être fiers de notre étoile au Guide Michelin* », conclut-il.

Mickaël Rolland



Thierry Marx, Frédéric Simonin et Pierre Weill (président de Bleu-Blanc-Cœur).

Le culte des produits

« *J'ai la culture du beau travail et des beaux produits* », lance Frédéric Simonin. Cette remarque est à la hauteur de son parcours imprégné par les maisons étoilées au Guide Michelin. « *Dans ces maisons de rigueur, on ne travaille que des produits de qualité* », ajoute-t-il. Le chef, dont la moitié des approvisionnements provient du Marché de Rungis, est ambassadeur de l'association Bleu-Blanc-Cœur. Il était d'ailleurs présent sur le Marché, le 21 octobre dernier, pour assurer la promotion des 7000 paysans adhérents à « la démarche Bleu-Blanc-Cœur ». En animant un pôle dédié à l'association, le MOF Frédéric Simonin met en lumière, auprès des restaurateurs, les produits estampillés Bleu-Blanc-Cœur. Ces derniers bénéficient d'un label qui garantit l'équilibre de l'alimentation des animaux en privilégiant le retour des végétaux comme la luzerne, le lin ou la féverole. Une alimentation qui conférerait une haute valeur nutritionnelle aux produits frais et transformés concernés par ce label. Frédéric Simonin, qui parraine l'association Bleu-Blanc-Cœur (voir encadré), milite aujourd'hui pour que cette dernière s'implante sur le Marché de Rungis.

Ses fournisseurs

À RUNGIS

Les Vergers Saint-Eustache

v-st-eustache.com

Armara

armara.fr

Jego



Les Landes

Une gastronomie unique en France

Le département landais est un paradis pour les épicuriens et les amateurs de cuisine, qu'ils soient carnivores ou végétariens. Les Landes réunissent différentes familles de produits reconnus par des labels officiels de qualité (IGP, AOC, Label Rouge) et bénéficient d'un climat et de sols favorables à l'agriculture comme à la viticulture.

Ce territoire de la région Nouvelle-Aquitaine ne peut être réduit à un paysage forestier. Bien que celui-ci couvre 60 % du département, son horizon n'est pas bordé uniquement de pins maritimes. Les Landes sont irriguées par le fleuve Adour au sud, qui traverse une campagne plus vallonnée où les terres agricoles sont partagées entre l'élevage et les cultures végétales. Le département regroupe 5 400 exploitations agricoles de 38 ha en moyenne : il est le premier producteur français de maïs, d'asperges, de carottes et aussi de palmipèdes, permettant la confection de foie gras. Environ 8,6 millions de canards sont utilisés chaque année par quelque 700 éleveurs landais, afin de produire un quart de la production nationale de foie gras. La gastronomie est d'une grande importance au sein de ce territoire, et se révèle par sa diversité et la qualité de ses produits. « *Nous sommes le seul département de France à avoir autant de labels officiels de qualité. Nous avons à la fois des produits issus de la vigne, de l'élevage et des cultures fruitières ou arboricoles, engagés dans ces labels*, note Martine Farré, responsable communication de l'association Qualité Landes. *Il y a de quoi faire un repas entier, de l'apéritif au dessert, avec nos produits.* » Les Landes regroupent en effet huit produits labellisés pour ses alcools (Floc de Gascogne et Armagnac), ses fruits et légumes (kiwi et asperges), ses volailles (poulets, chapons, pintades...), son canard, son bœuf de Chalosse et ses vins de Tursan.

ASPERGES DES SABLES ET KIWI DE L'ADOUR

Le département des Landes est le premier producteur de maïs, pilier de son agriculture. En effet, cette plante herbacée représente 49 % des productions végétales (en valeur). Elle est cultivée, en grain ou en semence, sur 109 000 ha. Mais les Landes sont aussi le premier producteur d'asperges et possèdent une IGP pour l'asperge des sables (environ 60 % de la production). « *C'est grâce aux sols riches et sablonneux de notre territoire, reconnus par le label IGP depuis 2005, et aux savoir-faire de nos producteurs alliés au climat océanique dont nous bénéficions, que nos asperges présentent une qualité supérieure et un goût savoureux* », estime David Ducourneau, président de la filière Asperges des sables des Landes. Ce premier légume du printemps pousse sur un territoire bénéficiant de 106 km de côtes et composé à 80 % de sable fin. En 2018, les producteurs engagés sous cet IGP ont commercialisé 3 000 tonnes d'asperges. Récolté de la fin de février au début de juin, ce légume tendre au calibre important est cueilli à la main avant d'être lavé et expédié dans les quatre heures à la coopérative (COPADAX).

Bénéficiant de ce même climat océanique tempéré, le kiwi de l'Adour est cultivé au pied des Pyrénées depuis une cinquantaine d'années. Afin de produire ce fruit originaire de Chine, des techniques de production américaines et néo-zélandaises ont été empruntées pour le développer dans le sud-ouest de la France, dont les sols alluvionnaires facilitent la production. Chaque année, environ 12 000 tonnes de kiwis sont produites dans les Landes, dont une grande part est certifiée IGP kiwi de l'Adour. « *Nous limitons le nombre de fruits sur chaque arbre et nous maîtrisons les fertilisants et l'irrigation. L'autre élément important se fait après la récolte, nous mettons en place des critères stricts sur la matière sèche et la mesure Brix [quantité de sucre]. Nous affinons les fruits via une gestion parcelle par parcelle, puis nous suivons son évolution pour qu'il tende vers la maturité maximale* », expose François Lafitte, président de la coopérative de producteurs Scaap Kiwifruits. L'affinage du kiwi de l'Adour, le seul à détenir un IGP et un Label Rouge, s'effectue en chambre froide durant un mois au minimum. « *Il faut qu'il soit légèrement souple au toucher. Un kiwi standard ne peut être mis à la vente en dessous de 9,5° Brix, alors que notre kiwi s'élève au minimum à 12° Brix. Un fruit pas suffisamment affiné serait trop acide* », précise Patrick Piquin, directeur de la



Vergers de kiwis.



Asperges des Sables des Landes.

coopérative. Les producteurs du kiwi de l'Adour sont confrontés malheureusement, depuis cinq ans, à une baisse de volume, causée par les inondations dans la zone géographique du bassin de l'Adour.

TERROIR DU CANARD ET DES VOLAILLES

Le canard est un digne représentant de la gastronomie française. Il se consomme en confit, en magret et son cœur est cuisiné de différentes façons dans le sud-ouest de la France. À cela s'ajoute l'incontournable foie gras, présenté sur de nombreuses tables lors des fêtes de fin d'année. Les Landes sont le premier producteur français de palmipèdes et possèdent un Label Rouge pour les produits frais depuis 1989, et pour les produits transformés depuis 2003. Une IGP a même été obtenue, en 1996, pour l'ensemble des productions de canards conçues dans les Landes. La société Dupérier et fils fournit les restaurateurs, la petite épicerie et les particuliers depuis le milieu des années 1970. Au siège de l'entreprise, à Souprosse, une photo d'Hélène Darroze et Robert Dupérier partageant une tartine de foie gras s'affiche fièrement. « *Nous faisons tout, de la découpe jusqu'aux conserves*, lance Robert Dupérier. *La tradition Dupérier, c'est le tri de la matière première, autant en viande qu'en foie gras.* » Environ 30 tonnes de produits frais et une douzaine de tonnes de conserves sont produites chaque année par cette institution agro-alimentaire landaise. Mais le patron de la maison se refuse, « *par volonté personnelle* », de travailler avec les grandes surfaces. Une trentaine d'éleveurs fournissent les canards à l'entreprise et l'ensemble des produits Dupérier ont une IGP. Afin de respecter ce signe officiel de qualité, les canards sont élevés durant 13 semaines et nourris au maïs. Quant aux canards destinés à la fabrication de foie gras, ils sont abattus, après gavage, à 15 semaines. « *C'est important que les canards soient élevés* » ●●●



Foie gras entier, dénervé par un salarié de l'entreprise Dupérier.



Foies gras de canards gavés au maïs de chez Dupérier.

●●● *en liberté, mais avec les problèmes de grippe aviaire, ça va être compliqué* », s'inquiète Robert Dupérier, la veille de la publication d'un arrêté ministériel, identifiant 166 communes landaises comme zones à risque de diffusion (ZRD) du virus influenza aviaire. À l'instar des palmipèdes, les volailles fermières des Landes font aussi la renommée de la gastronomie locale. Le poulet fermier élevé sur ce territoire fut le premier produit certifié Label Rouge en France (voir encadré p. 30). « *Le poulet fermier des Landes est notre ADN de production. Sachant ce qu'est devenu le Label Rouge au niveau national par la suite, c'est une fierté* », témoigne Hervé Lafitte, directeur de la coopérative Volailles d'Albret. Près de 11 millions de volailles sont élevées chaque année dans les Landes, troisième bassin de production nationale. Un circuit de distribution important permet aujourd'hui de vendre les volailles fermières des Landes : boucheries,

grossistes, commerces traditionnels et GMS. « *Nous vendons nos volailles aux abattoirs, qui revendent ensuite les produits finis* », précise le directeur de la coopérative. « *Tous les animaux que l'on reçoit sont nés la veille. Le poulet est élevé au minimum 84 jours et la pintade 98 jours*, souligne Patrice Chibrac, éleveur, producteur à Geloux (au nord de Mont-de-Marsan) et membre des Volailles d'Albret. *Ils sont tous nourris avec 85 % de céréales. Le maïs est produit sur mon exploitation : je le sèche, je le broie et je le mélange avec du soja et des minéraux.* »

ARMAGNAC ET FLOC DE GASCOGNE

De leur côté, les vins bénéficiant de l'AOP de Tursan, produits sur 36 communes du sud du département, s'adressent à tous les palais à travers ses trois couleurs. Chaque année, 2,5 millions de bouteilles ●●●

Poulet Fermier des Landes : le 1^{er} Label Rouge

Afin de valoriser la qualité de leur poulet, les éleveurs landais se sont réunis pour donner naissance au Label Rouge. Ce Label décerné par le ministère de l'Agriculture pour la première fois, en 1965, au poulet fermier des Landes justifiait la qualité gustative de cette volaille. Désormais, le Label Rouge, attribué à différents types de productions en France, bénéficie à toute la famille des volailles fermières des Landes (chapons, poulardes, dindes, pintades, cailles). « *Les animaux dorment dans des cabanes mobiles qui changent d'emplacement tous les quatre mois, afin de faciliter la repousse et la régénération de la faune et de la flore naturelle. Ils vivent la journée sur des parcours arborés et herbeux, leurs permettant de picorer vers et insectes à volonté. Ils gambadent en totale liberté, limitant leur stress et garantissant une viande de qualité supérieure* », explique Bernard Tauzia, président de la filière Volailles fermières des Landes.



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

L'équipe **FLANDRIA** organise
une **DÉGUSTATION** le
**2 DÉCEMBRE ENTRE
6H ET 9H** aux **HALLES
DE RUNGIS**.

Venez goûter
nos amuse-bouches !



Campagne financée avec
l'aide de l'Union européenne

VLAM.be

BELORTA
realizing fresh & sustainable

HOOGRATEN
HOME OF QUALITY

REO
VELING



www.flandria.be

●●● sont commercialisées. Mais les Landes sont également et surtout un terroir de l'armagnac : la plus ancienne eau-de-vie de France, dont l'AOC est reconnue depuis 1936. Cet alcool est « le fruit de la distillation de vins blancs issus de cépages comme l'Ugni blanc, la Folle blanche ou le Baco », détaille l'association Qualité Landes. Au domaine du Berdet, situé dans le bas-Armagnac, Thierry et Isabelle Darrimajou possèdent 50 ha de vignes où ils produisent principalement de l'Armagnac millésimé, mûri au minimum dix ans en fût. Les aléas du temps (pluviométrie, vent) offrent un caractère spécial à chaque millésime. Les « pièces » ou les « barriques » sont les fûts de chêne pédonculé dans lesquels l'eau-de-vie va vieillir et devenir de l'armagnac. « Chaque pièce a son propre goût et donnera son propre parfum à l'Armagnac », note Isabelle Darrimajou, entourée de barriques et de bouteilles. « Nous ne faisons pas d'assemblages, mais uniquement des millésimes. Les assemblages donnent un produit unique dans le temps, alors qu'un millésime sera toujours différent d'une année à l'autre », ajoute Thierry Darrimajou. Après les récoltes de septembre et d'octobre, place au pressage puis à la distillation dans l'alambic armagnacais. Le domaine du Berdet a acquis l'an dernier « une pièce de musée fonctionnelle », comme le nomme Thierry Darrimajou, datant de 1949, afin de faire sa propre distillation. Ce domaine implanté à Bourdalat produit également du Floc de Gascogne, un apéritif, fruit de la combinaison entre deux tiers de jus de raisin et un tiers de jeune armagnac. Cette boisson contenant entre 16 % et 18 % d'alcool détient une AOC et même une AOP depuis 2009. « C'est le gros maneng, un cépage blanc, qui donnera le côté liqueureux au Floc », précise le récoltant et



Isabelle et Thierry Darrimajou, propriétaires du domaine du Berdet (bas-Armagnac).

distillateur. Le Floc d'Armagnac, héritier du nom gascon *Lou Floc* (« bouquet de fleurs »), peut aussi être élaboré avec un cépage rouge (le cabernet franc, au domaine du Berdet), livrant des arômes de framboise et de fruits rouges.

Jérémy Desnoyer

Jardin des becs sucrés



Pastis landais de la Maison Laborde, à la sortie du four, à gauche. Les madeleines de Dax, à droite.



Les familles landaises ont chacune leur recette de la tourtière, dont la spécificité est l'étirement de la pâte, mélangée avec du beurre et de l'armagnac. Des pommes, mais aussi des pruneaux, garnissent de plus en plus fréquemment la tourtière landaise. « Comme le pastis, chacun à sa recette familiale », constate Martine Farré, de l'association Qualité Landes. Le Pastis, autre délice de la pâtisserie landaise, est incarné par des institutions comme Au bon pastis landais (Souprosse) ou la Maison Laborde, à Ozourt. Fruit d'une histoire familiale, la brioche traditionnelle Laborde est produite à partir de la même recette depuis 1948. Ce pastis moelleux et généreux (et sans

anis) nécessite deux jours de préparation. Sa pâte de blé, au levain, au beurre, au sucre et au rhum pousse en chambre froide durant toute une nuit. « Le lendemain, la pâte est dorée avec des œufs frais, nous ajoutons du sucre en grains, puis les pastis sont mis au four », détaille Laurent Vallantin Dulac, responsable du développement de l'enseigne acquise depuis deux ans par l'entrepreneur Pascal Rigo. Entre 5 500 et 6 000 pastis Laborde sont produits chaque semaine et vendus en boucherie, en épicerie et en GMS. Confectionnées uniquement dans la ville sous-préfecture des Landes, les madeleines de Dax sont des bijoux de gourmandise. Ce produit artisanal légèrement citronné

est un secret de famille depuis 1906. « Les madeleines sont fabriquées tous les jours uniquement par un membre de la famille. Les employés arrivent plus tard pour les mettre en panier », confie Sébastien Cazelle, membre de la cinquième génération de l'enseigne familiale. Ces madeleines fraîches, aériennes et légèrement croquantes – faites avec des œufs gascons cassés à la main – furent appréciées par les présidents Valérie Giscard d'Estaing et François Mitterrand. Déjà récompensée de médailles honorifiques, la Maison Cazelle a été récemment accueillie comme membre « producteur » du Collège culinaire de France.

Bœuf de Chalosse : une viande d'exception

C'est sur les coteaux de la Chalosse, au sud des Landes et des cantons limitrophes des Pyrénées-Atlantiques que les animaux pâturent durant trois ans. Trois races de vache allaitante peuvent être éligibles à l'appellation Bœuf de Chalosse : la blonde d'Aquitaine, la limousine et la bazadaise.

C'est le temps d'engraissement de l'animal (entre 6 et 12 mois) qui permettra de développer le gras intramusculaire - persillé - et donner un goût unique à cette viande de bœuf. La tendreté de celle-ci s'explique également par « *le savoir-faire du boucher* », qui procédera à « *10 jours au minimum de maturation* », précise Nicolas Betbeder, président de la filière. Cette viande, bénéficiant d'un Label Rouge (1991) et d'une IGP (1996), est vendue exclusivement dans un réseau de boucheries traditionnelles.



© Qualité Landes

Faites le plein de vitamines !

Extracteur de jus et bouteille en verre
en vente dès maintenant chez Bocca Sacs



11, av. de Bretagne
94522 Rungis Min
01 46 86 99 66

5/7, av. des Trois Marchés
94522 Rungis Min
01 46 86 06 84

→ www.bocca-sacs.com





L'oie rôtie revient en grâce

Si les oies sont surtout élevées pour leur foie, de nombreux éleveurs d'oies à rôtir perdurent encore dans nos régions. En France, l'oie fermière bénéficie d'ailleurs d'un Label Rouge et sa consommation est une bonne alternative à la dinde ou au chapon.

La relation qui unit l'oie et l'homme ne date pas d'hier. Le volatile a été domestiqué il y a plus de 5000 ans par les Égyptiens qui le considéraient comme un mets de choix. Durant l'Antiquité, ce n'était pas la seule utilité de l'oie puisque celle-ci était élevée tant pour sa chair savoureuse, nettement préférée à celle du poulet, que pour son duvet et ses plumes. Depuis, l'élevage de l'oie a perduré et s'est répandu au Vieux Continent. L'oie a longtemps été associée aux festivités de Noël, pour sa viande bien sûr, mais aussi son foie qui était également très apprécié. Avec l'accroissement de l'industrie du foie gras, la viande d'oie est devenue rare, souvent compensée par de la viande de dinde, tandis que l'élevage s'est largement orienté vers la production de foie gras. L'oie domestique telle que nous la connaissons descend de deux espèces : l'oie cendrée (*Anser anser*) et l'oie cygnoïde ou de Chine (*Anser cygnoïde*), ou d'hybrides issus de leur croisement. Elle peut peser jusqu'à 12 kg après avoir été engraisée et son foie, quant à lui, oscille entre 600 g et 800 g. Si elle est moins

consommée que par le passé, la viande d'oie n'en demeure pas moins juteuse et délicate. En France, l'oie fermière à rôtir dispose d'un Label Rouge. Cette dernière offre une chair moelleuse, brune et racée. Son format généreux en fait l'alliée incontestable des grandes tablées. Les oies fermières Label Rouge disposent de bâtiments clairs à lumière naturelle (400 à 500 m² au maximum) dans lesquels la densité maximale est de cinq volatiles par m². Elles sont par ailleurs élevées en plein air sur un parcours herbeux et/ou ombragé comprenant 10 m² au minimum par animal. Pour garantir les qualités organoleptiques de la viande, l'alimentation des oies contient au moins 75 % de céréales pendant leur période de croissance. Ce n'est qu'à 140 jours au minimum que les oies fermières Label Rouge sont ensuite abattues. À noter que l'Hexagone dispose de filières locales bien organisées contribuant à commercialiser un large éventail de races : l'oie de Toulouse, l'oie d'Alsace, l'oie normande, l'oie blanche du Poitou, l'oie du Bourbonnais, l'oie de l'Ain ou encore celle de Touraine. **M. R.**



Le vin qui lui va bien...

La chair typée de l'oie fermière s'accompagne volontiers de la cuvée Les Macherelles 2019, un chassagne -montrachet premier cru de la Côte de Beaune. Issu d'une vigne conduite en biodynamie, ce vin séduit par une sensation minérale prononcée ainsi qu'une bouche ample et prononcée.

Seafood

from Scotland



Une croissance
dynamique
+14,4%* en 1 an

Le saumon d'Écosse
sous **Label Rouge**
depuis 30 ans !

2/3 des langoustines
dans le monde
proviennent d'Écosse

PARTENAIRE DE L'EXCELLENCE POUR LE MEILLEUR DES PRODUITS DE LA MER

Savoir-faire ancestral, filière innovante et engagée pour des produits durables et responsables, qualité à l'état brut, diversité de mise en œuvre... Bienvenue en Écosse, terre de richesses et de gastronomie !



www.seafoodfromscotland.org

L'incomparable ananas Victoria



Reconnu pour la sucrosité et la tendreté de sa chair, le Victoria figure parmi les variétés les plus plébiscitées d'ananas. Un joyau tropical qui nous vient tout droit de l'île de La Réunion.

Consommé par les peuples d'Amérique du Sud de génération en génération, l'ananas s'est offert aux Européens au moment de la découverte du Nouveau Monde, au XV^e siècle. On trouve des premières traces écrites de ce fruit tropical grâce à la main du botaniste Jean de Léry. Ce dernier en apporte une première description scientifique dans son ouvrage *Histoire d'un voyage fait en la terre de Brésil*, en 1578.

Au XVIII^e siècle, on retrouve l'ananas sous des serres en Hollande et en France, mais cette méthode de production est rapidement surclassée par les importations se mettant en place par l'intermédiaire du grand commerce maritime. La variété Victoria, notamment produite sur l'île de La Réunion, invite immédiatement au voyage grâce à sa robe dorée et sa chair d'un jaune brillant. Il s'agit là, avec le litchi, de la première culture de diversification à La Réunion, avec 8 000 tonnes produites chaque année dans près de 380 exploitations. Le Victoria est cultivé sur l'ensemble du territoire à différentes altitudes et les précieux fruits sont obtenus grâce à un

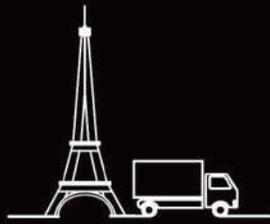
procédé respectant les besoins stricts de la plante. L'entretien des parcelles se fait, quant à lui, à la main, sans aucun traitement apporté aux fruits. L'ananas mûrit ensuite à son rythme sous un soleil tropical, avant d'être cueilli manuellement à maturité optimale.

En 2006, l'ananas Victoria de La Réunion est le premier fruit exotique à obtenir un Label Rouge : cette reconnaissance confirme les qualités organoleptiques du fruit. Produit phare de l'exportation à La Réunion, l'ananas Victoria rencontre aujourd'hui des difficultés à répondre à la demande des pays européens. Environ 2 700 tonnes de Victoria sont exportées en France et sur le Vieux continent, soit deux fois plus qu'il y a dix ans. Or, selon l'Association réunionnaise interprofessionnelle des fruits et légumes, ce chiffre pourrait encore être multiplié par deux quant au marché du frais, dans les dix ans à venir. Le principal frein au développement de la filière reste le problème de la main-d'œuvre. En effet, la culture de cet ananas demande des salariés qualifiés soumis à un travail pénible.

M. R.

Le vin qui lui va bien...

Nous avons choisi d'accompagner l'ananas Victoria avec un champagne. Il s'agit de la cuvée Grande Réserve, brut de la maison Beaumont-des-Crayères ; elle offre un accord inattendu. La sucrosité de l'ananas Victoria est assouplie par une bouche évoquant les embruns, tandis que l'on distingue des notes de fruits blancs et d'agrumes.

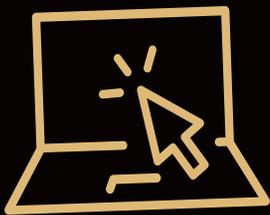


Au Fromager de Rungis

PARIS

NOUVEAU pour les PROs :

www.aufromagerderungis.com 



Je me connecte



Je sélectionne



Je suis livré/e

Cliquez on s'occupe du reste !



Nous sommes là pour répondre à vos questions :

+33 (0)1 46 87 35 62

aufromagerderungis@prodilac.com



La truite

Avec une consommation en hausse régulière, la truite fait partie des cinq poissons préférés des Français.

Les volumes de produits aquatiques achetés par les ménages français pour leur consommation à domicile ont atteint 672 000 tonnes en 2020 (+ 6 %), soit un retour aux niveaux de 2016. Avec des achats s'élevant à 6 053 tonnes, la consommation de truites fraîches affiche une hausse de 8 %. En ce qui concerne le segment truite fumée, les achats des ménages se sont élevés à 6 369 tonnes en 2020. Cette consommation est en hausse de + 6,7 % en valeur et + 1,6 % en volume par rapport à 2019. Les Français ont ainsi dépensé plus de 205 M€ pour ce produit, soit un prix moyen de 32,20 € le kg. Quant au prix de la truite fraîche (14,80 € le kg en 2020), il est en hausse constante, mais modérée (environ 2 % par an). Et cela tombe bien, car le prix est le premier critère d'achat de la truite devant son origine.

Elle fait partie des cinq poissons les plus consommés en France. Comme le saumon, la truite appartient à la famille des salmonidés, des poissons osseux pourvus de nageoires dorsales. La truite est la principale espèce de poisson d'aquaculture produite en France. Elle se caractérise par de multiples débouchés : le marché de la consommation (75 % de la production), la pêche de loisir et le repeuplement (15 %) et le marché de l'élevage (10 %). Si l'on met de côté la pêche de loisir, qui n'est

pas commercialisée, la totalité des truites commercialisées dans le pays sont issues de l'élevage. La truite arc-en-ciel (que l'on reconnaît à sa peau argentée et à ses nombreuses taches) arrive largement en tête des espèces de salmonidés d'eau douce élevées dans l'Hexagone. Avec plus de 33 000 tonnes, elle pèse près de 96 % de la production nationale. Mais on trouve aussi de la truite Fario, du saumon de fontaine (ou omble de fontaine) de l'omble chevalier... La France arrive ainsi au 2^e rang de la production européenne. Les consommateurs apprécient la truite sous différentes formes : la très grande truite (2,5 kg environ) qui est consommée en filets de truite fumée ; la grande truite (de 1 à 2 kg) destinée à être commercialisée sous forme de pavés ou filets ; la truite portion (260 g environ) idéale pour une cuisson à la poêle ; sans oublier les œufs de truite, les rillettes, les carpaccios...

Olivier Masbou

Truite fraîche (en 2020)

Quantités achetées (en tonnes)

6 053

Sommes dépensées (k€)

89 477

Prix moyen (€/kg)

14,8

source FranceAgriMer

Lors de vos achats de truite, quels sont les trois critères qui vont influencer votre choix ?



source FranceAgriMer

Erratum

Une erreur s'est glissée dans notre précédente chronique « Un produit, un chiffre », consacrée au jambon cuit (cf. *Rungis actualités* n° 777, octobre 2021). Contrairement à ce qui est écrit, le jambon de Parme n'est pas fabriqué en France, mais bien à Parme dans la région d'Émilie-Romagne en Italie. Il bénéficie d'une AOP depuis 1996. Son aire de production se situe dans la province de Parme, au sud de l'antique via Emilia, entre les rivières Enza et Stirone, jusqu'à 900 m d'altitude. Le cahier des charges est géré par le Consortium du jambon de Parme. Depuis 1993, le jambon de Parme est certifié sans nitrite ni nitrate.



3



2



4



1

FÊTES De la tomme à la truffe !

Pour Noël 2021, Pochat & fils propose une tomme de montagne à la truffe. Ce fromage à pâte pressée non cuite, au lait entier de Haute-Savoie a rencontré pour l'occasion de la truffe d'été, incorporée directement dans le caillé. Affinée par le fromager d'Annecy, la tomme provient de la fromagerie coopérative des Hauts de Savoie de Frangy. D'un poids d'environ 1,8 kg, elle a été affinée quatre semaines sur planches d'épicéa. Les fromageries Pochat & fils ne s'en tiennent pas là, puisqu'elles revisitent pendant les fêtes un autre produit de terroir avec le fromage pour raclette à la truffe d'été !

Secteur PLA

2

PROVENCE La tradition de la soupe de poissons

Expert des produits de la mer depuis 1996, Le Marmiton propose de délicieuses soupes de poissons, cuisinées avec des poissons sauvages entiers issus de la pêche française et des légumes Origine France. La marque perpétue un savoir-faire artisanal pour des recettes authentiques, élaborées près du port de Sète dans l'Hérault. Elles sont riches en goût, sans conservateurs, sans colorants, ni exhausteurs de goût. Le Marmiton lance un coffret tout-en-un contenant une bouteille de soupe de poissons, un sachet de croûtons à l'ail et un pot de sauce rouille.

Produits traiteurs et
Pavillon de la Marée

3

BISCUITERIE Douceurs antillaises

La biscuiterie artisanale Îles & Délices a décidé de mettre en valeur les pâtisseries fabriquées avec des produits antillais, ou d'outre-mer, sur la base de recettes des îles. Le panier de douceurs originales propose la doucelette, un fondant au lait de coco, le « sik à pistaches », un nougat antillais dur aux cacahuètes, le « pain doux », un gâteau fouetté de Guadeloupe, ou encore le Massepain de l'île Maurice et de la Réunion. Îles & Délices revisite également certains classiques de la pâtisserie française comme la madeleine, ici infusée de verveine tropicale. La biscuiterie propose des coffrets de mignardises pour découvrir la richesse de la culture culinaire des îles françaises.

Produits traiteur

4

TRADITIONNEL L'appareil à raclette La Brézière

Avec le retour des premiers froids, il est temps de ressortir les plats de saison et les outils qui permettent de les préparer. La Brézière propose un appareil à raclette pliant en inox de marque Louis Tellier. Traditionnel, conçu en acier inoxydable et recyclable, il est revêtu d'une peinture époxy écoresponsable et assemblé sur un support inox muni de poignées en bois. Composé de deux rampes de chauffe inclinables en hauteur pour s'adapter à la taille de fromage (1/6 à 1/3 de meule au maximum) ainsi que d'un porte-fromage réglable, cet appareil est fabriqué en France.

Bocca-Sacs

Penja et Rosedor, unis pour répondre aux « tendances de demain »



(de g. à d. : Jean-Yves François, Philippe Alary, Jean-Philippe Landrieu, Benoît Picot)



Le rapprochement entre Penja et le producteur Rosedor va permettre au grossiste de Rungis de conforter son approvisionnement en gammes françaises et de mieux répondre aux attentes des fleuristes.

En septembre 2021, la société Penja, fleuron du secteur horticulture de Rungis pour sa belle gamme exotique et tropicale, a été reprise par la coopérative horticole Rosedor, important groupe de la production florale française.

Cet heureux mariage permettra à la première de développer une nouvelle gamme « Made in France » avec notamment les lys et les roses de Dordogne, les gerberas et germinis du Lot-et-Garonne, les pivoines de Bretagne. En retour, Rosedor proposera une belle sélection tropicale dans sa large palette de produits. Un partage des compétences et des savoir-faire... Philippe Landrieu et Jean-Yves François, les deux créateurs et dirigeants actuels de la société Penja, fondée en 1986, sont satisfaits de cette reprise. « Une gamme élargie à la production française, combinée à la force de distribution d'un groupe important, va permettre à Penja de mieux rebondir en cette

période où les services et le consommateur local sont valorisés... », a souligné Jean-Philippe Landrieu. Pour sa part, Jean-Yves François est optimiste pour la suite : « La création de Penja fut une aventure formidable et tous deux nous voulions assurer son avenir après nous. C'est chose faite avec la rencontre de Philippe Alary, le président de Rosedor, qui saura faire vivre l'âme de la maison avec toute l'équipe Penja... ».

PENJA GARDE SON IDENTITÉ

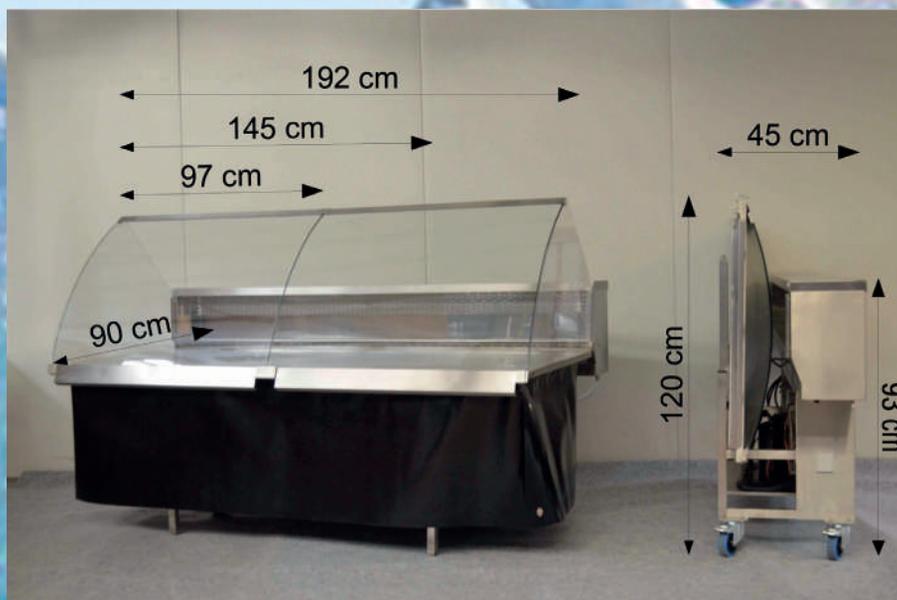
Un sentiment partagé par Benoît Picot, le directeur et responsable de la partie ouest de Rosedor : « Penja garde son identité, ses gammes de produits d'exception en provenance du monde entier et, bien sûr, tout son personnel. Cette connexion a pour objectif de faire évoluer les deux sociétés en apportant le petit plus qui manquait à chacune... » Créé en 1971, le groupe Rosedor (CA 29 M€/an) produit et

distribue des fleurs, des plantes et des accessoires via neuf dépôts (de Brest à Bayonne), quatre cashs, deux bouquetteries et un carreau sur le MIN de Rungis. Rosedor compte 170 salariés et fournit près de 4 000 clients. Il regroupe, sur 25 ha, dix producteurs engagés en coopérative depuis plus de 40 ans qui offrent une gamme de saison orientée vers le développement durable avec des fleurs coupées (100 000 tiges/semaine) et des plantes françaises telles que lys, gerberas, germinis, anémones, roses, sapins Nordmann, caladium...

La société Penja (CA 6,4 M€/an) comprend 13 employés et commercialise des fleurs, des feuillages et des décorations exotiques et tropicales. Leader sur ce marché avec plus de 1 500 références, elle compte 2 000 clients (GMS, artisans fleuristes, jardinerie, traiteurs, événementiels, hôtels, décorateurs, grossistes...). La société effectue chaque semaine plus de 60 expéditions en France et une dizaine dans le monde. Penja et Rosedor ont désormais pour objectif commun de répondre aux tendances d'aujourd'hui et de demain.

Francis Duriez

VITRINES RÉFRIGÉRÉES PLIANTES



WWW.ELITE-FROID.COM

arctica2010@hotmail.fr

01 48 49 55 36

Handicap

Des freins à l'embauche persistent

La 25^e édition de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH) se déroulera du 15 novembre au 21 novembre prochain. L'occasion de se pencher sur la relation que les jeunes en situation de handicap entretiennent avec l'emploi dans un contexte où les barrières sont encore difficiles à lever.



Si l'inclusion des personnes en situation de handicap s'améliore dans nos sociétés contemporaines, les jeunes handicapés peinent à réaliser leurs projets professionnels. Une vaste enquête menée par l'Ifop, à la demande de l'Association de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées (Agefiph) et de plusieurs entités œuvrant en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap (le FIPHP, LADAPT, l'UNML, le CNCPH, les associations Droit au savoir et 100 % Handinamique), démontre leur motivation et les difficultés qu'ils rencontrent.

Tout d'abord, les jeunes perçoivent le travail comme une condition de la réussite personnelle (85 % pour l'ensemble des jeunes et 84 % pour les jeunes handicapés). Ainsi, les deux publics interrogés se voient salariés d'une entreprise privée (68 % pour l'ensemble des jeunes et 70 % pour les jeunes handicapés) ou dans la fonction publique (42 % pour

l'ensemble des jeunes et 48 % pour les jeunes handicapés) d'ici à dix ans. Le critère de la rémunération est moins déterminant chez les jeunes en situation de handicap en comparaison à la jeunesse (43 % et 36 %) et ils privilégient davantage l'engagement éthique de l'entreprise (42 % et 28 %) pour choisir un employeur.

La recherche d'emploi est plus longue et compliquée chez les jeunes en situation de handicap : 7,6 mois en moyenne, soit presque deux fois plus longtemps que l'ensemble des jeunes (4,2 mois en moyenne). Si ces derniers jugent cette étape simple (69 %), ils ne sont que 42 % du côté des jeunes en situation de handicap. Ces difficultés s'expliquent notamment par des problèmes d'accessibilité, figurant au premier plan des préoccupations des jeunes en situation de handicap à la recherche d'un emploi. 82 % d'entre eux estiment que le manque d'offres d'emploi dans un environnement de travail accessible et adapté à leur

handicap est une contrainte majeure. Par ailleurs, des craintes sont plus prégnantes chez les jeunes en situation de handicap : 72 % d'entre eux craignent de devoir déménager ou travailler loin de chez eux (contre 63 % pour les jeunes en général). Ils sont aussi 80 % à craindre de devoir accepter un poste avec une charge de travail trop importante (+ 20 points par rapport à l'ensemble des jeunes) et 71 % à rencontrer des difficultés d'intégration lors de l'arrivée dans l'entreprise (+ 13 points). Devant ces difficultés auxquelles ils sont confrontés, les jeunes en situation de handicap sont enclins à faire des concessions, notamment financières : 44 % d'entre eux jugent le niveau des rémunérations proposées comme un obstacle, soit 12 points de moins que l'ensemble de la jeunesse. Bien que conscients des besoins spécifiques liés à leur handicap (57 %), certains ont tendance à ne pas l'évoquer : seuls 39 % indiquent leur situation dans leur CV. **M. R.**

Le salon CIAMT-Les Ateliers de la prévention s'expose à Rungis...

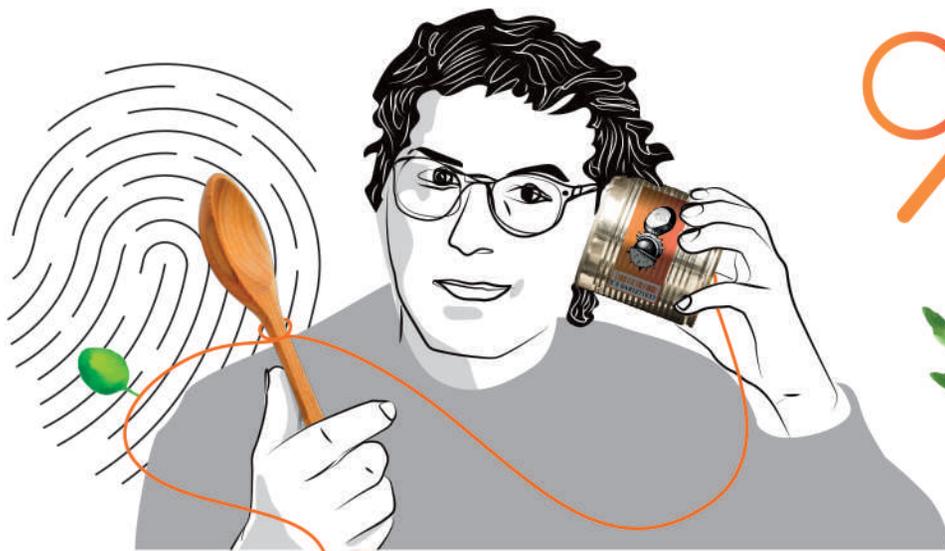
Le 12 octobre dernier (8h-18h) s'est déroulé le salon CIAMT-Les Ateliers de la prévention, à proximité du rond-point des Halles, dans le cadre des « Rencontres Santé-Travail 2021 » avec comme fil rouge « Agir au cœur des entreprises pour la santé de demain » et sur le thème « La santé et la prévention 4.0 », une première à Rungis. Ouvert au public, cet espace dédié à la prévention pour les entreprises et leurs salariés a permis aux nombreux visiteurs de rencontrer les professionnels de la santé au travail (médecins, techniciens, préventeurs, acteurs sociaux...) et leurs partenaires experts et spécialistes de la médecine préventive. Sous un grand chapiteau blanc, étaient rassemblés neuf stands représentant neuf thèmes consacrés à la santé globale, la prévention, l'innovation et les solutions connectées. Après l'ouverture de ce salon exceptionnel par Philippe Goj (président du CIAMT), Alain Morin (président d'Effcience santé au travail) et Didier Marques (président du CIHSCT), conférences et tables rondes se sont succédé toute la journée, dont notamment celle sur « la santé est aussi dans l'assiette », réunissant Stéphane Layani, président du Marché international de Rungis qui a rappelé « *le rôle essentiel des Marchés de gros pour une alimentation saine, de qualité et accessible à tous...* », Sarah Mony, experte



Le président Stéphane Layani, Sarah Mony, le docteur Vinh Ngo.

nutritionniste du PNNS, et animée par le docteur Vinh Ngo, directeur général du CIAMT (Centre interentreprises artisanal de médecine du travail représentant quelque 27 000 entreprises adhérentes et 410 000 salariés et regroupant 360 collaborateurs médecins, infirmiers, techniciens, assistants administratifs...). Il fut le « *metteur en scène* » de cette opération. Par ailleurs, de nombreuses animations ont également ponctué ce salon au travers de « *serious games* » et de démonstrations multiples (exosquelettes, escape game, simulation de risques routiers, objets innovants et connectés, outils de télémédecine et téléconsultation, séances de relaxation et activités physiques...).

Francis Duriez



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

KONNECT'AGRO



Du produit brut au client

**L'ERP EXPERT DE
LA FILIÈRE AGRO-
ALIMENTAIRE**

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



Biodynamie

La démarche du bon sens

Méthode un peu ésotérique pour les uns, voie d'avenir pour les autres, la biodynamie opère plutôt un retour à des pratiques agricoles simples qui ne tournent pas forcément le dos au rendement. Cette pratique empirique vient souvent apporter un volet préventif à des démarches bio trop standardisées.

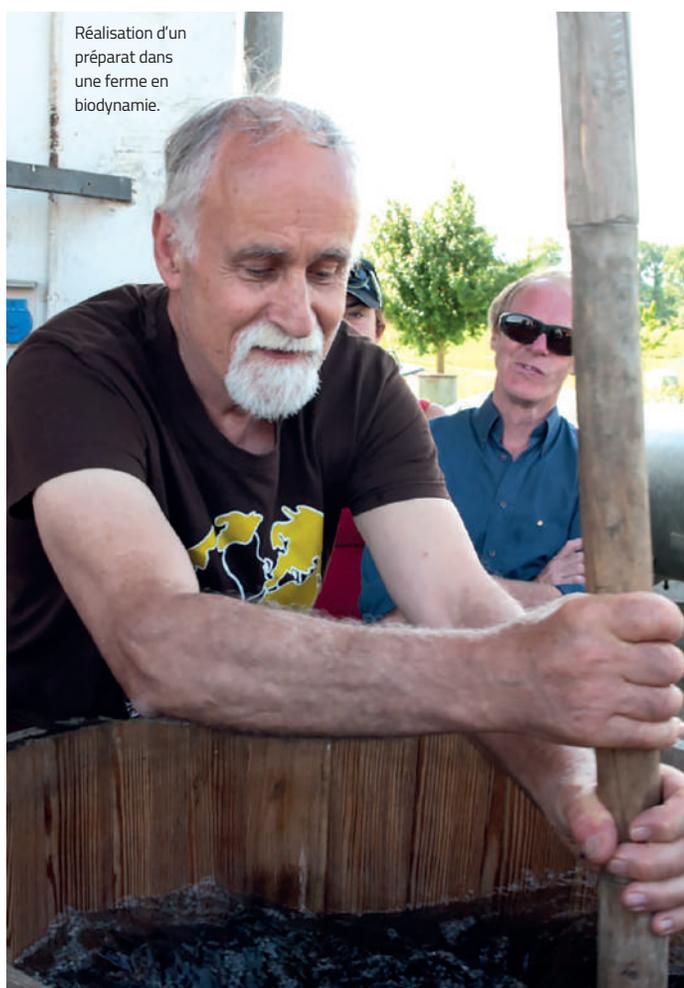
La biodynamie est souvent considérée comme une pratique un peu ésotérique, voire une surenchère par rapport au bio. Son aspect empirique peut déconcerter. Cette pratique agricole est née il y a un siècle à travers les théories agricoles de Rudolf Steiner (1861-1925). Ce philosophe autrichien est fondateur du courant anthroposophique, qui explique que le monde est régi par des forces spirituelles et cosmiques. Ainsi formulée, cette définition suscite le scepticisme, mais il faut aussi comprendre que le père de la biodynamie, en avance sur son temps, plaide pour une baisse des entraves faites à la nature et invitait les hommes à respecter la terre. Ses théories agricoles reposent sur deux aspects. D'abord, Rudolf Steiner invite les agriculteurs à tenir compte des rythmes cosmiques dans la conduite de leur exploitation. Ces théories furent formalisées en 1963 avec la publication du calendrier des semis de l'Allemande Maria Thun, qui demeure actualisé chaque année.

Les préparations biologiques constituent le deuxième pilier de la biodynamie. Elles se substituent aux engrais, mais surtout aux traitements contre les agressions (insectes, parasites, maladies). Des infusions diverses, notamment à base de plantes permettent de réaliser des composts. Ces derniers sont pulvérisés sur les cultures, non pas afin de les soigner, mais afin de les fortifier. «*Nous préférons le cache-nez aux antibiotiques*», affirme Philippe Blanck, célèbre vigneron alsacien, très inspiré par ces pratiques.

La plus célèbre de ces préparations porte le nom de code 500. Il s'agit de la «*bouse de corne*», une corne de vache remplie de bouse est broyée, puis diluée dans l'eau. La méthode est proche de l'homéopathie : une centaine de grammes de ce produit diluée dans 50 litres d'eau suffirait à activer la vie microbologique dans un hectare de terre.

FERTILISER LES SOLS

«*Nous parvenons, par analyse, à démontrer après ce traitement la présence d'un nombre de bactéries impressionnant. Je considère un peu ces préparations comme un levain*», assure Florian Beck-Hartweg. Ce vigneron et son épouse, Mathilde, exploitent à Dambach (Bas-Rhin) un domaine de 8 ha. L'exploitation avait depuis longtemps obtenu sa certification Ecocert, mais en reprenant les rênes, le couple a voulu aller plus loin en s'inspirant de la biodynamie pour conduire son vignoble sans pour autant chercher une certification. «*Ce qui m'intéresse dans cette technique, indique Florian, ce sont les "préparats" (infusions de plantes) qui permettent de garantir des sols vivants. La dimension ésotérique, les rythmes cosmiques, m'intéressent moins. En travaillant intelligemment les sols, ils deviennent naturellement fertiles et c'est ainsi qu'on obtient sur nos vins l'expression du terroir la plus précise.* »



Réalisation d'un préparat dans une ferme en biodynamie.

Ce n'est pas un hasard en effet si le bio et la biodynamie progressent davantage dans le secteur du vin. L'Alsace est particulièrement en pointe avec 16 % de ses surfaces en bio et 5 % en biodynamie. Cette région qui bénéficie d'une amplitude thermique importante et d'une pluviométrie assez faible court moins de risques de pertes importantes de rendements lors des aléas climatiques.

En temps normal, les cultures bio comme les cultures biodynamiques engendrent des baisses de rendement de 20 à 30 % par rapport aux méthodes conventionnelles. Jean-Marc Charpentier, vigneron en Champagne, reconnaît que son choix représente une remise en question totale qui a fait baisser de 30 à 40 % ses rendements, alors que

dans le même temps ses frais d'exploitation progressent de 30 à 40%, même si selon lui, « à partir d'un moment la vigne retrouve son équilibre naturel et les rendements repartent à la hausse ». C'est aussi le constat fait par Florian Beck-Hartweg : « Nous étions déjà en bio depuis longtemps et nous nous contentions de faible rendement (en moyenne 45 %/ha). Le passage à la biodynamie n'a rien changé. Je dirai même qu'à terme, on gagne un peu de production car la vigne gagne en résilience. » Le vigneron rappelle aussi que dans le monde du vin, la concentration, synonyme de qualité, n'est pas compatible avec des rendements élevés. C'est aussi un positionnement qui lui permet de proposer ses cuvées à des prix départ cave évoluant de 8,40 € à 24,40 €/bouteille.

Les vins Paul Blanck évoluent, eux aussi, à un niveau qualitatif très élevé. Ils sont vendus à l'export dans 35 pays. « Nous travaillons en bio et en biodynamie depuis plus de 20 ans, commente Philippe Blanck, mais nous n'avons pas jugé utile de recourir à une certification. Toutefois la perte de certains marchés, comme le Danemark, nous a fait changer d'avis. Dans de nombreux pays, la certification devient une exigence de base. Nous sommes donc passés par une conversion Ecocert qui aboutira lors de la vendange 2022. » En revanche, le Domaine Paul Blanck n'a pas souhaité solliciter



Les bouses de corne auraient un pouvoir hautement fertilisant.



Les tisanes réalisées à base de plantes constituent une arme de la biodynamie.

une certification en biodynamie. D'abord, cette mention n'apporterait pas un plus commercial par rapport au bio ; ensuite, Philippe Blanck explique qu'il s'inspire de la biodynamie sans en suivre tous les principes : « Nous faisons en sorte d'embouteiller lors des périodes de pleine lune par exemple, mais nous envoyons nos ouvriers travailler dans les vignes dans les journées de forte tension cosmique, ce qui n'est pas recommandé dans les textes. » Un des principaux organismes certificateurs de la biodynamie, Demeter, revendique le contrôle biodynamique de 1 000 fermes en France et 8 000 dans le monde. Un nombre assez marginal, mais qui ne tient pas compte de nombreux acteurs comme Philippe Blanck ou Florian Beck-Hartweg qui s'inspirent de ces méthodes sans recourir à la certification.

Pour eux, ce pari reste avant tout celui du bon sens qui permet d'améliorer la qualité des vins. Ainsi, avant de se lancer dans une certification, Jean-Marc Charpentier a fait des expériences comparatives entre des parcelles. Il a noté que la différence de qualité organoleptique entre le champagne biodynamique et le champagne conventionnel « était flagrante ». nous avons gagné en minéralité et en tension. C'était même scientifiquement démontrable avec un PH plus bas pour le bio. »

Jean-Michel Déhais

La biodynamie concerne aussi l'élevage

La biodynamie s'applique à d'autres cultures que la vigne, mais aussi à l'élevage. Elle exige naturellement que les aliments du bétail soient issus d'une agriculture biodynamique. Elle impose aussi un allègement des contraintes imposées à l'animal. Loïc Vuillemin, 50 ans, propriétaire d'une ferme de 130 ha, à Girancourt (Vosges), a obtenu sa certification Demeter en biodynamie, il y a six ans. Avant lui, ses parents avaient déjà engagé une conversion bio dès 1992. Il se consacre à l'élevage de 200 têtes de charolais, dont 80 vaches allaitantes. Cette évolution représentait selon lui une manière de « boucler la boucle. Nos terres bio étaient devenues trop minérales. J'ai suivi les préceptes de Steiner qui montre comment on stimule la plante pour la rendre plus vivace. J'ai gagné



Loïc Vuillemin élève 200 bovins en biodynamie dans sa ferme des Vosges.

10 à 15 % de rendement en herbe ». L'éleveur vosgien produit exclusivement de l'herbe en pâturage ou en foin. Il se contente de dynamiser les prairies avec les préparations recommandées par biodynamie et intégrées dans des composts, qui ensuite sont déversés à raison de 2 tonnes/ha. Il estime ainsi accélérer la décomposition de

l'humus. Loïc Vuillemin laisse un maximum de liberté à ses animaux qui demeurent en pâture d'avril à la fin de novembre. Chaque année, il adapte la taille son cheptel à ses ressources en herbes. Depuis sa conversion, il a cessé de couper les cornes des bovins et assure que cette exigence n'est pas une lubie : « J'ai constaté que la pousse des cornes facilitait la rumination. » Pour valoriser sa manière de travailler, l'agriculteur a dû organiser des circuits directs grâce à une boucherie installée dans la ferme, mais aussi via des livraisons en direct, en frais ou en congelé à 800 foyers résidant dans la grande région Est, mais aussi à Paris. « Je ne fais pas un produit de luxe, je veux que ma viande reste abordable », explique-t-il en montrant ses tarifs qui restent alignés sur ceux d'un bon boucher.

Les tests laissent entrevoir des possibilités pour la logistique du dernier kilomètre sur le Marché.



Des drones-cargos dans le ciel de Rungis

La première expérimentation de vols de drones-cargos en milieu dense a eu lieu sur le Marché de Rungis au mois d'octobre. Une première prometteuse.

Le Marché de Rungis a beau s'inscrire dans la tradition millénaire des Halles de Paris, il sait aussi prendre place à la pointe de l'innovation. Lors de la première semaine d'octobre dernier, le Marché a ainsi été le théâtre d'une expérimentation inédite de vols de drones-cargos depuis un « vertiport », une station d'accueil capable d'accueillir des drones de surveillance et de fret de toutes marques conçus par la start-up Dragonflypads.

« Ces tests de vols de "dernier kilomètre" ont été menés à l'issue d'un appel à manifestation d'intérêt sur la logistique de demain, lancé par la Région Île-de-France dans le cadre duquel notre projet a été sélectionné », indique Sissel Thorstensen, P-DG et cofondatrice de la jeune

entreprise française. « L'ambition de notre démarche, soutenue par la Semmaris, était de montrer notre capacité à mener des vols opérationnels au-dessus du marché, dans le respect de critères de sécurité drastiques. »

L'un des principaux enjeux du transport de marchandises par drone est en effet la future mise en place d'une réglementation qui permettra d'encadrer leur déploiement opérationnel, aujourd'hui exclusivement expérimental. « Pour obtenir les autorisations accordées au compte-gouttes par la Direction de l'aviation civile, cela a pris neuf mois et nécessité un dossier de près de 600 pages », témoigne Cyril Godeaux, l'une des chevilles ouvrières du projet. La proximité de l'aéroport d'Orly, dont la zone est particulièrement protégée,

tout comme la densité des activités dans le secteur constituaient des obstacles supplémentaires pour ces premiers vols.

Les essais menés par Dragonflypads ont eu lieu en deux temps. En juillet dernier, des vols de drones de surveillance ont d'abord été organisés en concertation avec le département Sécurité du Marché de Rungis. Ils visaient à tester leur capacité à assurer la sécurité des personnes travaillant sur le Marché et à permettre l'inspection des infrastructures.

Au début d'octobre, c'est au tour des vols en drones-cargos d'être testés, une première en France au-dessus d'une zone commerciale telle que le Marché de Rungis. Pendant une semaine, l'équipe de la société Dragonflypads a organisé une cinquantaine de vols assurés par deux pilotes depuis leur « vertiports » et sécurisés par plusieurs assistants. L'opération avait été montée en partenariat avec Pilgrim Technologies, le concepteur nantais des drones-cargos, et avec la collaboration de plusieurs grossistes.

© ComRungis
Sissel Thorstensen et Stéphane Layani.

« À terme, on imagine déjà des livraisons express de clients », commente Fatima Guillou, directrice de la société Butet.

Plusieurs tests de livraison de colis légers (moins de 5 kg) ont été menés de jour comme de nuit dans l'enceinte du Marché. Des champignons de la Maison Butet ont traversé le ciel du Marché. Des pièces de mécanique automobile se sont envolées depuis le garage Renault et des fruits exotiques depuis la SIIM du groupe Omer-Decugis. Pour célébrer la fin de l'expérience avec panache, une bouteille de champagne est partie du restaurant Il Mercato jusque dans les mains de Stéphane Layani, le président du Marché.

UN FRANC SUCCÈS

« Les tests menés dans les différentes configurations ont été un vrai succès », se félicite Sissel Thorstensen. « Nous avons réussi à démontrer à la DGAC et au public notre capacité à sécuriser l'ensemble de l'opération, et notamment les phases d'atterrissage et de décollage. Cela nous a aussi permis d'illustrer le rôle clé des vertiports dans le développement futur des liaisons en drone-cargo. »

L'idée majeure qui a présidé à la création de Dragonflypads en 2020, c'est en effet que le déploiement d'infrastructures dédiées constituait une condition essentielle à la création de ces liaisons logistiques à basse altitude. Conçus dans d'anciens conteneurs maritimes, les vertiports jouent à la fois le rôle de stations de décollage et d'atterrissage, mais aussi de recharge et de maintenance d'engins logistiques volants. « Cette plateforme peut opérer des drones en toute sécurité, à l'abri des intempéries, en offrant un stockage sécurisé et une solution de recharge efficace », assure Sissel Thorstensen, convaincue que la réglementation puis les premières lignes ne tarderont pas à se mettre en place. « Pour cela, notre ambition est de créer un maillage fin du territoire en y installant des vertiports comme

autant de stations relais au plus près des expéditeurs et des clients. Cela résout l'un des défis majeurs de l'écosystème du drone : permettre aux engins de voler en continu, sans souci de maintenance ou de batterie », poursuit cette « serial-entrepreneuse ».

L'opération menée à Rungis a en tout cas suscité l'enthousiasme des participants. « La rapidité des phases de décollage et d'atterrissage était très impressionnante », s'étonne Fatima Guillou, directrice générale de la société de fruits et légumes Butet. « À terme, on imagine déjà la possibilité de livraison express de clients en cas d'urgence. » De son côté, Stéphane Layani s'est dit fier d'avoir accueilli ces tests sans précédent « qui laissent entrevoir des possibilités très intéressantes pour la logistique du dernier kilomètre sur le Marché. Le Marché de Rungis se doit d'être précurseur sur les modes de livraison de demain ! » Une

fois levés les obstacles réglementaires et techniques, les relations logistiques en drone-cargo sont en effet prometteuses dans certains domaines. « On peut, par exemple, imaginer de transporter par ce moyen du matériel médical d'urgence, comme des défibrillateurs, des premiers secours, etc. », détaille Sissel Thorstensen.

Si les premières expérimentations ont été menées sur de petites charges (de 3 à 10 kg), les drones-cargos les plus puissants peuvent transporter des charges allant jusqu'à 150 kg. De quoi imaginer un jour des vols automatisés entre le Marché de Rungis et Paris dans de véritables couloirs aériens, par exemple au-dessus de la Seine.

En attendant cette issue futuriste, Dragonflypads envisage bien de poursuivre ses expérimentations.

Bruno Carlhian

Aux États-Unis, une bataille entre spécialistes de la livraison

Encore à l'étude en France, la livraison par drones fait d'ores et déjà l'objet d'une intense bataille aux États-Unis entre les spécialistes de la livraison. Amazon avait ouvert la voie en réalisant en 2016 la première livraison d'un colis par drone dans le jardin d'un client. Le leader de la vente en ligne a même conforté son avance en étant le premier à obtenir, en 2020, une licence d'exploitation pour son programme « Amazon Prime Air » par l'agence fédérale de l'aviation américaine. L'entreprise américaine entend livrer des produits en seulement 30 minutes, une fois passée la commande, pour des colis pesant jusqu'à 2,3 kg. Le n° 1 de la distribution physique Walmart a, quant à lui, mis en place un programme pilote en partenariat avec Flytrex pour créer un drone spécialisé dans la livraison de produits alimentaires et ménagers. Pour l'heure ces programmes restent, comme en France, expérimentaux, dans l'attente de l'entrée en vigueur d'une réglementation appropriée.



Le Nissan Townstar ne sera proposé qu'en version essence et électrique. Il n'y a donc pas de motorisation Diesel.

Nissan Townstar

La fourgonnette qui se passe du Diesel

Le Nissan Townstar est la nouvelle fourgonnette du constructeur japonais. Frère jumeau du Renault Kangoo Van, il se distingue par une offre spécifique voire particulière : il n'y a pas de Diesel.

Le Nissan NV 250 tire sa révérence... Bienvenue au Nissan Townstar ! Nouvelle fourgonnette de la marque nipponne, le Townstar reprend des codes désormais bien connus : comme le NV 250 était un clone de l'ancien Kangoo, le Townstar est le frère jumeau du nouveau Kangoo Van. À peine quelques évolutions de calandre pour marquer sa différence, ornée d'un logo tout nouveau, que cet utilitaire est même le premier modèle européen de Nissan à arborer. À bord, c'est pareil. Ce Nissan s'habille en Renault et reprend les mêmes équipements, même si le détail des éléments de série ou en option n'a pas encore été communiqué, ni d'ailleurs les tarifs. De nombreux assistants de sécurité et aides à la conduite pourront équiper cette fourgonnette, comme le freinage d'urgence automatique voire intelligent avec la détection des piétons et des cyclistes, l'assistance au maintien dans la voie, l'alerte d'angle mort ou encore la reconnaissance des panneaux de signalisation. Pour la première fois, Nissan intègre aux équipements de son Townstar l'Around View Monitor à quatre caméras permettant une vue à 360 ° autour du véhicule. Côté utilitaire, c'est du classique. Le volume de chargement est de 3,3 m³ et atteint 3,9 m³ avec la cloison avant pivotante. La charge utile est annoncée à 800 kg, maximum possible obtenu avec l'option charge utile renforcée. Les deux portes arrière asymétriques avec

ouverture à 180 ° ainsi que la porte latérale coulissante sont de série. Le Nissan Townstar arrive sur le marché avec une particularité unique voire singulière : il ne roulera pas au Diesel ! Le Townstar ne sera en effet proposé qu'avec deux motorisations, une essence et une électrique et c'est bien la première fois qu'un véhicule utilitaire ne verra aucune motorisation Diesel prendre place sous son capot. Le pari de Nissan est audacieux, surtout dans un pays comme le nôtre où le Diesel reste toujours le roi des véhicules utilitaires.

Pas de Diesel donc, mais du thermique quand même avec un moteur essence, en l'occurrence le 1,3 litre de 130 chevaux et 240 Nm de couple, conforme à la norme Euro 6d-Full. Une motorisation connue puisque déjà sous le capot du Kangoo Van. En fait, Nissan met surtout en avant la version électrique de sa fourgonnette, qui remplacera l'actuel e-NV 200. Cette version EV est équipée d'une batterie de 44 kWh et est annoncée à 122 chevaux, 245 Nm de couple et avec une autonomie de 285 km en cycle mixte WLTP. À noter que ce Townstar électrique n'a pas tout à fait le physique de la version essence puisqu'il reprend, et lui seul, quelques éléments esthétiques du Nissan Ariya, le crossover électrique de la marque. Il en est ainsi du bouclier avant profilé, du design des feux de jour et des phares full Led.

Richard Pizzol

★ POINTS FORTS

Remplaçant du NV 250
Moteur essence et électrique
3,3 m³ de volume utile

Renault

Le nouveau Trafic est annoncé



Le nouveau Renault Trafic sera au menu de la fin de cette année. Avec du nouveau du côté du style, des motorisations et des aides à la conduite qui se multiplient.

Véhicule majeur sur le marché des utilitaires, la Renault Trafic va s'offrir une cure de nouveautés. Du nouveau tout d'abord du côté de l'esthétique : un capot plus horizontal, une grille de calandre plus verticale et un bouclier redessiné lui confèrent un style voulu robuste et expressif. Nouvelle cabine également avec une planche de bord inédite, comme le sont le tableau de bord, les panneaux de porte et le levier de vitesses avec juste ce qu'il faut d'inserts chromés

Une nouvelle face avant et une nouvelle cabine : le nouveau Trafic sera disponible en fin d'année.

pour une qualité perçue en nette hausse. Les équipements s'enrichissent également. Le système multimédia Easy Link avec navigation intégrée fait ainsi son apparition à bord. Il s'affiche sur un écran tactile 8 pouces et s'accompagne d'un chargeur de smartphone à induction 15 W. Enfin, dix nouvelles aides à la

conduite sont proposées, du régulateur de vitesse adaptatif au commutateur automatique des feux de route en passant par l'alerte de franchissement de ligne, l'avertisseur d'angle mort, le freinage actif d'urgence, la reconnaissance des panneaux routiers avec alerte de survitesse, l'alerte de trajectoire

instable, les aides au parking avant, arrière et latéral, ou encore la caméra de recul. Côté moteur, le nouveau Renault Trafic accueille quatre motorisations de 110 à 170 chevaux, avec boîte de vitesses manuelle ou automatique à double embrayage EDC pour les 150 et 170 chevaux.

R. P.

Renault Trucks

Le D Wide 19 tonnes passe à l'électrique

La mobilité électrique chez Renault Trucks, c'est déjà les modèles D et D Wide ZE en version 16 et 26 tonnes. Voici un nouveau venu, le D Wide en version 19 tonnes. Ce modèle est une façon de répondre à la grande diversité des métiers de la distribution urbaine. Équipé d'un châssis à deux essieux pour plus de maniabilité, le Renault Trucks D Wide ZE de 19 tonnes se révèle être le véhicule idéal pour des missions de distribution sous température dirigée, avec une charge utile optimisée. Renault Trucks a d'ailleurs développé un nouveau système permettant d'augmenter l'efficacité énergétique des camions électriques équipés d'une carrosserie frigorifique. Ainsi, les Renault Trucks D et D Wide Z.E. de 16, 19 et 26 tonnes peuvent désormais recevoir l'option « *fridge-connection* », qui permet de fournir l'énergie nécessaire au système de réfrigération, directement à partir des batteries de traction 600 V du véhicule.



Le Renault Trucks D Wide ZE est désormais disponible en 19 tonnes.

FONDS DE COMMERCE



Vends restaurant Cuisine traditionnelle à la porte du Château de Blois. 2 terrasses avec vue panoramique (1 avec 80 places et 1 avec 20 places.)
salle intérieur 30 places avec cheminée fonctionnelle.
Fermeture hebdomadaire dimanche et lundi fermeture annuelle 6 semaines. Clientèles touristiques et locales.
Bon chiffre d'affaires
Prix de vente : 275 000,00 €
Contact au 06 31 09 82 20

À vendre ; Bar Brasserie licence IV à acheter en CORREZE
cession cause retraite c'est un ensemble composé d'une salle de 100 M² d'une cuisine de 40 M² d'une réserve de 20 M² et d'un premier niveau aménageable de 60 M² chiffre d'affaires 277 000 € HT et dégage un EBE DE 80 000 € exploité en nom propre juste le couple matériel complet en très bon état
180 000 €
Tél 06 30 75 31 11



À céder cause retraite courant 2022
2 places de marché charcuterie sur marché couvert et fermé mercredi/samedi et Jeudi/dimanche sur le 95 et le 78 très bon CA ; Comprenant deux stands de 18m chacun équipé froid, matériel complet avec véhicule type fourgon réfrigéré avec hayon et divers matériels de labo pour fabrication.
Convientrait à personnes voulant s'établir ou s'agrandir affaire prête à reprendre accompagnement et transmission si besoin
marches9578@orange.fr
Tél 06 07 88 53 39
IDEAL RECONVERSION

POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONTACTEZ
NAÏMA MAZURIER
AU 01 42 36 56 74
OU ENVOYEZ UN E-MAIL À :
n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr

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



OFFRE D'EMPLOI

Grossiste spécialisé reconnu en légumes cherche un vendeur carreaux qualifié pour secteur légumes 5 jours par semaine.
Missions : Achats et ventes de produits.
Relation clients/ fournisseurs. Fidélisation clients existants.
Suivi administratif des ventes et achats
Expérience RUNGIS. Rémunération en rapport des compétences
Contact : annonces.rungis@gmail.com

IMMOBILIER

Propriété à vendre 2h30 de Paris
120 m² habitable, sur 2700 m² de terrain arboré
Prix net vendeur 280000€
Possibilité de vendre un hangar attenant, d'une surface de 400 m² avec frigos et chambre froide, idéal pour commerçants, avec 1 tournée de 7 marchés hebdomadaires en fruits et légumes, chiffres d'affaires intéressants
Tél 06 51 98 06 45



V O L V O

PLUS D'AUTONOMIE, MOINS DE COMPROMIS.

Avec le nouveau Volvo XC60 hybride rechargeable, profitez du tout nouveau système d'info-divertissement développé en partenariat avec Google* et embarquez vos applications préférées dans votre véhicule grâce à son interface plus intuitive et conviviale.

NOUVEAU VOLVO XC60 | HYBRIDE RECHARGEABLE



AUTONOMIE JUSQU'À

79 KM **

100% ÉLECTRIQUE



RCS Evry 306201881

*Google est une marque déposée de Google LLC.

**Volvo XC60 hybride rechargeable Recharge T6 350 ch et Recharge T8 455 ch MY22.5.

Consommation en cycle mixte (L/100 km) WLTP : 1.1-1.2 - CO₂ rejeté (g/km) WLTP : 24-27.

Valeur WLTP en cycle mixte en cours d'homologation auprès de l'administration française.

VOLVOCARS.FR

Bidaud

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

Votre activité est votre priorité, la nôtre est votre sérénité.



L'extension de la garantie constructeur
L'entretien complet de votre utilitaire
Le remplacement des pièces d'usure
L'assistance MobiloVan

DU 1^{ER} JUILLET AU 31 DÉCEMBRE 2021

BÉNÉFICIEZ DU TOUT COMPRIS MERCEDES-BENZ À UN TARIF EXCEPTIONNEL

**CONTRAT D'ENTRETIEN
CITAN**

~~1200~~€HT

149€HT ⁽²⁾

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

**CONTRAT D'ENTRETIEN
VITO**

~~1600~~€HT

249€HT ⁽²⁾

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

**CONTRAT D'ENTRETIEN
SPRINTER** (FOURGON)

~~1850~~€HT

299€HT ⁽²⁾ **349€HT** ⁽²⁾

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

Toute notre expertise à votre service.

Quand on est professionnel, on aime avoir l'esprit tranquille pour pouvoir se concentrer uniquement sur son activité. Parce que votre sérénité est notre spécialité, Mercedes-Benz a créé le contrat Complete : le pack sans soucis du constructeur. **Dans le cadre de L'OPÉRATION ZEN⁽³⁾, profitez d'un tarif privilégié en souscrivant au Contrat d'Entretien Complete à l'achat de votre véhicule neuf !**

⁽¹⁾ Contrat d'entretien comprenant : l'extension de la garantie Constructeur, les services de maintenance A & B, le remplacement des pièces d'usure et la prestation d'assistance MobiloVan. Pour tout savoir sur les conditions du contrat Mercedes-Benz Complete et des prestations Mercedes-Benz MobiloVan, rapprochez-vous de votre Réparateur Agréé Mercedes-Benz. ⁽²⁾ Tarif promotionnel valable du 1^{er} juillet au 31 décembre 2021 dans le cadre de l'Opération ZEN, pour l'achat d'un véhicule Citan neuf commandé du 1^{er} juillet au 31 décembre 2021, pour un contrat Complete 36 mois ou 60 000 km, pour l'achat d'un véhicule Vito neuf (toutes versions) commandé du 1^{er} juillet au 31 décembre 2021, pour un contrat Complete 36 mois ou 90 000 km, pour l'achat d'un véhicule Sprinter Fourgon neuf (traction ou propulsion) commandé du 1^{er} juillet au 31 décembre, pour un contrat Complete 36 mois ou 90 000 km. ⁽³⁾ Opération ZEN : Prolongation de l'opération réservée aux clients professionnels dans le réseau participant, du 1^{er} juillet au 31 décembre 2021 (hors loueurs et flottes), pour toute souscription d'un contrat Complete sur un véhicule neuf utilitaire Mercedes-Benz Citan, Vito, Sprinter (hors série Worker) auprès d'un Distributeur Agréé Mercedes-Benz. Offre non cumulable avec toute autre offre promotionnelle en cours. Pour en savoir plus sur l'Opération ZEN, rapprochez-vous de votre Distributeur Agréé Mercedes-Benz.

© Mercedes-Benz : Marques déposées de Daimler AG, Stuttgart, Allemagne.

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



Mercedes-Benz