

REPORTAGE

Calvados: le bonheur
est dans le bocage

NOUVEAUX MARCHÉS

La fraîche découpe
en croissance

FOCUS

Nutri-Score:
la grogne des AOP

RUNGIS

actualités

Depuis 1969

N° 781 – février 2022 – 1,50 €

DOSSIER

Viande bovine

Le pari du local





Salon DU
FROMAGE
ET DES
produits laitiers
PARIS

PORTE DE VERSAILLES
DU 27 FEVRIER AU 2 MARS 2022



VOTRE BADGE **GRATUIT** SUR
WWW.SALON-FROMAGE.COM
VOTRE CODE : **RAFROM22P**

L'événement international et incontournable des fromages de qualité

Rencontrez **330 exposants**
français et **internationaux**.

Découvrez une offre élargie et
renouvelée : fromages, produits
laitiers, équipements, services...

Assistez aux animations :
concours, conférences, alliances
insolites...

TOUTE L'ACTUALITÉ DU SALON SUR :



#SALONDUFROMAGE



Dossier
Viande bovine: les éleveurs misent sur la proximité

16



Oui chef ! Bertrand Chauveau

26



28 Reportage
Calvados: le bonheur est dans le bocage

28



42 Focus
Nutri-Score: les AOP fromagères sont vent debout



44 Nouveaux marchés
La fraîche découpe: l'atout fraîcheur!

44



46 Digital & innovation
Des moyens adaptés au transport durable à Rungis

46

au sommaire

<p>L'édito</p> <hr/> <p>5 de Jean-Michel Déhais</p>	<p>Sur le vif</p> <hr/> <p>6 Actualités 12 Instantanés 14 Toulouse- Le Grand Marché 15 Nouvelles des marchés</p> <p>Dossier</p> <hr/> <p>16 Viande bovine: les éleveurs misent sur la proximité</p>	<p>Ensemble</p> <hr/> <p>22 Opérateur 23 Producteur 24 Acheteur 26 Oui chef ! Bertrand Chauveau</p> <p>Reportage</p> <hr/> <p>28 Calvados: le bonheur est dans le bocage</p>	<p>Tendances du marché</p> <hr/> <p>34 Produits de saison • Le jambon ibérique • La légine • Le morbier 38 Conso La crevette cuite 39 Nouveaux produits 40 Une table au Marché La Ripaille</p>	<p>42 Focus Nutri-Score: les AOP fromagères sont vent debout 44 Nouveaux marchés La fraîche découpe: l'atout fraîcheur! 46 Digital & innovation Des moyens adaptés au transport durable à Rungis</p>	<p>Véhicules utilitaires</p> <hr/> <p>48 • Peugeot: le e-Partner • Ford: le E-Transit • MAN: le eTGE</p> <p>Petites annonces</p> <hr/> <p>50 Fonds de commerce</p>
--	---	---	---	---	--

« Entre pros,
on a heureusement
des choses positives
à se transmettre. »



**Se partager des infos sur un vrai partenaire
de retraite complémentaire.**

Etre adhérent Médicis, c'est bien plus que cotiser pour un complément de revenus le moment venu ! C'est faire partie d'une communauté de professionnels d'horizons variés, appréciant l'écoute, le conseil et le sens de la proximité de leur partenaire retraite... et qui veulent en faire profiter d'autres pros autour d'eux. Parce que l'indépendance n'empêche pas la solidarité.

Michelle, Stéphane, Patricia, Christophe, Catherine, Olivier, Catherine, Jean-François... Adhérents chez Médicis.



Réinventons la proximité sur :
[mutuelle-medicis.com](https://www.mutuelle-medicis.com)

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

Secrétaires de rédaction:

Martine Favier,

Évelyne Kerfant

Création maquette:

Stanislas Chevara

Rédacteur graphiste:

Richard El Mestiri

Ont collaboré à ce numéro:

Anne-Solveig Aschehoug

Jérémy Denoyer

Francis Duriez

Florence Jacquemoud

Caroline Maréchal

Richard Pizzol

Photo de couverture:

© OS Race Normande

PUBLICITÉ

Directrice de publicité:

Audrey Combeau

Tél.: 33 (0)1 42 36 56 75

a.combeau@aucoeurdesvilles.fr

Responsable petites annonces:

Naima Mazurier

n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr

ABONNEMENT

Au Cœur des Villes

16, rue Saint-Fiacre

75002 Paris

Tél.: 33 (0)1 42 36 70 64

E-mail: abonnement@

aucoeurdesvilles.fr

Périodicité: 11 numéros par an

Prix de vente au numéro: 1,50 €

Abonnement:

Abonnement « Intégral » 2 ans

(papier + mobilité):

France: 31 € TTC

Union européenne: 41 € TTC

Reste du monde: 51 € TTC

Rungis Actualités est publié par

Au cœur des villes

Société par actions simplifiée

au capital de 64 541 euros

RCS n° 825 299 068 RCS Paris

Direction

Président: **Nelson Burton**

Secrétaire de direction:

Anne Caro

Dépôt légal: à parution

N° Commission paritaire:

1024 T 82406

Impression: 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

Tout s'accélère !

La rédaction de *Rungis Actualités* vous présente ses meilleurs vœux pour cette nouvelle année qui commence dans la difficulté. Pourtant, la fin de cette crise sanitaire semble se profiler. Nous pouvons raisonnablement espérer que le prochain retour à la normale annoncé par le Gouvernement soit rapide voire définitif. En ce début d'année, tout semble s'accélérer après la longue léthargie qui a frappé de nombreuses professions. Le dénouement du premier tour de l'élection présidentielle se jouera dans deux mois. L'inflation qu'on croyait disparue pointe le bout du nez et les coûts de l'énergie s'envolent. Il faut considérer ces phénomènes sans affolement. Ces flambées auxquelles nous assistons devraient retomber à des niveaux plus raisonnables, mais il ne faut pas pour autant rêver. Nous devons nous habituer à vivre avec une énergie et une alimentation plus chères. La transition vers une économie

plus durable est à ce prix. Il faut d'ailleurs se féliciter de voir que les acteurs de l'agriculture et du commerce alimentaire ont su rapidement s'adapter. Dans ce numéro, on peut ainsi voir comment l'adoption de la loi EGalim s'est vite traduite sur le terrain avec la mise en œuvre par les éleveurs bovins de nombreuses initiatives favorisant la consommation locale de leurs produits. À Rungis, la transition énergétique est bien en route. Dans certains secteurs du véhicule utilitaire, on note déjà un basculement « flagrant » du diesel vers l'électrique. Il faut accompagner ce mouvement. Les responsables du Marché ont déjà mis en place 42 bornes de charge. Mais ils préparent aussi une alternative, via le gaz naturel liquéfié ou l'hydrogène. La décarbonation des transports passe en effet par une pluralité de solutions énergétiques. Les contours du monde de demain commencent à se dessiner.

L'image du mois



Le 20 janvier, le Premier ministre Jean Castex a annoncé un allègement des mesures sanitaires. Dès le 2 février, les jauges ont disparu dans les lieux recevant du public. Autrement dit, les événements, salons et autres rencontres sportives se déroulent presque normalement. Le 16 février, une nouvelle vague d'assouplissements entrera en vigueur. Les discothèques pourront à nouveau ouvrir leurs portes après une fermeture qui a duré plus de deux mois. Par ailleurs, consommer dans les transports, les cinémas et les stades sera de nouveau permis. Quant à la consommation debout, elle deviendra de nouveau possible dans les bars et les brasseries.

RECENSEMENT

100 000 exploitations agricoles en moins en 10 ans

Le recensement agricole a lieu tous les 10 ans. Les résultats du recensement 2020 ont été publiés en décembre dernier. La France a perdu près de 100 000 agriculteurs au cours de la dernière décennie.

Entre 2010 et 2020, le nombre d'exploitations agricoles continue de baisser en France métropolitaine, mais à un rythme moins élevé que lors de la précédente décennie : - 2,3 % par an, contre - 3 % entre 2000 et 2010, indique le recensement général agricole (RGA).

On compte 389 000 exploitations agricoles en France métropolitaine, soit environ 100 000 de moins qu'il y a 10 ans. Moins nombreuses, elles ont tendance à s'agrandir. En 2020, elles exploitent en moyenne 69 ha, soit 14 ha de plus qu'en 2010 et 27 de plus qu'en 2000. « Cette surface moyenne montre bien la continuité d'un modèle à taille humaine, avec des exploitations trois fois moins grandes qu'aux États-Unis, par exemple », commente le ministre de l'Agriculture.

Ce sont les exploitations spécialisées en élevages qui disparaissent le plus. Leur nombre diminue de 31 % (- 64 000). Dans le détail, les élevages d'ovins et de caprins perdent 20 000 exploitations sur la décennie pour atteindre 35 000 exploitations en 2020. On recense 48 000 exploitations en bovins viande (- 15 000); 35 000 en bovins lait (- 13 000); 19 000 en volailles et en porcs (- 10 000). Enfin, le secteur des élevages en bovins mixtes (lait et viande) a perdu presque la moitié de ses effectifs pour s'établir à 8 000 (- 6 000). En revanche, les



élevages sont la catégorie d'exploitations qui s'agrandissent le plus. Les surfaces moyennes des élevages de vaches laitières augmentent de 78 ha à 106 ha, celles des élevages de bovins viande de 65 à 85 ha. Le nombre de fermes en polycultures élevages, quant à elles, recule de 41 % (- 18 000) pour se fixer à 41 000.

En production végétale, le nombre global d'exploitations diminue de 9 %. Mais cette baisse n'est pas homogène. Le secteur de la viticulture perd 11 000 exploitations, mais reste tout de même le deuxième secteur avec 59 000 entreprises, derrière les grandes cultures (112 000 exploitations, - 3 000). En 2020, 15 000 exploitations sont recensées en arboricultures fruitières (- 6 000 par rapport à 2010). Le secteur de l'horticulture et du maraîchage est le seul à gagner des effectifs. On dénombre

15 000 fermes, soit 1 000 de plus par rapport à 2010. Ainsi, les exploitations spécialisées en production végétale sont devenues majoritaires au cours de ces 10 dernières années. Elles représentent désormais 52 % des exploitations agricoles en France métropolitaine, contre 45 % en 2010.

Malgré cette baisse généralisée du nombre d'exploitations, et alors que l'artificialisation des sols pèse sur le foncier agricole, la surface agricole utilisée (SAU) s'élève à 26,7 millions d'hectares, soit un recul de « seulement » 1 % par rapport à 2010. Le RGA révèle par ailleurs que 106 000 exploitations agricoles produisent sous le signe de la qualité (label, IGP, AOP...). 47 000 exploitations (soit 12 % des exploitations françaises) ont au moins une production en agriculture biologique, un chiffre multiplié par trois en dix ans. 25 000 exploitations produisent sous le label HVE (haute valeur environnementale). Elles représentent désormais 7 % des exploitations françaises. Enfin, on dénombre 26 000 exploitations agricoles dans les départements d'Outre-Mer.

« L'agriculture demeure un atout majeur de notre pays avec plus de la moitié de notre territoire occupé par l'activité agricole. [...] Loin des fantasmes, cette étude décennale dresse le portrait d'une agriculture forte, à taille humaine, ancrée dans nos territoires et pleinement engagée dans des productions de qualité, diversifiée et d'avenir », a déclaré Julien Denormandie, ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation, à l'occasion de la présentation des résultats du recensement.

EN CHIFFRES

Moins nombreuses, les exploitations agricoles s'agrandissent. En 2020, elles exploitent en moyenne 69 ha, soit 14 ha de plus qu'en 2010.

389 000

exploitations agricoles sont recensées en 2020

52 %

des exploitations sont spécialisées en production végétale

26,7

millions d'hectares, c'est la SAU totale de la France métropolitaine

SALONS

« L'édition des retrouvailles » pour le salon de l'Agriculture



Avant même l'annonce de la levée de certaines restrictions liées au Covid par le gouvernement, les organisateurs du Salon international de l'agriculture, le Ceneca et Comexposium, ont confirmé le 18 janvier dernier le maintien de l'édition 2022. La vitrine du monde

agricole français ouvrira donc ses portes au Parc des Expositions de la porte de Versailles à Paris du 26 février au 6 mars. Si les modalités de l'organisation restent à préciser, les organisateurs travaillaient, fin janvier, sur les conditions suivantes : « port du masque et passe vaccinal obligatoires, ventilation optimisée des pavillons et organisation des conditions nécessaires à des consommations et dégustations selon la réglementation actuelle en vigueur ». À compter du 16 février, la consommation doit être de nouveau autorisée debout dans les restaurants et dans les bars et aucune jauge n'est requise dans les lieux de spectacle. L'un des enjeux de ce salon est bien évidemment la tenue du Concours général agricole : « un outil indispensable pour valoriser les produits de nos terroirs et capital pour les faire rayonner », souligne Jérôme Despey, le secrétaire général de la FNSEA.

Le salon du fromage et des produits laitiers de retour

La reprise annoncée des manifestations accueillant du public constitue également un soulagement pour le salon du Fromage et des produits laitiers, principal salon professionnel du



secteur, qui se déroule en parallèle, du dimanche 27 février au 2 mars 2022 à Paris. Pour cette 17^e édition, 300 exposants sont attendus et espèrent la visite de 8 500 acheteurs en provenance de 56 pays. Le salon, qui a l'Italie pour invité d'honneur, sera le théâtre de nombreux événements : le célèbre Concours de la Lyre d'Or récompensera le plus beau

plateau de fromages répondant à la thématique Plateaux d'aujourd'hui et de demain, ou encore le concours Un des meilleurs apprentis crémiers fromagers de France qui vise à encourager la jeune génération. Lancé en 2016, le concours Coups de cœur a rendu son verdict fin janvier. Parmi les 12 produits récompensés, ont été distingués le chèvre à la fève tonka et vermouth de Perenzin Latteria, le Bergkäse de la fromagerie autrichienne Alma, ou encore le yaourt nature brassé fermier de la Ferme des peupliers.

ACQUISITION

Omer-Decugis & Cie rachète Anarex



Omer-Decugis & Cie a annoncé récemment le rachat de la société familiale Anarex SAS, grossiste spécialisé dans les produits ethniques et exotiques, implanté sur le marché international de Rungis depuis 1982. Cette acquisition vise à développer l'offre grossiste par l'extension de surfaces commerciales et à accéder à de nouveaux débouchés.

Anarex dispose d'un magasin de cinq « portes » dans le bâtiment D3 et emploie huit collaborateurs. En 2021, la société a réalisé un chiffre d'affaires de 3,5 M€. L'intégration d'Anarex va permettre de développer les gammes de produits exotiques et ethniques commercialisées par le groupe, en particulier sur les segments des bananes plantains, racines et autres fruits et légumes tropicaux (safou, prunes de Cythère, piments, noix de kola...). Cette acquisition « est parfaitement en cohérence avec la stratégie de développement du groupe et est porteuse de fortes synergies au sein de nos deux pôles d'activité, SIIM et Bratigny, sur des produits issus de territoires d'intérêt fort pour le groupe, en Afrique notamment, à destination d'un segment de marché à valeur ajoutée », explique Vincent Omer-Decugis, président-directeur général d'Omer-Decugis & Cie.

Vie des entreprises

Naissance du Groupe Solveg



Groupe Solveg, c'est désormais le nom et le logo commun qui va représenter les sociétés UGPBAN - Fruits du Monde - Murissol - Fluidor Bananes et Fluidor Terroirs. Avec cette nouvelle identité, le groupe souhaite ainsi exprimer son unité « sans renier la singularité de chacune des entreprises ». « Nos sociétés s'unissent autour de ce nouveau nom pour plus de rayonnement et continueront ensemble d'accompagner les producteurs des Antilles et de l'Hexagone et de satisfaire clients et consommateurs », précise Pierre Monteux, directeur général de Solveg.

DIGITALISATION

Califrais et STEF s'allient

La jeune entreprise de distribution Califrais a annoncé en décembre avoir levé 1,5 M€ auprès de STEF, spécialiste du transport et de la logistique sous température contrôlée, qui entre ainsi au capital de la start-up française. Les deux acteurs ont la particularité de faire partie du groupement récemment sélectionné (avec Webhelp) dans le cadre de l'appel d'offres visant à exploiter le site e-commerce (rungismarket.com) du Marché de Rungis. « L'opération va permettre à Califrais de se doter des moyens financiers nécessaires pour



accompagner l'accélération de la digitalisation du Marché de Rungis, au bénéfice de tous les acteurs de la chaîne de valeur, et principalement des grossistes du Marché », se félicitent les deux acteurs dans un communiqué. Califrais va renforcer

ses équipes et développer son expertise et son savoir-faire en matière d'approvisionnement intelligent (marketing, informatique, relation client, intelligence artificielle...). D'une trentaine de collaborateurs en 2021, Califrais prévoit de passer à 50 à la fin de 2022. « Nous sommes heureux d'accompagner Califrais dans cette nouvelle étape de son développement, s'est réjoui Stanislas Lemor, P-DG de STEF. Nous sommes convaincus que la collaboration va être très enrichissante et apporter toujours plus de valeur ajoutée à nos clients. »

Le rachat de Langdon Group finalisé

Le groupe STEF et le groupe Nagel ont annoncé avoir finalisé le 31 décembre 2021 leur accord portant sur l'acquisition de Langdon Group Ltd par le groupe STEF. Spécialiste national du transport sous température dirigée, Langdon Group est également un acteur majeur de l'import-export de produits alimentaires frais et surgelés entre le Royaume-Uni et l'Europe continentale. Chaque année, la société traite ainsi près de 2,7 millions de palettes pour le compte de 2 000 clients.

PROXIMITÉ

Le Val-d'Oise ambitieux pour son agriculture

Les élus du Val-d'Oise ont annoncé, en décembre, une nouvelle politique départementale agricole, le premier en matière d'arboriculture en Île-de-France avec les deux tiers des surfaces. Dans ce secteur, la collectivité présidée par Marie-Christine Cavecchi a déclaré qu'elle apporterait des soutiens aux investissements liés aux plantations et à l'achat de filets paragrêlé. Elle élargit ses soutiens aujourd'hui aux viticulteurs du Val-d'Oise. Le conseil départemental, qui a renouvelé sa collaboration avec la Chambre régionale d'agriculture, entend favoriser le maintien des surfaces agricoles, le renouvellement des générations, les modes de production respectueux de l'environnement et les filières locales.



Les Serres de Maubuisson à Saint-Ouen-l'Aumône.

Nomination



Nathalie Feugeas

Ancienne responsable qualité, puis secrétaire générale administratif de la Confédération nationale des produits tripiers de France (CNTF), elle a été nommée directrice de la Confédération française de l'aviculture (CFA). Elle assurera aussi l'animation de la Fédération nationale des groupements de producteurs de lapins (Fenalap) et de la Fédération nationale de foie gras.

En bref

Des coquilles recyclées à Paris et à Toulouse



La start-up toulousaine Providentiel Coquillages a mené lors des fêtes de fin d'année l'opération « Je recycle mes coquilles » à Paris et à Toulouse auprès de restaurateurs et de poissonniers. Les quelques commerces partenaires avaient donné rendez-vous à leurs clients pour récupérer les coquilles d'huîtres et de Saint-Jacques dans des bacs de collecte déposés gratuitement. Les déchets coquillés, dont le recyclage sera obligatoire à partir de 2025, peuvent servir à l'agriculture, à l'élevage, à la jardinerie, à la cosmétique, etc.

Le cri d'alarme du Synalaf

Le syndicat des volailles Label Rouge, IGP et bio s'inquiète sur l'avenir des élevages avicoles en raison « de la hausse exponentielle et sans précédent de leur coût de production ». L'envol du prix des matières n'est pas répercuté en aval par la grande distribution déplore le syndicat.

ÉVÈNEMENT

Clôture de l'année internationale des fruits et légumes

2021 était déclarée Année internationale des fruits et légumes (AIFL) par l'ONU. La filière française, réunie au sein de l'interprofession Interfel, a clôturé cette année le 13 décembre dernier, lors d'une soirée à Paris. L'AIFL a permis de « rappeler l'enjeu essentiel de la consommation de fruits et légumes, un enjeu de santé publique », a déclaré Laurent Grandin, président d'Interfel, à cette occasion. « Nous avons pu ainsi sensibiliser les pouvoirs publics et la société civile. » Mais beaucoup reste à faire, car « nous sommes encore loin de l'objectif des 400 g de fruits et légumes par jour ». Parmi les chantiers qu'Interfel souhaite porter : celui de la baisse de la TVA sur les fruits et légumes frais ; l'organisation de cours de cuisine à l'école, un projet qui aurait toute sa place en 2022, déclarée année de la Gastronomie par le Premier ministre Jean Castex. « Il est plus que jamais crucial de faire circuler le message sur le bienfait des fruits et légumes sur la santé. Il faut désormais passer de la science à l'action », a ajouté Christel Teyssère, présidente d'Aprifel. Guillaume Gomez était le parrain, en France, de cette année Internationale. Au cours de cette soirée, Interfel a remis, en son nom, un chèque de 30 000 € à la fondation École de Félix, présidée par Mathias Ismail (également directeur général de R&O Seafood Gastronomy à Rungis), et dont le but est la lutte contre la grande pauvreté par l'accès à l'éducation et à la santé des enfants de Madagascar et dans la région de l'océan Indien.



Interfel a remis un chèque de 30 000 € à la fondation École de Félix.

Angys®
POIRE D'EXCELLENCE

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



Faites entrer
l'excellence
dans votre rayon !



DISTINCTIONS

Les promotions de la Légion d'honneur



Francis Fauchère (Eurodis) a été fait chevalier.

La promotion de la Légion d'honneur du 1^{er} janvier a distingué 547 personnalités, dont 453 chevaliers, 72 officiers, 16 commandeurs, cinq grands officiers et un grand-croix, André Chandernagor, ancien député de la Creuse et premier président honoraire de la Cour des comptes. Dans le contingent de la présidence de la République, on note la promotion au titre de chevalier du chef breton, Jean-Jacques Massé, cuisinier, Meilleur ouvrier de France et conseiller du groupe Le Duff. Les services du

Premier ministre distinguent au rang de chevalier Patricia Brochard, coprésidente de Sodebo ; Bernard Bonnefoy, éleveur en Haute-Loire et président de l'Association d'éleveurs Fin gras de Mézenc ; Françoise Camatte, administrateur de la Coopérative oléicole de Saint-Cézaire ; Francis Fauchère, président des Grossistes en viande du Marché de Rungis ainsi que Marie-Yvonne Morin, fondatrice des desserts Marie Morin. Le ministère de l'Éducation nationale promeut pour sa part Thierry Marx, chef du Mandarin oriental, au titre d'officier pour son rôle « *de concepteur de formations diplômantes et d'insertion professionnelle* ». Du côté du ministère de l'Économie, on remarque la promotion notamment de Claude Maret, président de la Fédération des fromagers de France. Le ministère des Affaires étrangères élève quant à lui Mauro Colagreco, chef du Mirazur (Menton), au rang de chevalier. Dans la liste du ministère de l'Agriculture, Claude Gros, président du groupe agroalimentaire Saint-Jean, est promu au titre d'officier alors que Jean-Yves Foucault, ancien président de Limagrain de 2011 à 2018, est nommé chevalier.

SALON

Sagasdom s'est déroulé du 28 au 30 janvier



Babette de Rozières.

Alors que le salon Sirha Européen (porte de Versailles), à Paris, et le SMAHRT Toulouse, initialement programmés à la fin de janvier, ont annoncé leurs reports,

Babette de Rozières avait réaffirmé au début de janvier son intention de maintenir l'édition du Salon de la gastronomie des outre-mer et des cuisines du monde, du 28 au 30 janvier, au Palais des expositions de la porte de Versailles. Elle était soutenue par la mairie de Paris et Patrick Ollier, président de la Métropole du Grand Paris. Stéphane Layani, président du Marché de Rungis et parrain du salon, avait pour sa part rappelé que l'outre-mer avait « *été durement éprouvée* » par la crise sanitaire et qu'il « *fallait l'aider* » en maintenant ce salon.

LIVRES

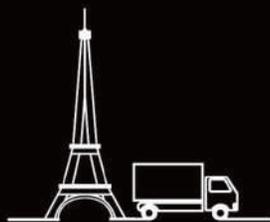
20^e édition du Prix littéraire de la gastronomie Antonin Carême

La 20^e édition du Prix littéraire de la gastronomie Antonin Carême s'est déroulée le 6 décembre dernier. Ce prix « *met en lumière des livres qui parlent de cuisine, de produits, de terroirs et de l'histoire de la gastronomie française au travers de textes, de recettes et de photos de qualité* ». Pour la première fois, le prix littéraire Rungis des gourmets était accueilli par l'organisation du Prix littéraire de la gastronomie Antonin Carême. Stéphane Layani et Philippe Renard, respectivement président du jury et du Prix, se sont chargés d'annoncer les lauréats. Le 20^e Prix revient ainsi à *Provence – Food trip ensoleillé en 100 recettes* de Catherine Roig, publié aux éditions Hachette Cuisine. Le prix Spécial du jury Pierre-Christian Taittinger, récompensant les ouvrages sur la base de la qualité de leurs photographies, mais également sur la mise en valeur des mets, a été décerné *Au château du Clos de Vougeot – Bon appétit et large soif !*, de Stéphane Ory et Emmanuelle Jary, publié aux éditions Glénat. Par ailleurs, *Basque* de Pascal Arcé et Louis-Laurent Grandadam, publié aux éditions de La Martinière, reçoit le prix Rungis de la photographie. *Légumes*, de Régis Marcon, édité aux éditions de La Martinière, remporte



Stéphane Layani et Philippe Renard, respectivement président du jury et du Prix, se sont chargés d'annoncer les lauréats.

le prix Spécial du jury de Rungis. Le prix Rungis des gourmets, distinction qui récompense des ouvrages « *sélectionnés pour leur mise en valeur des produits par la littérature, les recettes, les récits, les dessins, les photos et l'alimentation durable* » a été remis à *Le Goût de Paris... et de la région Île-de-France*, de Nathalie Helal et Sandrine Audegond, publié aux éditions Hachette Cuisine.

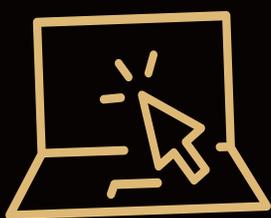


Au Fromager de Rungis

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





06

DÉCEMBRE

Le Potager de Marianne, qui récupère chaque jour les invendus des grossistes afin de les distribuer dans les structures d'aide alimentaire et dans les épiceries solidaires du réseau ANDES, a inauguré de nouvelles lignes de tri et de conditionnement.

« Grâce à cet investissement, nous avons souhaité développer notre capacité de traitement », a résumé Cédric Péchard, le directeur du site implanté depuis un an au cœur du marché (Bât B4a, cours d'Alsace). L'objectif a été atteint avec près de 2 000 tonnes de fruits et légumes traités par le Potager de Marianne et 40 postes en insertion. Le Potager de Marianne « est le grossiste des épiceries solidaires », s'est félicité le président du Marché, Stéphane Layani, qui a annoncé l'installation d'une unité de compostage et d'un espace permettant aux entreprises du marché de venir y déposer des produits.



(c) FFD

13

DÉCEMBRE

La première Masterclass des Primeurs s'est déroulée dans les cuisines de l'hôtel Campanile implanté sur le Marché de Rungis. Elle a été consacrée à la réalisation d'une bûche de Noël 100 % fruits frais. Organisée avec le concours de la Fédération Saveurs Commerce, l'épreuve

a été animée par Atef Barbouche, dirigeant du magasin primeur situé à Paris (La Ferme de Longchamp – LFL Création) et administrateur de Saveurs Commerce. Treize primeurs professionnels venus de toute la France – dont deux distingués au Concours des Talents des fruits et légumes 2021 – ont ainsi découvert les conseils et secrets de fabrication d'Atef Barbouche, pâtissier de formation. Chaque participant a pu réaliser une bûche de Noël composée uniquement de fruits frais à maturité (notamment ananas, fruit de la passion, mangue, pitaya rouge, kiwi..).



04

JANVIER

Lors d'une présentation des vœux aux opérateurs assurée en commun avec Gino Catena (photo, à droite), le président

d'UNIGROS (syndicat de la volaille) et Vincent Omer-Decugis (à gauche) président de l'UDE (Union des entrepôts), le président du Marché Stéphane Layani (au centre) s'est dit « fier de l'image » donnée par le Marché de Rungis au cours d'une année marquée par la crise sanitaire. L'année s'est terminée sur un bilan positif pour le Marché : un peu plus de 100 000 personnes vaccinées accueillies dans le centre de vaccination ; un soutien à la réouverture des restaurants ou encore la relance du train, a-t-il souligné. Dans une autre vidéo, Stéphane Layani s'est cette fois exprimé (en anglais!) en tant que président de l'Union mondiale des Marchés de gros (WUWM). Il s'est réjoui que la coopération internationale et les échanges entre parties prenantes du secteur « aient permis d'éviter une crise alimentaire globale ».



06

JANVIER

Un jeu-concours a été organisé par le secteur Horticulture, Décoration et Rungis Accueil, tout au long du mois de décembre en vue de récompenser la plus belle décoration de Noël au sein du Pavillon C1. Appelés à voter en faveur de leur stand préféré, acheteurs et partenaires ont désigné trois gagnants. Le premier prix, un chèque-cadeau de 75 entrées gratuites, a été remporté par l'entreprise Family Flor. Les deuxième et troisième prix ont été attribués aux sociétés Vettese et Déco Feuillages. La Chambre syndicale des fleuristes d'île de France a œuvré en coulisse pour la réussite de l'opération.

Cédric Gawlik, directeur commercial de Family Flor, vainqueur du jeu-concours aux côtés de Sandrine Verrecchia, directrice relation clients (Rungis Accueil) (à gauche), et Christophe Coulin, directeur du pôle végétal du Marché de Rungis (à gauche).

(c) Didier Venom



Produits d'Appellation d'Origine Protégée (AOP) La mention AOP identifie un produit provenant d'un lieu spécifique-région ou exceptionnellement pays-dont la qualité ou les caractéristiques sont exclusivement ou essentiellement dues à un environnement géographique particulier, avec ses propres ressources naturelles et humaines et dont toutes les étapes de fabrication ont lieu dans cet espace géographique délimitée.

Le goût de l'Europe

Fromage Authentique Grec

La **feta AOP** est fabriquée exclusivement en Grèce à base de lait de brebis ou de son mélange avec du lait de chèvre. Le doux microclimat de la Méditerranée, le soleil, la biodiversité et la flore rare attribuent à la faune des caractéristiques uniques, qui sont idéales pour la production de la composante de base, à savoir le lait. C'est pour cette raison que l'exceptionnelle saveur de la **feta** ne peut pas être imitée.



Feta PDO. Let's get real!



Découvrez des recettes délicieuses à la Feta AOP sur notre site

www.fetapdo.eu |    [fetapdo](https://www.youtube.com/fetapdo)

Le contenu de cette campagne de promotion reflète uniquement la position de l'auteur et relève de sa seule responsabilité. La Commission européenne et l'Agence exécutive européenne pour la recherche (REA) déclinent toute responsabilité quant à toute utilisation qui pourrait être faite des informations qui y figurent.



CAMPAGNE FINANÇÉE
AVEC L'AIDE
DE L'UNION EUROPÉENNE

L'UNION EUROPÉENNE FINANCE DES
CAMPAGNES FAVORISANT DES
PRODUITS AGRICOLES DE HAUTE QUALITÉ

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE





Cinq opérateurs pour le « dernier kilomètre »

Une grande zone logistique du dernier kilomètre a été inaugurée, en décembre, face au Grand Marché – MIN de Toulouse, au nord de la ville. Deux entreprises y sont déjà installées.

Le projet multi-opérateurs qui vient d'être inauguré, sur la zone de Fondeyre, au nord de Toulouse, face au Grand marché - MIN de Toulouse, est une première en France. Créée dans le cadre d'une délégation de service public de 22 ans, confiée par Toulouse Métropole au consortium Lumin'Toulouse, qui gère aussi le MIN, cette zone logistique du dernier kilomètre se compose de deux grands bâtiments s'étendant sur plus de 9 ha. « Nous avons démoli 13 500 m² de locaux des années 1970, occupés par des entreprises de messagerie, pour reconstruire 19 500 m² en deux grandes halles de 200 m de long », détaille François Cantinaud, président de Toulouse logistique urbaine, qui porte le projet. Le premier est déjà occupé par UPS, sur 6 700 m², depuis avril 2021, et accueillera bientôt le grossiste en fleurs FleuraMetz sur 650 m², dont 400 m² en température dirigée, et 160 m² de bureau. Resteront environ 1 000 m² pour une enseigne de grande distribution de vêtements qui arrivera avant l'été. Dans le second bâtiment, depuis octobre dernier, est installée Urby, sur 2 800 m², filiale du groupe La Poste et de la Banque des territoires, dédiée aux livraisons urbaines de plus de 30 kg (encombrants, palettes...). Elle sera bientôt rejointe par une plateforme de colis de La Poste, sur 5 400 m², qui sera pleinement opérationnelle en mars 2022.

« Ces cinq entreprises représentent un panel complet du type d'opérateurs présents dans la logistique urbaine, poursuit François Cantinaud. Lorsqu'ils seront tous présents, nous aurons 350 à 400 salariés sur le site, dont 70 % de chauffeurs, nous avons donc prévu des locaux sociaux en conséquence. Le projet arrive également en pleine période de création d'une ZFE [zone à faible émission, NDLR] sur la métropole toulousaine. Seuls les véhicules à vignette Crit'Air 1 et 2 seront autorisés à circuler. Notre



La nouvelle zone logistique du dernier kilomètre se compose de deux grands bâtiments s'étendant sur plus de 9 ha.

rôle est ainsi de préparer l'avenir de la livraison urbaine par des modes de transport plus propres et innovants. En avril, l'entreprise Urby recevra ses trois premiers 16 tonnes électriques, pour lesquels nous installons des bornes de recharge de grande capacité. »

Autre innovation « écolo », les halles sont équipées de chaudières au gaz « vert ». L'une d'entre elles, à cogénération, transformera le surplus de chaleur produite en électricité, qui sera revendue. Les bâtiments fourniront ainsi plus d'énergie qu'ils n'en consommeront.

Enfin, à l'arrière du complexe, Toulouse logistique urbaine a préservé un espace parking sécurisé de 144 places pour les poids lourds, doté d'un local de 220 m² avec douches, sanitaires, vestiaires, laverie et distributeurs automatiques alimentaires. Un *food-truck* pourra éventuellement s'y installer. « Nous nous donnons sept ans pour voir si le taux d'occupation des véhicules est satisfaisant, ajoute François Cantinaud. Si ce n'est pas le cas, cet espace restera, de toute façon, une bonne réserve foncière. »

Florence Jacquemoud

SERVICE

Locacuisines propose six restaurants sans salle à l'entrée du MIN

L'entreprise toulousaine Locacuisines ouvre, en février, six *dark kitchens* dans un bâtiment construit à l'entrée du Grand Marché, baptisé *LocaLab*. Le spécialiste de la location de cuisines professionnelles mobiles offre ainsi, aux traiteurs et restaurateurs, de nouveaux espaces 2.0, qui leur permettront de développer une activité de livraison à domicile complémentaire ou de tester de nouveaux concepts. Et ce, « dans une zone de chalandise dynamique de 150 000 clients potentiels à moins de 10 mn en voiture, sans investissement démesuré », comme l'explique Locacuisines. Ce « hub logistique » propose six laboratoires privatifs de 18 m², totalement équipés, conformes aux normes HACCP, avec tous les éléments de base en hygiène et sécurité. En option, le locataire peut avoir accès à des réserves supplémentaires, un espace en chambre froide, une connexion Wifi... La location coûte 149 € HT par jour, pour une durée minimale de six mois.

F. J.

RÉGION SUD

Carpentras rejoint la Fédération des marchés de gros

Le Marché Gare de Carpentras est le deuxième marché aux fleurs à rejoindre la Fédération des marchés de gros de France.

Le Marché Gare de Carpentras a rejoint, en 2021, la Fédération des marchés de gros de France. Après celui d'Hyères, c'est le deuxième marché spécialisé dans les fleurs et plantes ornementales à devenir adhérent de la Fédération. Le site du Marché Gare a connu son essor dans les années 1960-1970 dans l'expédition de fruits et légumes. Cette activité a peu à peu décliné. Aujourd'hui, il reste une dizaine d'entreprises qui ont acheté leur local au Marché. Pour relancer le site, il a été décidé de renforcer, au milieu des années 2000, l'activité horticole.

Un marché hebdomadaire se tient tous les vendredis matin. 98 entreprises adhèrent à ce marché, majoritairement en provenance de la région Sud (59 % des adhérents), mais aussi d'Occitanie (11 %), d'Auvergne-Rhône-Alpes et de Bourgogne-Franche-Comté (24 %) et d'Italie (4 %). Le marché est fréquenté par 200 acheteurs abonnés principalement du grand Sud (74 % de la région Sud et 15 % d'Occitanie). Ces clients peuvent être fleuristes, ou acheteurs de jardineries, ou encore des professionnels du paysage. Les produits proposés sont essentiellement des végétaux d'ornement (plantes d'intérieur ou d'extérieur,



Tous les vendredis, 98 opérateurs de la filière horticole s'installent sur le Marché Gare de Carpentras.

arbustes, plantes aquatiques...) mais aussi des arbres fruitiers, des plantes aromatiques, ou des plants maraîchers. Mais pas de fleurs coupées. Le Marché Gare de Carpentras est géré par la Communauté d'agglomération Ventoux-Comtat Venaissin (COVE). Parmi les développements en cours, il y a la digitalisation du marché horticole avec la création d'une plateforme en ligne qui permettra de

proposer un catalogue de produits et d'aller, pour les opérateurs qui le souhaitent, jusqu'à la précommande en ligne. Le site du Marché (13 ha, dont 4,8 ha pour le carreau des producteurs horticoles) abrite également des entreprises agroalimentaires. L'ensemble du site va rester dédié à l'agriculture et à l'alimentaire.

Olivier Masbou

EN BREF

Les suites du rapport sur la logistique urbaine



Anne-Marie Jean.



Jean-Jacques Bolzan.

Dans le rapport sur la logistique urbaine, remis au gouvernement en octobre dernier, les rédacteurs du document, Anne-Marie Idrac, présidente de France Logistique, Anne-Marie Jean, vice-présidente de l'Eurométropole de Strasbourg, et Jean-Jacques Bolzan, adjoint au maire de Toulouse et président de la Fédération des Marchés de Gros de France, recommandaient notamment que le Gart (groupement des autorités responsables de transport) soit chef de file pour organiser le partage des bonnes pratiques entre collectivités. Le Gart a été créé et est animé par des élus et des experts convaincus de la nécessité de changer

en profondeur les politiques publiques de transport. C'est une association qui « agit en faveur du développement des transports publics et des modes alternatifs à l'usage individuel de la voiture ». Les élus peuvent en effet agir sur plusieurs leviers et notamment la place de la logistique dans la gouvernance locale ; l'aménagement et le foncier, pour rapprocher le stockage des lieux de consommation ; les conditions de livraison, tant de circulation que de stationnement. À la suite du rapport, le Gart a décidé de créer un groupe de travail dédié à ce sujet. Jean-Jacques Bolzan et Anne-Marie Jean en feront partie. **O.M.**

Viande bo

Les éleveurs misent sur la proximité



L'entrée en vigueur de la loi EGalim a donné un nouvel élan à la construction de filières d'approvisionnement en viandes, fondées sur la qualité et la proximité. L'interprofession francilienne et la chambre d'agriculture de région Île-de-France multiplient les initiatives dans ce sens.

Dossier réalisé par Bruno Carlhian

Le 12 janvier dernier à l'heure de passer à table, les élèves du lycée de Monsoult (95) ont eu une bonne surprise. Sébastien, le chef cuisinier de leur restaurant scolaire, leur avait mitonné un plat concocté avec de la viande limousine issue de bovins élevés à moins de 80 km de là par Jacques-Pierre, éleveur à Chaumes-en-Brie, en Seine-et-Marne. D'après Thierry Gibilaro, directeur d'Interbev-Île-de-France et cheville ouvrière de l'opération conjointement avec la chambre d'agriculture de région Île-de-France, les convives se sont régalés. Ce jour-là, la cantine du lycée valdoisien a ainsi donné le coup d'envoi d'une série de menus composés de viande locale, également préparés en parallèle dans les cuisines des lycées d'Osny (95) et de Meaux (77). « *Ce projet, que nous avons en tête de longue date, a véritablement émergé au début de l'année 2021 avec l'appui du Conseil régional d'Île-de-France* », explique Philippe Dufour, le président d'Interbev Île-de-France. Les prix des jeunes bovins sont alors au plus bas et le ministre de l'Agriculture Julien Denormandie lance un appel pour que la viande issue de ces animaux, de bonne qualité, à rendement élevé et à prix accessible, puisse être servie dans les cantines des écoles. « *La commande publique se doit d'être exemplaire en apportant tout son soutien à ces productions* », écrit-il même dans un communiqué pendant que 150 000 « broutards », destinés à être engraisés, sont en attente de débouchés.

Les éleveurs franciliens s'approprient naturellement cet appel de Julien Denormandie. Dans cette région où l'élevage bovin local couvre seulement une infime partie des besoins de la consommation, un grand nombre d'animaux nés en Île-de-France sont pourtant « exportés » peu après leur sevrage vers d'autres régions françaises ou en Italie pour y être engraisés. « *En nous organisant, nous pourrions "finir" la plus grande partie de ces animaux sur place pour en faire profiter les consommateurs franciliens et notamment les établissements scolaires pour lesquels cette catégorie d'animaux est particulièrement adaptée* », estime Philippe Dufour. Selon le président de l'interprofession bovine francilienne, le potentiel de cette filière s'élèverait à environ 1 600 carcasses par an. Pas de quoi nourrir tous les lycéens d'Île-de-France, certes, mais tout de même de quoi entrer dans la composition de plus de 4,3 millions de repas chaque année et couvrir l'approvisionnement de 460 lycées en Île-de-France. « *Au-delà de cette initiative, l'enjeu est de retrouver une certaine souveraineté alimentaire en Île-de-France, mais aussi de préserver l'élevage bovin dans une région où sa pérennité est menacée* », affirme Christophe Hillairet, ●●●



Les lycéens de trois établissements d'Île-de-France ont eu droit en début d'année à de la viande locale dans leurs menus. Une initiative que la filière locale souhaite pérenniser.



Pierre-Baptiste Néré : « Notre production mérite d'être valorisée. »

Les attentes des consommateurs sur l'élevage et sur la viande, Pierre-Baptiste Néré y est particulièrement sensible. L'éleveur de bovins limousins possède une ferme de 250 vaches et qui s'étend à quelques hectomètres de la ville d'Houdan dans les Yvelines. Il y a développé depuis une dizaine d'années une petite activité de vente directe à la ferme, en complément des circuits habituels de commercialisation. « L'ouverture de la ferme sur l'extérieur, à laquelle je suis très attaché, me permet de montrer aux visiteurs comment nous travaillons, mais aussi de corriger parfois auprès d'eux l'image négative qui peut leur être transmise sur l'élevage », argumente l'éleveur, qui a vu affluer pendant la crise des consommateurs en quête de proximité. Installé en association avec son frère Pierre-Jérôme et leur voisin Arnaud, Pierre-Baptiste Néré commercialise une partie de sa production en viande de boucherie, les jeunes bovins mâles étant



destinés à l'engraissement. Pourquoi ne pas vendre cette dernière catégorie à la boucherie ? « Essentiellement par manque de place, mais j'aimerais bien à l'avenir les valoriser, soit moi-même, soit en partenariat avec d'autres éleveurs », confie l'éleveur quand on évoque avec lui l'expérience de vente de viande de jeunes bovins aux collectivités. « J'ai moi-même tenté l'expérience il y a quelques années et je suis

convaincu du bien-fondé de cette démarche », concède l'éleveur, pleinement engagé dans la création d'une organisation des producteurs. Fin connaisseur des débouchés de la viande (une grande partie de ses animaux sont commercialisés par l'entreprise de négoce en bestiaux de son frère et de son père Jean-Pierre), Pierre-Baptiste Néré a obtenu sa certification Label Rouge en 2020. « C'est un engagement naturel de ma part, la plupart des animaux que je commercialise étant nés et élevés chez moi avec une attention particulière à l'alimentation (très majoritairement issue des cultures de la ferme) et de la protection animale. L'essentiel de ma production pourrait être concerné à terme par la labellisation, mais il reste encore à structurer les débouchés. » Là encore, la constitution d'une organisation de producteurs au niveau régional pourrait jouer un rôle clé en rapprochant l'élevage francilien des acheteurs locaux.

●●● président de la chambre d'agriculture de région Île-de-France. En mars 2021, Philippe Dufour convie donc sur son exploitation des représentants de l'administration de la Région Île-de-France pour leur présenter le projet de valorisation de la viande locale, porté par l'interprofession régionale bovine et la chambre régionale d'Agriculture. Avec l'appui de la Région et le soutien de Restau'Co IDF, le réseau de la restauration collective en gestion directe, les initiateurs de la démarche amorcent l'expérimentation-pilote dans trois lycées de la région parisienne, dans le cadre de contrats de gré à gré.

DES CUISINIERS FORMÉS À L'ÉCOLE DE LA BOUCHERIE

Avant de commencer, un préalable est cependant requis : la formation des chefs de cuisine des établissements concernés. « Pour des raisons économiques et logistiques, il est indispensable que les restaurants valorisent des carcasses entières et donc que les chefs de cuisine apprennent à découper et à préparer toutes les pièces », justifie Thierry Gibilaro, d'Interbev-Île-de-France. À l'automne 2021, les cuisiniers se sont ainsi formés auprès de bouchers professionnels à la découpe et à la préparation notamment de grillades, de bourguignons, d'émincés, de hachés à l'école professionnelle de la boucherie du boulevard Soult (Paris 12^e). Après seulement quelques semaines de mise en œuvre, les premières réactions sont positives, tant des usagers des cantines que des chefs de cuisine et bien sûr des éleveurs, dont la rémunération s'appuie sur le coût de production, conformément à la loi EGalim. Mais il reste à pérenniser cette initiative. « Pour cela, les éleveurs de la région ont besoin de constituer une organisation de producteurs, qui puisse être un interlocuteur des opérateurs de l'aval



Le grossiste Francis Fauchère (à gauche) aux côtés de l'éleveur Philippe Dufour et du boucher Valéry Cosse et devant des carcasses de bovins nés, élevés et abattus en Île-de-France.

© Interbev-IDF

de la filière », observe Philippe Dufour. En l'absence de structures communes, les 200 éleveurs bovins de la région Île-de-France (laitiers et allaitants confondus) avancent en effet en ordre dispersé au moment de vendre leurs animaux.

La filière locale ne part pas cependant sans aucune base. Créée il y a quatre ans, l'association Nos bovins d'Île-de-France contribue à mettre en marché chaque année une petite centaine d'animaux produits localement et commercialisés sous cette marque, principalement dans les grandes surfaces. « L'enjeu, c'est de passer à l'échelon supérieur, avec une structure habilitée à regrouper l'offre et à ●●●



CRÉATEUR
de solutions pour le commerce itinérant

• CONCEPTION • FABRICATION • VENTE • LOCATION • RÉPARATION
• MAINTENANCE • NEUF ET OCCASION

www.euromag-magasin.com - 04 77 28 65 33



EUROMAG
VÉHICULES MAGASINS



●●● *contractualiser les ventes sur plusieurs années, comme le veut la loi EGAlim.* » Une première réunion rassemblant une trentaine d'éleveurs franciliens (allaitants ou laitiers) a eu lieu en septembre 2021 sur la ferme des Brandelles, à Saint-Martin-de-Bréthencourt (78), en présence de Valérie Lacroute, vice-présidente de la Région. « *Nous aimerions déposer une demande de reconnaissance de cette organisation de producteurs au printemps prochain* », précise Philippe Dufour avec sa casquette d'éleveur.

Les initiateurs du projet, Interbev Île-de-France et la Chambre d'agriculture de région Île de France, voient d'ores et déjà plus loin. « *Pour pérenniser notre organisation, il faut que nos productions soient représentées dans toutes les catégories, y compris dans le haut de gamme* », poursuit l'éleveur. Pour enclencher le mouvement, le président d'Interbev a proposé en décembre dernier à Francis Fauchère, le président d'Eurodis, grossiste sous le pavillon des viandes de Rungis, de commercialiser deux carcasses d'animaux engraisés dans son élevage et abattus à l'abattoir de Meaux. « *Les deux ont été vendues, l'une à une grande surface, l'autre à un boucher artisan* », indique Philippe Dufour, bien déterminé à ce que la Région soit représentée sur le créneau des viandes de qualité supérieure.

Conformément à la stratégie de « *montée en gamme* » de l'élevage français, plusieurs éleveurs franciliens se sont engagés ces derniers mois dans la certification en Label Rouge, comme Pierre-Baptiste Néré (*lire p. 18*). « *Il existe une demande en croissance sur ce créneau qui répond aux attentes des consommateurs aussi bien en matière de produit que d'image* », affirme Philippe Dufour. Outre l'assurance d'une qualité gustative supérieure, le Label Rouge apporte en effet des garanties très élevées en matière de bien-être animal et de respect des conditions d'élevage des animaux. Si la production francilienne ne peut répondre à la demande sur ce créneau, l'engagement croissant des éleveurs et leur volonté d'organisation pourront permettre à certains consommateurs franciliens de faire figurer de la viande locale Label Rouge sur leur table.

À la reconquête de la restauration



Alors que la moitié des produits de viande de la restauration hors domicile sont importés, l'interprofession a récemment initié une campagne « La viande française, ça rapproche », visant à sensibiliser les restaurateurs sur l'importance « *de défendre durablement une économie de qualité, celle de la viande*

française ». Le débat a été au cœur d'un webinaire le 15 novembre dernier, en présence du chef Thierry Marx ou encore de Patrick Eychenié, secrétaire général de Metro. Ils ont tous les deux souligné les efforts de la filière française pour « *améliorer la qualité des viandes, l'impact environnemental, le bien-être animal et la rémunération des éleveurs* ». Pour les aider dans cette démarche, Interbev a mis à la disposition des chefs un kit de communication « *print* » et digital. De son côté, l'Association française des Maîtres restaurateurs a signé en janvier dernier une convention avec l'interprofession bovine en vue de favoriser la mise en avant du bœuf Label Rouge dans le réseau de ces restaurants, garantissant une cuisine « *faite maison* » à partir de produits frais. « *C'est le sens de l'histoire que de nous rapprocher des producteurs français et de valoriser leur travail auprès de nos clients* », assure le président de l'AFMR, Alain Fontaine.

La technologie au service du bien-être de l'animal et de l'éleveur

Bien que peu représenté dans la région, l'élevage bovin en Île-de-France sait se mettre à la pointe de la technologie. Florentin Genty, qui possède un troupeau de 80 vaches de race Limousine et un élevage de 80 brebis participe à une expérimentation créée par la chambre d'agriculture de région Île-de-France. Ses bovins ont été équipés de colliers connectés et disposent ainsi d'un capteur intelligent, remontant des données relatives au comportement de l'animal dans un serveur qui les analysera grâce à un algorithme. Ces données sont ensuite décryptées depuis une interface web et smartphone qui détecte si la vache est en train de ruminer, si elle est en chaleur ou bien si elle a un problème de santé. Il mesure aussi le stress thermique, par exemple s'il fait trop chaud dans l'étable. La Ferme des Brandelles, engagée dans les démarches « *Nos Bovins d'Île-de-France* » et « *Agneaux des bergers d'Île-de-France* », dispose d'un dispositif de clôtures virtuelles, d'une caméra de surveillance des vèlages et d'une station météo connectée. De quoi apporter une meilleure réactivité dans le suivi du troupeau, mais aussi d'alléger les contraintes de travail de l'éleveur.





« Nous sommes engagés pour proposer une viande de qualité, responsable et durable. »

Jean-François Guihard, président d'Interbev

Le président de la Confédération de la boucherie, boucherie-charcuterie et traiteurs Jean-François Guihard a été élu le 8 décembre dernier à la présidence de l'interprofession. Pour cet artisan, le premier à être promu à cette fonction, l'heure est à la plus grande solidarité au sein de la filière bovine.

RA : Que représente l'élection inédite d'un boucher artisan à la présidence d'Interbev pour le monde de l'artisanat en général et pour celui de la boucherie en particulier ?

Jean-François Guihard : C'est en effet la première fois qu'un artisan boucher est élu à la tête de l'Interprofession. Il s'agit d'une belle preuve de confiance de l'ensemble de la filière élevage et viande envers notre métier. Président de la commission Communication collective d'Interbev pendant quatre ans, j'ai désormais la responsabilité de représenter tous les maillons de notre filière. Nous sommes tous mobilisés collectivement pour porter haut et fort nos messages, montrer que nous sommes soudés, de l'élevage à la distribution en passant par le milieu de filière. Je suis certes artisan boucher, mais aussi fils et frère d'agriculteurs. C'est au nom de l'intérêt général de notre filière que j'ai accepté cette mission. Unis dans le cadre de notre démarche de responsabilité sociétale, nous nous sommes tous engagés pour produire une viande qui réponde aux attentes des consommateurs : une viande de qualité, responsable et durable.

Comment jugez-vous l'évolution du dialogue au sein des familles professionnelles de l'élevage et de la viande, notamment pendant la crise ?

Face à l'ampleur de cette crise inédite et que nous traversons encore actuellement, force est de constater que notre filière n'a pas failli à sa mission nourricière : fournir aux Français une viande de qualité en quantité suffisante. Elle a su démontrer sa capacité à maintenir la poursuite de la chaîne

d'approvisionnement dans des conditions parfois très difficiles. Toutes les fédérations professionnelles se sont mises en ordre de marche pour continuer leur activité. Enfin, cette crise a également confirmé l'importance de préserver notre souveraineté alimentaire, souvent mentionnée par le président de la République.

Les évolutions récentes de la consommation et de la production ne font-elles pas peser un risque d'appauvrissement de la filière, en termes d'espèces ou de produits ?

En 2021, il est préférable de comparer les dynamiques de consommation avec 2019 pour mesurer les effets durables post-crise sanitaire. Ainsi, tous circuits confondus, les achats de bœuf par les ménages restent supérieurs au niveau d'avant-crise, soit +2,9 % sur les 11 premiers mois de l'année. En agneau, les achats ont certes baissé de plus de 7 % en volume, en lien avec une baisse de production, mais la filière a su compenser cette baisse par des créations de valeur. Le chiffre d'affaires n'a ainsi baissé que de 1,2 %.

La mise en œuvre du Pacte sociétal, la démarche RSE de la filière, constitue le cœur de la stratégie d'Interbev depuis quelques années. Quelles sont les prochaines étapes de sa mise en œuvre ?

En 2021, notre filière a reçu pour la seconde fois le label Afnor « Engagé RSE de niveau 3 » pour sa démarche de responsabilité sociétale, « *Aimez la viande, mangez en mieux. Une filière engagée, responsable et*

durable ». Notre Pacte sociétal demeure en effet au cœur de notre stratégie. En 2022, nous allons poursuivre le déploiement des outils collectifs interprofessionnels sur le terrain. Ces outils sont essentiels car ils sont destinés à accompagner les professionnels de la filière dans l'évolution de leurs pratiques, à l'instar de BoviWell, le diagnostic de bien-être et de protection animale en élevage ainsi que des diagnostics de protection animale dans les centres de rassemblement et en abattoir. Nous allons également continuer à déployer l'outil d'évaluation environnementale CAP'2ER destiné à mesurer les impacts environnementaux en élevages bovin, ovin, caprin et de veaux.

L'un des principaux leviers de la valorisation de la production et du travail des professionnels français est le développement des filières qualité et notamment Label Rouge. Le défi de 40 % de la production sous ce label peut-il être relevé ?

Les Français aspirent de plus en plus à une alimentation plus durable, ce qui est valorisant pour nos éleveurs. C'est d'ailleurs l'une des raisons qui poussent la filière à valoriser les viandes de bœuf Label Rouge et à favoriser l'approvisionnement de viandes responsables et de qualité. En 2020, les volumes vendus en Label Rouge ont augmenté de 13 % par rapport à 2019 et on constate la même progression au premier semestre 2021. De plus, nous avons rallié 500 points de vente supplémentaires (en grandes et moyennes surfaces et boucheries artisanales) depuis début 2020.



Promer Océan

Siège à Beauvais
25, rue de l'Industrie,
60 000 Beauvais

Tél. : 03 44 45 49 15

14 salariés

9 M€
de chiffre d'affaires

L'histoire

Fondée en 1995, la société Promer Océan est spécialisée dans la distribution des produits de la mer sur le grand quart nord de la France. Installée historiquement à Beauvais (Oise), où se trouve son siège, l'entreprise dispose d'un nouvel entrepôt au marché de Rungis depuis octobre 2020. Ses approvisionnements quotidiens fournissent plus de 500 professionnels de la restauration et de la distribution. Ce mareyeur est une filiale de la société familiale Ribégroupe, créée en 1948 à Ribécourt-Dreslincourt (Oise) et dont l'activité principale est celle de grossiste en fruits et légumes, via Les Vergers d'Emma. Plusieurs entrepôts de cette enseigne sont situés dans le Nord (Rouen, Compiègne, Lille) et dans l'est de la France, comme à Charleville-Mézières (Ardennes). Avec son entité Sidélis, Ribégroupe est également présent dans la filière de la crèmerie, charcuterie et volaille.

Nous faisons un peu de produits d'import, car certains de nos clients veulent des produits particuliers. Nous nous adaptons à la demande et ensuite nous faisons notre travail de sourcing.

JULIEN ROUSSEL, DIRECTEUR DE PROMER OcéAN

Promer Océan, le spécialiste marée de Ribégroupe

Le grossiste, basé historiquement à Beauvais, dispose d'un entrepôt à Rungis depuis fin 2020. Malgré la crise et la baisse de sa clientèle issue de la restauration, le mareyeur a su stabiliser son activité.

« Ce qui me plaît dans le métier de grossiste est d'être au plus près de notre production. On ne fait pas que acheter de la marchandise », constate Julien Rousse, à la tête de la société Promer Océan depuis quelques mois. Cet ingénieur en agroalimentaire n'est pas un néophyte du secteur des produits frais. Depuis une quinzaine d'années, il a multiplié les fonctions de commercial, de directeur des achats et directeur de site dans l'univers de la charcuterie, ou encore le monde de la viennoiserie. Entre 2016 et 2020, il se rendait déjà régulièrement à Rungis pour le compte des Établissements Lucien (charcuterie et découpe de viande). Chez Promer Océan, Julien Rousse gère toute la chaîne de la réception des produits de pêche (cabillaud, merlan, saumonette et autre coquille Saint-Jacques), la gestion des commandes et les expéditions aux clients. « Nous sommes sur des produits ultra-frais. Cela nécessite une gestion de la matière première qui est extrêmement rigoureuse, confie-t-il. On s'approvisionne principalement à Boulogne-sur-Mer. Certains de nos produits viennent des ports bretons et de la criée de Dieppe. Nous faisons un peu de produits d'import, environ 25 %, car certains de nos clients veulent des produits particuliers. Nous nous adaptons à la demande et ensuite nous faisons notre travail de sourcing. » Pour la daurade ou le bar, Promer Océan peut s'approvisionner en Grèce ou en Turquie. Concernant le saumon, direction le nord de l'Europe : Islande, Écosse, Norvège... Afin de conserver cette exigence de qualité et répondre à ses clients dans les meilleurs délais, le grossiste a acquis un nouveau hangar, au sein du marché de Rungis, depuis octobre 2020. « Notre entrepôt principal est à Beauvais (700 m²). Nous avons senti la nécessité d'avoir cet entrepôt ici, car les flux de marchandises ont augmenté en région parisienne, explique Julien Rousse. Nos clients peuvent effectuer des commandes jusqu'à midi. Je commande les produits à Boulogne-sur-Mer, nous sommes livrés à Beauvais et la marchandise arrive ensuite ici entre minuit et 2 heures du matin. La livraison de nos clients s'effectue à partir de 5 heures



Julien Rousse.

du matin. » Promer Océan prépare les commandes de chaque client et conditionne ses poissons en caisse polystyrène ou sous atmosphère modifiée en barquette. Le mareyeur garantit un délai maximum d'un jour entre la commande et la livraison. Ses clients sont issus de la restauration collective (écoles, entreprises, ministères...), de la restauration commerciale et de la grande et moyenne distribution (GMS). Les recettes entre le secteur de la restauration et celui de la distribution étaient quasiment équivalentes jusqu'au début de la crise sanitaire. « Avec la Covid, la partie restauration a un peu baissé. Le télétravail a un impact sur la restauration : les fréquentations sont plus faibles en restauration commerciale, et en restauration collective, certains ont même fermé pendant dix jours », remarque Julien Rousse. Malgré ce contexte, Promer Océan connaît une belle activité. D'ici à 2023, le grossiste devrait acquérir un entrepôt plus grand et plus fonctionnel, à Beauvais, où un atelier de filetage sera mis en place. Selon les mots de son directeur : « On ajoute une corde à notre arc pour répondre aux demandes de nos clients ».

Jérémy Denoyer



Groupe Chéritel

Z.I. de Grâce,
Guingamp, 22200

Mail : commercial@cheritel.com

100 salariés

40 000
tonnes de fruits et légumes

45 millions d'euros de CA

L'histoire

Né en 1963, Jean Chéritel reprend à 18 ans l'exploitation laitière familiale, près de Guingamp (22). Bloqué dans son développement par l'instauration des quotas laitiers, il se lance dans la vente directe et le circuit court. À cette activité historique, il y ajoute une production légumière pour compléter les revenus de l'exploitation. En 1988, il crée sa première société, l'EURL Trégor Légumes. 33 ans après, Chéritel est devenue la seule entreprise bretonne de fruits et légumes à cumuler les trois activités de producteur, transformateur et distributeur.

Les ventes sont au rendez-vous et la production de la ferme ne suffit plus pour satisfaire la clientèle de collectivités locales et de magasins de grande distribution autour de Guingamp.



JEAN CHÉRITEL, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE GROUPE CHÉRITEL

Un autodidacte breton

En un peu plus de 30 ans, le jeune éleveur guingampais est devenu un des leaders de la production bretonne de légumes.



Jean Chéritel.

À l'origine, rien ne disposait Jean Chéritel à devenir un acteur majeur de la filière fruits et légumes bretonne. Ses parents étaient éleveurs près de Guingamp et avaient une exploitation de vaches laitières, classique pour cette région. En 1981, Jean Chéritel a 18 ans, et il reprend cette exploitation après le décès prématuré de son père à 53 ans. Mais à partir de 1984, l'instauration par la Communauté européenne des quotas laitiers pour gérer le marché du lait enlève toute perspective de développement au jeune agriculteur. Une solution s'offre à lui : la commercialisation de son lait en vente directe. Rapidement, il décide d'y ajouter une production légumière pour compléter les revenus de l'exploitation. « À force de travail, se souvient Jean Chéritel, les ventes sont au rendez-vous et la production de la ferme ne suffit plus pour satisfaire la clientèle de collectivités locales (hôpitaux, cantines scolaires) et de magasins de grande distribution, autour de Guingamp ». Dès lors, tout en poursuivant la production laitière et légumière sur la ferme, Jean Chéritel acquiert son premier entrepôt de 400 m² pour assurer le conditionnement et la préparation des commandes de ses clients. 1988, c'est l'année de la création de sa première société : l'EURL Trégor Légumes. C'est aussi le temps des premières embauches : un livreur et deux employés de conditionnement. À partir des années 2000, le groupe développe la découpe

de légumes, devenant un des pionniers de cette activité. Sur un site de 14 000 m², oignons, échalotes, carottes, champignons, tomates, sont chaque jour épluchés et transformés, puis vendus frais ou surgelés.

De nouvelles sociétés sont créées au fil des années : Breizh Primeurs, qui expédie et commercialise près de 150 légumes et fruits bretons de la marque Prince de Bretagne. Le groupe Chéritel produit aussi des tomates de pleine terre, potimarrons, salades, haricots verts cueillis à la main et fraises avec sa société Délices et Terroirs basée à Saint-Pol de Léon. La société Champibreizh produit toute l'année, sur plusieurs sites dans les Côtes d'Armor des pleurotes conditionnées dans l'atelier de Guingamp. Aujourd'hui, Chéritel est la seule entreprise bretonne de fruits et légumes à cumuler les trois activités de producteur, transformateur et distributeur. Le groupe est certifié IFS, Global Gap et Bio. Ses clients sont la grande distribution, la restauration hors domicile et l'industrie agro-alimentaire. Et aussi les grossistes. Jean Chéritel livre de nombreux marchés de gros, dont le Marché international de Rungis. « L'histoire de Jean Chéritel est celle d'un paysan attaché à sa terre qui a su se réinventer et évoluer à la pointe de la modernité et au plus près des attentes des consommateurs », conclut une récente présentation du groupe.

Olivier Masbou



Fromagerie du Pré

72, rue André-Joineau
93310 Le Pré-Saint-Gervais

5 salariés

L'histoire

Emmanuelle Lefrançois a travaillé jusqu'à l'âge de 37 ans dans la mode, et notamment chez le couturier Azzedine Alaïa, récemment disparu. « C'est au contact de ces personnes que j'ai appris l'exigence, la rigueur, et un certain savoir-faire se transmettant de génération en génération », explique-t-elle.

Pourtant, à cette époque, son bonheur n'est pas complet. « Petite fille, je me souviens des moments que je passais avec mon oncle restaurateur. Il m'a transmis ce goût du bien-manger, du travail artisanal... En fait, j'avais en moi cette envie de défendre les fermiers et les paysans français, mettre en avant leur travail... En fait, je rêvais d'ouvrir une fromagerie et je me suis dit que c'était maintenant ou jamais. » Emmanuelle mettra deux ans à monter son projet pour ne rien laisser au hasard : formation, bon emplacement, bons produits... « J'ai choisi le Pré-Saint-Gervais parce que j'habitais déjà la ville voisine et que j'en connaissais déjà les enjeux culturels et économiques. Je n'aurais pas pu me parachuter n'importe où. »

Au bout de mon histoire avec la mode, j'ai réalisé mon vieux rêve d'ouvrir une fromagerie.

EMMANUELLE LEFRANÇOIS, FROMAGERIE DU PRÉ

De la mode au fromage, il n'y a qu'un rêve

Partie pour faire une longue carrière dans la mode, Emmanuelle Lefrançois a finalement réalisé son rêve de petite fille, devenir fromagère. Aujourd'hui, elle officie avec succès au Pré-Saint-Gervais, en Seine-Saint-Denis.



Emmanuelle Lefrançois.

Emmanuelle Lefrançois a choisi d'installer sa fromagerie au cœur de la plus petite ville du 93, le Pré-Saint-Gervais, « un petit village où tout le monde se connaît », affirme-t-elle. Bien avant d'inaugurer son commerce en 2019, Emmanuelle arpenteait déjà les allées de Rungis pour regarder les produits, comparer, comprendre les différents assortiments, de façon à choisir ses fournisseurs en accord avec ses aspirations, « défendre nos fromages artisanaux et fermiers ».

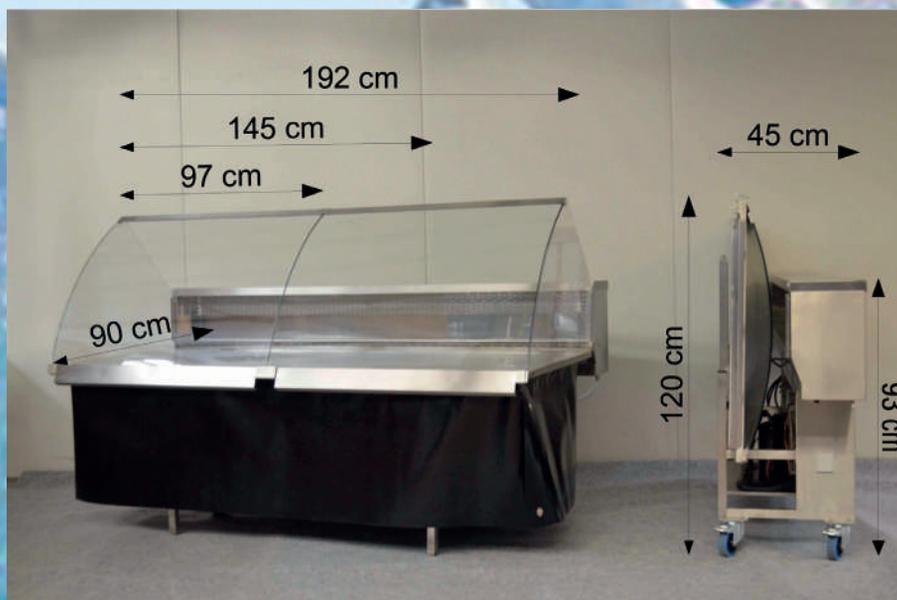
Aujourd'hui, elle se rend chaque semaine sur le Marché « pour voir les produits, parler avec les vendeurs, de façon à tisser des liens ». Elle va chez Gratiot, La SAFF, Bruel et AMF pour découvrir les arrivages et faire le plein de fromages artisanaux, mais également chez Dispéré, qui lui fournit des charcuteries qualitatives pour compléter son offre.

DES CLIENTS AU RENDEZ-VOUS

Ouverte peu de temps avant le confinement, la Fromagerie du Pré a bénéficié pour son lancement de la situation sanitaire. « Le Covid nous a aidé à recruter rapidement une belle clientèle.

Au début, nous faisons une réduction, ou nous offrons un petit fromage à chaque visite, de façon à les fidéliser. Les circonstances nous ont permis d'avoir une vraie communication avec les gens, qui sont devenus fidèles ensuite, comme si nous avions vécu un moment important ensemble. » Le magasin de 35 m² propose des fromages majoritairement français, des petites charcuteries, de l'épicerie fine, et chaque midi, « notre cheffe nous prépare des spécialités fromagères : une soupe, un plat, une salade, un sandwich et un dessert, à emporter ou à déguster sur notre terrasse en été ». Emmanuelle présente plateaux, pièces montées et repas fromagers à ses clients consommateurs mais aussi à des restaurants du quartier et des entreprises. Soucieuse de donner l'accès à sa fromagerie au plus grand nombre, Emmanuelle s'efforce toujours de proposer « un rapport qualité-prix honnête. Pour cela, je surveille de près mes marges et j'essaie d'encourager mes clients à prendre peu, de façon à ne pas gaspiller. Ce serait dommage, le fromage c'est quand même cher, alors autant prendre la juste quantité, quitte à revenir plus souvent ! ». **Caroline Maréchal**

VITRINES RÉFRIGÉRÉES PLIANTES



WWW.ELITE-FROID.COM

arctica2010@hotmail.fr

01 48 49 55 36

RESTAURANT GARANCE

34, rue Saint-Dominique

75007 Paris

Tél. : 01 45 55 27 56

Bertrand Chauveau et
Guillaume Muller.

Bertrand Chauveau

Le chef du restaurant Garance (Paris 7^e) est en poste depuis 2020. À 28 ans, il dirige les fourneaux de cet établissement gastronomique après avoir connu des expériences concluantes chez les plus grands noms de la cuisine, à l'instar de Jean-François Piège ou de David Toutain.

L'irrésistible ascension

Le restaurant gastronomique Garance, créé par le restaurateur Guillaume Muller, peut compter sur le chef Bertrand Chauveau depuis 2020. Ce jeune maître queux ne manque pas d'inspiration pour donner vie à des assiettes où le produit occupe une place prépondérante. Si le restaurant Garance dispose d'une ferme, l'approvisionnement est complété à Rungis.

Si le chef Guillaume Iskandar a animé les cuisines de Garance jusqu'à obtenir un macaron au *Guide Michelin* en 2016, le jeune Bertrand Chauveau, à la tête des fourneaux de ce restaurant gastronomique aujourd'hui, ne tient pas à faire la course aux étoiles. « *On ne met pas des nappes blanches ou des beurriers sur la table pour plaire aux guides* », illustre le chef, avant de nuancer : « *Mais c'est avec grand plaisir si nous sommes reconnus par le Michelin ou le Gault & Millau* ». En poste depuis 2020, Bertrand Chauveau, 28 ans, entend avant tout répondre à l'un des impératifs du métier de chef, celui de faire vivre une

expérience à ses convives. Pour mener à bien cette mission, il œuvre aux côtés du propriétaire des lieux, Guillaume Muller, ancien sommelier du restaurant triplement étoilé L'Arpège. Outre le restaurant Garance, ce restaurateur et passionné de vin est aussi impliqué dans l'exploitation familiale du Limousin où il a lancé la ferme Garance (*voir encadré ci-contre*). Alors qu'il travaille actuellement poissons et crustacés après avoir mis à l'honneur le gibier, Bertrand Chauveau peut compter sur les produits de la ferme, mais aussi sur l'interminable vivier que représente le Marché de Rungis. « *40 % de nos produits proviennent du Marché*

de Rungis, pour nous c'est une sorte de ciment », explique-t-il. Les chefs et restaurateurs sont de plus en plus nombreux, y compris à Paris, à cuisiner leurs propres fruits et légumes ou à travailler, selon l'expression consacrée, en direct avec les producteurs. « La restauration d'aujourd'hui prône les circuits courts et certains chefs se targuent d'éviter le Marché de Rungis en s'adressant directement aux producteurs. C'est louable, mais cela revient à dire que les chefs n'ont pas besoin du Marché de Rungis alors qu'il est indispensable. C'est le grenier de la France », déroule le chef, qui travaille notamment les volailles et le foie gras de la maison Huguenin, dont il apprécie la régularité dans la qualité.

AU FIL DES SAISONS

Dans le domaine familial de Guillaume Muller, on élève un imposant cheptel composé d'environ 150 vaches limousines. Chaque année, trois d'entre elles sont abattues pour alimenter les cuisines du restaurant. Dans la mesure où chaque morceau doit être valorisé, la créativité de Bertrand Chauveau est soumise à rude épreuve. Ainsi, le chef est capable de sublimer les abats comme de proposer à sa clientèle une côte de bœuf dans son plus simple appareil. « Ma carte évolue au fil des saisons, néanmoins j'ai besoin de régularité dans la réalisation de certains plats. Les palerons de bœuf, par exemple, proviennent du Marché de Rungis », ajoute le chef. Les fruits et légumes sont en grande partie cultivés à la ferme Garance, mais Bertrand Chauveau complète son garde-manger avec des produits frais des Vergers Saint-Eustache : « Je suis admiratif de la logistique qu'ils ont mise en place concernant les livraisons. » Le chef de Garance fait partie de ces jeunes maîtres queux peu familiarisés avec le bouillonnement du Marché. Il ne s'y est rendu qu'une fois, alors qu'il était à l'école hôtelière, et il jure d'y

retourner au plus tôt. Aux fourneaux, Bertrand Chauveau est épaulé par cinq à six cuisiniers complétés par une équipe de trois personnes en salle.

Si le restaurant a perdu son étoile en 2019, le ticket moyen de l'établissement affiche toujours une centaine d'euros. On trouve un menu dégustation facturé 80 €, mais la clientèle d'affaires et les politiques qui écument le lieu commandent bien souvent des plats à la carte. Parmi les propositions culinaires qui ne peuvent être ôtées de la carte, il faut citer le best-seller qui constituent les langoustines au pied de cochon (18 €), une entrée incontournable du chef. Les plats, quant à eux, sont compris entre 30 et 40 €. Le chef peut compter sur un impressionnant parcours. Après une formation bachelier à Ferrandi, Bertrand Chauveau a rejoint les cuisines du Diane, l'ancien restaurant étoilé du Fouquet's. Il intègre par la suite la brigade de Jean-François Piège, durant deux ans, au Grand Restaurant. Mais c'est chez David Toutain que Bertrand Chauveau s'est forgé une identité culinaire. À la suite de son passage chez Jean-François Piège, il devient en effet sous-chef du Restaurant David Toutain ; un poste qu'il exercera pendant trois ans. Chez Garance, le jeune cuisinier connaît ainsi son premier poste de chef. « J'ai aussi réalisé un bref passage chez le traiteur haut de gamme Potel & Chabot. Je voulais découvrir cet univers hors du commun, c'est le seul traiteur en France capable d'assurer de telles prestations dans le monde entier. Puis Guillaume Muller m'a offert un poste ici », se souvient Bertrand Chauveau.

Ce dernier dispose aujourd'hui des coudées franches et ses plats semblent conquérir les papilles. S'il a mis quelques mois à trouver sa signature, le chef prend maintenant plaisir à sublimer une cuisine populaire en utilisant des produits ordinaires.

Mickaël Rolland



Un restaurant et une ferme

Le restaurant Garance a vu le jour il y a une dizaine d'années, sous l'égide de Guillaume Muller, ancien sommelier de L'Arpège, et de Guillaume Iskandar, ancien chef de partie dans ce même prestigieux établissement. Les deux hommes se sont liés d'amitié et ont lancé avec succès Garance, table gastronomique qui a connu durant quelques années une étoile au *Guide Michelin*. Guillaume Muller anime aujourd'hui le restaurant aux côtés du chef Bertrand Chauveau. Ce dernier mise sur les produits du Marché de Rungis, mais aussi sur la production de la ferme Garance, l'exploitation familiale de Guillaume Muller d'où proviennent de nombreux fruits et légumes. Un maraîcher, salarié de Garance, est chargé de veiller sur les 4 ha de maraîchage situés dans le Limousin. Saison oblige, le restaurant de la rue Saint-Dominique absorbe des topinambours, des céleris, des choux, etc. L'acheminement de ces produits représente un coût logistique non négligeable, il s'agit donc de charger au maximum le camion avec d'autres pépites glanées dans la région, comme du miel et autres produits transformés par des producteurs locaux.

Ses fournisseurs

À RUNGIS

Huguenin
Les Vergers Saint-Eustache
v-st-eustache.com



Les noix de Saint-Jacques.



Œufs et légumes de saison.

Calvados

Le bonheur
est dans
le bocage



OS

Département laitier par excellence, le Calvados peut s'enorgueillir de la présence de trois AOP fromagères sur son territoire ainsi que de deux AOP laitières. Au fil de l'énumération de ces richesses, il faut aussi évoquer le cidre et le calvados ainsi que des ressources halieutiques non négligeables dont la fameuse coquille Saint-Jacques de baie de Seine, devenue abondante sur ce littoral.

Reportage de Jean-Michel Déhais

Lové au centre de la Normandie, le Calvados offre plusieurs singularités par rapport à ses départements voisins. C'est par exemple le seul de la région à ne pas porter un nom de rivière ou de mer. À la Révolution, il fut envisagé de le nommer « Orne inférieure », mais c'est finalement le nom de Calvados qui a prévalu. Ce mot est tiré du latin *calva dorsa*, signifiant « dos chauve » qui désignait les falaises déboisées de la région, voire les grands îlots rocheux du littoral. En France, il se distingue aussi comme le seul département à avoir donné son nom à un alcool. Ce dernier se positionne comme le numéro trois des AOP de spiritueux français, loin derrière le cognac. Mais avec une production annuelle de 5 millions de bouteilles, il n'a pas à rougir face à l'armagnac. Même si la consommation nationale a diminué en raison du crépuscule de la tradition du café calva, ce spiritueux s'est rattrapé à l'export qui représente 50 % des ventes. « *Nous notons depuis 2019 un redressement des ventes nationales*, estime Damien Amadou, directeur de communication de l'interprofession calvados. *Cette présence à l'export et de début de reconquête du marché national est due à une démarche de premiumisation enclenchée depuis de nombreuses années.* »

Les cinq départements normands ainsi que la Sarthe et la Mayenne peuvent revendiquer une partie de l'aire d'appellation, mais les grandes marques et les grands noms de l'AOP (Boulard, Lecompte, Drouin, le Château du Breuil) sont concentrés dans le Calvados. Il faut aussi rappeler que, à côté de l'appellation générique (71 % de la production), se distinguent deux autres AOP, calvados domfrontais (1 %) et calvados pays d'Auge (28 %). Ce dernier est essentiellement produit dans le département.

À côté des grandes maisons, des petits producteurs indépendants, très réputés, à l'image du Manoir de Grandouet, sur la route du cidre, à côté de Cambremer tirent leur épingle du jeu. Stéphane et Lucile Grandval y exploitent une ferme de près de 100 vaches et produisent parallèlement 5 000 bouteilles de calvados et 80 000 bouteilles de cidres, car ces boissons sont indissociables des paysages des vergers de ●●●



Le pont-l'évêque et le livarot, deux fromages emblématiques du département.

- pommiers normands. Le manoir de Grandouet, construit au XVI^e siècle constitue d'ailleurs une étape fréquentée sur la route touristique du cidre de Cambremer.

Outre les spiritueux, le département bénéficie d'une image forte, qui le fait rayonner à l'étranger à travers le cheval. La vente des yearlings, à Deauville, chaque année, bénéficie d'un retentissement mondial et les haras du Calvados fournissent aux hippodromes français près de la moitié de leurs effectifs équin. Il est également très présent sur le marché du cheval de selle et peut se targuer d'être celui qui

immatricule chaque année le plus d'équidés dans l'Hexagone. En dehors de l'enclave caennaise, au centre, ce territoire reste très marqué par l'agriculture qui occupe 72 % de ses surfaces. C'est aussi le département normand le plus en pointe dans le bio en Normandie. Ainsi, le centre du pays d'Auge est la seule zone de la région à avoir franchi la barre de 10 % de culture biologique. Cette partie du territoire à l'est du département semble bénie des dieux et concentre de nombreuses richesses touristiques et agricoles. En témoigne une recette caractéristique de la contrée, le poulet vallée d'Auge dont la sauce mobilise

Véritable andouille de Vire et 5A

Vire, cité du Calvados, et Guéméné-sur-Scorff, village du Morbihan, sont nationalement connus pour leurs productions d'andouilles. Leurs produits rivalisent sur les marchés. À Guéméné, on n'emploie que des chaudins de porc, enflés les uns sur les autres; ce qui permet au moment de la coupe de visualiser des cercles concentriques. À Vire, on utilise à la fois du chaudin et de l'estomac en lanières et disposés autour de deux piquets de bois.

L'andouille de Vire n'est pas liée à une appellation. Sa fabrication doit simplement correspondre aux préceptes du code des usages de la charcuterie. En revanche, le code précise que les produits arborant la mention « Véritable andouille de Vire » doivent être fabriqués dans la région de Vire. Une autre mention, « Véritable Andouille de Vire à l'ancienne », stipule que la spécialité charcutière doit être entièrement confectionnée à la main, exclusivement avec des matières fraîches et fumées durant plusieurs semaines. Le groupe Poppy possède à Vire deux acteurs reconnus: Amand et Paul Danjou. Ces deux marques proposent également des versions « à l'ancienne » et bénéficient de surcroît de la reconnaissance 5A. Depuis quelques années, l'Association Amicale des Amateurs d'Andouillettes Authentiques a étendu son champ de compétences à



l'andouille. Il faut rappeler qu'Amand terroir et Paul Danjou produisent des recettes différentes avec notamment des proportions de chaudin et d'estomac diverses, mais aussi un temps de cuisson plus long pour Paul Danjou.

trois produits emblématiques du terroir, la crème, le cidre et le calvados. Le pays d'Auge est célèbre pour ses fromages. Outre le camembert présent sur le territoire, il abrite les villages de Pont-l'Évêque et Livarot qui ont donné leurs noms à deux des 4 AOP fromagères normandes. De plus, le pavé d'Auge est une spécialité fromagère plus confidentielle sans appellation, mais spécifique du département.

TROIS AOC FROMAGÈRES

Les pont-l'évêque sont confectionnés avec 17 millions de litres de lait collectés chaque année dans les zones bocagères normandes. C'est la deuxième AOP de la région avec près de 2 000 tonnes de fromages commercialisés chaque année. 364 fermes fournissent ainsi 11 fromageries industrielles impliquées dans cette spécialité fromagère de forme carrée ou rectangulaire et disponible en quatre dimensions. Par ailleurs, six fermes transforment leur lait, comme le Gaec Les Bruyères de Thierry et Caroline Martin, à Bourgeauville. Ces derniers produisent un pont-l'évêque fermier au lait cru qu'ils vendent en direct. En effet, le pont-l'évêque peut être réalisé avec du lait pasteurisé ou thermisé, mais aussi avec du lait cru.

C'est aussi le cas du livarot, une spécialité plus confidentielle (734 tonnes commercialisées en 2020). Surnommé « colonel » en raison de la présence de cinq bandelettes de roseau séché qui l'entourent, il est plus typique du Calvados puisque son aire d'appellation se situe essentiellement sur le département. Elle recouvre le pays d'Auge et englobe quelques communes limitrophes de l'Orne et de l'Eure. Cette pâte molle à croûte lavée d'une forme circulaire peut être commercialisée sous cinq formats. Il ne subsiste que deux producteurs fermiers dans l'appellation. Cependant, une forte détermination à relancer une production locale plus artisanale est à noter. Ainsi en 2016, la ●●●

Saveurs de Normandie engagée socialement



Les entreprises agroalimentaires du Calvados se sont largement emparées de la marque Saveurs de Normandie, lancée en 2003. Un tiers des 120 structures habilitées

dans la région évoluent dans le département.

L'attribution de cette marque repose sur le respect de quatre grands critères : l'origine (matières premières normandes) ; le goût (chaque produit doit avoir obtenu l'agrément de 60 consommateurs-dégustateurs) ; la qualité (vérifiée par un ingénieur qualité) ; et depuis plus récemment l'engagement sociétal des entreprises. Ainsi Benoît Martinet, directeur commercial et marketing de la biscuiterie Jeannette 1850, à Colombelle (Calvados) explique avoir proscrit ses emballages en carton fabriqués en Alsace pour faire appel à des cartonners normands : « À moins de 15 km de l'entreprise. À cette réduction de l'empreinte carbone de nos boîtes, nous avons ajouté une exigence accrue en termes de qualité de production : en faisant par exemple le choix de cartons PEFC, d'encre végétale. »



Téléchargez
votre badge gratuit
Code : SPFRUNA

30 & 31
MARS
2022

Paris
Porte de Versailles
Pavillon 7.1



SANDWICH
& SNACK
SHOW

PARIZZA

reinventing food moments*

DES MARQUES, DES PRODUITS DÉDIÉS

Food, boissons, équipement, tech, packaging

UNE PROGRAMMATION COMPLÈTE

Conférences, ateliers et tables rondes

DES ANIMATIONS ET CONCOURS

De la convivialité et du show !

sandwichshows.com
salon réservé aux professionnels

Built by
RX



* Le salon qui réinvente les pauses repas

- ● ● coopérative OrigenPlus a converti le domaine Saint-Hippolyte, à Saint-Martin-de-la-Lieue, près de Lisieux, en exploitation laitière dans laquelle elle fait produire non seulement du livarot, mais aussi du pont-l'évêque au lait cru.

UNE VOLONTÉ DE MONTER EN GAMME

Cette question du lait cru, marqueur de qualité pour les AOP fromagères, agite toute la région comme on a pu le constater récemment pour le camembert, où les producteurs n'ont pas souhaité diviser en deux catégories leur AOC. De même, dans le Calvados, d'autres labels sont liés aux produits laitiers. Ainsi, à Landelles-et-Coupigny, Janine et Denis Lelouvier possèdent Naturellement normande, une exploitation de 80 ha où ils élèvent 50 vaches. Depuis 2008, ils ont créé une fromagerie où ils produisent un camembert de Normandie au lait cru. Ce fromage AOP est également certifié bio et bénéficie de surcroît d'une STG (spécialité traditionnelle garantie) lait de foin qui garantit au consommateur que le produit est fabriqué à partir de lait de vaches exclusivement nourries à l'herbe et au foin. Un signe de qualité que l'on peut retrouver à travers toute la France et qui est né en Autriche. Très orienté vers l'élevage bovin, le département bénéficie de deux autres AOP laitières, beurre et crème d'Isigny. Elles sont présentes depuis 1986 sur une aire d'appellation située aux confins du Calvados et de la Manche, avec au centre la commune d'Isigny sur-Mer qui abrite la coopérative d'Isigny, qui fabrique largement ces deux AOP, mais aussi les célèbres caramels d'Isigny. Côté Manche, on retrouve les Maîtres laitiers du Cotentin, autre grande coopérative de production du beurre et de la crème d'Isigny.

LA SIGNATURE NORMANDE

Le Calvados disposait en 2019 de 96 000 vaches laitières, soit 2,7 % du cheptel laitier français et se positionne ainsi comme le 3^e département laitier normand, derrière la Manche et l'Orne. Globalement, le cheptel bovin total du département atteignait 366 000 têtes en juin 2021. Mais



Le bœuf qui reste encore présent en Normandie pourrait être bientôt valorisé par une STG.

il faut reconnaître que la race normande n'est pas majoritaire dans ce cheptel. À l'occasion du prochain Salon de l'agriculture, l'organisme de sélection de la race normande devrait annoncer le lancement d'une Signature normande destiné à promouvoir les produits (viande et lait) confectionnés spécifiquement à partir de la race bovine normande. « *Il s'agit d'une démarche générique de communication pour tous les opérateurs qui mettent en valeur cette race* », indique Albéric Valais, directeur de l'organisme de sélection de la race normande.

Le cahier des charges de ce nouveau label certifié par Certipac, intègre également des exigences de bonnes pratiques d'élevage (80 % d'alimentation autofourragère, six mois de pâturage, 2,5 kg de ration d'herbe par jour). Dès 2022, cette Signature normande devrait concerner une cinquantaine d'animaux de boucherie par semaine et une douzaine de producteurs fermiers de lait.

Les tripes à la mode de Caen, la spécialité de la maison Ruault

Les tripes à la mode de Caen sont célèbres dans la France entière et ont droit de cité à Paris depuis 1831, date où le Normand Pierre Heute est arrivé dans la capitale pour commercialiser cette recette dans les Halles, sur le carreau, puis dans un restaurant que son petit-fils Alexandre Pharamond transformera en gigantesque pavillon normand à l'exposition universelle de 1900. Cette institution qui a eu l'honneur de l'étoile Michelin existe toujours même si elle s'est récemment transformée en bouillon à l'enseigne du Petit Pharamond. Mais c'est toujours la maison Ruault, à Caen qui fournit le restaurant en lui livrant régulièrement ses tripes à la mode de Caen. Cette petite entreprise a été fondée en 1965 à Vire par le grand-père de l'actuel dirigeant Thomas Ruault. La méthode n'a pas changé. L'entreprise Michel Ruault achète la matière première d'abats de bœuf prélavés auprès de deux abattoirs de la région. La recette intègre les quatre parties de l'estomac (panse, caillette, bonnet, feuillet), mais aussi des pieds de bœuf qui, à la cuisson (exclusivement à l'eau), produisent une gelée naturelle sans ajout de produits gélifiants. L'entreprise qui emploie quatre personnes, produit ainsi 500 kg de tripes/semaine qu'elle vend aux restaurants, aux épicerie et aux boucheries.



Cette initiative concourt à relancer une race en légère perte de vitesse. Avec 400 000 têtes de bétail, la race bovine normande revendique le titre de 3^e race laitière française, derrière la prim'holstein et la montbéliarde. Pourtant, elle n'est pas majoritaire en son royaume normand puisqu'en 2018, elle ne représentait que 31 % du troupeau laitier régional. Elle perd même du terrain dans son fief car sa « part de marché » en Normandie était encore de 37 % en 2011.

Néanmoins ces dernières années, cette vache aux belles couleurs marron fait son retour dans le bocage normand avec l'aide du Conseil régional qui la soutient financièrement.

La fin des quotas laitiers en 2015 a conduit en effet les éleveurs locaux à reconsidérer leur position vis-à-vis de la normande. Race mixte, elle produit 15 à 20 % moins de lait que sa concurrente hollandaise, mais ce lait est de meilleure qualité et surtout il s'agit d'une race mixte qui offre une viande de choix, comme l'explique Albéric Valais : « Elle est très persillée, ce qui lui confère des atouts gustatifs. Ce sont aussi des races qui présentent des poids et des conformations plus adaptés au marché actuel et notamment à la restauration. »

LE BŒUF VEUT SA STG

Ce territoire normand offre aussi un des derniers refuges du bœuf, de moins en moins élevé en France. Chaque année, près de 30 000 de ces animaux sont abattus en Normandie. Les éleveurs aimeraient mieux

valoriser cette production spécifique. Ils ont mis en place un dossier de demande de STG pour le bœuf traditionnel de race Normande, qui a été examiné le 26 janvier par le comité de l'Inao (Institut national de l'origine et de la qualité). Cette demande de label est soutenue par l'organisme de sélection de la race. En cas d'avis favorable, les producteurs concernés rentreront alors dans le cycle d'acceptation.

Le cahier des charges est ambitieux. Il comporte une obligation de nourrir l'animal avec uniquement de l'herbe, en pâturage et en foin. Du concentré est admis pour la finition. « C'est un produit écologique par excellence, insiste Albéric Valais. Il est élevé dans des zones isolées qui ne sont pas forcément cultivables. » C'est aussi un animal long à produire. Il faut au minimum 30 mois et au maximum 48. À 30 mois, le bœuf offre une carcasse d'environ 400 kg. Entre 36 et 40 mois, le poids de carcasse monte autour de 450 kg.

Cette production concerne des éleveurs du Calvados, à l'image de Denys Lerévérend, installé dans une ferme de 80 ha qui est essentiellement consacrée à l'élevage laitier. L'agriculteur a consacré une parcelle de 8 ha, située à l'écart de son exploitation à l'élevage des bœufs, notamment pour leur finition. Il estime que cette production n'est « pas trop contraignante et ne demande pas de mécanisation ». Naturellement, il mise de grands espoirs dans une prochaine spécialité traditionnelle garantie sur cette viande : « Elle permettra au caractère gustatif du bœuf normand de sortir du lot. »

La coquille fait la fortune de Port-en-Bessin

Fort de 130 km de littoral, le Calvados dispose de ressources maritimes considérables. Il bénéficie ainsi de sept ports et de deux criées situées à Grandcamp et à Port-en-Bessin, le principal du département, haut lieu de la pêche à la coquille Saint-Jacques. La gestion des prélèvements de ce coquillage a porté ses fruits. « Les bateaux ramènent aujourd'hui quatre fois plus de coquilles qu'il y a quinze ans, assure Dominique Lamort, agent qualité Port-en-Bessin à Normandie Fraîcheur mer. Les réserves se sont reconstituées. Ifremer estime que la ressource disponible en baie de Seine oscille entre 60 000 et 70 000 tonnes. »

À la mi-novembre, les chalutiers étaient astreints à des quotas de 1,5 à 2 tonnes par débarquement et à des pêches d'une heure et demie. Mais à bord, personne ne s'en plaignait. Ces quantités facilement et rapidement atteintes représentaient une bonne affaire pour les armements. De l'autre côté, malgré la présence d'une offre abondante, les prix se maintiennent. « L'année dernière, précise Dominique Lamort, les prix sont restés autour de 3,50 €/kg durant toute la saison ; ce qui est satisfaisant. Cette année, durant les fêtes, ça a été plus compliqué. » Avec le beau temps, les bateaux sont abondamment sortis, l'offre a



Une débarque de coquilles Saint-Jacques à Port-en-Bessin.

été abondante et malgré la demande forte, les cours se sont un peu affaiblis. Il faut préciser que les mareyeurs se sont heurtés à un manque de main-d'œuvre pour le décoquillage préalable, de plus en plus réclamé par les consommateurs. Autre ressource halieutique du

département, la conchyliculture s'est développée dans les zones de Grandcamp et d'Asnelles. Côté pêche, Trouville s'affirme comme une place forte de la capture du maquereau et le littoral regorge de soles, de poissons plats, de roussettes et de raies.

Plaisirs et saveurs du jamón ibérico



Le jambon ibérique s'est imposé comme une référence gastronomique. Certaines pièces sont affinées jusqu'à sept ans et, en Espagne, la filière réunit aujourd'hui 17 500 élevages.

Avec le développement de l'industrie de la charcuterie en Europe au XX^e siècle, la consommation de jambon n'a cessé de croître. En Espagne, à partir des années 1960, la race ibérique entame une fulgurante ascension. Réputé pour sa grande qualité et pour ses critères particulièrement exigeants en matière d'élevage, le *jamón ibérico* (aussi appelé abusivement *pata negra*) tire rapidement son épingle du jeu avec un modèle notamment axé sur le bien-être animal et une alimentation à base de glands, pour les spécimens les plus chanceux. Devenu une icône dans l'univers de la gastronomie, ce jambon a largement dépassé les frontières de la Péninsule ibérique. Il est devenu un véritable emblème culturel, symbole de l'Espagne et de la cuisine méditerranéenne. C'est grâce à la race ibérique que l'on obtient cette chair à la couleur rouge intense caractérisée par ses saveurs, sa texture et ses arômes sans commune mesure.

La filière du jambon ibérique regroupe aujourd'hui 17 500 élevages, 70 abattoirs et plus de 1 000 entreprises gravitant autour de la transformation et la commercialisation des produits. Avec un chiffre

d'affaires approchant des 2 Md €, la filière représente 7 à 8 % de l'industrie de la viande espagnole, quatrième secteur industriel du pays avec un chiffre d'affaires avoisinant les 30 Md €. En fonction de la race (100 % ibérique, 75 % ou 50 % ibérique) et de l'alimentation (glands, foin et orge), un label individuel est apposé sur chaque jambon.

Depuis la mise en place d'un nouveau référentiel de qualité en 2014 (issu d'un décret royal), 44,31 millions de jambons ibériques ont été identifiés d'un label noir, rouge, vert ou blanc. En 2020, les abattages de porcs ont augmenté de 4,1 % par rapport à 2019 pour atteindre 3 810 199 animaux. Ainsi, en 2020, près de 7,5 millions de labels ont été apposés sur les jambons, soit 55,6 % de plus qu'en 2014.

Quant aux 700 000 animaux nourris aux glands de chêne (haut de gamme de la filière) et abattus entre 2020 et 2021, 63 % des porcs sont de race 100 % ibérique, étiquetés Label Noir ; les 37 % restants correspondent au Label Rouge, dont 9 % sont de race 75 % ibérique et 28 % de race 50 % ibérique.

Le vin qui lui va bien...

La puissance et la typicité du jambon ibérique requièrent une cuvée ayant le même répondant en bouche. Nous vous proposons donc un Saint-Joseph de la maison Delas. Cette cuvée est issue d'une sélection parcellaire et n'est élaborée que dans les bonnes années. Composée à 100 % de syrah, elle offre des notes de fruits noirs et des arômes boisés.



M. R.



La chair convoitée de la légine

C'est une espèce méconnue des consommateurs français, alors qu'elle est particulièrement prisée en Asie et aux États-Unis. Ce poisson carnassier est capturé autour des îles Kerguelen et Crozet.

La légine australe fait partie de ces espèces dont on parle peu, mais elle est pourtant considérée comme l'un des meilleurs poissons du monde. Il faut dire que ses qualités organoleptiques ne manquent pas. À l'œil, la chair de la légine arbore une couleur blanche nacré ; au goût, celle-ci se révèle fondante avec une profonde note de noisette. Des attributs qui lui confèrent une grande popularité en Chine et au Japon notamment, mais aussi aux États-Unis. Ainsi, la légine est aussi appelée « mero » au Japon ou encore « bar » du Chili. Poisson carnassier des mers australes, la légine peut atteindre les 2 m de long et affectionne particulièrement les fonds marins. Plus elle prend de l'âge (un spécimen peut vivre jusqu'à 35 ans), plus elle s'enfonce dans les profondeurs, parfois jusqu'à 2000 m. L'engouement pour ce produit d'exception date des années 1990.

L'espèce, considérée comme rare, affiche un prix élevé. Ainsi, le braconnage s'est rapidement développé et la France a enrayé cette pêche clandestine en instaurant des quotas et une gestion stricte de cette ressource

convoitée. La mesure a porté ses fruits, puisque le stock de légines est aujourd'hui reconstitué. En France, qui possède la plus importante réserve de légines, concentrées dans les eaux glaciales des Terres australes et antarctiques françaises (TAAF), la pêche est assurée par sept armements réunionnais. Ces derniers œuvrent autour des îles Kerguelen et de Crozet. Afin de s'assurer que les captures sont menées dans les règles de l'art, un contrôleur des TAAF se trouve systématiquement à bord des bateaux. Les quotas de légines dévolus à ces armements sont en effet réévalués tous les ans. Car si la légine est carnassière, elle doit composer avec des poissons bien plus gros qu'elle : ses principaux prédateurs ne sont autres que les orques et les cachalots, qui n'hésitent pas à se servir directement sur les palangres.

À peine sortis de l'eau, les poissons sont vidés, préparés et congelés au sein des navires. Il s'agit de conserver toute la fraîcheur du produit en préservant la texture et le goût unique de la chair. **M. R.**

Le vin qui lui va bien...

Pour sublimer les saveurs incomparables de la légine, nous vous proposons un saumur blanc vieilles vignes 2018 de la maison Langlois-Chateau. Composé à 100 % de chenin blanc, ce vin se distingue par un nez complexe et par des notes d'ananas caramélisés. La bouche est puissante et équilibrée grâce à une tension maîtrisée. La finale révèle, quant à elle, de jolies notes de noix de coco.



Le morbier, star des plateaux



Depuis l'obtention de l'AOP en 2002, la production de morbier connaît une progression exponentielle. De 3 065 tonnes l'année de l'AOP, elle a dépassé les 13 000 tonnes l'an passé.

L'AOP morbier regroupe environ 2 000 producteurs de lait qui élèvent exclusivement des vaches de races locales. Montbéliarde et Simmental françaises sont ainsi mises à l'honneur pour la qualité de leur lait et du fromage qui en résulte. Les vaches, traites deux fois par jour, se nourrissent d'herbe pâturée et de foin, à l'exclusion de tout produit fermenté comme l'ensilage. Chaque éleveur doit offrir une superficie herbagère équivalente à au moins un hectare par vache laitière. En bout de chaîne, une cinquantaine de fromageries (dont cinq producteurs fermiers) fabriquent le fromage grâce à du lait mis en œuvre à l'état cru. Le morbier est ensuite mis en cave pendant une période d'affinage minimum de 45 jours. Certaines fromageries n'hésitent pas à pousser cette période au-delà de trois à quatre mois.

Le morbier tient son appellation du village éponyme où il a été conçu, au cœur des montagnes du Jura. Sa création remonte à la

fin du XVIII^e siècle. Durant cette rude époque, les paysans livraient le lait des vaches à la fruitière du village pour la fabrication du comté. Mais la rudesse du climat contrariait parfois les acheminements. Petit à petit, les éleveurs de Simmental et Montbéliarde ont donc décidé de fabriquer, à la ferme, leur propre fromage. « *Pour protéger le pain de caillé, obtenu par le lait de la traite du soir, ils déposaient la cendre prise "au cul du chaudron"* », explique-t-on du côté de l'Interprofession du morbier. En son centre, ce fromage mythique est transpercé par une raie noire horizontale, ce qui le rend reconnaissable entre mille. De nos jours, ce trait sombre est tracé avec du charbon végétal. Sa pâte, fine et lisse, présente parfois quelques petits orifices. Sur un plateau de fromages, le morbier se consomme toute l'année. Pour qu'il révèle tous ses arômes, il est indispensable de le laisser à température ambiante au moins trente minutes avant de le déguster.

M. R.

Le vin qui lui va bien...



Pour déguster du morbier, nous vous proposons la cuvée Par Amour 2018, issue de l'IGP Franche-Comté. Ce vin, création du Domaine de la Pâturie, est le subtil résultat d'un assemblage de trois parcelles de pinot noir. Il offre un nez délicatement poivré, aux notes de fumée, alors que la bouche propose des notes de cerises mûres.

“**Désolé
j’ai mal
au crâne...**”

DERRIÈRE DE PETITES EXCUSES
SE CACHE PARFOIS UNE GRANDE PRÉCARITÉ.



Faites votre don sur
restosducoeur.org

on compte sur vous
Cherhe

La crevette cuite

La crevette est en partie un produit de grande consommation. Il existe néanmoins des crevettes haut de gamme et des crevettes sous le signe de la qualité.

La production mondiale de crevettes (environ 8 millions de tonnes) provient pour moitié de la pêche et pour moitié de la production aquacole. L'Asie représente environ 80 % de la production aquacole de crevettes (3 millions de tonnes environ), et l'Amérique du Sud 20 % (700 000 tonnes). La production mondiale de crevettes, issue de la pêche, s'établit à environ 3,6 millions de tonnes. La Chine est le leader de cette activité (1,3 million de tonnes destinées principalement à la consommation locale). Elle est suivie par l'Inde (environ 400 000 tonnes), l'Indonésie, le Canada, les États-Unis, le Groenland et le Vietnam (entre 100 000 et 200 000 tonnes par pays).

Il existe une modeste filière de production française, située principalement en Outre-mer. Ainsi, la Guyane pratique la pêche de crevettes. Cette activité s'est toutefois effondrée ces dernières années. Elle est passée de 3 500 tonnes environ au début des années 2000 à 700 à 800 tonnes aujourd'hui. En Nouvelle-Calédonie, les fermes aquacoles produisent une espèce particulière, la crevette bleue du Pacifique. Là aussi, la production recule et est passée de 1 500 à 2 000 tonnes en 2000 à moins de 1 000 tonnes. Cette crevette est principalement destinée au marché japonais et au marché local. Une petite part de cette production est vendue en métropole pour la restauration de haut de gamme. Quant à la Métropole, on trouve une production de crevettes d'élevage dans les claires à huîtres (40 à 50 tonnes), et de la crevette bouquet pêchée aux casiers sur les côtes de la Manche et de l'Atlantique (du Calvados à la Charente-Maritime), 350 tonnes environ, pour une demande estimée à 800 tonnes.

La consommation nationale repose donc sur l'importation. La France importe un peu plus de 100 000 tonnes de crevettes pour une valeur de 650 M€ environ. L'Équateur, qui répond le mieux aux exigences des importateurs français pour des produits destinés à la cuisson (les cuiseurs de crevettes) est le



premier fournisseur avec 36 % des volumes importés, suivi de l'Inde. Madagascar est notre quatrième fournisseur en volume : c'est le produit le mieux valorisé. Il dispose notamment d'un label rouge. La consommation des ménages à domicile est évaluée à 40 000 tonnes environ, dont 35 000 tonnes de crevettes cuites

fraîches, et 5 000 tonnes à 6 000 tonnes de crevettes surgelées. La consommation hors domicile est mal évaluée. Mais elle est certainement non négligeable, du fait notamment du nombre important de restaurants asiatiques dans le pays.

Olivier Masbou

Production mondiale de crevettes

Près de 8,2 millions de tonnes, dont 3,6 millions de tonnes issues de la pêche et 4,6 millions de tonnes en provenance de l'aquaculture.

Production française

- Pêche Guyane : environ 700 t.
- Aquaculture Nouvelle-Calédonie : capacité de 1 500 à 2 000 t (actuellement : 1 000 t).
- Bouquet : env. 350 t - Crevettes dans les claires : 40 à 50 t.

Source : FranceAgriMer



1 HERBES

Concentré de saveurs

Jardins du midi Food Service, marque du groupe Mandar, propose aux restaurateurs des solutions pratiques. La nouvelle collection d'herbes aromatiques hachées est réalisée essentiellement avec la partie noble de la plante (75 % des feuilles de basilic par exemple). Elles sont composées avec 100 % d'ingrédients naturels, prêtes à l'emploi et ont une saveur intense. Après récolte, elles sont lavées, centrifugées pour concentrer les saveurs, hachées et mélangées à du jus de citron, de l'huile d'olive extra-vierge et du sel. Gamme proposée : basilic, coriandre, persil, romarin et mix d'herbes méditerranéennes.

Halles Mandar

2 RESTAURATION

Des confits made in France

Gastronome Professionnels, la marque du groupe coopératif Terrena, propose une gamme de volailles confites, issue d'animaux nés, élevés et préparés en France. Le fabricant a sélectionné et privilégié une cuisson lente dans la graisse de canard. La gamme prête à l'emploi compte deux références : noix de poulet confite et viande de cuisse de canard confite. Les produits se présentent sans os ni peau. La noix de poulet confite, conditionnée en sachet sous vide, permet de préparer salades et plats chauds et la viande de cuisse de canard confite prêt à effiloquer permet d'agrémenter plats cuisinés et burgers.

Pavillon volaille

3 FRIGO

Températures sous surveillance

LoRa® Temp+ est la nouvelle génération de capteurs de température connectés, conçue par JRI. Elle fonctionne via le réseau très longue portée LoRa. Ses caractéristiques lui permettent de répondre aux applications nécessitant une grande autonomie de batterie, de simplifier la transmission et l'intégration des mesures dans un système d'exploitation tiers. Plusieurs produits sont disponibles : LoRa® Temp+ pour la surveillance des produits sensibles, LoRa® Temp+ ES pour surveiller des enceintes sous température dirigée ou encore LoRa® Temp+ T2, adapté aux enceintes conservant des produits dont la stabilité de température est très critique.

Accessoiristes

4 AGRUMES

De la clémentine Fine de Calabre

Originellement connu pour sa production de raisin, le groupe Peruzzo, basé à Châteaurenard (13), élargit sa gamme. Après le kiwi rouge Rossy, l'entreprise propose une large gamme d'agrumes provenant des terres ensoleillées de Sicile et de Calabre et issus d'une agriculture raisonnée : oranges, clémentines, mandarines et citrons. À noter en particulier, la clémentine Fine de Calabre, proche de la clémentine de Corse, disponible en barquette 100 % carton afin de réduire le taux de plastique. Taux de Brix : 12,5. Également proposées : la clémentine sanguine, au cœur rouge et la rosée Frizante.

Pavillons fruits et légumes



La Ripaille



Pascal Dufournaud.

À bons produits, bonne table

N° 1 à Rungis et n° 5 dans le Val-de-Marne sur l'application Tripadvisor, La Ripaille de Pascal Dufournaud à Rungis fait l'unanimité avec sa cuisine bistrot savoureuse et accessible en semaine, et plus bistrannique le dimanche.

Il est 11 h 30 et déjà, lorsque l'on pousse la porte de La Ripaille au cœur de la ville de Rungis, la magie opère. Bonnes odeurs de cuisine, banquettes rouges, atmosphère chaleureuse et carte prometteuse. On s'installe et on reste. Le chef et patron de l'établissement, c'est Pascal Dufournaud, 59 ans et tout une carrière dans les cuisines. Son CAP en poche en 1980, il fait ses armes dans plusieurs établissements en France puis à l'étranger, et notamment en Thaïlande d'où il ramène un goût pour les épices et une certaine idée de la cuisine traditionnelle française « détournée ». Il s'installe d'abord à Paris 17^e avec le 49 Café durant sept ans, jusqu'en 2004. Ensuite, il gagne la ville de Rungis et se pose près de la halle du Marché avec La Ripaille. Là, il choisit de ralentir le rythme, pour n'ouvrir que le midi en semaine et deux dimanches midi par mois. « J'avais besoin d'accorder plus de temps à ma vie privée,

ma famille. La restauration c'est un métier de fou, ça prend tout si on ne fait pas attention. » À sa carte, pot-au-feu de veau, parmentier, poisson cru ou cuit, plats végétariens... Mais surtout la fameuse pyramide de poulet et chorizo. « Celle-là, pas question de la retirer de la carte, on me ferait des reproches ! ». Chaque midi, La Ripaille propose deux entrées, deux plats et deux desserts du jour, avec chaque fois un maximum de fait maison. « Nous faisons nos propres saucisses, nos légumes confits, nos pâtes fraîches, comme nous fumons notre saumon et nous faisons du foie gras toute l'année, que nous proposons sur place ou à emporter. » Et devinez quoi ? Absolument tout l'approvisionnement vient du Marché de Rungis, même les produits d'entretien.

Pascal est un passionné du Marché, il y fait toutes ses courses, deux fois par semaine, avec son camion frigorifique. « Depuis toutes ces années, je vais chez Avigros, Hall Center, Bistrotcash, Le Delas, Prodal, Archeneau, la Corpo, ABC... » Il est connu et reconnu partout au point que Le Delas lui a déjà confié trois fois la couverture de son catalogue de fêtes avec un de ses plats signature. « Ils me donnent le thème, homard, poularde, huîtres... et je leur propose une recette qu'ils publient dans le catalogue. » Et même si, avec ses cinq salariés, Pascal souffre un peu en ce moment à cause de la crise sanitaire et du télétravail généralisé, il garde le sourire, philosophe. « Il faut laisser passer la tempête, les beaux jours reviendront. »



Pyramide de poulet et chorizo.

La Ripaille

22, place Louis-XIII
94150 Rungis

Téléphone : 01 46 75 30 30

Activité : restauration

Ouverture : du mardi au vendredi de 12 h à 14 h et 2 dimanches par mois

Nombre de couverts :

56 en salle, 76 avec la terrasse fermée et 100 avec la terrasse extérieure en été

Caroline Maréchal



AU CŒUR DES VILLES

Médias engagés pour que vivent les commerces de proximité

4 titres dédiés aux professionnels de la restauration et de la gastronomie

RESTAURATION & CHD



L'Auvergnat de Paris
L'hebdo des pros des bistros et restos du Grand Paris et du Massif central



La Revue des Comptoirs
Le mensuel des entrepreneurs de la restauration

GASTRONOMIE & BOISSONS



Rungis Actualités
Le magazine de tous les acteurs du MIN de Rungis : acheteurs, producteurs, grossistes et filières



YAM
Le rendez-vous des chefs et de la gastronomie française

Nutri-Score

Les AOP fromagères sont vent debout

Alors que les industriels peuvent adapter leurs recettes à loisir, les produits sous le signe de la qualité, comme les AOP et AOC fromagères, sont soumis à des contraintes strictes dictées par un cahier des charges. Dans sa forme actuelle, le Nutri-Score ne prend pas en compte les spécificités de ces produits, de quoi jeter le trouble dans l'esprit des consommateurs.



Le Roquefort obtiendrait aujourd'hui la note « E » sur un classement de A à E.

Et si le Nutri-Score, censé apporter de la transparence et mettre fin à certaines mauvaises pratiques de l'industrie agroalimentaire (des produits trop sucrés, trop gras ou trop salés...), se retournerait finalement contre le consommateur. On a du mal à imaginer, par exemple, qu'un Coca light hérite de la note de B – sur un classement allant de A à E – alors qu'un roquefort se retrouve injustement affublé d'un E. On a aussi du mal à croire que des frites surgelées puissent décrocher une meilleure note que celle d'un jambon de Bayonne artisanal. Le Nutri-Score (son affichage n'est pas obligatoire à l'heure actuelle) marcherait-il sur la tête à l'heure où cette invention française pourrait être généralisée à l'ensemble de l'Union européenne (UE) d'ici à la fin de l'année 2022 ? Les eurodéputés se sont prononcés en faveur d'une résolution en octobre 2021 pour que la Commission européenne mette au point un système harmonisé et obligatoire d'étiquetage nutritionnel. Une proposition de loi est ainsi attendue à la fin de l'année et le Nutri-Score devrait servir de socle au futur logo nutritionnel européen ; dans un contexte où la France préside l'UE. Cette perspective fait frémir les différents acteurs des filières sous le signe de la qualité, à l'instar des AOP, AOC et autres IGP fromagères. En décembre 2021, le Conseil régional d'Occitanie est d'ailleurs monté au créneau arguant, lors d'une délibération, que le classement de A à E, fondé sur une consommation de 100 g de produit, ne tient compte que partiellement de la composition des aliments consommés (matières grasses, sucres, sel, protéines) sans se soucier de la présence d'additifs et des procédés de fabrication et de transformation. La Région estime qu'une



Dans sa version actuelle, le Nutri-Score n'accorde que des D et des E aux AOP fromagères.

« concurrence » déloyale se crée car, « si des produits transformés, mal classés comme des sodas ou autres symboles de la malbouffe peuvent à coups d'artifices, d'additifs et autres édulcorants ou conservateurs, modifier à leur guise leurs procédés de fabrication et obtenir ainsi une meilleure notation, ce n'est pas le cas pour tous nos produits régionaux ». L'assemblée plénière de la Région Occitanie a donc adopté une nouvelle délibération afin d'exempter certains produits du Nutri-Score, comme le roquefort.

En Auvergne, où l'on ne compte pas moins de cinq AOP (bleu d'auvergne, fourme d'ambert, saint-nectaire, salers et cantal), Philippe Lorrain, qui préside l'Association des fromages AOP d'Auvergne, s'est ému auprès de France 3 Auvergne-Rhône-Alpes : « Le Nutri-Score inquiète les AOP d'Auvergne. On en parle dans les organismes de gestion. Les fromages sont classés systématiquement en D ou en E, comme pour les bleus. Cela pose énormément de problèmes à la profession. Le fromage est un produit qui a obligatoirement de la matière grasse et du sel, donc il est automatiquement classé dans le bas du tableau. Pour nous, cela ne peut pas le faire. »

« DES CONSÉQUENCES SUR NOS VENTES »

Philippe Lorrain n'est pas le seul à se pencher sur le sort qui attend les bleus de France et de Navarre. Le Conseil régional d'Occitanie cite l'exemple de la plus vieille AOP de France : le roquefort, pour lequel ce label a été obtenu en 1925. « Le cahier des charges du roquefort, par exemple, prend en compte à la fois la sécurité alimentaire du consommateur et le plaisir sans cesse renouvelé qu'aura celui-ci à déguster un produit de qualité. Or, en attribuant un E sur fond rouge à ce fromage, le dispositif Nutri-Score fait passer le roquefort, aux yeux du consommateur, pour un produit potentiellement dangereux pour la santé et peu favorable sur le plan nutritionnel », déplore le Conseil régional d'Occitanie. Si d'aventure le Nutri-Score parvient à s'ériger en un repère que les consommateurs suivront aveuglément, les produits de nos

Le Nutri Perso bouscule le Nutri-Score



En complément du Nutri-Score, l'application indépendante myLabel a développé, avec les ingénieurs de l'INC (Institut de chimie rattaché au CNRS) et les experts du CRÉDOC, un score nutritionnel personnalisé qui tient compte de la portion moyenne consommée selon son sexe et son âge. « Un adulte ne mange pas une tablette de chocolat entière mais plutôt quelques carrés. Une tablette de 100 g avec un Nutri-Score défavorable peut ainsi obtenir un score nutritionnel favorable une fois adapté à la portion réellement consommée », expliquent les créateurs de Nutri Perso. « C'est l'inverse pour certains jus et sodas : ils sont nombreux à obtenir un Nutri-Score B ou C pour 100 ml, alors qu'un enfant, par exemple, en boit en moyenne trois fois plus. » Le score nutritionnel, une fois personnalisé, pourra alors devenir défavorable pour ces boissons. L'objectif ? Donner au consommateur une indication nutritionnelle qui tienne compte de trois paramètres : son sexe, son âge et la portion moyenne consommée par les Français. Ce nouveau score personnalisé de 0 à 100 est identifiable grâce à un pictogramme de cinq couleurs en scannant les produits avec l'application myLabel. Il est calculé sur plus de 400 000 produits.

terroirs pourraient pâtir d'une désaffection du public. « Que deviendront alors nos productions sous appellation d'origine ? Et, dans nos territoires, qu'advendra-t-il de nos éleveurs, de nos producteurs, de nos paysages, de nos emplois et de la vitalité générés par ses filières de qualité reconnues ? », s'interroge la Région Occitanie.

De son côté, le président de l'Association des fromages AOP d'Auvergne redoute déjà des ventes en berne. « Cela peut avoir des conséquences pour nos ventes, justifie-t-il. Tous les consommateurs qui vont acheter en se basant sur le Nutri-Score ne vont plus consommer aucun produit du terroir. Ils vont avoir tendance à ne consommer que des produits industriels, c'est exactement l'opposé de ce que veut faire le Nutri-Score. Il ne met en avant comme composants que le sel, le sucre et les matières grasses et ils seraient mauvais pour la santé. On redoute des baisses de vente, des dépôts de bilan et des

risques de difficultés économiques. » Chez l'ensemble des acteurs des différentes filières sous le signe de la qualité, on ne démord pas.

Ainsi, Sébastien Ramade, président de l'interprofession AOP saint-nectaire et administrateur au CNAOL, Conseil national des appellations d'origine laitière, est aussi vent debout contre le Nutri-Score : « On a interpellé sur ce sujet le ministre de l'Agriculture lors du Sommet de l'élevage. Selon le Nutri-Score, on nous dit que nos produits sont mauvais pour la santé et on est surpris de recevoir cette note-là, alors que ce sont des produits qui sont très peu transformés, qui sont naturels, avec des recettes ancestrales. Avec nos AOP, on ne peut pas changer le cahier des charges pour rentrer dans le cadre du Nutri-Score ». Dans la foulée, le ministre de l'Agriculture Julien Denormandie a appelé à revoir la méthodologie du Nutri-Score, pour ne pas pénaliser, entre autres, les produits de montagne. **M. R.**

La fraîche découpe : l'atout fraîcheur !

Issue de végétaux crus prêts à l'emploi, la fraîche découpe est préparée sur le point de vente ou dans un laboratoire. Elle facilite la vie de plus en plus de consommateurs.

Découpés en bâtonnets, en cubes, hachés, taillés en julienne, ou en brunoise, les fruits et légumes issus de la fraîche découpe séduisent de plus en plus les consommateurs, des clients avides de gagner du temps dans la préparation de leurs repas, la découpe de fruits et légumes étant jugée chronophage. Préparés à la main et conditionnés en barquettes, ces produits relèvent de la quatrième gamme apparue dans les années 1980, avec les salades en sachet. S'il n'existe pas de texte réglementaire, le CTIFL (Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes) propose une définition : « *La fraîche découpe est issue de végétaux crus prêts à l'emploi. On l'appelle ainsi car elle est préparée sur le point de vente directement ou dans un laboratoire déporté (chez les grossistes ou un laboratoire regroupant plusieurs magasins)* », explique Maximilien Montalbano, en charge de la fraîche découpe au CTIFL. « *Le principe est fondé sur la préparation de barquettes tous les jours car il n'y a pas de stock "tampon". C'est la promesse d'un produit ultra-frais et de fabrication continue au jour le jour. Les produits sont ainsi prêts à consommer. La seule étape qui peut être laissée au consommateur est celle de la cuisson pour des produits vendus prêts à cuisiner (ratatouille, mélange soupe, légumes pour pot-au-feu...)*. Cette tendance de consommation a commencé à se développer dans les années 2000. »

Leur particularité porte sur une DLC (date limite de consommation) très courte. Outre le gain de temps, ces produits séduisent par leur facilité d'usage en cuisine et leur côté naturel et sain. Née chez les primeurs, la fraîche découpe attire un acheteur sur cinq aujourd'hui et les grandes surfaces ne s'y sont pas trompées. Si certains ont fait appel à des concepts spécifiques, d'autres sont conquis par l'offre de sociétés spécialisées pour fournir des volumes suffisamment conséquents. Chez les grossistes, les exemples fleurissent, à l'image d'Estivin, un grossiste en fruits et légumes installé près de Tours avec la marque Fraîch'envie. « *Nous avons commencé cette activité en 2006*



Un atelier de fraîche découpe nécessite de suivre des règles d'hygiène et d'organisation du travail pour garantir la sécurité sanitaire du consommateur.

avec un tout petit atelier qui s'est par la suite industrialisé », se rappelle Philippe Bertin en charge du pôle fraîche découpe à la marque Fraîch'envie. « *Le but était de diversifier notre offre grâce à un partenariat avec Auchan en région. C'est avant tout une histoire d'hommes. Notre gamme se compose de fruits découpés, type ananas, notre plus grande offre, suivie par la noix de coco, la mangue et des quartiers d'oranges et de kiwis et des salades de fruits. La gamme légumes compte de multiples références comme la betterave, le concombre, la tomate, les choux, les poireaux et les carottes notamment. Au départ, notre gamme était destinée à la restauration hors foyer et aux traiteurs puis nous avons élargi à la grande distribution.* » La gamme est présentée avec une DLC

courte de cinq jours et les livraisons se font en A pour A, voire B. L'investissement a représenté 1,5 M€ pour la découpe de 2,5 tonnes de fruits et légumes et l'obtention de 1,5 tonne de produits finis.

Chez Frutas Sanchez sur le marché de Lyon Corbas, une entité séparée a été créée avec un atelier de fraîche découpe de 500 m², sous le nom de Qualicoupe avec une marque dédiée « Vert Framboise ». La gamme se compose de fruits, légumes et snacking, et est proposée cinq jours sur sept, grâce à 15 salariés. « *Notre objectif, depuis la création de notre atelier de fraîche découpe il y a trois ans, était de valoriser encore davantage nos produits de première gamme et surtout expliquer au consommateur final les valeurs de chacun de nos produits, explique*

« La Saveur d'Abord » : Monloup réinstalle son atelier de fraîche découpe à Rungis

Depuis le 1^{er} janvier 2022, l'atelier La Saveur d'Abord faisant partie du groupe Monloup vient de retrouver ses marques à Rungis après deux années passées à Orly. Sont ainsi rassemblés, en un même entrepôt de 3 000 m², Monloup et La Saveur d'Abord, atelier de fraîche découpe. Le but ? Proposer une large gamme de fruits et légumes de qualité fraîchement découpés et préparés pour s'adapter aux nouvelles tendances de consommation, de préparation des repas plus rapides avec des produits sains et équilibrés. La gamme compte à ce jour 40 références réparties selon les saisons en fruits comme en légumes. Ses clients sont la grande distribution régionale, la livraison en ligne dans Paris. « Nous sommes heureux de revenir à Rungis, après quelques années à Orly. Cette nouvelle implantation au cœur de Rungis va nous permettre d'être plus proches de nos clients, comme les primeurs, en proposant des produits à façon », explique Linda Brottes, responsable marketing chez Monloup. L'atelier ouvert 7 jours sur 7 confectionne jusqu'à 1,5 million de



barquettes de 250 g par an, avec une DLC courte de 5 jours. Il livre ses clients en A pour B. Pour répondre à la demande croissante, l'entreprise La Saveur d'Abord compte quelque 30 salariés permanents et réalise un chiffre d'affaires de 3,2 M€.

Manon Peloux, codirigeante chez Qualicoupe avec son frère. *Leurs clients sont majoritairement des primeurs, la grande distribution régionale et les traiteurs de la région Rhône-Alpes.* » Installé au cœur du marché de gros, Qualicoupe réalise un chiffre d'affaires de 1 M€ annuel. « Nous avons une belle expansion en particulier à Noël avec des ventes progressant de 30 % sur un an. Seul handicap, la difficulté de la main-d'œuvre. Nous souhaitons embaucher pour développer encore nos ventes, mais la main-d'œuvre est rare », se désole Manon Peloux.

Une réflexion sur les emballages est en cours chez l'ensemble des spécialistes. L'enjeu est de taille, sans transparence, difficile de montrer le côté sain et frais des produits. Le verre aurait pu être une solution, mais la consigne n'étant pas encore appliquée chez les distributeurs, l'idée peine à s'installer. Le PLA (bioplastique en amidon) serait à un prix exorbitant. Pour d'autres, le polyéthylène téréphthalate ou PET, 100 % recyclable, serait ainsi la meilleure solution. En tous les cas, l'emballage est sur la table des ateliers spécialisés en fraîche découpe.

COMMENT S'Y PRENDRE POUR CRÉER UN ATELIER DE FRAÎCHE DÉCOUPE ?

Pour installer une offre de fruits et légumes préparés, il est nécessaire de suivre des règles d'hygiène et d'organisation du travail pour garantir la sécurité du consommateur. Celles-ci

dépendent de directives européennes 178/2002 et 852/2004 qui font partie du socle du Paquet hygiène. Un atelier de fraîche découpe se caractérise par son installation. Celle-ci doit se dérouler en marche en avant. « Le principe de la marche en avant ainsi que de l'HACCP [Système d'analyse des risques et de maîtrise des points critiques, NDLR] doit servir de socle à la conception et au fonctionnement de l'atelier. L'objectif de la marche en avant est de garantir la sécurité du consommateur en lui proposant un produit sain et sans danger pour sa santé. Ce principe repose sur les bonnes pratiques de préparation à mettre en place dès la réception des matières premières. Ainsi, les produits doivent cheminer dans l'atelier de préparation en ne faisant jamais de retour en arrière. Cette règle est exigée par la réglementation sur l'hygiène et la sécurité des aliments (Paquet hygiène) qui permet d'éviter de souiller les produits qui sont prêts à être conditionnés, c'est-à-dire des produits propres », explique Benoît Dufresne à la direction Valorisation et Transfert au CTIFL.

Il existe deux types de marches en avant :

• La marche en avant spatiale

Liée à la conception et l'organisation de l'atelier afin de séparer les emplacements des produits finis de ceux des produits souillés et des déchets. L'agencement peut être complété par la mise en place de séparations physiques (cloisons), afin d'isoler certaines étapes. Le but est de minimiser le risque de

contamination entre des zones souillées et des zones propres.

• La marche en avant temporelle

Si l'espace disponible ne permet pas la mise en place spatiale, la marche en avant peut se faire de manière temporelle. Dans ce cas, les étapes de préparation peuvent se faire dans le même lieu sur le même plan de travail, mais elles doivent être séparées dans le temps.

Le personnel doit alors faire preuve d'une vigilance particulière. D'une part, les déchets doivent être éliminés entre deux étapes de préparation et, d'autre part, des opérations de nettoyage et désinfection des mains et zones de travail devront impérativement être conduites entre les étapes afin de limiter au maximum les risques de contamination des produits.

Le professionnel doit également définir une date limite de consommation (DLC) qui sera apposée sur l'emballage afin de garantir la sécurité du consommateur. La DLC est directement influencée par la qualité de la matière première (maturité et fraîcheur), mais aussi les méthodes de travail mises en œuvre dans l'entreprise (respect des bonnes pratiques d'hygiène, maintien de la chaîne du froid...) Pour autant, la détermination de la DLC du produit est sous la responsabilité du fabricant. L'étiquetage de la DLC est obligatoire sur l'emballage en cas de conditionnement à l'avance.

Anne-Solveig Aschehoug



Des moyens adaptés au transport durable à Rungis

La croissance rapide des motorisations « propres » (électrique, GNC, BioGNV, hydrogène, etc.) soulève la question de l'adaptation des équipements disponibles sur le Marché de Rungis. Une étude réalisée à la demande de la direction RSE et Innovation a permis d'évaluer les besoins.

Quels seront les besoins des opérateurs et usagers du Marché de Rungis en matière de ravitaillement de leurs véhicules bas carbone d'ici à 2025 et 2030? Et quels outils doivent être mis à leur disposition pour répondre à ces futurs besoins? Telles sont les principales questions auxquelles le cabinet Interface Transport avait été invité à répondre en 2021 à la demande de la direction RSE et Innovation du Marché de Rungis. L'étude, remise en début d'année, doit permettre à l'autorité du Marché d'adapter les infrastructures dédiées aux nouveaux modes de motorisation « propres » (électrique, gaz naturel comprimé ou GNC, bioGNV, hydrogène, etc.). « Pour évaluer les besoins, nous nous sommes

appuyés sur un certain nombre d'indicateurs », a expliqué Jean-Baptiste Thébaud, directeur d'étude du cabinet Interface Transports, lors de la restitution de cette étude aux entreprises du Marché, le 13 janvier dernier. « Nous avons pris en compte les flux de véhicules qui circulent sur le Marché tous les jours dont le nombre et la nature sont recensés aux barrières d'entrée en fonction de leurs silhouettes; les estimations de la littérature sur la part des véhicules susceptibles de passer du diesel à des énergies alternatives d'ici 2025-2030; la proportion des usagers faisant le plein ou rechargeant leur véhicule sur le Marché; et, enfin, la quantité de carburant ou équivalent consommée par usager », a poursuivi le spécialiste du transport. Autant d'éléments qui ont permis aux experts

d'évaluer la demande potentielle aux horizons 2025 et 2030 et d'en déduire des recommandations sur le nombre de stations ou de bornes nécessaires.

Quelques tendances se dégagent clairement en matière de transition énergétique des véhicules, selon le cabinet. « Les immatriculations de véhicules connaissent une baisse qui s'est accélérée récemment », constate Jean-Baptiste Thébaud. « Le phénomène est spectaculaire en matière de véhicules de tourisme, de plus en plus net chez les utilitaires, mais tarde encore à affecter le secteur des poids lourds ». Tous les constructeurs sont à la recherche de solutions de substitution au diesel, notamment en France, en raison des réglementations de type ZFE [zones à faibles émissions métropolitaines,

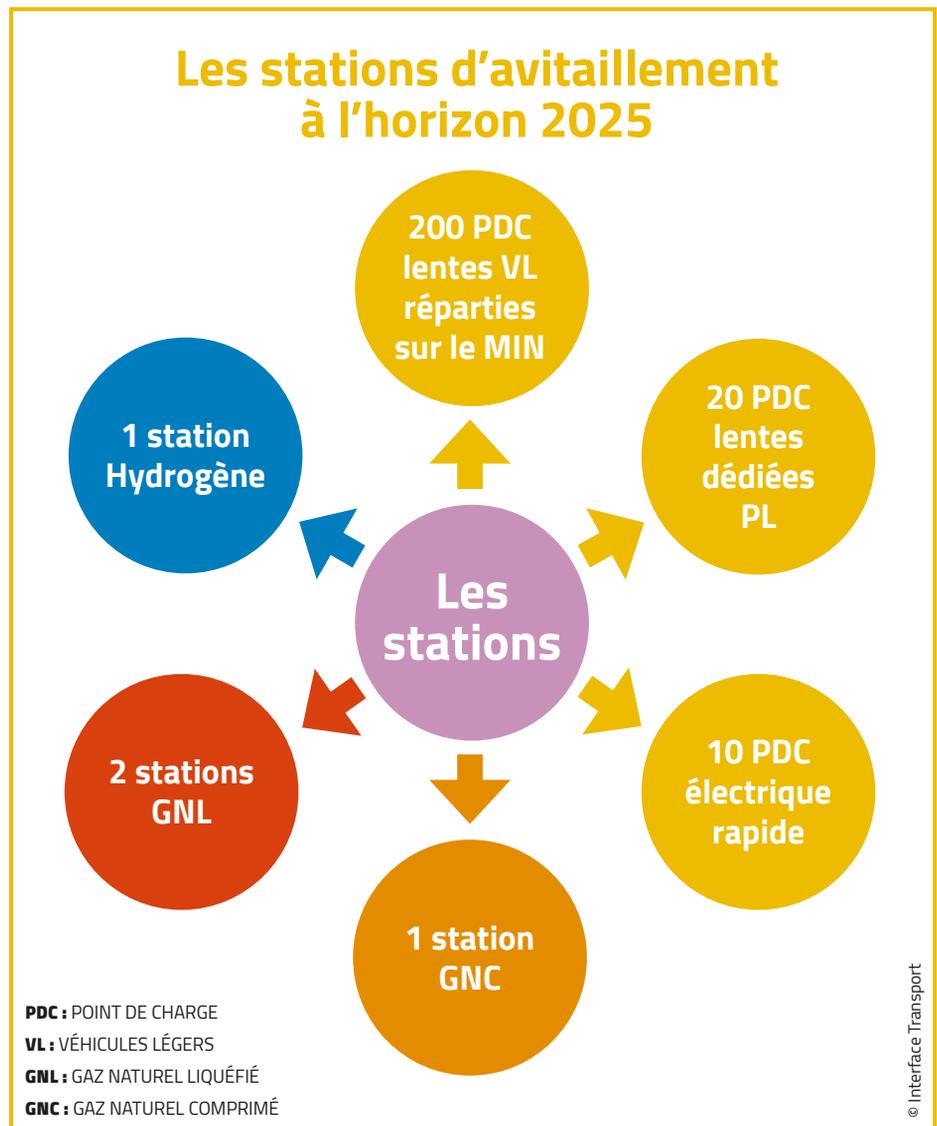
NDLR] mais aussi des pénalités infligées aux constructeurs en raison des émissions de CO₂ induites par leur activité.

Le désamour pour le diesel est l'un des moteurs du développement de l'électrique sur marché de l'utilitaire. « *Le basculement vers l'électrique est flagrant dans cette catégorie, en particulier dans la catégorie des grands fourgons mono-corps de type Sprinter* », constate Jean-Baptiste Thébaud. Le nombre d'immatriculations électriques est encore marginal dans le secteur des poids lourds, mais ne demande qu'à s'accroître. « *Il est frappant de constater que sept constructeurs en France disposent d'une offre, même si elle est confidentielle* », poursuit-il.

L'époque de transition actuelle est cependant encore pleine d'incertitudes, reconnaît le directeur d'étude. Dans le transport de longue distance, une période de coexistence et de compétition se profile « *au moins à court terme* » entre les énergies alternatives (Diesel, GNL, B100, carburants synthétiques). « *Deux facteurs clés pèseront dans la compétition, l'autonomie de véhicules et le maillage en stations du territoire* », poursuit l'auteur de l'étude. Quant à l'hydrogène, son développement a certes été accéléré par un soutien fort des pouvoirs publics, « *mais la projection de l'évolution est compliquée, compte tenu de la rapidité de l'émergence* ». On en saura un peu plus, selon Jean-Baptiste Thébaud, avec l'arrivée des offres d'utilitaires en première monte en 2022, comme le Peugeot e-Expert Hydrogen.

VERS PLUS DE CHARGE LENTE ET L'INTRODUCTION DE CHARGES RAPIDES

En attendant, c'est dans l'électrique que le renforcement des équipements d'avitaillement s'avère le plus nécessaire pour couvrir la hausse des besoins d'ici 2030. Précurseur dans ce domaine, le marché dispose aujourd'hui de 42 prises de recharge électrique (hors bornes privées) réparties sur 10 sites. « *C'est une énergie nécessaire pour couvrir tous les besoins, à commencer par ceux des salariés et visiteurs en voiture individuelle. Son usage est en croissance très rapide sur les utilitaires et émerge sur celui des poids lourds* », indique Jean-Baptiste Thébaud. Interface Transport estime que les équipements doivent être dimensionnés pour répondre à la charge quotidienne de 200 voitures de tourisme, 300 utilitaires et 30 poids lourds. Le cabinet recommande l'implantation de 200 points en charge lente pour véhicules légers et utilitaires (implantations sur parking), de 20 points en charge lente pour poids lourds (PL) et de 10 points en charge rapide VUL/PL. « *La charge lente présente un double avantage : le coût de l'installation est moindre, ainsi que le*



besoin en puissance », commente Jean-Baptiste Thébaud, qui estime qu'un grand nombre de véhicules restant sur le marché se suffiraient de cette formule. Quant à la charge rapide ou ultra-rapide aujourd'hui confidentielle [peu de véhicules compatibles et à peine un millier de bornes en France, NDLR], elle devrait se développer, en particulier sur les gammes poids lourds. « *C'est une solution potentiellement intéressante pour les gros-porteurs fréquentant le MIN et qui ne sont pas destinés à y stationner* », estime le cabinet.

Pour répondre à ces besoins nouveaux, la Semmaris va lancer au premier trimestre 2022 une concession de terrain ou de service en lien avec un opérateur « *qui aura la possibilité de déployer davantage de bornes si le besoin s'en fait sentir* », a indiqué Pauline Jacquemard, la directrice RSE et Innovation du Marché de Rungis, à l'issue de la présentation. « *L'objectif, c'est que le concessionnaire réalise des investissements en fonction des besoins des opérateurs* »,

a-t-elle poursuivi. Autre besoin en croissance identifié par le cabinet : celui du GNL, en particulier pour les ensembles tracteurs et semi-remorques des transporteurs extérieurs. Tandis que la capacité de la station Engie actuelle est de 3000 tonnes annuelles, la demande pourrait s'élever, d'ici 2030, de 5 500 à 6 000 tonnes, ce qui nécessiterait l'ouverture d'une deuxième station. « *L'investissement dans une seconde station sera à conditionner par les chiffres de fréquentation de la première* », a-t-il tempéré. Concernant le gaz naturel comprimé, la station actuelle, située à l'est du Marché, est sous-utilisée et peut donc supporter davantage d'utilisateurs. Enfin, concernant l'hydrogène, le développement devrait rester encore limité (environ 10 tonnes annuelles), et la station actuelle permettra de répondre aux besoins dans les années à venir. C'est également le cas de la station azote sur le Marché, destinée à alimenter la production alternative de froid de certains véhicules.

Bruno Carlhian



La puissance de 100 kW n'est disponible qu'en mode Power. En mode Normal, le plus utilisé, elle est de 80 kW.

Peugeot

Le e-Partner, électrique et convaincant

Le Peugeot e-Partner est la déclinaison électrique de la fourgonnette du même nom. Il en reprend l'essentiel des caractéristiques et reste tout aussi convaincant.

Le Peugeot e-Partner n'est pas une nouveauté : il est la version électrifiée du petit fourgon lancé voici trois ans. Il reprend strictement les déclinaisons et les cotes des thermiques. Il est donc proposé en version standard, d'une longueur de 4,40 m, et rallongée à 4,75 m. Côté capacités utilitaires, il est comme les thermiques, à l'exception de la charge utile. Elle est de 800 kg sur les modèles standards contre 1000 kg sur les thermiques équivalents. Le volume de chargement est de 3,3 m³ et peut passer à 3,8 m³ avec l'option Multiflex comprenant la cloison pivotante et le siège passager rabattable.

Le e-Partner est doté d'un moteur électrique de 100 kW, soit environ 136 chevaux, développant un couple maxi de 260 Nm. Concernant l'alimentation en électricité, deux types de chargeurs embarqués sont disponibles. Le premier, livré de série, est un chargeur monophasé de 7,4 kW ; le second, en option, est un chargeur triphasé de 11 kW. Sur une prise domestique classique, le temps de charge complet est de 31 heures en 8 A et 15 heures en 16 A. À partir d'une Wall Box 7,4 kW, la charge complète se fait en un peu plus de sept heures avec le chargeur embarqué monophasé (7,4 kW) et en cinq heures avec une Wall Box 11 kW avec le chargeur embarqué triphasé. Enfin, à partir un chargeur rapide, 80 % de la charge est atteinte en 30 minutes.

Sur la route, pas de surprises. Un moteur électrique fonctionne toujours très bien et les performances sont bien

agréables. La montée en puissance est très linéaire et les accélérations sont bluffantes. Le Peugeot est à l'aise dans toutes les conditions de circulation, et la facilité de conduite de cet électrique en est même déconcertante. Tout est souplesse et fluidité.

Autre atout de ce e-Partner, sa grande stabilité. Les batteries étant installées sous le plancher, le centre de gravité est abaissé et le comportement routier en tire les bénéfices. Collé à la route, le e-Partner procure une impression de sécurité assez grande. Sentiment renforcé par un freinage efficace, puisque le e-Partner est équipé de quatre freins à disques.

Le e-Partner dispose de trois modes de conduite, Power, Normal et Eco. La puissance et le couple maximum ne sont accessibles qu'en mode Power. En mode Normal, la puissance est de 80 kW et le couple est de 210 Nm. En mode Eco, la puissance n'est plus que de 60 kW pour un couple de 190 Nm. Ces trois modes de conduite sont activables à partir d'une commande située sur la console centrale. Juste à côté, le levier de vitesse façon boîte automatique et un petit bouton « B » qui permet d'accentuer la régénération au lever de pied. Il permet de ralentir le véhicule sans avoir à freiner, à l'approche d'un rond-point par exemple ou dans une descente.

Le Peugeot e-Partner standard est accessible à partir de 30 600 € HT en finition Pro et à partir de 31 350 € HT en finition Premium.

Richard Pizzol

★ POINTS FORTS

À partir de 30 600 € HT

275 km d'autonomie

800 kg de charge utile

Ford

Le E-Transit à pleine puissance

Le Ford E-Transit, le modèle électrique du grand fourgon de la marque, est équipé d'un moteur développant une puissance maximale de 198 kW, soit 269 chevaux. Du jamais vu sur un utilitaire !

Le Ford E-Transit devrait faire son apparition sur le marché avec le printemps, et ne fait pas les choses à moitié. Ce grand fourgon propulsion est équipé d'un moteur électrique développant une puissance maximale de 198 kW, ce qui représente tout de même 269 chevaux ! C'est du jamais vu sur un utilitaire, ni en électrique ni en thermique. Cette motorisation est surtout adaptée aux E-Transit lourds, c'est-à-dire aux deux modèles affichant 3,9 t et 4,25 t de PTAC [poids total autorisé en charge, NDLR]. Là, la puissance a un sens pour qui roule en charge. Sur un fourgon 3,5 t, cela peut paraître un peu



Le Ford E-Transit et ses 269 chevaux arriveront sur le marché français avec le printemps.

superflu. C'est pour cette raison que le E-Transit sera également proposé avec une motorisation plus raisonnable de 135 kW. Il est une autre particularité sur ce Ford E-Transit : le moteur électrique est installé à l'arrière, à hauteur de l'essieu. Outre que cela

apporte un poids supplémentaire sur l'arrière, et donc de la stabilité, cette implantation du moteur supprime l'arbre de transmission, et fait donc gagner un peu de poids à vide. Un léger inconvénient tout de même dû à cette implantation : le seuil de chargement est plus

haut que sur un Transit propulsion thermique.

Ce grand fourgon électrique est doté de batteries d'une capacité de 75 kWh apportant une autonomie annoncée à 317 km en cycle WLTP [normes européennes, NDLR]. Le Ford E-Transit propose à la fois une recharge en courant alternatif et une recharge rapide en courant continu. Le chargeur embarqué de 11,3 kW permet une recharge complète en un peu plus de huit heures. Avec un chargeur rapide sur courant continu, la batterie reprend de 15 à 80 % en un peu plus de 30 minutes.

Ce Ford E-Transit sera proposé en trois longueurs pour le fourgon, L2, L3 et L4, et deux (L2, L3) pour les cabines approfondies et châssis cabine. Avec les trois PTAC de 3,5 t, 3,9 t et 4,25 t, et les différentes hauteurs, cela représente 25 configurations possibles. Sur le 3,5 t, la charge utile est de 800 kg. **R. P.**

MAN

Le eTGE passe à la caisse



Le MAN eTGE enrichit sa gamme avec une caisse de 14,2 m³.

Comme le petit « e » accolé à son nom l'indique, le MAN eTGE est la déclinaison électrique du TGE de MAN, qui n'est autre que le Volkswagen Crafter rebadgé. Jusqu'alors, ce eTGE n'existait qu'en version fourgon. Il élargit aujourd'hui son offre en proposant une caisse apportant un volume de chargement de 14,2 m³. Une donnée obtenue grâce à une longueur de 3,28 m, une largeur de 2 m et une hauteur de 2,10 m. Quant à la hauteur de chargement, elle se situe à un peu plus d'un mètre et l'espace de chargement est facilement accessible grâce à un escalier escamotable à quatre niveaux, à l'arrière.

Les performances techniques du MAN eTGE restent inchangées avec ces nouvelles options de carrosserie. La capacité de la batterie est de 35,8 kWh. La puissance de la motorisation électrique est de 100 kW, soit environ 136 chevaux pour un couple de 290 Nm. De quoi être très à l'aise dans toutes les missions de livraisons urbaines. Selon la norme WLTP, l'autonomie est de 115 kilomètres, mais peut aller jusqu'à 120 ou 130 kilomètres dans les usages réels en ville, selon les conditions d'exploitation.

FONDS DE COMMERCE



BAR A VINS TAPAS CAVISTE PETITE RESTAURATION
Montpellier - 34 000 - Centre Historique
Très belle affaire sur la plus belle place de la ville
Emplacement n°1

Quartier en pleine expansion - Restauration, Hôtellerie, Pâtisserie
Haut de gamme - Entièrement rénové
Licence 3 / Pas de contrat brasseurs
Salle Bar Restauration / Espace de Ventes 65 m²
Terrasse 20 m² - possibilité d'avoir plus grand
Cuisine équipée 15 m² sans extraction à ce jour
Fermeture Hebdomadaire Dimanche /
Lundi et aussi Mardi 5 mois par an
CA HT 450 000€ Avant Covid
Loyer mensuel 2 700€
Bail signé en 06/2015

OBJET : CAVISTE / DEGUSTATION
BAR A VINS / PETITE RESTAURATION / EPICERIE FINE
Site internet / Page Facebook Fichiers Clients
[www : latelierdelacanourgue.fr](http://www.latelierdelacanourgue.fr)
Prix : 450 000 €

Apport minimum : 150 000€
Je reste à votre disposition si besoin.
Plus d'informations au 06.84.15.96.35
Mail : emmanuel.bray@hotmail.com



Vends boutique climatisée 130m² + chambre froide 130m²
Etampes 91150. Bail neuf. Pas de porte 50 000€.
Stationnement PL + Stationnement clientèle.
Tél : 06 77 87 24 50



Montlivault (41) Proche de Blois et du château de Chambord,
Monsieur HAY, Chef restaurateur doublement étoilé vend
son hôtel*** restaurant situé à Montlivault dans le Loir et
Cher, vous disposerez d'un outil de travail parfaitement
entretenu et disposant d'un matériel de cuisine d'excellente
qualité. L'établissement a été pensé par un architecte, vous
disposerez d'une belle salle de restaurant d'une capacité de
45 places assises ainsi que d'une salle de café/bar de
16 places assises. La partie hôtel est composée de 8
chambres doubles, et de 4 suites, répartis entre cet
établissement et «La maison d'à côté», restaurant étoilé se
situant dans la même rue. Vous pourrez profiter d'un jardin
potager à reprendre en location, et vous n'aurez aucun
employé à reprendre. La vente de ce fonds de commerce est
couplée à la vente de «La maison d'à côté», deuxième
restaurant tenu par monsieur Hay. Réf (9846).

Prix FAI TTC 548 600€ Négociable !
Tél 02 38 83 10 93



Montlivault (41) Proche de Blois et du château de Chambord,
Monsieur HAY, Chef restaurateur doublement étoilé vend
son restaurant situé à Montlivault dans le Loir et Cher, vous
disposerez d'un outil de travail parfaitement entretenu et
disposent d'un matériel de cuisine d'excellente qualité. Ce
restaurant gastronomique comprend 2 salles de
restauration, dont une donnant vu sur la cuisine!
Vos employés profiteront de 2 chambres de fonction ainsi
qu'un sanitaire commun.

L'établissement a entièrement été pensé par un architecte,
donnant un décor léché et contemporain.

Possibilité de reprendre le jardin potager attenant en
location. La licence IV reste dans l'affaire et vous n'aurez
aucun employé à reprendre. La vente de ce restaurant est
couplée à la vente du «Côté Bistro», hôtel*** restaurant situé
dans la même rue et appartenant à Monsieur Hay.

Prix FAI TTC 870 560€ Négociable
Tél 02 38 83 10 93



FONDS DE COMMERCE

À vendre Ormesson (94), sur lot 400m², restaurant brasserie 100m², 62 places assises, état entièrement neuf, très beau comptoir, grande cuisine équipée professionnelle avec matériel neuf, grande cave, extraction, climatisation, entre 50 et 60 couverts par jour, licence 4, 2 salariés, terrasse extérieure de 60m² environ, hangar derrière, jouissance avec le bail d'une maison mitoyenne de 45 m² environ + 2 pièces au-dessus du restaurant, CA 2017 : 260.000 euros, CA 2018, 238.000 euros, CA 2019 : 279.000 euros, prix : 185.000 euros F.A.I, possibilité acheter les murs. Contact . 06 79 05 77 42



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



À CÉDER
CAUSE RETRAITE
FONDS DE COMMERCE
- DOUBLE MARCHÉ
EN CRÈMERIE
COURBEVOIE (CHARRAS) :
- Jeudi matin
- Vendredi après-midi
- Dimanche matin

ARGENTEUIL
(LES COTEAUX)
- Mercredi matin
- Samedi matin
Tél pour plus de renseignements :
06 23 64 80 29

À CÉDER
CAUSE RETRAITE
CAMION MAGASIN
EN CRÈMERIE
Citroën Jumper -
Année 2005
6000 kms
Actuellement en activité
sur Courbevoie.
Tél pour plus de renseignements :
06 23 64 80 29



À CÉDER
Charenton Le Pont – marché du centre
étalage placé au cœur d'un marché de qualité
caractéristique : étalage de 10 mètres en bon état
jour de marché : mercredi & samedi.

Bezons – « le temps des cerises »
caractéristique : étalage de 9 mètres en bon état
jour de marche : jeudi & dimanche
contact : s.a.r.l. camiline
tél : 06 78 15 92 27 / 06 07 88 73 10



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

MA TRAÇABILITÉ C'EST ePack Hygiene !

Digitalisez votre boucherie avec ePack Hygiene pour tracer et identifier clairement vos pièces de viande et vos préparations.



HACCP DIGITALISÉE | TRAÇABILITÉ | AUTOCONTRÔLES | HYGIÈNE | ARCHIVAGE SÉCURISÉ



En +

inclus dans votre abonnement :

- ✓ Traçabilité de la viande de la réception jusqu'à la découpe
- ✓ Génération de N° de lots automatiques pour tracer les carcasses
- ✓ Traçabilité et étiquetage personnalisé de vos préparations
- ✓ Contrôle des caves de maturation

Flashez et découvrez
ePack Hygiene en vidéo :



Profitez d'une démonstration gratuite
dans votre établissement au :

02 29 62 64 40



e-pack
HYGIENE

N°1 de l'HACCP digitalisée

suivez-nous sur nos réseaux sociaux    