

DOSSIER
Le bilan
du Brexit

REPORTAGE
Les Pays de la Loire,
terre d'abondance

FOCUS
Lutter contre le
gaspillage alimentaire

RUNGIS

actualités

Depuis 1969

N° 783 – avril 2022 – 1,50 €



OUI, CHEF !

Patrick Gauthier
Restaurant La Madeleine

Une nuit
au Marché



La Pastourelle

ROQUEFORT



UN SAVOIR-FAIRE FROMAGER

et une qualité récompensés

AU CONCOURS GÉNÉRAL AGRICOLE
2022



Dossier
Commerce international:
Le Brexit, un an après

16



26

Oui, chef! Patrick Gauthier



30

Une table au Marché
Des restaurateurs plus
unis que jamais

32

Reportage
L'abondance des
Pays de la Loire

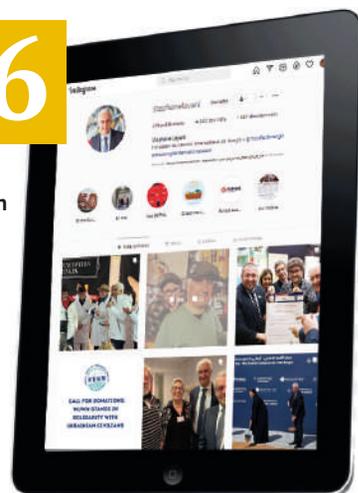


Focus
Potager de Marianne:
un outil contre le gaspillage
au cœur du Marché

44

46

Digital & innovation
Les réseaux sociaux tissent leur toile à Rungis



au sommaire

L'édito	Sur le vif	Ensemble	Tendances du marché	Véhicules utilitaires
5 de Jean-Michel Déhais	6 Actualités 12 Instantanés 14 Toulouse- Le Grand Marché 15 Nouvelles des marchés	22 Opérateur 23 Acheteur 24 Producteur 26 Oui, chef ! Patrick Gauthier 30 Une table au Marché Des restaurateurs plus unis que jamais	38 Produits de saison • Le trou du cru • La langoustine • Le mangoustan 42 Conso Le reblochon 43 Nouveaux produits	48 • Proace City: la fourgonnette de Toyota devient Electric • Volkswagen: ID Buzz, le Combi devient électrique • Fiat Professional: le retour du Scudo
	Dossier 16 Commerce international: le Brexit, un an après	Reportage 32 L'abondance des Pays de la Loire	46 Digital & innovation Les réseaux sociaux tissent leur toile à Rungis	Petites annonces 50 Fonds de commerce 51 Immobilier PAP Demandes et offre d'emploi

LA BUVETTE

L'ÉTAPE INCONTOURNABLE



EUROMAG
VÉHICULES MAGASINS



LA BUVETTE
L'ÉTAPE INCONTOURNABLE

Compact
&
tout-en-un !

Pour tous
vos événements

ÉVÉNEMENTS

Sportifs, culturels, festifs, commerciaux...

DÉGUSTATIONS

Bar à vin, bar à bières, bar à tapas, bar à jus...

ÉVÉNEMENTIEL

Traiteur, street food, bar à huîtres...

DÉMONSTRATIONS PRODUITS

Lancements produits, fidélisation...

Zone Artisanale Le Roule

42 360 PANISSIÈRES

+33 (0)4 77 28 65 33

WWW.LA-BUVETTE.EU



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

RÉDACTION

Directeur de la publication
et de la rédaction:

Nelson Burton

Directeur adjoint
de la rédaction:

Jean-Michel Déhais

Rédacteur en chef adjoint:

Mickaël Rolland

Rédacteurs en chef délégués:

Bruno Carlhian, Olivier Masbou

Secrétaire de rédaction:

Martine Favier

Création maquette:

Stanislas Chevara

Rédacteur graphiste:

Richard El Mestiri

Ont collaboré à ce numéro:

Jérémy Denoyer

Francis Duriez

Florence Jacquemoud

Richard Pizzol

Photo de couverture:

©Mickaël Rolland

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:

ILD-Imprimerie Léonce-Deprez

ZAC Artois Pôle

Allée de Belgique

62128 Wancourt

Tél.: 33 (0)3 21 52 96 20

Certifié PEFC 70 %

N° COC: BVC/CDC/1969087

Rungis Actualités décline toute

responsabilité pour les

documents qui lui sont envoyés.

Les manuscrits non insérés ne

sont pas rendus. Infographies:

tous droits réservés

Copyright: *Rungis Actualités*.



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

Le bénéfice isolationniste, loin d'être évident

Les Britanniques n'ont peut-être pas fait une très bonne affaire en s'écartant de l'Union européenne, au début de 2021. Certes, la croissance a bien rebondi l'année passée outre-Manche, mais ce bon chiffre intervenait après le plongeon historique de 2020. Déjà, les prévisions pour 2022 ont déjà été sérieusement revues à la baisse. Sur le plan de l'alimentation, ce pays a déjà été étroitement dépendant de l'UE et on doute fortement que le rétablissement de frontières suffira à amener nos voisins du Royaume-Uni sur le chemin de l'autosuffisance alimentaire. D'ailleurs, l'automne dernier, le pays a traversé une période de pénuries alimentaires. Les enseignes comme Sainsbury's ou Tesco en sont même venues à dissimuler leurs rayons vides derrière des photos d'aliments. Bien sûr, cette réalité ne reflète pas la situation générale de l'économie britannique, mais il faut reconnaître que le

bénéfice de cet isolationnisme ne saute pas aux yeux. De leur côté, les opérateurs de l'UE se sont organisés et adaptés en limitant parfois leurs échanges avec la Grande-Bretagne ou en trouvant de nouvelles sources d'approvisionnement plus pratiques. Les plus pénalisés, les pêcheurs français et leurs collègues des pays du nord de l'Europe, voient leurs accès aux eaux anglaises se restreindre. Mais pour autant la situation ne profite pas aux chalutiers britanniques dont les opérateurs ont de plus en plus de mal à exporter leurs captures. À terme, le Royaume-Uni pourrait voir sa position dans le commerce international régresser et ce n'est pas le traité de libre-échange que cet État vient de signer avec la lointaine Nouvelle-Zélande qui va compenser cette perte d'influence. Il n'est jamais souhaitable d'entraver la liberté du commerce en lui imposant des freins inutiles.

L'image du mois



Pour sa première cérémonie de remise des étoiles hors de Paris, le « Guide Michelin » a réuni quelque 200 chefs au théâtre L'Avant-Scène à Cognac (16) le 22 mars 2022. Ils ont pu assister au sacre d'Arnaud Donckele, qui décroche trois étoiles d'un coup pour son restaurant Plénitude, installé depuis septembre 2021 au premier étage du nouvel hôtel Cheval Blanc à Paris, dans le 1^{er} arrondissement, propriété du milliardaire français Bernard Arnault. Dimitri Droisneau, chef à la Villa Madie à Cassis (13), reçoit également les trois macarons. Au total, 627 restaurants ont été recensés, soit 11 de moins que l'année dernière.

L'ÉVÉNEMENT AU PAVILLON DE LA VOLAILLE

Un poulet d'exception aux couleurs de Rungis

En ce 15 mars au petit matin, le pavillon de la volaille a renoué avec les plus belles ambiances de l'avant-Covid! La raison? Le lancement, sous l'égide du syndicat de la volaille et du gibier, du premier produit destiné aux consommateurs arborant la marque « Rungis ».

L'heureux élu est un fier poulet jaune de 120 jours – une durée d'élevage record dans le secteur – issu d'une souche rustique à croissance lente, né, élevé et abattu en Normandie. « Nous avons à cœur de mettre en avant le travail de toute cette filière, mais aussi celui des professionnels de Rungis et d'en faire bénéficier nos principaux clients, les artisans volaillers et bouchers et les restaurateurs », a déclaré Gino Catena, le patron de BGL Avigros et président du syndicat des grossistes en volaille et d'Unigros. « Il s'agit d'un produit d'exception, emblématique de notre gastronomie. Ce sont des volailles entières que les chefs pourront intégralement travailler, des filets aux abats en passant par la carcasse pour faire leur fond de sauce, comme savent le faire nos chefs », a poursuivi Gino Catena sous l'œil approbateur d'Alain Fontaine, le président de l'Association française des maîtres restaurateurs, venu participer au lancement. « Ce lancement est une petite révolution, a enchaîné Stéphane Layani. C'est en effet la première fois que la marque Rungis, qui est un signe de qualité, va être apposée sur un produit. » Créée il y a 16 ans, la marque avait à l'origine



Le lancement officiel du premier produit arborant la marque Rungis a donné lieu à une grande animation avec prises de parole et dégustations.



pour but de faire rayonner le savoir-faire de l'infrastructure de Rungis à l'international, a expliqué le président du Marché de Rungis. « Mais lorsque Gino Catena m'a exposé son souhait de l'utiliser pour un produit, nous avons consulté nos services juridiques et décidé de conclure un accord sur un cahier des charges exigeant en matière de qualité, de durabilité et de bien-être animal et de nous engager pleinement dans cette démarche innovante », a-t-il souligné.

Devenu une véritable vedette médiatique, le « poulet de haute volée » ne devrait pas avoir de difficultés à trouver preneurs. Les volailles, commercialisées par quatre grossistes du pavillon, seront en effet proposées en quantité limitée. Le projet a été mené avec les Fermiers du Bocage, un groupement de fermiers normands affilié à AGRIAL. Les poulets sont élevés en plein air sur de faibles densités et sont abattus à La Mancellière-sur-Vire, dans la Manche.

EN CHIFFRES

C'est la première fois qu'un produit porte officiellement la marque Rungis, à la demande des professionnels du Marché.

120 jours de durée d'élevage pour le « poulet de Rungis », c'est moitié plus que les poulets Label et bio (81 jours)

3 000 volailles seulement seront commercialisées chaque semaine auprès des clients du pavillon de la volaille

4 grossistes sont partenaires de l'opération : BGL Avigros, Eurovolailles, LPN Volaille et Reilhe Martin

AGRICULTURE

Exposants et visiteurs au rendez-vous du « Salon des retrouvailles »

En 2020, le Salon avait dû fermer un jour plus tôt, et en 2021, il n'avait pas pu se tenir. Le 58^e Salon international de l'agriculture a fermé ses portes le 6 mars sur un bilan plus que positif. Plus de 500 000 visiteurs ruraux et citadins, sont venus à la rencontre des agriculteurs, des producteurs et des Régions de France. Tout le monde était manifestement heureux de se retrouver. « *En 13 ans de présidence du Salon international de l'agriculture, je n'ai jamais vu autant de gens heureux d'être là, d'arpenter les allées du Salon et d'échanger avec les agriculteurs et les exposants. Le goût des retrouvailles passe par les chemins agricoles c'est sûr !* » réagissait Jean-Luc Poulain, président du SIA. La foule était avide de rencontrer les agriculteurs et de discuter avec les exposants.

Les chiffres sont impressionnants. Rien que sur le premier week-end, l'association Pink Lady Europe a distribué 12 000 pommes sur son stand. L'espace de l'interprofession de la pomme de terre (CNIPT) a accueilli plus de 27 000 visiteurs. Chez l'interprofession des fruits et légumes (Interfel), les visiteurs se pressaient pour se faire photographier devant la Tour FL. Dans le Hall 1, les bars à lait ou à yaourt des produits laitiers étaient pris d'assaut. Et le



Fidèle au rendez-vous, la célèbre Tour FL sur le stand Interfel.

nombre de curieux était tout aussi nombreux autour des animations proposées par les inter-professions des viandes bovines et ovines (Interbev) et du porc (Inaporc). Dans le pavillon des régions, il ne fallait pas être pressé pour aller déguster un aligot sur le stand de l'Aveyron, une choucroute en Alsace ou des huîtres en Bretagne ou en Normandie. Quant au pavillon des Outre-Mer, il continue à avoir les faveurs d'un public avide d'exotisme, de senteurs et de couleurs variées, le tout accompagné d'un ti-punch toujours apprécié. Élection présidentielle oblige, le SIA a été également un moment très politique, marqué toutefois par la crise ukrainienne. De nombreux candidats ont déambulé dans le salon, inauguré le 26 février par le président de la République. « *Ce que nous sommes en train de vivre ne sera pas sans conséquences sur le monde agricole et les filières qui sont les vôtres* », a déclaré Emmanuel Macron en s'adressant aux agriculteurs. « *Je suis attaché à ce que vous représentez, à l'agriculture, à son sol, ses productions et ses valeurs. Nous en aurons besoin* », a-t-il conclu. La 59^e édition du Salon international de l'agriculture se tiendra du 25 février au 5 mars 2023.

DONS

Plus de 300 tonnes de produits frais offertes

L'association Solaal, qui facilite le don des agriculteurs vers les associations humanitaires, a organisé sa traditionnelle chaîne du don pendant le Salon international de l'agriculture. Elle a permis aux banques alimentaires de recevoir plus de six tonnes de produits frais, issus d'une vingtaine de donateurs. À cette occasion, plus de 300 personnes ont accepté de se passer les produits donnés,

de main en main. Pendant toute la durée du Salon, Solaal a également proposé le Challenge de la solidarité. Du 26 février au 6 mars, les exposants ainsi que les agriculteurs de toute la France étaient invités à donner des produits à destination des associations d'aide alimentaire. L'ensemble des dons et des promesses de dons qui ont été déclarés durant cette période en France a atteint

près de 300 tonnes de produits frais. Angélique Delahaye, présidente de Solaal, a annoncé la création d'un Observatoire national des dons agricoles pour avoir une vision globale de la générosité de la Ferme France. Le Marché international de Rungis, le Grand Marché MIN Toulouse Occitanie et la Fédération des marchés de gros de France sont membres de Solaal.



CONCOURS

L'élite des produits récompensée

Pendant quatre jours, du 26 février au 1^{er} mars, se sont déroulées les finales du Concours général agricole afin de révéler au grand public les meilleurs produits et vins médaillés de l'année. Sur 6 490 produits en compétition, 1 652 produits ont été médaillés : 606 médailles d'or, 685 médailles d'argent et 361 médailles de bronze. 7 807 vins étaient en compétition : 3 594 ont été médaillés : 1 540 médailles d'or, 1 425 médailles d'argent et 629 médailles de bronze.

ÉVÈNEMENT

Succès pour le Salon du fromage

La 17^e édition du Salon du fromage et des produits laitiers s'est tenue à Paris, à la porte de Versailles, du 27 février au 2 mars. Ce rendez-vous professionnel, parallèlement au Salon international de l'agriculture, a réuni 250 exposants (producteurs, affineurs, coopératives laitières, importateurs, grossistes...), parmi lesquels 38 % provenant de 13 pays. Quelque 7 700 visiteurs professionnels (crémiers fromagers, restaurateurs, distributeurs, grossistes, négociants, acheteurs GMS...) étaient présents, dont 18 % d'étrangers de 48 pays. Ces derniers venaient principalement d'Italie, d'Espagne, de Suisse, de Belgique, d'Allemagne et du Royaume-Uni. « Ces quatre jours de salon ont confirmé le fort dynamisme du secteur, à travers des exposants passionnés, un nombre croissant de produits nouveaux, des animations enrichissantes et un visitorat de plus en plus qualifié », a déclaré Chantal de Lamotte, directrice du Salon. Ce rendez-vous a accueilli la 3^e édition du concours « Un des meilleurs apprentis de France crémier fromager », organisé par la Fédération des fromagers de France, sous l'égide de la Société nationale des meilleurs ouvriers de France. Deux jeunes apprentis ont été distingués : Julie Victor, fromagerie des 5 à Paris et Charlie Poupion, Le Goût perdu à Carentan (Manche). Autre rendez-vous, le célèbre concours de la Lyre d'or, organisé par



© Sipaz/L. Meresse

l'Union des fromagers d'Île-de-France, qui récompense le savoir-faire dans la création d'un plateau de fromages. Étaient en lice 13 candidats crémiers fromagers de toute la France pour réaliser trois œuvres : un plateau d'aujourd'hui, un plateau de demain et une préparation fromagère. Trois prix ont été distribués : **Lyre d'or** à Nathalie Matignon, Les

Fromagers du Mont Royal à Montréjeau (Haute-Garonne) ; **Lyre d'argent** à Raphaël Dervaux, La Prairie Arras à Arras (Pas-de-Calais) ; **Lyre de bronze** à Julien Griffoul, La Fromagée Jean-Yves Bordier à Saint-Malo (Ille-et-Vilaine). La prochaine édition du Salon du fromage et des produits laitiers aura lieu du 25 au 28 février 2024.



Sébastien Lecornu, ministre des Outre-Mer recevant officiellement le rapport de la cheffe Babette de Rozières.

GASTRONOMIE

Un rapport sur les cuisines des outre-mer

La cheffe Babette de Rozières a été chargée d'une mission sur les cuisines des outre-mer par Sébastien Lecornu, ministre des Outre-Mer. Elle a rendu officiellement son rapport le 21 février dernier. Ce rapport dresse un état des lieux sur la situation des acteurs de la filière agroalimentaire ultramarine dans les neuf territoires.

Le ministre a manifesté un réel intérêt pour les patrimoines culinaires des outre-mer, vecteur important de l'économie. Ce secteur englobe le tourisme, la transmission des savoir-faire, la santé, l'éducation, la

formation, la culture, et pose les bases de réflexion pour la mise en œuvre d'une politique de soutien aux professionnels de la filière agroalimentaire des territoires d'outre-mer. « Cet inventaire de la cuisine des outre-mer, jusqu'ici jamais effectué, était nécessaire. Il constitue enfin une base qui pourra être enrichie, complétée, précisée. Il en souligne surtout la richesse. La cuisine des outre-mer s'illustre en effet par sa large diversité de saveurs, de couleurs, de singularités, d'histoires et d'influences », écrit Babette de Rozières en conclusion.

AVEC LA PROTECTION CIVILE

Ukraine : le Marché de Rungis se mobilise

La Semmaris a apporté son soutien à la Fédération nationale de protection civile, afin de mettre en place une véritable chaîne logistique du don à destination de l'Ukraine. À compter de la mi-mars, une dizaine de poids lourds ont pris la route chaque jour depuis le Marché de Rungis avec à leur bord plusieurs tonnes de marchandises collectées dans toute l'Île-de-France. La plateforme de Rungis s'est engagée à accueillir également des dons au-delà de l'Île-de-France, constituant la deuxième plateforme de collecte après celle de Strasbourg. En collaboration avec l'Association des maires de France, la Protection civile a lancé un vaste appel à solidarité pour récupérer des dons destinés à la population ukrainienne. Le Marché de Rungis met à disposition un bâtiment de 5 000 m² pour

stocker les marchandises avant qu'elles soient acheminées vers l'Ukraine. Chaque jour, des dizaines de bénévoles sont mobilisées sur le site. Ils réceptionnent, trient et reconditionnent les dons en provenance des communes de l'Île-de-France, mais aussi des grossistes du Marché de Rungis. « *Il y a quelques jours, un premier appel aux dons a été lancé au niveau européen via l'Union mondiale des marchés (WUWM) que j'ai l'honneur de présider. Nous nous mobilisons aujourd'hui au niveau local afin de contribuer à la chaîne de solidarité mise en place pour l'Ukraine et remercions chaleureusement la Protection civile pour son travail ainsi que les bénévoles qui se rendent chaque jour sur le Marché pour coordonner cette mobilisation* », s'est félicité Stéphane Layani, président du Marché de Rungis.



Le Marché de Rungis met à disposition un bâtiment de 5 000 m² pour stocker les marchandises.

TRANSPORT ET LOGISTIQUE

L'activité de Stef a rebondi en 2021

Les résultats annuels du leader européen des services de transport et de logistique sous température contrôlée pour l'alimentaire font état d'un chiffre d'affaires en hausse de 11,5 % à 3,5 Md€ en hausse et d'un résultat opérationnel de 154 M€, en progression de +32 %. « *En 2021, le groupe a amélioré sa performance économique dans tous ses pays et toutes ses activités, renouant ainsi avec les niveaux de 2019* », s'est félicité Stanislas Lemor, le P-DG de STEF. En France, « *le segment frais a connu un fort rebond avec un*

chiffre d'affaires en progression de +8 %, sous les effets conjugués de la reprise économique, de gains de parts de marché et de la bonne dynamique commerciale de nos clients », écrit le groupe dans un communiqué. Malgré les épisodes de confinement et de couvre-feu, « *les activités de restauration hors domicile et de produits de la mer ont retrouvé l'équilibre d'exploitation* », note également STEF. Dans un contexte géopolitique aux conséquences incertaines, le groupe dit « *rester vigilant pour l'année à venir* ».

La vie des entreprises

Fresh Afrika, start-up de la foodtech, incubée à Station F et Rungis & Co, propose des fruits et légumes tropicaux sourcés de manière juste dans des petites exploitations d'Afrique subsaharienne pratiquant une agriculture durable, et tracés de la graine à l'assiette via la blockchain. Alors que l'entreprise vient de fêter ses 1 an, les cofondatrices Katia Kuseke et Noëlla Ligan ont lancé un crowdfunding sur la plateforme Ulule. L'opération vise à améliorer les conditions de vie et de travail des producteurs en leur fournissant un équipement adapté et en les aidant à s'équiper d'appareils qui permettront de sauver, de transformer les « *fruits moches* » et de lancer le développement de leur application mobile.



TÉLÉVISION

La Fournée d'Augustine de Rungis sous l'œil de M6

Pierre Thilloux, de la Fournée d'Augustine, est apparu à la fin de février dans le cadre de « la Meilleure boulangerie de France » sur M6. L'émission a mis en vedette la boulangerie de Rungis, qui a la particularité d'accueillir des professionnels et de les livrer de 4 heures du matin à 15 heures. Le boulanger parisien a notamment raconté comment il était arrivé à Rungis en 2009 et qu'il était « *tombé amoureux* » du local de près de 1 000 m² où il officie aujourd'hui. La Fournée d'Augustine est l'unique boulangerie artisanale présente sur le Marché. Pierre Thilloux a déjà été récompensé au début des années 2000 au concours de la Meilleure baguette de tradition de la capitale.

ENVIRONNEMENT

La banane française soigne son bilan carbone

Depuis 2008 et le lancement du Plan banane durable, la filière banane de Guadeloupe et de Martinique (réunie au sein de l'UGPBAN) poursuit ses efforts en faveur d'une production agricole plus durable et d'une baisse de son empreinte environnementale. Les résultats sont encourageants : - 38 % pour les engrais ; - 75 % pour les pesticides et les émissions de gaz à effet de serre sont réduites de 14 %. La filière continue à travailler notamment sur la baisse des intrants, le développement des énergies renouvelables (éolien et photovoltaïque entre autres) ainsi que sur le développement de l'agroforesterie. L'UGPBAN travaille aussi sur le poste transport, les bananes venant des Antilles par bateau. Grâce à un partenariat avec le groupe CMA-CGM, la filière peut annoncer une baisse de son bilan carbone sur le transport maritime. Le groupe CMA-CGM a fait un effort

d'investissement dans les nouvelles énergies, comme le GNL (gaz naturel liquéfié) et le Bio-fioul. CMA CGM s'est fixé l'objectif Net Zéro Carbone d'ici à 2050. L'UGPBAN soigne aussi son bilan carbone pour le transport terrestre. Elle est, avec son réseau de mûrisseries Fruidor, la première entreprise de fruits et légumes engagée dans le programme Fret 21. Ce programme de l'ADEME a pour objectif d'encourager les grands groupes à réduire l'impact environnemental de leur transport routier (via la baisse des émissions de gaz à effet de serre). La filière banane des Antilles poursuit également le développement de sa production. Ses 550 producteurs ont pu mettre sur le marché 180 000 tonnes de bananes en 2020, 198 000 tonnes en 2021, l'objectif est d'atteindre les 210 000 tonnes en 2022. « *Le potentiel est là* », se félicite Pierre Monteux, directeur de l'UGPBAN.



ÉVÈNEMENTS

Rungis sous le signe de l'Année de la gastronomie

Deux événements se déroulant à Rungis ont été retenus par le réseau des chambres de commerce et d'industrie (CCI) pour bénéficier du label « Année de la gastronomie ». Le premier, « De la terre à l'assiette en passant par le marché », événement porté par la Rungis Académie, s'est déroulé sur deux jours, les 29 et 30 mars 2022. Ce parcours pédagogique ludique avait pour ambition de mettre en valeur un circuit alimentaire écoresponsable jusqu'à nos assiettes et d'apporter des réponses à la question : « Comment produire, consommer et cuisiner plus responsable ? » Le second événement labellisé aura lieu pour sa part en octobre prochain. Il s'agit des « Entretiens de Rungis », événement organisé par la Semmaris. La manifestation réunit depuis de nombreuses années tous les acteurs de l'amont et de l'aval et de la gastronomie : professionnels de l'alimentation, opérateurs du marché, grand public, entreprises de l'agroalimentaire et de la distribution, chefs cuisiniers, fournisseurs, start-up, associations, etc. La conférence d'une demi-journée portera cette année sur le thème du « Bien manger », et permettra de mettre en lumière des acteurs engagés contre le gaspillage alimentaire, pour la redistribution, la santé, la qualité des produits, l'accès à l'alimentation, la protection de l'environnement et l'inclusion.

Des Trophées pour les bistrots parisiens



Les premiers Trophées Pudlo des bistrots, auxquels le Marché de Rungis s'est

associé, seront désignés le 9 mai prochain. Cinq prix seront attribués sous l'égide du critique gastronomique Gilles Pudlowski avec le concours des différents partenaires : Trophées Pudlo Rungis du bistrot de l'année, Trophées Staub de la cheffe de l'année, Trophée art de vivre et tradition soutenu par l'association Bistrots et Cafés de France art de vivre et tradition, Trophée vignobles et signatures de la transmission de l'année et enfin Trophées Pudlo Région Île-de France du jeune talent de l'année. Dans un contexte marqué par la disparition de nombreux bistrots et cafés en raison de l'épidémie de Covid, ce rendez-vous annuel a vocation à célébrer les bistrots parisiens et leurs talents et à valoriser ce précieux pan de notre gastronomie.

La vie des entreprises

Novafleur, le salon national des fleuristes se tiendra les 18 et 19 septembre 2022 à Tours, a annoncé l'organisateur Tours Événements. Cette manifestation accueille notamment la finale de la Coupe de France des fleuristes, la Coupe oasis et l'Oscar des jeunes fleuristes. Pour en savoir plus : www.novafleur.fr

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

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

Venez goûter
nos amuse bouches !



Campagne financée avec
l'aide de l'Union européenne

VLAM.be

BELÛRTA
realizing fresh & responsible

HOOGSTRATEN
HOME OF QUALITY

REO
VELING



www.flandria.be



08

MARS

Pour la Journée internationale des droits des femmes, les Rabelaisiennes ont accueilli Sarah El Haïry, secrétaire d'État auprès du ministre de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports, chargée de la jeunesse et de l'engagement. Ensemble, elles ont pu échanger autour de la promotion du travail féminin sur le MIN de Rungis, et sur l'égalité homme-femme.

15-19

MARS

Le Marché de Rungis était présent au Mipim de Cannes, sur le stand de la Région Île-de-France. À cette occasion, Stéphane Layani, président du Marché, et Benoît Juster, directeur exécutif, ont présenté le projet Agoralim. Le Mipim est le plus grand événement mondial du secteur de l'immobilier.



17

MARS

À l'occasion de la Saint-Patrick, le Marché de Rungis a accueilli l'ambassadeur d'Irlande en France Niall Burgess et le ministre de la Santé publique Frank Feighan. Chaque année à cette date éminemment symbolique, il est en effet de tradition que les représentants du gouvernement irlandais aillent porter la présence irlandaise à l'étranger. La délégation, accueillie par le directeur du Marché Dominique Batani, a notamment assisté au travail des préparateurs de tête de veau au pavillon de la triperie et échangé avec les responsables Jean-Jacques Arnoult, Serge Nadaud et Raphaël Elnaggar des approvisionnements irlandais en joues de bœuf, bavettes et autres onglets. La visite s'est poursuivie au pavillon V1P en compagnie de Christophe Deplanche avec des échanges avec les sociétés Reigner et Eurodis. La matinée s'est terminée par une dégustation concoctée par l'Union des restaurateurs avec côte de bœuf, carré d'agneau et irish stew, le tout naturellement agrémenté d'une célèbre bière noire.

(c) Bord Bia



21

MARS

Une exposition de photos affichées au sein du pavillon de la triperie (V1T) a été inaugurée en présence de nombreux professionnels et partenaires de l'opération, avec notamment le directeur du Marché de Rungis Dominique Batani et des représentants de la Confédération nationale de la triperie française, organisatrice de l'opération. Les 24 clichés ont été réalisés par Didier Venom, photographe bien connu et apprécié des grossistes et visiteurs du Marché de Rungis. Cette galerie éphémère retrace les événements marquants du championnat d'Europe 2021 des produits tripiers et met en valeur les produits tripiers, la gastronomie et la transmission des savoir-faire. L'exposition sera visible jusqu'au 20 avril.

(c) Didier Venom

NOVAFLEUR

Salon National des Fleuristes



18-19 Septembre 2022

Palais des Congrès - Tours

OSCAR DES JEUNES FLEURISTES | COUPE OASIS® | INNOVAFLEUR



En première ligne pour l'aide à l'Ukraine

Depuis le début de la guerre en Ukraine, le Grand Marché – MIN de Toulouse Occitanie se mobilise pour apporter son soutien aux Ukrainiens.

« C'est un peu compliqué, mais ça se passe bien, témoigne Maguelone Pontier, directrice du Grand Marché et coordonnatrice des opérations. Dès le début du conflit, un chirurgien membre des Hussards blancs de la santé, par ailleurs consul de Moldavie [pays frontalier avec l'Ukraine, NDLR], avec qui je travaille en tant que commandant de réserve de la Gendarmerie, m'a demandé de l'aide pour l'envoi de matériel médical en Ukraine. À cela se sont ajoutées d'autres sollicitations, notamment alimentaires. Avec le MIN de Rungis [lire aussi p. 9], nous nous sommes organisés pour affréter des convois directs vers la Moldavie et l'Ukraine, via les circuits de la Croix-Rouge. Quatre à cinq départs sont assurés chaque semaine. » Ce mouvement intègre celui des membres européens de l'Union mondiale des marchés de gros qui s'organisent pour livrer des biens aux réfugiés ukrainiens en Pologne, via le marché de Lublin. Au début de mars, le MIN de Toulouse est ainsi devenu l'un des points de collecte centralisateurs de la métropole et de ses environs, pour les dons alimentaires et non alimentaires. Des équipes de bénévoles sont mobilisées tous les lundis et jeudis pour trier, palettiser et stocker la « marchandise », avant qu'elle soit emportée sur la route, par les transporteurs haut-garonnais Jimenez, Labatut et Sarrazain, qui participent à ce grand mouvement de générosité. Une autre journée est dédiée au matériel médical. Un agent du MIN s'occupe de la logistique, un second gère la cohorte de bénévoles. Le MIN est également centrale d'appel pour renseigner les donateurs et ce sont les bénévoles qui assurent les permanences.

En appui, Thomas Chérubin, qui a ouvert, en février, Le Comptoir du Grand Marché, au cœur du MIN, prête ses locaux et prépare des repas pour les bénévoles. Propriétaire, avec deux associés, de trois autres restaurants dans Toulouse, il collecte également des dons dans ses établissements. Par ailleurs, pour aider les Toulousains qui accueillent des réfugiés à leur



Le Grand Marché – MIN de Toulouse Occitanie dispose de la place nécessaire pour stocker les produits et accueillir les bénévoles.

offrir quotidiennement le gîte et le couvert, les Belles Gammelles, collectif de restaurateurs, artisans, producteurs et fournisseurs qui propose des repas à toutes les personnes en précarité alimentaire, se sont mobilisées pour mettre à leur disposition produits alimentaires bruts et plats cuisinés. « Le volume des dons augmente chaque jour, notait Maguelone Pontier à la mi-mars, et nous allons essayer de

tenir sur la durée. Force est de constater qu'il est plus facile d'organiser la logistique de ce type d'opérations sur l'Europe que dans le reste du monde, car on connaît les circuits et on a les contacts. On peut le faire. Quant au MIN, il dispose de la place nécessaire pour stocker les produits et accueillir les bénévoles. Sa puissance de frappe en fait la structure idéale pour rendre tout cela possible. »

Florence Jacquemoud

START-UP

Les cookies Mioum, une nouveauté notée A

Guillaume Gache, Cédric Gentils et Robin Castello, trois copains tout juste diplômés de l'École d'ingénieurs de Purpan, à Toulouse, ont créé la start-up Mioum, installée sur la Pépinière alimentaire du Grand Marché, pour fabriquer des goûters à déguster sans culpabiliser. Leur secret ? Inclure des légumineuses, ici du haricot blanc, dans leurs recettes. Résultat : leurs premiers cookies – pécan-caramel, framboise-chocolat, myrtille-amande et cranberry-macadamia – ont obtenu la note A au Nutri-Score. « La culture du haricot blanc est bénéfique pour l'environnement et sa farine n'impacte pas le goût, explique Robin Castello, en charge de

la production et de la commercialisation. Nous fabriquons nos biscuits nous-mêmes dans les locaux d'un pâtissier traiteur qui ne les utilise pas l'après-midi. Nous avons lancé, le 1^{er} mars, une campagne de financement participatif, sur la plateforme Mimosa, et avons atteint notre premier palier de 7000 € en une semaine. Nous visons 10 000 € en un mois pour acheter les matières premières et les emballages recyclables, permettant de lancer la fabrication. » Les magasins Carrefour, Intermarché et Auchan de Toulouse attendent les cookies Mioum dès la fin avril. Une deuxième gamme de produits est déjà prête à être lancée.

F. J.

SALON DE L'AGRICULTURE

Vers une « capacité professionnelle » pour les grossistes en fruits et légumes

Jean-Jacques Bolzan, président de la FMGF (Fédération des marchés de gros de France) et Didier Marques, président de l'UNCGFL (Union nationale du commerce de gros en fruits et légumes) ont signé, le 3 mars, dans le cadre du Salon international de l'agriculture, une charte d'engagement pour mettre en place, à horizon 2023, une « capacité professionnelle » du métier de grossiste en fruits et légumes sur marché et engager un travail pour valoriser les actions concrètes des grossistes et des gestionnaires de marché dans leur écosystème. « *La chaîne d'approvisionnement doit être confiée à des professionnels. Nous luttons contre le fait que des non-professionnels puissent s'installer sur les marchés* », explique Didier Marques. « *Nous devons nous faire identifier comme étant le circuit le plus court et le plus vertueux* » ajoute Jérôme Desmettre, président du SFL (Syndicat du commerce de gros en fruits et légumes) de Rungis. « *C'est une valeur ajoutée que nous voulons créer ensemble.*



Les représentants des Marchés de gros et des grossistes à la signature de la Charte.

La présence nombreuse des marchés et des professionnels à cette signature marque l'intérêt pour cette démarche », complète Jean-Jacques Bolzan. Cette charte « *nous engage à ne retenir que des professionnels de qualité. À nous, les marchés, de vérifier, quand il y a un nouvel entrant, de vérifier qu'il ait la capacité*

professionnelle à exercer le métier de grossiste », ajoute Stéphane Layani, président du Marché de Rungis. Cette capacité professionnelle « *serait demandée pour tout nouvel intervenant, que ce soit la création ou la reprise d'une société. Pour le dirigeant d'une société existante, un système d'équivalence sera proposé pour valider ses compétences* », précise la Charte. Dans ce document, les signataires s'engagent également à « *renforcer la visibilité des MIN et des Marchés de gros auprès des consommateurs, en communiquant sur le savoir-faire des grossistes en fruits et légumes et sur les engagements des gestionnaires* ». Pour faire vivre cette Charte, Jean-Jacques Bolzan souhaite qu'il y ait « *un référent UNCGFL sur chaque marché* ». Plus généralement, il souhaite « *que les marchés de gros soient des outils encore plus reconnus de la distribution alimentaire* ». Et par exemple, que les marchés de gros soient systématiquement consultés « *avant d'installer une nouvelle plate-forme alimentaire* ».

Un Manifeste pour l'éducation à l'alimentation



La Fédération des marchés de gros a également été signataire du Manifeste pour une éducation à l'alimentation. Ce Manifeste a été rédigé par Open Agrifood, Acofal (les inter-professions des produits frais), Euro-Toques et les Enfants cuisinent, et présenté le 3 mars au SIA. « *Le but de cette éducation à l'alimentation, c'est de faire de nos enfants les consommateurs de l'alimentation de demain. Ce Manifeste interpelle, les choses changent et nous pouvons en être fiers* », a expliqué Guillaume Gomez, coprésident d'Euro-Toques et « représentant personnel » d'Emmanuel Macron pour la gastronomie. « *L'alimentation est aujourd'hui le parent pauvre de l'éducation que les politiques semblent laisser à l'abandon depuis plusieurs années. Dans la construction de l'individu, apprendre à s'alimenter est aussi important que d'apprendre à lire et à écrire. En ce sens, l'éducation alimentaire doit avoir sa place à l'école!* », soulignent les auteurs du Manifeste.



Dans le cadre du SIA, le MIN de Nantes a organisé sa table d'hôtes sur le stand d'AgriDemain le 3 mars.

À cette occasion, Julie Laernoës, présidente du MIN de Nantes (au centre), a présenté le Marché, le Carreau des producteurs, les secteurs fruits et légumes, et le secteur cash, viandes et poissons. Elle s'est également exprimée sur le thème « *le Marché du Grand Ouest, outil innovant, durable et responsable* ».



Commerce international

Le Brexit, un an après

Quinze mois après les accords autour de la sortie du Royaume-Uni de l'UE, il est difficile de percevoir le moindre bénéfice tiré par le gouvernement britannique sur le terrain du commerce alimentaire. En face, après le choc, les Français concernés par cette rupture, notamment les pêcheurs, ont trouvé des solutions d'adaptation.

Dossier réalisé par Jean-Michel Déhais et Mickaël Rolland

Quinze mois après l'accord arraché aux forceps pour encadrer la sortie de la Grande-Bretagne de l'Union européenne, des inquiétudes concernant l'avenir demeurent vives de part et d'autre de la Manche. La crise sanitaire puis les répercussions du conflit russo-ukrainien ont amplifié les conséquences de ce ralentissement des échanges.

Selon les observations de Bercy, les exportations de l'Union vers le Royaume-Uni auraient baissé de 15 % en valeur, sur les dix premiers mois de 2021, alors que dans le même temps les importations européennes depuis le Royaume-Uni ont chuté de 30 %. Apparemment, au regard des chiffres, le Brexit a davantage pénalisé la Grande-Bretagne. Rappelons toutefois que les Européens avaient restauré les contrôles douaniers pour les marchandises en provenance d'outre-Manche dès le début de 2021. Le cabinet UHY Hacker Young a ainsi estimé que les taxes douanières acquittées à l'import par les entreprises britanniques avaient progressé de 64 % en 2021 pour atteindre le chiffre de 4,5 milliards de livres sterling (5,4 Md€).

Mais, depuis le début de l'année, les acteurs européens ressentent à leur tour toute l'ampleur du frein douanier puisque le gouvernement de Boris Johnson a attendu le 1^{er} janvier 2022 pour systématiser ces contrôles à l'entrée de son pays, via la plateforme informatique GVMS (Goods Vehicle Movement Service). Une attitude apparemment conciliante mais sciemment adoptée, afin de roder en douceur le contrôle douanier outre-Manche et d'éviter ainsi le spectre d'une éventuelle pénurie alimentaire intérieure.

LES ROUTES DU COMMERCE REDESSINÉES

Pour l'instant, le Brexit se résume par des reculs dans les échanges commerciaux des deux côtés de la Manche. Il a aussi contribué à redessiner les routes du commerce. Les axes maritimes entre Douvres et Calais et Douvres et Dunkerque ne sont plus privilégiés notamment par les Irlandais. Avant le Brexit, ces derniers utilisaient en effet plus volontiers le « Pont terrestre » en recourant à une seule liaison maritime entre Rosslare (Irlande) et Fishguard (Royaume-Uni) pour traverser la Manche à Douvres via le tunnel ou le ferry. Mais les temps d'attente à Douvres, en raison des formalités douanières, ont conduit les professionnels irlandais à adopter en nombre la voie dite maritime qui part du sud de l'Irlande, Rosslare ou Cork pour s'orienter en ferries vers les ports français. Les ports de Cherbourg, Caen (Ouistreham) ou le Havre tirent leur épingle du jeu par rapport à ceux des Hauts-de-France. Le port de Cherbourg affiche ainsi un développement

soutenu. En 2021, il a augmenté de 214 % son trafic de poids lourds avec l'Irlande grâce à une multiplication des liaisons de Stena Line et Irish Ferries, mais aussi l'arrivée de l'opérateur Brittany Ferries. Cette compagnie porte d'ailleurs un projet de ferroutage entre ce port de Cherbourg et Bayonne (Mouguerre) qui devrait aboutir en 2023. Enfin, le Havre pourrait aussi tirer parti de cette déviation du trafic irlandais. L'armateur Brittany Ferries a ouvert cet automne une nouvelle liaison entre le port de Seine-Maritime et Rosslare. Cet axe offre de grandes opportunités car il irrigue au final plus aisément le Bassin parisien. Dans les faits, le tunnel sous la Manche résiste bien et conserve une part de marché de 36,5 % des 4,5 millions de poids lourds qui ont transité en 2021 entre la France et la Grande-Bretagne, mais le trafic ferry dans les ports anglais marque nettement le pas. Le 17 mars, P&O, compagnie britannique, suspendait ses liaisons entre Douvres et Calais et annonçait le licenciement de 800 employés. L'opérateur mettait en avant ses pertes annuelles (120 M€) à la fois liées au Brexit et à la crise sanitaire.

Lors de la signature des accords du Brexit, les Britanniques excluaient pour des raisons politiques de rétablir une frontière physique entre l'Ulster et la République irlandaise. Un accord a été trouvé en concentrant sur le port de Larne (Ulster) qui est devenu le point de contrôle des échanges entre l'Irlande du Nord et la Grande-Bretagne. Or ce symbole suscite la colère des unionistes qui contestent cette ébauche de frontière entre les deux îles. Cette question a même poussé le Premier ministre nord-irlandais, Paul Givan, à démissionner pour protester contre cet état de fait et réclamer en urgence une autre solution au gouvernement de Boris Johnson. La question est d'autant plus cruciale que le volume d'échanges entre le nord et le sud de l'Irlande a explosé l'an passé.

LES PÊCHEURS FRANÇAIS EN PREMIÈRE LIGNE

Mais en France, le sujet le plus sensible reste lié à la pêche. Du littoral de Bretagne à celui des Hauts-de-France, les pêcheurs français ont vu leur accès réduit aux eaux britanniques très poissonneuses. Officiellement, l'accord, signé à la fin de 2020, préservait leurs droits. Mais le diable se cache dans les détails. Il prévoyait que la Grande-Bretagne accorde automatiquement des licences aux bateaux de pêche de l'UE impliqués précédemment dans ces zones.

La ministre de la Mer, Annick Girardin, a géré ce dossier à travers de nombreux déplacements dans les ports français pour dialoguer avec les pêcheurs et témoigner de la volonté du gouvernement de ne ●●●



Le tunnel sous la Manche agrège 36,5 % des 4,5 millions de poids lourds qui ont transité en 2021 entre la France et la Grande-Bretagne.



« Les licences ont été délivrées en plusieurs temps. Dans l'expectative, beaucoup de navires ont dû rester à quai. Heureusement, pour compenser, l'État a mis en place des aides pour l'arrêt temporaire. »

Antony Vieira, secrétaire général du comité des pêches des Hauts-de-France

●●● pas céder un pouce dans la négociation. Aux assises de la pêche, le 18 novembre dernier, à Saint-Pol-de-Léon (Finistère), elle ne cachait pas les difficultés qui découlaient de l'application de ce deal : *« L'accord est raisonnable. Mais nous savions que sa mise en œuvre serait aussi difficile que sa négociation. »*

Ainsi, le gouvernement britannique s'est fait tirer l'oreille pour accorder des licences aux pêcheurs français. Le ton est monté de part et d'autre de la Manche. Les pêcheurs français ont manifesté à plusieurs reprises et le gouvernement est même allé jusqu'à menacer de couper le courant à l'île de Jersey. On peut évoquer également l'arraisonnement d'un chalutier pêchant des coquilles Saint-Jacques sans autorisation qui a été détourné en novembre par les autorités vers le Havre.

Dans le Pas-de-Calais où les 12 miles nautiques se chevauchent parfois avec ceux de l'Angleterre, la tension était à son comble comme l'explique Antony Vieira, secrétaire général du comité des pêches des Hauts-de-France : *« Les licences ont été délivrées en plusieurs temps. Dans l'expectative, beaucoup de navires ont dû rester à quai. Heureusement, pour compenser, l'État a mis en place des aides pour l'arrêt temporaire. »*

UN CHOC ABSORBÉ

Peu à peu toutefois, le gouvernement britannique a fini par accorder une grande partie des licences réclamées. Aujourd'hui, dans les Hauts-de-France, où on recense 120 bateaux de pêche de 5 à 55 m, une

vingtaine de licences font encore défaut. *« 13 d'entre eux possèdent des preuves selon lesquelles ils pêchaient par le passé dans les zones britanniques, assure Antony Vieira. Pour les autres, il s'agit le plus souvent de bateaux qui ont été revendus et qui ont perdu leurs droits antérieurs. »*

Pour autant, les quantités de produits de la mer débarquées à Boulogne, principal port de pêche de la région, n'ont pas fléchi significativement. *« Elles atteignaient 28 000 tonnes en 2021 alors que nous évoluions auparavant au-dessus de la barre de 30 000 tonnes »,* détaille Antony Vieira. Mais la situation a aussi changé. L'armement Euronor possède cinq bateaux de 45 à 55 m qui pêchent au nord de la Grande-Bretagne. Avant le Brexit, il débarquait les captures en Écosse avant de les expédier à Boulogne. Désormais, pour éviter les formalités, une grande partie de leur pêche est débarquée au Danemark.

En Normandie, le président du comité des pêches, Dimitri Rogoff, fait peu ou prou le même constat que ses collègues pêcheurs du Pas-de-Calais. Il manque 30 licences dans les ports normands. *« Il s'agit de bateaux qui ont changé de propriétaires ou qui viennent d'être construits »,* justifie-t-il. Mais seuls quatre gros bateaux de la région sont concernés par les pêches lointaines au large de la Grande-Bretagne. Les 26 autres sont de plus petits chalutiers qui pêchent au large des îles Anglo-Normandes. *« Cela complique encore la situation car le gouvernement anglais n'est pas le seul décisionnaire. Les pouvoirs locaux ont leur mot à dire »,* indique le président du comité des pêches régional. Il assure ainsi entretenir d'excellents rapports avec les pêcheurs de Jersey et

Marks & Spencer, victime symbolique du Brexit



Emblématique chaîne de distribution alimentaire présente en France, Marks & Spencer a vu les rayons de ses magasins français se dégarnir dès l'entrée en vigueur du Brexit. L'approvisionnement en produits frais expédiés depuis la Grande-Bretagne a été perturbé par les retards enregistrés par les transporteurs à Douvres. Ces produits représentaient 60 % du CA. En outre, la chaîne qui évoluait en France à la limite de la rentabilité avait fermé plusieurs magasins avant la crise sanitaire. Le Brexit qui a renchéri le coût des produits frais venus de Grande-Bretagne a poussé le franchisé français SFH Invest à fermer ses 11 unités franciliennes. En revanche, Lagardère Travel Retail, autre franchisé dans l'Hexagone, maintient ouverts ses neuf magasins principalement installés sur des aires de transport. Rappelons que Marks & Spencer était arrivé en France en 1974 avant de baisser pavillon en 2001. Dix ans plus tard, l'entreprise est revenue tenter sa chance sur notre territoire avant de réduire singulièrement la voilure l'année passée.



À la Marée, les témoignages font état d'une situation contrastée.

Guernesey, d'ailleurs peu nombreux (32 bateaux contre 200 navires normands et bretons pêchant dans la zone anglo-normande) et habitués à partager leurs eaux avec les Français, mais sur place, les élus freinent la délivrance de nouvelles licences. « *Ce sont des paradis fiscaux dont les dirigeants politiques, sous des considérations prétendument écologistes, estiment qu'ils vivront mieux avec moins de pêcheurs* », laisse entendre Dimitri Rogoff.

À Boulogne, comme à Port-en-Bessin, on souligne aussi la mauvaise volonté des Britanniques qui veulent par exemple imposer des filets à maillage de 100 mm pour pêcher la sole alors que les chalutiers français sont équipés de maillage de 90 mm comme une dérogation communautaire les y autorise. Mais sur le court terme les pêcheurs de la Manche semblent plus apaisés. Les comités des pêches admettent qu'ils sont actuellement plus préoccupés par les hausses des cours du pétrole (voir encadré p. 20) et par l'extension des parcs éoliens.

Dimitri Rogoff reconnaît que le gouvernement français a apporté des aides financières à la hauteur. Près de 100 M€ ont été débloqués si l'on intègre le plan de sortie de mer qui va permettre d'écarter des chalutiers dépassés sur le plan technique. « *J'ai un naturel optimiste, confie le président du comité des pêches. Nous sommes un secteur qui s'adapte en permanence. Je me réjouis de voir arriver quatre bateaux flambant neufs à 1 M€ l'unité arriver dans le port de Ouistreham.* » En Normandie, comme dans les Hauts-de-France, les comités des pêches reconnaissent aussi que les subventions versées pour que des bateaux restent à quai ont permis aux autres d'effectuer les pêches plus rentables. Globalement, les volumes n'ont pas significativement diminué. Les prix auraient même monté l'année dernière dans les criées. « *Je crois que des importateurs qui travaillaient avec la Grande-Bretagne se sont reportés sur les*

ports français, admet Dimitri Rogoff. *Mais je suis inquiet sur deux points pour l'avenir.* » Les pêcheurs se demandent en effet comment ils pourront rétrocéder dans les cinq ans 25 % des quotas qu'ils détiennent dans les eaux britanniques. À plus long terme, ils s'interrogent sur l'après-2026, alors que l'accord sur la pêche sera remis à plat par une nouvelle négociation. Mais d'ici là, les Britanniques auront eu le temps d'apprécier les bienfaits et les inconvénients de l'isolationnisme.

RUNGIS S'EST ADAPTÉ

D'ailleurs à la Marée, les témoignages font état d'une situation contrastée, mais pas vraiment alarmiste. Georges Deltour, dirigeant de la société Armara (groupe Charraire), a déploré des problèmes d'approvisionnement en provenance de Grande-Bretagne. « *Concernant les crustacés, les langoustines et les homards, la situation était compliquée. Car, pour le homard bleu par exemple, la zone de pêche s'étend de la France jusqu'au nord de l'Écosse* », affirme-t-il. Georges Deltour estime par ailleurs que le Brexit a contraint certains vendeurs de crustacés britanniques à se replier sur le marché intérieur, abaissant mécaniquement les volumes de marchandises dévolus à l'Hexagone. « *Il était plus facile pour eux de vendre localement car la prise de risque est grande quand vous devez vendre des crustacés vivants et que vous avez 24 h supplémentaires de transport à assumer en raison des formalités administratives* », ajoute Georges Deltour.

Chez Armara, on a su s'adapter. « *Nous avons fait avec*, livre-t-il. *Pendant les fêtes, nous avons passé nos commandes plus tôt que d'habitude et avons dû payer des prix en conséquence pour pouvoir satisfaire nos clients.* » Surtout, le mandataire a accéléré une tendance déjà bien entamée ; celle d'une orientation des achats sur la pêche débarquée en France. ●●●



« *Je crois que des importateurs qui travaillaient avec la Grande-Bretagne se sont reportés sur les ports français.* »

Dimitri Rogoff, président du comité des pêches en Normandie

●●● «*En homard, par exemple, on ne peut pas faire que de la pêche française, mais c'est un début*», note Georges Deltour. Il constate qu'aujourd'hui la situation est encore tendue à l'échelle du pavillon de la Marée, même si Armara n'a, pour le poisson, pas recours à la pêche britannique sauf pour le saumon élevé en Écosse. Si le Brexit a contraint le grossiste à répercuter partiellement la hausse des coûts sur le client final, le dirigeant d'Armara s'inquiète davantage des conséquences de la hausse des prix de l'énergie : «*On l'a vu en Bretagne récemment avec des dizaines de bateaux qui ont refusé de quitter le port.*»

DES FACTEURS EXTÉRIEURS PLUS IMPACTANTS

Pour Clément Proyer, le directeur des opérations chez J'Océane, le Brexit n'a pas perturbé l'activité. «*Nous n'avons pas vraiment été concernés car nous avons recours à des mareyeurs ou à d'autres intermédiaires et une très grosse partie de nos produits d'import n'est pas britannique*», détaille-t-il. Celui-ci explique être davantage tracassé par une tempête qui pourrait perturber la pêche, et donc les approvisionnements, que par les conséquences du Brexit. Devant des volumes peu significatifs achetés en Grande-Bretagne (homards et langoustines), les conséquences sur le business de J'Océane apparaissent donc indolores. «*Le Brexit est intervenu en pleine crise sanitaire et a été dilué, il est donc difficile de savoir ce qui a eu le plus d'impact sur nos ventes*», conclut-il. Un peu plus loin, sous le pavillon de la Marée, un grossiste qui souhaite conserver l'anonymat, confie avoir connu des difficultés : «*Nous travaillons parfois avec l'Angleterre et pour tous les produits provenant de Grande-Bretagne, nous avons connu d'importants problèmes d'approvisionnement.*» Un sentiment partagé par un opérateur de la société Reynaud (groupe R & O). Celui-ci estime que le Brexit, associé au conflit armé qui se déroule en Ukraine ainsi qu'à la crise sanitaire,

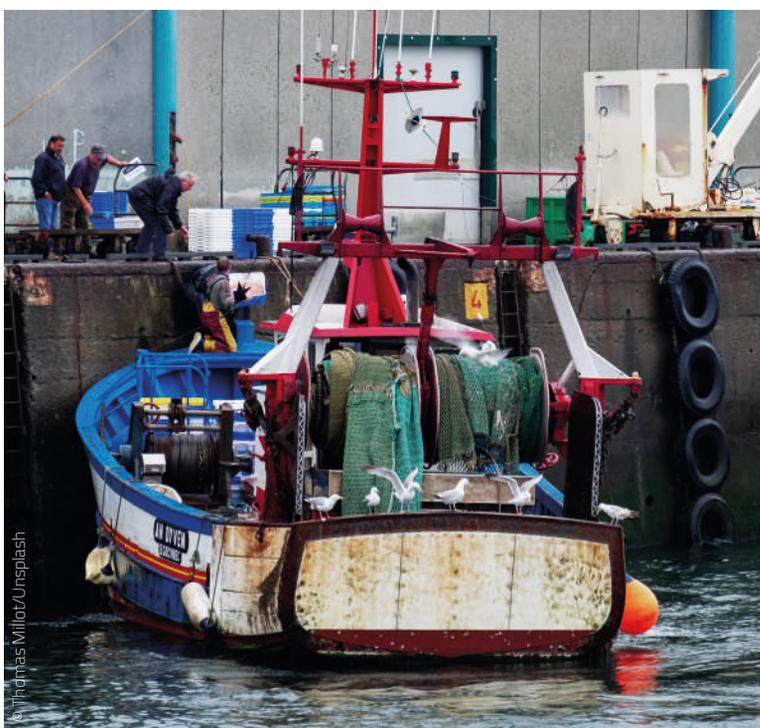


Le grossiste Reynaud a manqué de pinces de crabes et de langoustines.

se traduit par une hausse importante du coût de la matière première. «*Nous avons manqué de langoustines et de pinces de tourteaux car ce sont des produits que nous faisons venir d'Écosse*», avoue-t-il. Reynaud n'a pas encore trouvé de parade adéquate pour fluidifier de nouveau l'approvisionnement de ce type de produits. Dans l'immédiat, la pêche française ne permet pas de combler l'écart. Enfin, un grossiste spécialisé dans le homard pointe lui aussi du doigt une conjoncture d'événements : la météo peu clémente à la mi-mars, la hausse des prix du carburant, les formalités douanières... «*Nous vendons du homard toute l'année avec majoritairement des produits étrangers. Le Brexit nous a un peu touchés, sans trop impacter nos volumes de vente même si les premières ont été délicates*», détaille-t-il.

L'impact des prix du carburant fait oublier le Brexit

La grogne prend de l'ampleur. Ça et là, dans de nombreuses pêcheries françaises, les marins ne souhaitent plus prendre la mer. En cause ? La hausse incontrôlable du coût du fioul qui plombe les comptes des pêcheurs français. Nos confrères de la presse quotidienne régionale, *Ouest-France* en tête, se font les porte-voix du malaise qui gagne la profession. «*Nous voulons de la visibilité, des mesures claires. Sans cela, nous ne reprendrons pas la mer*», tonnait un patron pêcheur de Lorient (Morbihan), le 21 mars dernier. Dans cet important port de pêche de la côte bretonne, on mène de nouvelles actions «*consécutives à la hausse du prix des carburants qui plombe l'activité des pêcheurs lorientais*». Au Tréport (Seine-Maritime), on a pu assister là encore à diverses actions de blocage. Le 16 mars dernier, la filière de la pêche française a annoncé la mise en place d'un dispositif exceptionnel de 6 M€ destiné aux pêcheurs. «*Face à cette crise énergétique sans précédent, la filière dans son ensemble démontre aujourd'hui sa solidarité avec les patrons et les marins, et continue à œuvrer pour la pérennité des activités et la valorisation des produits de la pêche française*», estime Jacques Woci, président de France Filière Pêche, organisme qui réunit l'ensemble de l'interprofession (pêcheurs, mareyeurs, commerçants et distributeurs).



NOUVEAU DAILY FOURGON

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



LE POIDS LOURD 77

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

LE POIDS LOURD 91

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

LE POIDS LOURD 92

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

LE POIDS LOURD 93

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

LE POIDS LOURD 94-V.I.S.

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

LE POIDS LOURD 94-V.I.S.

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

LE POIDS LOURD 95

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

LE POIDS LOURD 60

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

LE POIDS LOURD 60

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

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

IVECO DAILY, GAGNEZ EN EFFICACITÉ

IVECO

* Exemple de financement en crédit-bail 60 mois pour un IVECO DAILY 35S14 V11 Champion au prix remis de 31 522 € HT comprenant l'entretien et l'extension de garantie chaîne cinématique 60 mois ou 150 000 km, soit une remise de 17 381 € HT par rapport au prix tarif conseillé du 03/11/2021 de 48 903 € HT. Premier loyer de 6155 € HT à la livraison, suivi de 59 loyers de 329,05 € HT et engagement de reprise de 7400 € HT. Règlement des loyers par prélèvement automatique. Frais de dossier : 120 €. Offre valable pour toute commande du 03/01/2022 au 30/06/2022 sous réserve d'acceptation du dossier de financement par CNH Industrial Capital Europe, SAS au Capital de 88.482.297€, 12 rue du Port, 92022 NANTERRE Cedex - 413 356 353 RCS Nanterre. Date limite d'acceptation du dossier de financement : 30/06/2022. Offre soumise à conditions, réservée aux professionnels, hors loueurs et flottes, chez les concessionnaires du réseau IVECO participant à l'opération. Modèle présenté avec options non comprises dans le tarif.



Prim'Fruit

55, rue des Antilles
Bâtiment I2 – Zone des entrepôts
94150 Rungis

Tél : 01 56 34 07 62

47 salariés

18 camions

L'histoire

Fondée en 1988 par François Cadinot, la société Prim'Fruit a connu une croissance soutenue. Aujourd'hui, Prim'Fruit bénéficie d'un grand succès notamment par l'explosion du marché de la patate douce.

D'autres fruits et légumes, à l'instar de la mangue ou de l'avocat, connaissent une hausse des ventes grâce à la croissance du poké bowl en France. Les sushis ne sont pas non plus étrangers à ce succès. Le grossiste travaille majoritairement avec des producteurs marocains, espagnols, italiens, belges et, bien sûr, français pour la pomme de terre ou encore les oignons.

L'expression que l'on ne souhaite pas entendre chez Prim'Fruit c'est 'il n'y en a pas' ou encore 'ce n'est pas disponible'. Quand nos clients nous demandent des produits, nous mettons un point d'honneur à les trouver, d'autant plus que nous avons étendu notre activité à la crèmerie, à l'épicerie et au surgelé. Nous souhaitons bâtir une offre complète afin que les chefs puissent couvrir la majorité de leurs besoins. Nous misons par ailleurs sur la souplesse, avec des livraisons du lundi au samedi et sur la possibilité de passer commande jusqu'à 1 h du matin.

VICKY ET FRANÇOIS CADINOT, PRIM'FRUIT

Le couple qui murmure à l'oreille des chefs

De la gastronomie étoilée à la restauration collective, il n'y a pas un marché auquel Prim'Fruit ne pourrait répondre. Voilà plus de 20 ans que François Cadinot, fondateur de la société, alimente les plus belles tables en fruits et légumes.

C'est François Cadinot qui, en 1988, a décidé de lancer la société Prim'Fruit. À l'époque, le mandataire n'en était pas à son coup d'essai. Il avait déjà travaillé dans le négoce de fromages avant de se consacrer aux fruits et légumes, d'abord modestement avec une dizaine de clients et un camion de livraison qu'il conduisait lui-même. *«J'ai appris sur le tas, retrace François Cadinot. Après une expérience au sein groupe Lactalis, j'ai eu une opportunité dans l'univers des fruits et légumes, un secteur d'activité qui me plaisait davantage. C'est une passion que je dois à ma curiosité et à mon goût pour la découverte de nouveaux produits.»*

Le patron de Prim'Fruit a par la suite connu une croissance soutenue avec un portefeuille de clients qui n'a cessé de croître. En parallèle, François Cadinot a gonflé sa flotte de camions et procédé à de nombreuses embauches pour parvenir à une cinquantaine de salariés aujourd'hui.

Les premières années, Prim'Fruit prend place au sein du bâtiment C2 et ne compte qu'une poignée d'employés. François Cadinot et ses équipes rejoignent par la suite le bâtiment A2, pour exploiter un sous-sol de 500 m². *«C'est à cette période que nous avons connu un fort développement, puis nous avons de nouveau déménagé en 2007 dans le bâtiment I2»*, ajoute-t-il. Vicky Cadinot, l'épouse de François, a rejoint l'aventure en 2016 après un riche parcours dans l'univers de l'hôtellerie et de la restauration, notamment en qualité de directrice des banquets au Plaza Athénée, puis d'entrepreneuse avec l'exploitation de trois établissements à Paris. *«C'est à ce moment que j'ai connu Vicky, j'étais son fournisseur»*, dévoile François Cadinot. En moyenne, le grossiste assure l'approvisionnement de 350 clients chaque jour, sur les 1200 que compte Prim'Fruit. Grâce à une flotte d'environ 18 camions, 100 % des livraisons sont assurées en interne. *«Nous ne souhaitons pas déléguer nos livraisons car, pour nous, la personnalisation du service est essentielle. Certains chefs sont livrés tous les jours et ils s'attendent à trouver le même chauffeur»*,



Vicky et François Cadinot.

explique Vicky Cadinot. Le mandataire opère auprès de la restauration collective comme de la restauration commerciale avec des brasseries et des établissements disposant parfois de trois macarons au Guide rouge. Parmi les noms dont ils sont les plus fiers, on peut citer Guy Savoy, Christophe Michalak, Alain Ducasse, Joël Robuchon... Un succès qui s'est bâti sur une expertise large couvrant plusieurs milliers de références. *«Impossible n'est pas Prim'Fruit»*, sourit Vicky Cadinot, qui souligne qu'elle ne répond jamais non à un restaurateur, quelle que soit son aura. C'est sans doute son expérience de restauratrice qui a permis à Vicky Cadinot de si bien comprendre les chefs : *«Quand un restaurateur vous appelle, c'est qu'il a impérativement besoin de vous.»*

Les légumes ratatouilles (courgettes, aubergines, poivrons, etc.) sont en tête des denrées les plus vendues. Ironie du sort, François et Vicky Cadinot, qui revendiquent la livraison de n'importe quel produit tout au long de l'année, souhaitent aujourd'hui redonner du sens aux saisons. Ils sont, comme beaucoup de grossistes, confrontés à un problème éthique mais, face à la demande, ils ne *«peuvent pas refuser»*. À noter, Prim'Fruit s'apprête à changer de locaux. Dans quelques semaines, on retrouvera le mandataire sur l'ancien emplacement occupé par Davigel. À la clé, 1100 m² pour développer l'activité.

Mickaël Rolland



Maison Vanhamme

103, rue de la Tour
75016 Paris

arnaud.vanhamme@wanadoo.fr
Tél.: 06 62 41 26 13

8 employés

220 références

1,5 million d'euros de CA

L'histoire

Dans la famille d'Arnaud Vanhamme, 46 ans, le métier de poissonnier écailler s'exerce depuis quatre générations. Il remonte à Marie-Louise, son arrière-grand-mère, femme à la forte personnalité qui a débuté dans les années 1925-1930 sur les marchés de Drancy (93), avec une charrette des quatre saisons, des pains de glace, des feuilles de fougère et des produits de la mer achetés aux Halles de Paris... Puis son grand-père Gaston reprit l'affaire et l'a transmise à ses fils Gérard et Patrick, père et oncle d'Arnaud Vanhamme, qui ont exercé sur les marchés du Bourget et de Drancy. Ce dernier en hérite en 2002 et poursuit l'activité après ses études (BTS action commerciale, maîtrise d'économie) et le titre de MOF obtenu en 2011.

Notre profession repose sur un certain nombre de valeurs, parmi lesquelles qualité, savoir-faire et tradition sont le cap à suivre pour le poissonnier...

ARNAUD VANHAMME, DIRIGEANT DE LA MAISON VANHAMME

L'exigence se transmet de génération en génération

Positionné sur le haut de gamme de la pêche française et passionné par son métier, Arnaud Vanhamme a séduit une clientèle sourcilleuse sur la qualité et la fraîcheur des produits.



Sonia Bichet, Arnaud Vanhamme, Mélanie Foveau.

En reprenant l'activité de son père, Arnaud Vanhamme a développé le service au sein de l'entreprise familiale. L'artisan propose des poissons en filets, en portefeuille, des préparations à base de poisson cru (sushis, sashimis, tartare), mais aussi des rôtis et des paupiettes de poisson (aux champignons, légumes, farces, truffes, crème de marrons...), l'ensemble assorti de conseils et de recettes. Une gamme qui complète celle de marée fine comme le turbot, la sole, le saint-pierre, la lotte, le bar et le saumon sauvage, le cabillaud, les poissons exotiques, mais aussi les Saint-Jacques de Normandie et les plateaux de fruits de mer. Après avoir exercé sur les marchés, Arnaud Vanhamme décide de s'installer en boutique. En 2014, il transforme les locaux d'une ancienne quincaillerie située au 103, rue de la Tour (Paris 16^e) en une superbe et large poissonnerie comportant un beau rayon écailler et traiteur. Dès l'ouverture, le succès est au rendez-vous et l'établissement connaît un bel accueil. Il fournit une clientèle aisée, au « palais éduqué », disposant de chefs cuisiniers particuliers et/ou de maîtres d'hôtel, des ambassades et grands hôtels, sans oublier de belles réceptions... Entouré d'une équipe d'apprentis dont plusieurs MAF (Meilleurs apprentis de France), Arnaud Vanhamme leur transmet son savoir-faire, à l'instar de Sonia Bichet (26 ans). Celle-ci s'est passionnée pour

les produits de la mer lors d'un job d'été dans une poissonnerie. Entrée au CFA (Centre de formation d'apprentis) poissonnerie de Rungis en 2013, elle obtient le CAP, le bac pro et le titre de MAF poissonnier. Elle exerce dans divers palaces (en Suisse et à Monaco), puis chez Pierre Gagnaire (Le Gaya à La Rochelle). Après un an de préparation, elle remporte en 2020 le titre de championne du monde d'écailler à Nice face à 18 concurrents étrangers. Revenue chez Arnaud Vanhamme, elle compose les plateaux de fruits de mer et prépare le prochain concours de MOF... Issue aussi du CFA poissonnerie de Rungis, Mélanie Foveau (28 ans) a obtenu le CAP et le bac pro en 2015. Après six ans sur les marchés de Boulogne (92), elle intègre la Maison Vanhamme en 2021. En charge du filetage, elle assiste Arnaud Vanhamme dans la gestion du magasin et vise le concours de MOF. Pour avoir accompagné son père quand il était gamin, Arnaud Vanhamme connaît bien le Marché de Rungis et y vient, aujourd'hui, faire ses achats cinq jours par semaine. « Rungis propose une largeur de gamme et une qualité de produits indéniables. On y trouve tout et on y travaille en confiance. Mais la vigilance s'impose afin que ce marché reste attractif et compétitif et demeure une référence de qualité... » rappelle-t-il.

Francis Duriez



Arterris

Rue Loudes, 11451 Castelnaudary

Tél. : 04 68 94 44 22

www.arterris.fr

1 Md€ de chiffre d'affaires

25 000
agriculteurs adhérents

2 200
collaborateurs

26 sociétés

L'histoire

Le groupe Arterris est créé en 2008 par la fusion de trois coopératives du Sud-Ouest : Audecoop, Groupe coopératif occitan, Toulousaine des céréales. Il s'est depuis constamment développé. Depuis 2016, il est implanté sur le Marché de Rungis.

Nous sommes à Rungis et nous y restons parce que c'est un lieu où la logistique est importante. C'est un point fort que nous souhaitons conserver.



ARTERRIS

L'accent du sud à Rungis

Le groupe coopératif Arterris rassemble tous les métiers, ou presque, de l'agriculture française. Il figure dans le Top 20 des coopératives agricoles (19^e en 2019). Il est implanté à Rungis depuis 2016.

Quand on regarde dans le détail l'ensemble des activités du groupe Arterris, cela donne vite le tournis. Le groupe coopératif du Sud-Ouest contrôle 28 sociétés réparties en trois pôles : le pôle agricole (15 sociétés), le pôle agroalimentaire (10 sociétés), et le pôle distribution (3 sociétés), soit 300 sites spécialisés implantés en France. Ensemble, elles réalisent un chiffre d'affaires de 1 Md€. Le groupe aux neuf métiers (métiers du grain, semences, produits élaborés, distribution, agrofournitures ...) rassemble 25 000 agriculteurs adhérents qui cultivent 350 000 ha de terre (hors prairies). Arterris est leader en France pour la production de blé dur, de tournesol, de sorgho. La coopérative est aussi le premier multiplicateur de semences et le premier collecteur de riz du pays. Elle a été créée en 2008 par la fusion de trois coopératives régionales : Audecoop, Groupe coopératif occitan, Toulousaine des céréales. Depuis, le groupe n'a cessé de se développer par l'intégration d'autres coopératives (Copami, Sud céréales, Silvacane...) ou le rachat d'entreprises du négoce en céréales (Négotarn), en commerce de bovins (Armaing Frères)... « Nous construisons l'un des tout premiers groupes coopératifs agricoles et agroalimentaires du sud de la France », aime à dire Christian Reclus, directeur général du groupe depuis octobre 2020. Arterris anime aussi un important pôle agroalimentaire (367 M€ de chiffre d'affaires) avec plus d'une dizaine de marques. La plus connue est certainement La Belle Chaurienne, leader historique des conserves de cassoulet supérieur avec 25 % de parts de marché (en valeur), dont l'usine est située à Castelnaudary, capitale du cassoulet.

Comme d'autres groupes coopératifs, Arterris s'est lancé dans la distribution grand public. Ce pôle distribution (60 M€ de chiffre d'affaires) dispose de 64 magasins et sites marchands avec plusieurs enseignes : Fermiers occitans, Frais d'ici, Gamm Vert (partagé entre plusieurs coopératives). L'année 2021 a vu la création de Marché occitan, le nouveau concept de point de vente du groupe. S'il est impossible de faire le tour de l'ensemble de



Christian Reclus.

la galaxie Arterris, n'oublions pas que le groupe est aussi présent à Rungis depuis l'acquisition, en 2016, en partenariat avec la coopérative L'Agneau Soleil située dans les Alpes-de-Haute-Provence, des sociétés Ovimpex, Vianov, et Dhumeaux. Cela a permis à Arterris de développer sa propre filière bovine et ovine. Le « pôle » rungissois s'est renforcé en 2018 avec l'acquisition de Canu, société qui permet de valoriser le 5^e quartier des productions ovines. Ces quatre sociétés réalisent ensemble un chiffre d'affaires de 200 M€ (probablement 220 M€ en 2022), soit 20 % du CA total d'Arterris. Elles emploient 118 collaborateurs. Avec Alpes Provence Agneaux implanté sur trois sites dans le sud (le Marché de Corbas, Grillon et Sisteron), elles composent le Holding Arterris Vision détenu à 80 % par Arterris et à 20 % par l'Agneau du soleil. « Cela constitue un pôle d'expertise sur le monde de la viande que nous n'avions pas, précise Christian Reclus. Nous sommes à Rungis et nous y restons parce que c'est un lieu où la logistique est importante. C'est un point fort que nous souhaitons conserver. Nos autres activités viandes basées dans le sud sont totalement complémentaires de ce qui se passe à Rungis et sont gérées en commun. »

Olivier Masbou

« Pour ma future retraite, j'espère mieux qu'un os à ronger ! »

Henry, Boucher.

Credits photo : © Shutterstock - Conception : ADFM

Justement, beaucoup de professionnels ont aussi peur d'être dépourvus au moment de la retraite. Avec le **Plan d'Épargne Retraite de Médicis** :

- Vous anticipez un complément de revenu pour la retraite à votre rythme et selon vos moyens.
- Et vous pouvez déduire fiscalement chaque année vos versements pour réaliser en même temps des économies d'impôts. Plutôt sympa non ?

 **médicis**
Votre mutuelle retraite
Groupe malakoff humanis

mutuelle-medicis.com



RETRAITE DES INDÉPENDANTS :
PARLONS-EN, JUSTEMENT ! 

LA MADELEINE

35, quai Boffrand

89100 Sens

Tél. : 03 86 65 09 31



La cheffe Cécile Puechbroussoux
(Au Crieur de Vin),
le commis de salle Florian Coutier et
le chef étoilé Patrick Gauthier à la Marée.

Patrick Gauthier

Le chef étoilé nous a donné rendez-vous au Marché de Rungis le 17 mars dernier. Il a pour coutume de se rendre deux fois par semaine sur le Marché afin d'alimenter ses deux restaurants, La Madeleine* et Au crieur de vin, à Sens (Yonne, 89).

Photos et textes par Mickaël Rolland

Le roi de Sens

Patrick Gauthier anime les cuisines de La Madeleine* depuis 1989. Il a par ailleurs créé Au crieur de vin, une table bistronomique dont il a confié la gestion des fourneaux à Cécile Puechbroussoux. Le chef est une figure locale qui se rend depuis 1977 au Marché de Rungis, à une centaine de kilomètres de son fief de l'Yonne.

Le chef Patrick Gauthier est de ceux qui se lèvent tôt. Depuis près de 40 ans, il a pris l'habitude de sillonner les pavillons du Marché de Rungis, deux fois par semaine, dès l'ouverture de la marée, à 2 h, le mardi et le vendredi. Il faut dire que dans son fief de Sens (Yonne), le chef de 60 ans anime deux adresses qu'il doit approvisionner en matières premières de qualité. Ainsi, dans son restaurant étoilé La Madeleine et dans son établissement bistronomique Au crieur de vin (on trouve aussi une unité au Japon), la majeure partie des produits provient du Marché de Rungis. Et quand le chef ne se rend

pas sur le Marché, il a recours à un revendeur qui sélectionne pour lui les denrées du jour. Patrick Gauthier est un maître queux haut en couleur. Ce Bourguignon a le verbe franc et la plaisanterie aisée, si bien qu'on le reconnaît entre mille, à la marée comme au pavillon des fruits et légumes ou de la viande. Ses yeux bleus perçants scrutent minutieusement chaque produit et, en matière de prix, le chef cultive un certain plaisir à négocier. Ce n'est pas un bleu et il se révèle impitoyable si une marchandise lui déplaît. En cuisine, on lui connaît la même ténacité qui lui a permis d'obtenir une étoile Michelin en 1999 pour La Madeleine avant d'en décrocher une

deuxième en 2003, puis de retomber à une étoile en 2013. À l'époque, Patrick Gauthier était accaparé par le développement d'un restaurant Au crieur de vin au Japon.

LE MARCHÉ, UNE SOURCE D'INSPIRATION

Ce matin du 17 mars dernier, le chef étoilé est venu « faire son marché » aux côtés de Cécile Puechbroussoux, la cheffe qu'il a placée dans les cuisines d'Au crieur de vin et de Florian Coutier, commis de salle à La Madeleine. Il nous a donné rendez-vous devant Muller et fils, l'un des grossistes chez qui il a ses habitudes. « *Le Marché de Rungis est un endroit que j'aime, où l'on trouve ce qu'il y a de plus beau. C'est une source d'inspiration pour nous et c'est un univers complémentaire à celui de la cuisine. J'y suis venu pour la première fois quand j'étais apprenti, en 1977* », se remémore-t-il, en manipulant des coquilles Saint-Jacques. Outre les « plus beaux produits frais », dont le Marché se révèle être l'écrin, le Bourguignon vient ici pour pouvoir pratiquer, en bout de chaîne, les meilleurs coefficients : « *La vocation du Marché de Rungis, c'est aussi d'obtenir les meilleurs prix grâce à un nombre réduit d'intermédiaires. Cela nous permet d'allier la qualité, le choix et la marge.* » À la marée, Patrick Gauthier s'arrête systématiquement chez Muller & fils, chez Blanc, Demarne ou encore Reynaud. Signe que le restaurateur et Cécile Puechbroussoux sont bien connus, ils ne sont pas contraints de régler leurs achats immédiatement après leur visite. Dans son chariot, la Saint-Jacques et le maquereau ont déjà pris place. Un peu plus loin, devant le poste de Demarne, le chef est intrigué par l'arrivée de crustacés. Dans les caisses de polystyrène, des tourteaux vivants s'agitent et attirent l'œil du chef. Malheureusement, à 14 € HT, il n'y trouve pas son compte. Il décide alors de passer son chemin car, à l'accoutumée, il parvient à négocier ces crustacés à 7 € le kg HT, soit



Jérôme Regnault, P-DG de Gilles et Compagnie, fournit au chef du cabillaud skrei.

moitié moins du prix proposé ce jour-là. Car si les produits sont une source d'inspiration, les prix en sont une autre. « *Je m'imaginai les cuire, décortiquer les pinces et les accommoder avec des asperges. Puis d'un coup d'un seul nous sommes tombés sur Éric de la maison Demarne qui annonce un prix intenable* », sourit-il.

LE PLAT SIGNATURE

Il jette ensuite son dévolu sur des loups de mer qui lui serviront à mitonner son plat signature, le fameux « bar de ligne à l'huile de maussane », accommodé avec des asperges ou des morilles selon les découvertes réalisées au Marché. « *Dans un restaurant étoilé, le bar est un poisson incontournable, comme le turbot, le homard et la Saint-Jacques* », commente le maître queux. L'imagination de Patrick Gauthier ne s'interrompt jamais. Chez Reynaud, il se met en quête d'œufs de

brochet pour accommoder une assiette à base d'omble chevalier. Il optera finalement pour des œufs de truite avant de poursuivre son chemin chez Gilles et Compagnie où il débusque l'inimitable cabillaud skrei, un poisson évoluant dans les mers du Nord et que l'on ne peut capturer que durant trois mois dans l'année.

Il est un peu plus de 3 h quand le chef décide de se rendre au pavillon des viandes. Là encore, il empoigne de nombreuses mains. Cécile Puechbroussoux souhaite débusquer des ailerons de volailles pour confectionner une sauce, tandis que Patrick Gauthier s'intéresse aux pigeonneaux. Le patron de ●●●



Les magnifiques tourteaux de la maison Demarne étaient, ce jour-là, un peu trop onéreux pour le chef étoilé.



Chez Reynaud en quête d'œufs de brochet.



Au Pavillon des viandes.



Cécile Puechbroussoux débuse des ailerons de volailles pour réaliser son fond de volaille.



Pendant ce temps-là, Patrick Gauthier s'intéresse aux pigeonneaux.



Jean-Jacques Pescheur présente ses plus beaux ris de veau à Patrick Gauthier.



Au Pavillon des fruits et légumes, Patrick Gauthier et Cécile Puechbroussoux ont trouvé asperges, sucrones et autres brocolis.

••• La Madeleine se rend ensuite chez Reilhe Martin où il achète parfois du bœuf de race wagyu. De son côté, la cheffe d'Au crieur de vin parvient à faire chuter le prix du lapin à 6,80 € au lieu de 8 € le kg.

LES INCONTOURNABLES ABATS

Mais c'est finalement « aux abats » que le patron de La Madeleine trouve son bonheur. Le chef fait alors une halte chez Sud-Ouest Abats, une société animée par la famille Pescheur. Outre une pièce de bœuf Black Angus, la petite troupe fait le plein de divers produits comme 2 kg de ris de veau. « Depuis la crise de la vache folle, la consommation d'abats a diminué alors qu'il n'y a rien de tel qu'un bon foie de veau préparé au vinaigre. La petite triperie, comme le tablier de sapeur, que l'on consomme dans les bistrotts a malheureusement baissé d'un cran », déplore-t-il.

À quelques mètres de là, Cécile Puechbroussoux pense déjà à ses prochains services et à la réalisation de son fond de veau. Jean-Jacques Pescheur, le patron de Sud-Ouest Abats, lui propose alors des queues de bœuf et de veau, ainsi que des os et des pieds de veau ; ingrédients indispensables à l'élaboration d'une sauce réussie.

Pour pouvoir accommoder les produits achetés précédemment, le périple rungissois se poursuit au Pavillon des fruits et légumes. Le chef bourguignon découvre alors des asperges vertes. « Ce sont les premières de la saison, s'émerveille-t-il. Les asperges vertes constituent les premiers légumes de printemps.



Inspection des mangues.



Patrick Gauthier se fournit notamment en fruits et légumes chez Vinas.



L'achat de ces fleurs comestibles donne des idées à la cheffe Cécile Puechbroussoux.



Michel Grafouliere (Le Delas) et Xavier Letzelter (Le Delas et Lullaby) en compagnie de Patrick Gauthier.

Nous allons ainsi pouvoir servir notre bar avec ces asperges. » Dans un ballet immuable, il se faufile entre les piles de cagettes chargées des plus beaux produits.

Il n'hésite pas à s'engouffrer dans les stocks de certains mandataires afin de débusquer quelques perles qui auraient pu lui échapper. Au menu : ail des ours, fleurs comestibles, mangues, asperges... Cécile et Patrick ont pris l'habitude de travailler avec Vinas où ils ont mis la main sur des sucrones et quelques têtes de brocolis. « *C'est une relation de longue*

date. Vinas est une maison sérieuse installée depuis de nombreuses années. La fraîcheur est toujours au rendez-vous », salue le chef.

L'ÉPICERIE FINE, DERNIÈRE ÉTAPE

L'aiguille de l'horloge approche 7 h quand Patrick Gauthier décide d'achever sa tournée par une visite chez Le Delas. L'équipée est accueillie par Michel Grafouliere et Xavier Letzelter. Là encore, le restaurateur installé à Sens est connu comme le loup blanc. Après une dégustation de pata negra et d'un

saucisson de noir de Bigorre, les achats de divers produits d'épicerie fine sont agrémentés d'une visite des chambres froides où sont entreposées des carcasses de bœufs. Assurément, le chef est dans son élément.

Un service l'attend toutefois dès 12 h. Il est temps de remettre le cap vers Sens, la fourgonnette remplie de trésors que les clients pourront déguster à La Madeleine, sublimes par les mains expertes de Patrick Gauthier, et Au crieur de vin, grâce au talent de Cécile Puechbroussoux.



Avec Cécile Puechbroussoux, la relève est assurée

Voilà plus de 15 ans que Cécile Puechbroussoux, 37 ans, évolue aux côtés de Patrick Gauthier. Arrivée pour un remplacement chez le chef étoilé, elle ne l'a plus quitté. Son mentor lui accorde une grande confiance et la jeune femme a les coudées franches pour piloter les cuisines d'Au crieur de vin, le restaurant bistrannique créé par Patrick Gauthier en complément de La Madeleine, sa table étoilée. « *Je n'étais pas très douée à l'école et j'aimais beaucoup la gastronomie, c'est ainsi que je me suis orientée vers la cuisine* », retrace

Cécile Puechbroussoux. Convaincu par les talents de sa protégée, le Bourguignon l'a nommée cheffe quelques années plus tard. Voilà dix ans, que la cheffe s'exprime en cuisine et propose une cuisine traditionnelle qui ne manque pas de saveurs. « *Au crieur de vin, j'ai beaucoup de chance : je fais ce que je veux, en respectant les coefficients bien entendu* », sourit Cécile.

AU CRIEUR DE VIN

1, rue d'Alsace-Lorraine
89100 Sens
Tél. : 03 86 65 92 80

Des restaurateurs plus unis que jamais

Rebaptisée Union des restaurateurs du Marché de Rungis, l'association qui fédère la quasi-totalité des établissements présents sur place se mobilise depuis un an pour redonner un nouvel élan aux comptoirs et aux belles tables du Marché.

L'éprouvante période de la Covid-19 aura eu un mérite inattendu : celui de ressouder la communauté des restaurateurs du Marché de Rungis. « *La crise que nous avons traversée a développé les solidarités entre nous et nous a rapprochés* », reconnaît Michel Soulenq, restaurateur « historique » du Marché (il y est arrivé il y a presque 30 ans) et président de l'association. « *Les liens se sont également resserrés avec les entreprises du Marché et avec son gestionnaire, la Semmaris, qui nous a permis de rester ouverts sous le régime de la restauration collective et ainsi de maintenir les relations avec nos employés et nos clients* », poursuit le dirigeant de l'Aloyau, du Saint-Hubert et de l'Arrosoir.

À la suite d'une assemblée générale en mars 2021, l'association a pris en juin de la même année un nouveau départ. Rebaptisée « Union des restaurateurs du Marché de Rungis » et désormais dotée d'une jolie identité visuelle en forme de couteau et de fourchette, la structure fédère désormais la quasi-totalité des établissements de bouche du MIN, soit 16 sur 18. « *Depuis cinq ans, une nouvelle génération est arrivée ici, comme Michel Gineston Au veau qui tête, Sébastien Dupuy au Patio, Thierry Gioan à L'Étoile, Romolo Manti, à Dai Cugini, Michel Rivas Manzo aux Embruns, la famille Machado au Saint Maurice ou encore Chokri Amdouni Chez Antoine.* », rappelle Michel Soulenq. « *Ils sont tous investis dans la vie du marché et ont tous manifesté l'intention de s'investir dans l'Union. C'est donc une véritable équipe qui l'anime, avec cinq vice-présidents qui se répartissent les tâches avec moi* », poursuit le patron auvergnat.

Mieux communiquer à l'extérieur au sortir d'une crise qui n'a pas épargné les restaurateurs du Marché, ces derniers comptent bien reconquérir leur clientèle et en séduire une nouvelle. « *La part de nos clients qui viennent*



En haut, de gauche à droite, Thierry Gioan, Michel Soulenq, Sébastien Dupuy et Michel Gineston. En bas, lors d'une dégustation organisée à l'occasion de la Saint-Patrick.



de l'extérieur du Marché est en croissance dans la plupart des établissements du Marché », observe Thierry Gioan, de L'Étoile, qui estime la proportion à 30 % dans son établissement. « *À l'Aloyau, c'est près de 80 %* », complète Michel Soulenq. Pour s'adresser au nombreux public vivant ou travaillant autour du Marché, l'Union a publié en mars dernier le premier numéro du MagMenu, une publication présentant l'offre des 16 restaurants adhérents et leurs spécialités. « *Nous voulons le diffuser largement sur les communes aux alentours afin de nous faire connaître* », poursuit Thierry Gioan, qui souhaite que l'accueil de cette clientèle « *soit encore facilité et amélioré* ». En attendant, les patrons de l'Union ne ménagent pas leur peine lors des diverses manifestations festives qui jalonnent la vie du MIN. « *Les uns et les autres, nous avons participé activement ces derniers mois à Octobre Rose,*

la mobilisation annuelle en faveur du dépistage du cancer du sein, au beaujolais nouveau en novembre ou encore aux célébrations de la Saint-Patrick le 17 mars dernier », énumère Sébastien Dupuy, du Patio. Soucieuse de participer au collectif, l'Union a adhéré à nouveau à Stratégie Gourmet, mais également à Unigros. « *Symboliquement, les chefs des différentes tables du Marché ont été nombreux à proposer au menu le "poulet de Rungis" de 120 jours lancé en mars* », sourit Michel Soulenq.

Les fers de lance de la gastronomie à Rungis entendent aussi fêter dignement la réouverture des terrasses avec les beaux jours. « *On sent une grande envie de nos clients de se retrouver autour d'une belle table après de trop longs mois de privation* », conclut Michel Soulenq. Un prélude à un autre temps fort : la fête de la Musique, le 21 juin.

B. C.

HACCP DIGITALISÉE

TRAÇABILITÉ

AUTOCONTRÔLES

SONDES

VENTE À EMPORTER



e-pack HYGIENE

N°1 de l'HACCP digitalisée

- ✓ 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

**Facile,
indispensable,
sur-mesure**

ePack Hygiene, la Solution la plus complète de l'HACCP digitalisée !



ABONNEMENT TOUT INCLUS !



Analyse des besoins sur site



Paramétrage sur-mesure de la Solution



Livraison & Installation



Formation personnalisée sur site



Télemaintenance 7j/7



Garantie du matériel et assurance
Bris de machine incluses



Mises à jour automatiques du logiciel



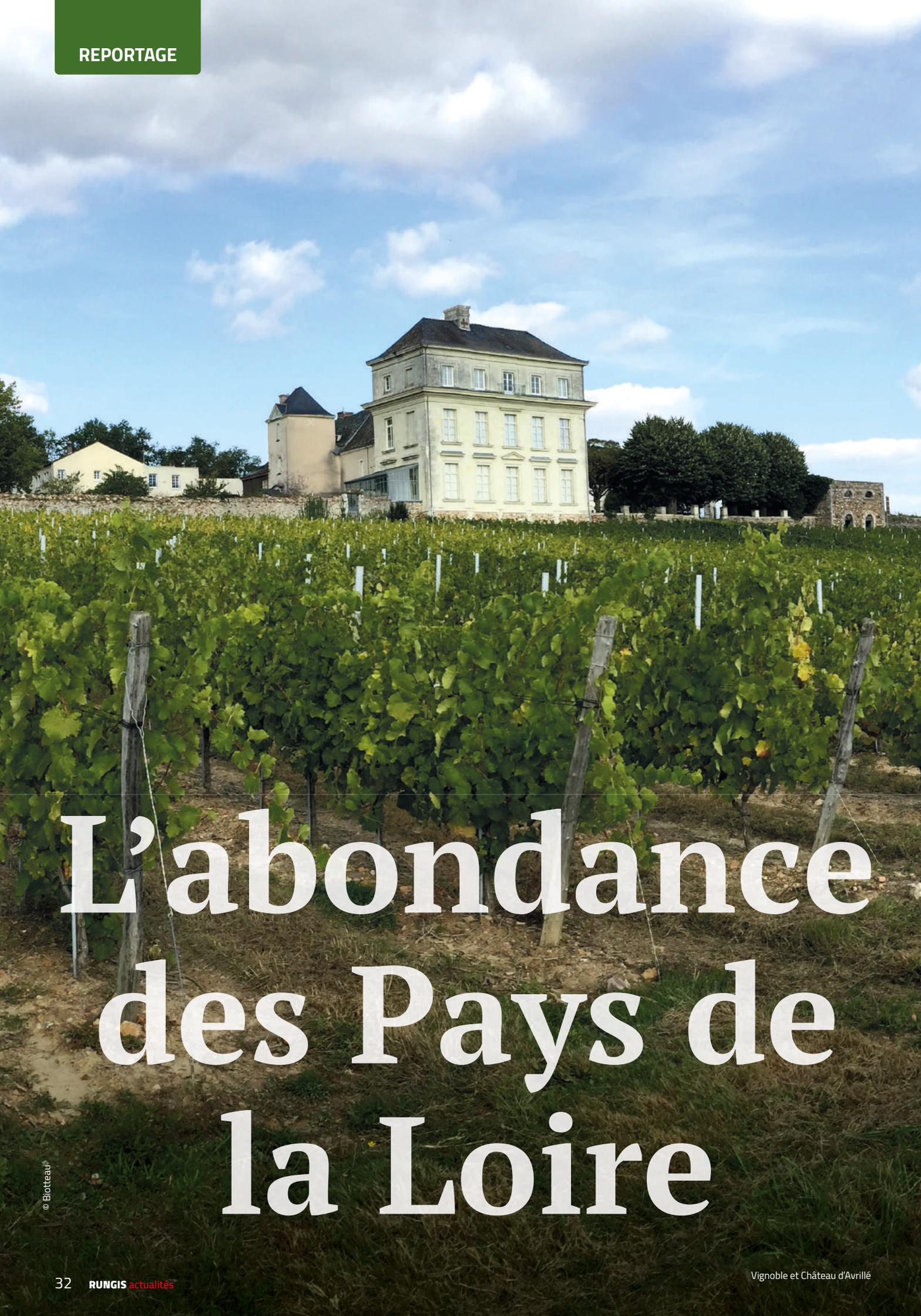
Vos relevés sont archivés en toute sécurité

Découvrez la vidéo
Boucherie Charcuterie !

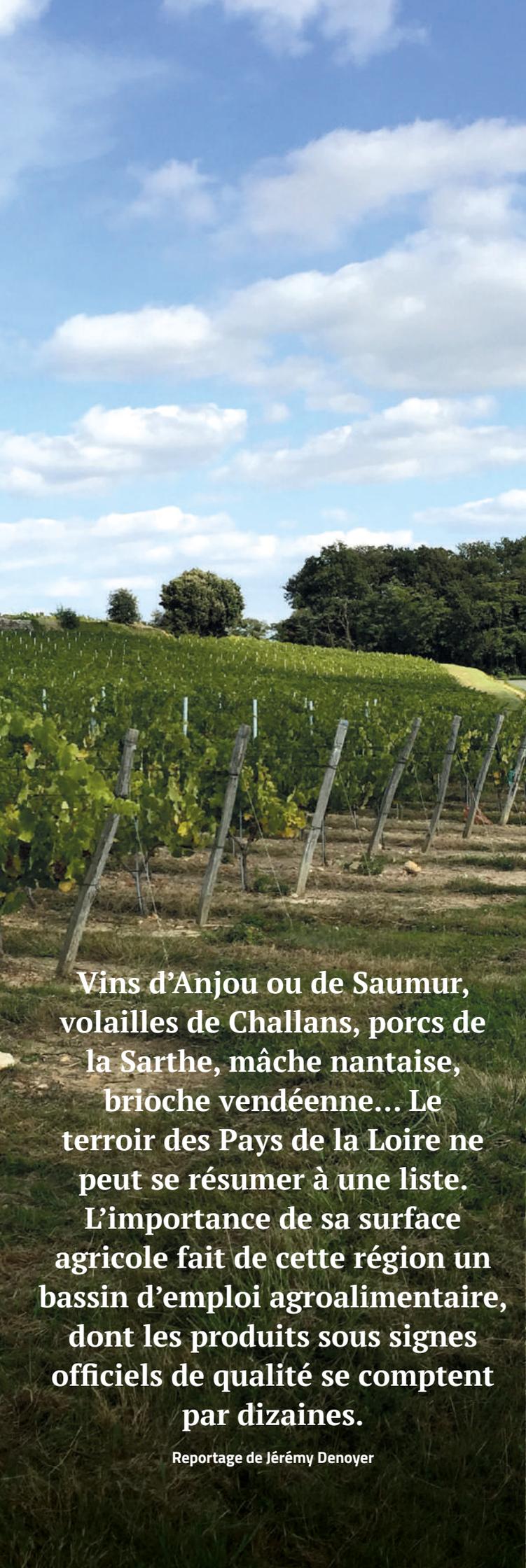


Demandez votre DÉMONSTRATION GRATUITE au : 02 29 62 64 40

www.epack-hygiene.fr



L'abondance des Pays de la Loire



Vins d'Anjou ou de Saumur, volailles de Challans, porcs de la Sarthe, mâche nantaise, brioche vendéenne... Le terroir des Pays de la Loire ne peut se résumer à une liste. L'importance de sa surface agricole fait de cette région un bassin d'emploi agroalimentaire, dont les produits sous signes officiels de qualité se comptent par dizaines.

Reportage de Jérémy Denoyer

Traversés par le plus long fleuve de France à son embouchure, les Pays de la Loire offrent une agriculture diverse et prolifique. Elle est aujourd'hui la région la plus productrice de viande bovine et de viande de lapin, mais également le second producteur de viande porcine, de volaille et de lait de chèvre. Les terres ligériennes fournissent aussi une pluralité de produits issus du maraîchage, comme la mogette ou la pomme de terre de Noirmoutier (en Vendée), la mâche nantaise ou encore le sel de Guérande (en Loire-Atlantique). L'agroalimentaire est le premier secteur industriel régional : il employait 32 832 personnes en 2017, soit 25 % de l'emploi salarié industriel. « *Toute cette production fait que beaucoup d'entreprises se sont installées dans la région, avec en tête celles de l'industrie de la viande. Bigard et ses filiales – Socopa viandes et Charal – y possèdent plusieurs unités d'abattage et de transformation. La coopérative Terrena y est aussi représentée [son siège est à Ancenis-Saint-Géréon], comme Lactalis et Savencia pour la filière lait* », note Yannick Mille, chargé de mission de Food'Loire, service d'accompagnement pour l'export des entreprises agroalimentaires, viticoles et végétales. Bien que les Pays de la Loire soient une région française de taille moyenne (8^e sur 18 en démographie et en superficie), son exploitation agricole est pleinement valorisée : la surface agricole utilisée (SAU) représente 68 % de l'ensemble du territoire. Par ailleurs, cette productivité n'impacte en aucun cas la qualité des produits. Au contraire ! Les Pays de la Loire sont la principale région française fournissant des produits sous signes officiels de qualité. En 2019, elle regroupait 153 produits Label Rouge, une trentaine d'AOC, deux AOP et une vingtaine d'IGP. La région est aussi impliquée dans l'agriculture biologique (3 600 exploitations certifiées). Ce mode de production correspond à plus de 10 % de la SAU. Le vignoble des Pays de la Loire, notamment, incarne cette production de qualité. Il est reconnu par l'IGP Val de Loire et 27 AOP.

UNE RÉGION VITICOLE DEVENUE INCONTOURNABLE

Les Pays de la Loire fournissent la majorité des vins de ce « Grenier de la France » qu'est le Val de Loire. En 2019, la région recensait 1 495 vigneron, 155 maisons de négoce et six caves coopératives. Preuve de leur qualité, 80 % des vins ligériens détiennent un sigle AOP. Cette production viticole est séparée en deux grandes zones distinctes. « *Le vignoble de la région nantaise se concentre de la rive gauche de la Loire – du Pellerin jusqu'à Vallet – au sud du bassin de la Sèvre nantaise. On y produit du vin blanc de type muscadet et gros-plant*, précise l'agence de développement économique régionale. *La seconde aire de production viticole, toujours sur la rive gauche de la Loire, s'étend entre Ancenis et l'est de Saumur.* » Les vins des Pays de la Loire, notamment ceux d'Anjou et de Saumur, offrent un large panel de vins blancs, rosés, rouges ou effervescents. « *La situation septentrionale et le climat tempéré du Val de Loire donnent aux vins fraîcheur, vivacité et finesse* », remarque le syndicat des vins IGP Val de Loire, ajoutant que ce territoire est également « *une incroyable région œnotouristique, dont les paysages et la culture ont été reconnus par l'Unesco* ». Le Val de Loire réunit en effet plus de 1 000 caves ouvertes au public, dont la qualité d'accueil est récompensée par le label Caves touristiques. Le domaine de Château d'Avrillé, aux Garennes-sur-Loire (Maine-et-Loire), abrite toujours une chaleureuse et colorée cave de dégustation, destinée à faire découvrir les vins de la maison Biotteau. « *Mon grand-père a créé le premier caveau de dégustation de la région dédié à la vente aux particuliers. D'autres domaines ont suivi cet exemple en ouvrant leurs propres caveaux, alors que ce commerce se faisait auparavant plutôt avec des négociants* », confie Alexis Biotteau, membre de la quatrième ●●●



1- Le chenin est un cépage typique de l'anjou blanc.
 2- Marylise et Jean-Noël Vovard travaillent ensemble à la Ferme Chauvet. La Ferme propose différents produits transformés à partir de leur porc fermier de la Sarthe.
 3- Caveau de dégustation originel du domaine Biotteau.
 4- Les vins Château d'Avrillé sont embouteillés à proximité du vignoble.

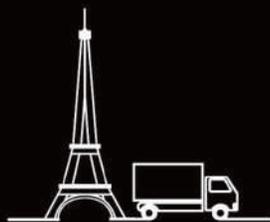


● ● ● génération du vignoble, chargé du pôle commercial. Le domaine Château d'Avrillé, créé en 1938 par Eusèbe Biotteau, s'est rapidement agrandi pour s'étendre sur 200 ha. Aujourd'hui, ce vignoble est certifié Haute valeur environnementale (HVE) et offre des vins blancs secs, rosés, rouges, moelleux... dont la plupart sont des appellations spécifiques du terroir. « *Les gens viennent pour l'anjou blanc fait avec du chenin, un cépage emblématique de l'Anjou. Mais ils viennent aussi pour l'anjou brissac, nos coteaux-de-l'aubance ou encore nos créphants, explique Alexis Biotteau. Il y a quelques années, le vignoble angevin n'était pas réputé. Mais il a bien évolué, nous sommes désormais sur des vins qualitatifs. Nous ne faisons plus le vin comme avant, les consommateurs sont intéressés par la viticulture et sont plus critiques.* » Un travail de recherche, de greffage et de sélection des plants est constamment effectué sur les vignes du Château d'Avrillé. Toute cette démarche est intégrée aux cahiers des charges des appellations d'un domaine qui produit chaque année entre 16 000 et 20 000 hl de vin. Les bouteilles de la maison sont régulièrement récompensées. Cette année encore, le Concours des vins du Val de Loire a attribué au Château d'Avrillé des médailles à son crémant de Loire brut (Liger d'argent) et à son anjou brissac 2019 (Liger de bronze).

PORCS ET VOLAILLES DE QUALITÉ SUPÉRIEURE

Au nord-est de la région, une quarantaine d'éleveurs de la Sarthe et du territoire voisin produisent un porc fermier dit Cénomans, en

référence à la tribu gauloise qui a donné son nom à la ville du Mans. Cette appellation (Label Rouge depuis 1989 et IGP depuis 1997) renvoie aussi aux sables cénomaniens, sur lesquels furent élevés les premiers porcs de la région. Ce cochon fermier vit sur la paille et se repose dans un abri ouvert sur une courette, inspiré des soues traditionnelles. « *L'alimentation de nos porcs est végétale, principalement faite de blé et d'orge. Elle est composée à 70 % de céréales et sans OGM, détaille Marylise Vovard, propriétaire de la Ferme Chauvet avec son mari. Nous sommes des producteurs locaux et nous avons des labels de qualité, ce qui est apprécié des collectivités.* » Cette petite ferme accueillante de Chantenay-Villedieu – offrant des chambres d'hôtes et des produits transformés issus de ses élevages – travaille avec près de 50 établissements scolaires sarthois et du Maine-et-Loire. Sa viande porcine est de plus en plus recommandée par les cuisiniers des collèges et lycées. « *Je parle de l'élevage et je suis à leur écoute. Notre image de qualité est importante, poursuit Marylise Vovard. Nous travaillons avec le même prestataire depuis le début de notre activité. Il découpe la viande, fait la transformation et conditionne notre production. Cela garantit notre traçabilité.* » Département le plus au sud des Pays de la Loire, la Vendée est un trésor culinaire. Elle produit également un porc de qualité – élevé en plein air – dont le jambon est certifié IGP depuis 2014. Quant à sa volaille de Challans, elle est reconnue pour sa qualité organoleptique exceptionnelle. Lors du Concours général agricole (CGA) 2022, la volaille de Challans a été primée de trois nouvelles médailles ● ● ●

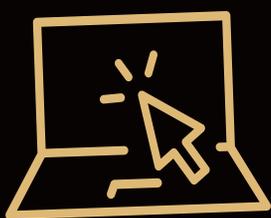


Au Fromager de Rungis

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



••• (poulet jaune et canette). Cela fait désormais 15 années consécutives que la volaille de Challans ressort médaillée au CGA. « Nous sommes en IGP avec les volailles de Challans et les volailles de Vendée. Nous avons 26 cahiers des charges en Label Rouge, comme sur la pintade ou le chapon. Et tous les ans, nos volailles sont parmi les plus appréciées lors des analyses sensorielles, note Jean-Marc Loizeau, directeur de Vendée qualité. La notoriété de notre volaille vient aussi de notre poulet noir cou nu. Et notre canard de Challans a aussi été servi à La Tour d'Argent [mythique restaurant parisien, 1 étoile Michelin]. »

IDENTITÉ MARAÎCHÈRE ET SEL DE GUÉRANDE

Les cultures végétales locales relèvent d'une grande diversité et d'une importante capacité d'exploitation sur certains produits. La région des Pays de la Loire est la première productrice de champignons, de mâche, de concombres, de radis et de haricots secs. Mais l'offre maraîchère propre au territoire est remarquable. Au large de la Vendée, l'île de Noirmoutier est reconnue pour ses fameuses pommes de terre, dont le goût et la qualité ont été certifiés d'un Label Rouge en 2018, puis d'un IGP en 2020. Aujourd'hui, 26 producteurs sont habilités à les proposer sur l'ensemble de l'île. « Ces pommes de terre sont plantées à la main sur des billes de terre et expédiées le jour suivant la récolte. C'est un produit très frais », note Jean-Marc Loizeau. Les pommes de terre de Noirmoutier – récoltées d'avril à août – n'ont pas besoin d'être épluchées pour être appréciées. Vendues principalement sous forme de grenailles, elles sont issues de différentes variétés : la primeur Sirtéma ou encore la Lady Christ'L.

Au sud des côtes du Morbihan (Bretagne), la coopérative des Salines de Guérande (Loire-Atlantique) produit actuellement « le seul sel marin français à se prévaloir du Label Rouge », précise le ministère de l'Agriculture. Ce condiment est ratissé sur le fond argileux du marais, pour son gros sel ou cueilli à la surface pour sa fleur de sel. « L'image du sel de Guérande s'est forgée dans le temps, sur la base de partenariats forts et étroits avec les milieux de la gastronomie française et de grands chefs comme Paul Bocuse, Alain Ducasse, Alain Passard, Joël Robuchon... qui sont devenus nos ambassadeurs », remarque l'ancien directeur des Salines, Ronan Loison. Davantage ancré dans les terres, mais non loin de l'océan, le bassin nantais connaît des conditions favorables au maraîchage. Bénéficiant d'un climat doux et des terres alluvionnaires de la Loire, la culture de la mâche s'y est développée dans les années 1990. « La mâche s'est adaptée au terrain sableux, avec un hiver froid mais sans gel. Cela a donné une salade dense, en bouquet, explique Régis Chevallier, président de Qualifrais. En 1995, notre association a été créée pour développer la mâche nantaise et obtenir l'IGP. Nous souhaitons protéger ce nom dans un bassin géographique et mettre des règles de qualité. » La mâche nantaise fut alors mieux lavée, présentée en barquettes avec des indicateurs de traçabilité. Malgré cette démarche, le constat est aujourd'hui difficile : à peine 2 % de la production de mâche locale (30 000 tonnes par an) détient la certification IGP mâche nantaise. « Nous sommes en pleine réflexion pour remettre les choses à plat et faire de notre mâche un véritable produit premium, en intégrant des mesures agro-environnementales, estime Régis Chevallier, producteur à La Planche. Il faut travailler pour qu'elle soit mieux valorisée demain. »

Brioche et gâche, une tradition locale

En Vendée et dans les villes limitrophes, la plupart des boulangeries proposent des brioches et des gâches. « La brioche vendéenne est tressée, c'est ce qui fait son moelleux. Elle est composée de farine, de sucre, d'œufs, de beurre, de levure et d'alcool. Nous, nous mettons du rhum, confie Patrice Tenaud, propriétaire de la boulangerie qui porte son nom. La gâche, elle, est faite en plus avec de la crème fraîche. Elle est surtout consommée au moment de Pâques. » Traditionnellement, les œufs qui n'avaient pas servi durant le carême étaient utilisés pour la gâche, de forme ovale et sans tresse. Dans la boulangerie Tenaud, la pâte à brioche vendéenne est préparée tous les jours – dans le respect du Label Rouge – avec du beurre Montaigu et un temps de pousse de six heures au minimum. Elle est ensuite badigeonnée d'œuf, puis cuite dans un four à sole. Consommée quotidiennement par les Vendéens, la brioche est aussi une pâtisserie de mariage. « Elle ouvre généralement le bal : les mariés dansent avec la brioche, puis elle est mise sur une civière. Celle que nous faisons pèse entre 5 et 10 kg au maximum, elle entre juste dans le four », remarque le boulanger de la Roche-sur-Yon. Chaque année, près de sept millions de brioches ou de gâches certifiées sont fabriquées.



© Jérémie Denoyer



© Jérémie Denoyer

La boulangerie de Patrice Tenaud (à droite) a gagné le concours de la meilleure brioche de Vendée en 2018. La brioche vendéenne nécessite six heures de temps de pousse au minimum.



© Yannick Mille



© Vendée Qualité



© Yannick Mille



© Vendée Qualité



© Terroir

Porcs fermiers de Vendée, volailles de Challans et rouges des prés. La région est aussi une bonne terre d'élevage.

Salines de Guérande, le seul sel marin français à se prévaloir du Label Rouge. Au large de la Vendée, l'île de Noirmoutier est reconnue pour ses fameuses pommes de terre dont le goût et la qualité ont été certifiés aussi d'un Label Rouge.



© Vendée Qualité

La mogette, du Mexique à la Vendée

Haricot blanc en forme de lingot, la mogette est produite par quelque 90 producteurs vendéens et bénéficie d'un double signe officiel de qualité, depuis l'obtention du Label Rouge en 2005. Ce petit haricot dont les grains sont sélectionnés à partir d'une variété (linex) n'a pas toujours été cultivé localement. Ce sont les conquistadors espagnols qui ont importé cette légumineuse du Mexique. C'est d'abord dans le sud-ouest de la France que la mogette s'est inscrite dans la gastronomie locale, avec la recette du cassoulet. Elle a trouvé ensuite en Vendée des terres argileuses favorables à sa culture. Les mogettes – de l'espagnol *monjito* (petit moine) – peuvent être vendues en légumes secs, demi-secs ou précuits en bocal. Environ 2 000 tonnes sont produites chaque année.



L'improbable trou du cru

Le trou du cru est un cousin de l'époisses. Sa croûte orangée et lisse laisse place à une pâte jaune pâle fondante en bouche. Son odeur prononcée est issue de lavages successifs au marc de Bourgogne.

Au cœur du village d'Époisses en Bourgogne, la fromagerie Berthaut se distingue depuis 1956 par son exigence et sa qualité. Il y naît des fromages uniques dont l'originalité a été saluée par plus de 105 médailles aux concours général agricole. À l'origine de cette aventure, on retrouve Robert et Simone Berthaut. Au milieu des années 1950, le couple a relancé une production fermière pour redonner ses lettres de noblesse à l'époisses. Jean Berthaut perpétue aujourd'hui la tradition familiale en préservant le travail accompli par ses parents. Amoureux du terroir, il cherche, pour chaque étape de fabrication, à conserver les mêmes conditions de maturation et la même qualité aux fromages, dont les principes originaux de fabrication n'ont que très peu évolué depuis 1956.

Signe que la production de la fromagerie Berthaut ne laisse personne indifférent, les World Cheese Awards 2021 ont couronné les meilleurs fromages au monde. En première

place, Quesos y Besos, de la laiterie espagnole Romero Pelaez. Avec 103 votes, il a devancé de peu l'époisses des Berthaut (98 votes).

La fromagerie Berthaut est leader de la production d'époisses. Depuis 2013, elle appartient au groupe industriel Bongrain, devenu depuis Savencia (Elle & Vire, Caprice des dieux, Saint Albry, Cœur de Lion, Saint-Agur, etc). Berthaut produit également du soumaintrain, de l'aisy cendré, de l'affidélité et bien sûr... du trou du cru. Créé au début des années 1980 par Robert Berthaut, le trou du cru est le plus petit fromage au monde en caillé lactique et croûte lavée. Présentée dans sa collerette de papier, cette friandise constitue un complément indispensable à un plateau de fromages. Ce fromage est affiné quatre semaines durant lesquelles il bénéficie de sept frottages individuels progressivement enrichis au marc de Bourgogne. C'est ce dernier qui permet au trou du cru de développer toute sa richesse aromatique. **M. R.**



Le vin qui lui va bien...

C'est non sans une pointe d'humour que nous vous proposons, pour accompagner un trou du cru, la cuvée Mon Fût c'est au Poulet en AOC costières-de-nîmes. Il s'agit d'un vin rouge (qui se décline en blanc) imaginé par le Château d'Or et de Gueules, composé de syrah et de grenache. Cette cuvée gourmande est dédiée au partage et offre une bouche soyeuse.



La langoustine : la demoiselle parée de ses plus beaux atours



Le vin qui lui va bien...

Au sein de l'AOP côtes-de-provence, on distingue de nombreux vins rosés. Mais c'est un blanc, le Clos de Capelune blanc du Château Saint-Maur, issu du cépage rolle, que nous avons choisi d'associer avec la langoustine. Son nez riche et dense laisse place à des notes briochées et de miel.

En Bretagne, et plus particulièrement dans le Finistère, la langoustine (du Guilvinec ou encore de Loctudy) est une véritable religion. Tout chauvinisme mis à part, les Finistériens sont particulièrement fiers de ce mets que certains comparent, parfois, au homard bleu.

Le Finistère est connu pour abriter différents « pays ». Outre le Léon (Finistère nord), on distingue la Cornouaille qui comprend elle-même d'autres territoires, à l'instar du pays Bigouden. C'est au sein de ce dernier qu'on célèbre la langoustine, parfois nommée affectueusement la « demoiselle du Guilvinec », même si sa capture amène les marins dans différents ports comme Loctudy. « *Tout commence en Finistère* », l'organisme de promotion du département, résume les choses avec beaucoup de justesse : « *Symbole de la pêche en pays Bigouden, la langoustine vivante est la reine des plateaux de fruits de mer* ». C'est assurément au Guilvinec que les plus gros volumes de langoustines trouvent leurs débouchés. La fierté du Guilvinec, c'est en effet ce crustacé à chair rose qui peuple la façade Atlantique nord, de l'Islande au sud du Portugal. La demoiselle arbore des pattes fines et de longues pinces. Quand la carapace de sa queue est ôtée, la

langoustine dévoile une chair blanche et rosée délicate. Ce petit crustacé, qui peut atteindre une taille considérable si on le cantonne à un casier, apprécie les fonds meubles, sableux et vaseux où il aime creuser son terrier. Car la demoiselle est tel le rongeur, elle aime se terrer et sortir de sa hutte uniquement quand le besoin de nourriture se fait sentir. Elle quitte ainsi son cocon au lever et au coucher du soleil et n'hésite pas à s'attaquer à des crevettes, mollusques et autres étoiles de mer ou oursins. Pas fous, les pêcheurs locaux ont ainsi identifié les moments où la langoustine quitte son nid en quête de nourriture. Ils n'ont plus qu'à relever les précieuses demoiselles. Inutile de préciser que la langoustine doit se déguster fraîche et non morte ou déjà cuite. Les demoiselles sont classées par taille : les tailles 2 (16 à 25 langoustines/kg) et 3 (26 à 35 langoustines/kg) sont les plus courantes.

M. R.



Le mangoustan, roi des fruits exotiques

Au sein du mangoustan se trouve une chair blanche nacrée proche du litchi, mais dont le goût se révèle plus délicat. On dit que la reine Victoria avait fait de ce délice son fruit préféré.

« Le mangoustancier est certainement l'arbre fruitier le plus précieux des pays chauds. La pulpe du mangoustan, blanche et semi-transparente, est des plus succulentes; elle exhale un parfum dans lequel certaines personnes croient reconnaître à la fois ceux de la framboise, de la pêche et du raisin. Pour moi, je trouve qu'on peut la comparer surtout à un délicieux chasselas », c'est en ces mots élogieux que décrit le botaniste Désiré Bois dans *Les Plantes alimentaires chez tous les peuples*. À l'époque, le mangoustan est un fruit tropical encore méconnu en métropole, mais il fascine déjà. Ainsi, il a gagné ses lettres de noblesse grâce à sa chair blanche délicate et son écrin rouge pourpre qui l'enrobe. La saveur fine et fruitée du mangoustan est appréciée par tous les consommateurs, mais les ventes demeurent limitées. Le mangoustan est un fruit onéreux commercialisé à un prix relativement linéaire durant l'année (en moyenne entre 6 € et 8 € le kg). « Il ne descend guère sous la barre des 6 €, même

durant l'été où se conjuguent le pic de production de la Thaïlande et la concurrence des fruits de saison. Le prix important du transport, uniquement aérien, s'ajoute à un coût de production relativement élevé, en raison de la montée en production très progressive du mangoustancier et de la faiblesse des rendements. Par ailleurs, le fruit doit aussi être commercialisé assez rapidement, avant que son épiderme ne durcisse », expliquent Fabrice Le Bellec et Éric Imbert, du Cirad (organisme français de recherche agronomique).

En Thaïlande, premier pays producteur mondial, les fruits sont cueillis lorsqu'ils commencent à se parer de rose (de 5 % à 50 % de la surface du fruit). Le mangoustancier, quant à lui, est un arbre qui vit uniquement dans les climats équatoriaux. Il est, par conséquent, très exigeant en chaleur et en humidité. La Thaïlande et la Malaisie produisent à elles seules près de 100 000 tonnes sur près de 25 000 hectares.

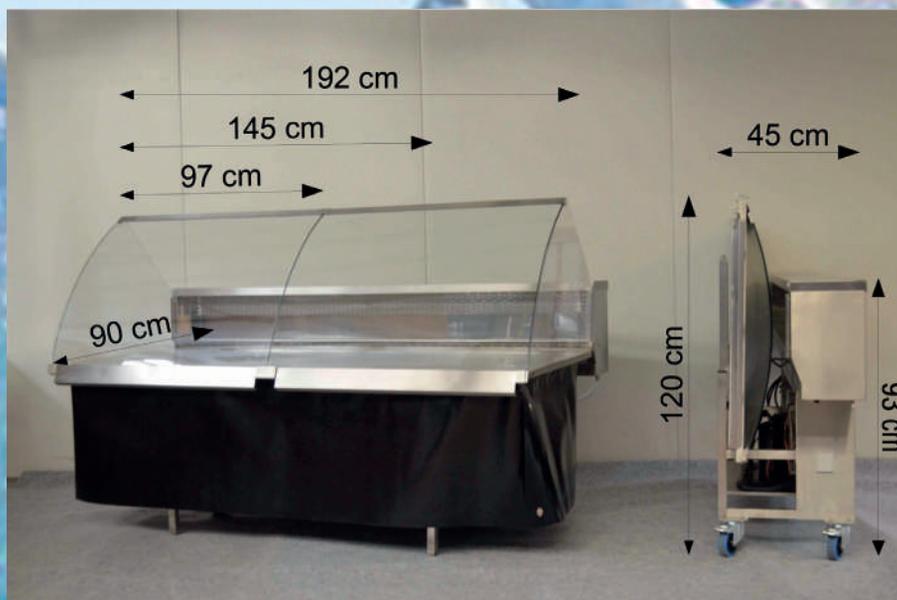
M. R.



Le vin qui lui va bien...

Le mangoustan se déguste à merveille aux côtés d'un gaillac du Domaine de Larroque. Ce vin doux propose une belle complexité d'arômes avec un nez constitué de fruits confits, mais aussi de fruits blancs. Il est composé de mauzac (90 %) et de len de l'el (10 %).

VITRINES RÉFRIGÉRÉES PLIANTES



WWW.ELITE-FROID.COM

arctica2010@hotmail.fr

01 48 49 55 36

Le reblochon

Fleuron de la production fromagère de Haute-Savoie, le reblochon affiche une production stable. Près de 17 000 tonnes de ce fromage sont consommées chaque année.

Reconnue en 1958, l'appellation « reblochon » compte 636 entreprises, parmi lesquelles 487 exploitations en production de lait ; 120 exploitations fermières ; 18 entreprises fromagères et 11 entreprises d'affinage. Ensemble, elles ont produit, en 2021, 14 345 tonnes en reblochon laitier (- 0,11 % par rapport à 2020 qui était une forte année de vente), 2 010 tonnes en reblochon fermier via les affineurs (- 1,02 % par rapport à 2020) et 599 tonnes commercialisées en vente directe. Cela représente un volume total de 16 954 tonnes de reblochons vendus en 2021 (contre 16 994 tonnes en 2020). La consommation de reblochon est essentiellement nationale, seulement 4 % des volumes sont exportés. Mais ce fromage est commercialisé dans toute la France, et dans tous les circuits de distribution (grande distribution, libre-service, rayon coupe, circuit spécialisé traditionnel, restauration hors foyer, vente directe). Sa consommation est stable depuis de nombreuses années. Le reblochon est apprécié toute l'année, avec une petite pointe en automne-hiver : 60 % des ventes se situent entre octobre et mars. Si le reblochon n'a obtenu son AOP qu'en 1958, son origine commence au XIII^e siècle, dans les alpages des vallées de Thônes en Haute-Savoie. Le Syndicat interprofessionnel du reblochon (SIR) rassemble toutes les filières et tous les métiers : producteur laitier, affineur, producteur fermier, fromager. Ainsi, ensemble ils veillent au respect des règles inscrites au cahier des charges, en apportant chacun leur valeur ajoutée au produit et en veillant à l'impact des actions individuelles sur la renommée du fromage. Et le résultat est apprécié du consommateur. Selon une étude commandée par le SIR à Ipsos, le reblochon bénéficie d'une belle image de marque. En effet, pour 86 % des Français, c'est un fromage idéal à partager ; pour 85 %, un fromage appétissant ; pour 83 % des consommateurs, tout simplement un



plaisir à le déguster, etc. Le Syndicat continue de travailler cette bonne image. L'appellation entend ainsi poursuivre ses efforts en recherche et développement tout en répondant aux préoccupations sociétales et environnementales des professionnels et des consommateurs. Parmi les points d'attention,

le respect de la biodiversité : « *La pratique de l'alpage, nécessaire à la fabrication du reblochon contribue, en plus du bien-être animal, à préserver les paysages montagnards et favorise, grâce au pâturage des troupeaux, la biodiversité* », indique le SIR.

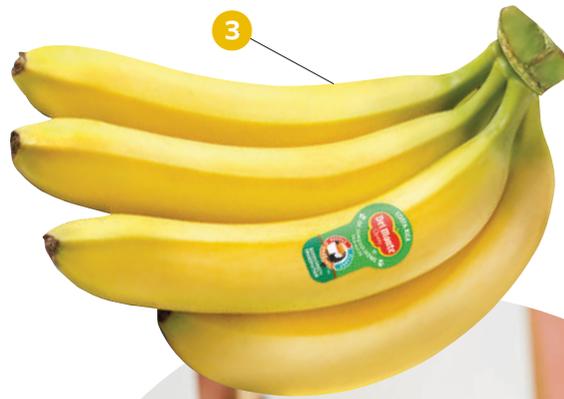
Olivier Masbou

Chiffres clés en 2021

- 636 entreprises
- 487 exploitations en production de lait
- 120 exploitations fermières
- 18 entreprises fromagères
- 11 entreprises d'affinage
- 16 954 tonnes de reblochons affinés vendus

Source: FranceAgriMer

nouveautés



1
SALON DES FROMAGES
**Coup de cœur
pour Blu'61**

L'art de marier un élégant fromage strié avec un vin autochtone fait partie du succès de cette splendide expérience appelée Blu'61 accompagné d'un Raboso Passito et de précieuses canneberges comme croûte. L'ensemble a obtenu un coup de cœur au Salon du fromage et des produits laitiers, qui s'est tenu du 27 février au 2 mars à Paris. Blu'61 propose « une excellente fusion entre la lie de la croûte et le rouge des canneberges. Il a l'apparence d'une pâtisserie de haute qualité. À la coupe, on apprécie sa pâte légèrement persillée couleur verte, bleu océan, qui parcourt la pâte couleur crème » écrit le jury.

Produits laitiers

2
CHAMPIGNONS FRAIS
**Un nouvel acteur
du pleurote**

LOU Légumes, producteur de champignons frais français cultivés sans pesticides, élargit sa gamme en proposant une nouvelle variété : le pleurote. Quatre salles de culture sont dédiées à cette production également certifiée Bio dans sa champignonnière de Mayenne. Cette nouvelle production va permettre à Lou Légumes de s'ouvrir à d'autres marchés tels que la restauration. Créée en 2009, l'entreprise familiale connaît une forte croissance avec quatre sites à Poilley (35), Ternay (41), Landivy (53) et Chaspuzac (43). Elle propose également champignons blancs de Paris, Bella Rosé et Portobello.

Fruits et légumes

3
DURABILITÉ
**Des bananes avec
sticker compostable**

La filiale française du groupe Fresh Del Monte annonce la mise en place d'étiquettes sans plastique et compostables sur 100 % de ses bananes vendues en France. Elles répondent à la norme française de compostage domestique et sont conformes à la loi antigaspillage pour une économie circulaire. Certifiées «OK compost HOME», ces nouvelles étiquettes garantissent que ses composants – adhésif, matière et encres – n'ont pas d'impact négatif sur l'environnement. Elles sont déclinées sur les différentes variétés de bananes, origines et certifications.

Fruits et légumes

4
SALON FLORALL
**'Rubens' Antique
rose récompensé**

'Rubens' Antique rose a obtenu la médaille d'or du salon Florall qui s'est tenu le 1^{er} mars à Waregen (Belgique). Le jury a été charmé par la belle couleur innovante (jolies feuilles vert foncé avec des fleurs doubles de taille moyenne à grande), le positionnement unique des fleurs, le parfum surprenant et la forme compacte de la floraison. La plante produit de nombreuses fleurs et a des pétales frangés. La plante résiste au vent et aux intempéries et est donc excellente pour décorer la terrasse au printemps.

Pavillons horticulture

Potager de Marianne

Un outil contre le gaspillage au cœur du Marché

Le Potager de Marianne, chantier d'insertion des épicerie solidaires (réseau ANDES), a vu son activité croître considérablement depuis deux ans. Un projet de cabane déportée dans les pavillons doit permettre de faciliter les dons des grossistes et usagers.

Le 6 décembre dernier, le chantier d'insertion Le Potager de Marianne de l'ANDES (Association nationale de développement des épicerie solidaires) ouvrait largement ses portes à l'occasion de l'inauguration de nouvelles lignes de tri et de conditionnement de produits alimentaires invendus en présence, notamment, du président du Marché Stéphane Layani et de Cécile Tagliana, commissaire à la lutte contre la pauvreté auprès du préfet de la région Île-de-France. Une étape importante pour l'association caritative à laquelle le Marché de Rungis a confié depuis 2008 la délicate mission de coordonner les actions liées à la réduction du gaspillage alimentaire sur le Marché et les actions sociales. L'événement a en effet permis au public de découvrir la nouvelle implantation du Potager de Marianne dans un entrepôt plus spacieux de 1 500 m² situé au cœur du secteur des fruits et légumes.

Les activités de tri qui y sont réalisées permettent, outre la lutte contre le gaspillage et l'approvisionnement des réseaux d'aide alimentaire, l'embauche de personnes éloignées depuis longtemps de l'emploi. « Depuis que l'association s'est installée ici en octobre 2020, les effectifs comme le volume de marchandises traitées ont considérablement progressé », témoigne Nathan Bardin, le directeur du site, qui a succédé en début d'année à Cédric



Les nouvelles lignes de tri et de conditionnement ont été inaugurées en décembre dernier.



Nathan Bardin,
directeur du site
Le Potager de
Marianne à Rungis.

Péchar. « Le tonnage traité s'élève à environ 2 000 tonnes de produits par an, dont 1 500 tonnes de fruits et légumes. Un tiers de ces produits est issu du don et le reste est acheté, sur le MIN ou ailleurs », poursuit le nouveau directeur. Le Potager de Marianne propose 40 emplois en insertion.

L'installation des nouvelles lignes en octobre dernier a amélioré le confort de travail des employés et étendu les services. Parmi les nouveaux débouchés en perspective, le Potager de Marianne reconditionne désormais les fruits et légumes en cagettes ou en paniers pour la start-up Hors Normes qui propose des

paniers de légumes bio dont les calibres ou l'aspect ne correspondent pas aux normes des supermarchés, à des prix plus attractifs. Le chantier d'insertion dessert plus de 200 structures d'aide alimentaire, dont un tiers est affilié au réseau ANDES et leur assure désormais des arrivages plus fréquents et plus variés. Afin de répondre à la forte augmentation de la demande en aide alimentaire, ANDES s'est donné pour objectif de soutenir la création de 300 nouvelles épicerie solidaires. En janvier 2022, 193 projets étaient accompagnés, dont 52 épicerie solidaires déjà ouvertes.

UN PARTENAIRE ESSENTIEL DU MARCHÉ DE RUNGIS

Pour faciliter la mise à disposition de marchandises par les grossistes ou les usagers du MIN, la Semmaris va mettre en place les prochaines semaines « Ma Cabane » un premier lieu de stockage déporté à l'intérieur du pavillon E3, dans le secteur des fruits et légumes. « L'initiative s'inspire directement du projet d'un étudiant en design, Elliott Pananceau, qui a obtenu en 2020 le premier prix du concours

Le digital, technologie antigaspi

Les technologies numériques ont révolutionné les circuits de valorisation des invendus aux différents échelons de la chaîne alimentaire. De nombreux Français ont ainsi appris à se servir ces dernières années des applications Too Good To Go ou encore de Phénix, qui mettent en relation leurs utilisateurs avec des commerces de bouche afin de leur proposer des invendus à prix réduits sous la forme de paniers. Ces acteurs sont loin d'être les seuls à offrir leurs services aux consommateurs et aux commerçants. Partenaire du Potager de Marianne, la start-up Hors Normes a été lancée en plein premier confinement, en avril 2020, avec l'objectif de proposer aux consommateurs des fruits et légumes bio refusés par les circuits de distribution, à des prix jusqu'à 40 % moins cher. Elle connaît un déploiement important, avec 2 500 Franciliens abonnés. La dernière promotion de l'incubateur Rungis & Co témoigne de l'intérêt pour les questions liées au gaspillage alimentaire et des efforts qui peuvent encore être déployés pour le réduire. L'une d'entre elles, Fresh Me Up est une plateforme B to B qui permet aux professionnels des métiers de bouche d'accéder à des ventes privées de produits frais. Grossistes, commerçants de quartier et petits producteurs locaux sourcent pour eux leurs surstocks, queues de lots et autres bons plans. Mais les technologies numériques ne



permettent pas seulement de trouver une deuxième vie aux produits. Elles peuvent aussi contribuer à réduire le gaspillage à la source, en amont, en anticipant les besoins de la vente et en facilitant la collaboration entre les acteurs de la chaîne. C'est tout le projet de Greenvillage, start-up également née à Rungis & Co qui a notamment mis au point un outil dédié « antigaspi » à destination des grossistes grâce aux données collectées sur leurs dates de lot.

étudiant « Design Zéro Déchet », organisé par le syndicat mixte d'Île-de-France dédié aux déchets ménagers et assimilés (Syctom), en partenariat avec le Marché de Rungis. Nous avons souhaité concrétiser son idée de mobilier urbain multiusage qui permet de favoriser les dons d'invendus sur le Marché », explique Pauline Jacquemard, directrice RSE et Innovation du Marché de Rungis. Cette cabane connectée en acier permettra à chacun de déposer plus facilement les produits qu'il souhaite donner et au Potager de Marianne de venir les récupérer. Quand la vente ou le don des fruits et légumes déclassés ou en fin de vie est impossible, il reste à les valoriser au mieux.

Avec la participation de la société Upcycle, une entreprise née dans l'incubateur Rungis & Co du Marché de Rungis, la Semmaris a mis à disposition du Potager de Marianne un composteur électromécanique de biodéchets à proximité de son entrepôt. « L'équipement va être testé dans un premier temps sur les produits issus de notre atelier et que nous ne pouvons valoriser mieux qu'en biodéchets », indique Nathan Bardin. Son usage pourrait être étendu par la suite à d'autres entreprises du Marché. « Le Potager de Marianne constitue un partenaire essentiel du Marché de Rungis dans sa politique de lutte contre le gaspillage alimentaire et de valorisation des invendus »,

commente Pauline Jacquemard. « Avec la crise de la Covid-19, les dons des entreprises ont connu un bond sur le Marché atteignant 1 200 tonnes en 2020. Le mouvement s'est poursuivi en 2021, puisqu'ils ont encore progressé, avec 1 277 tonnes. » Ces dons bénéficient à une trentaine d'associations actives sur le Marché. « La lutte contre le gaspillage alimentaire relève des trois axes principaux de la stratégie RSE du Marché

de Rungis. Elle intervient au niveau de la transition vers une alimentation durable, de la préservation des ressources et de l'objectif de neutralité carbone et enfin répond au souhait d'être un levier du développement socio-économique du territoire en développant des mesures en faveur de l'éthique et de l'inclusion », conclut la directrice de la RSE et de l'innovation.

B. C.



« Ma Cabane » est un premier lieu de stockage déporté sur le point d'être installé à l'intérieur du pavillon E3.

Les réseaux sociaux tissent leur toile à Rungis

L'organisation d'événements médiatisés sur le Marché de Rungis a contribué au développement de l'audience des réseaux sociaux. De leur côté, les opérateurs tendent à professionnaliser leur approche et les messages qu'ils diffusent sur ce terrain.

La visibilité du Marché de Rungis et de ses opérateurs sur les réseaux sociaux a connu une nouvelle accélération depuis trois ans. « *Entre 2019 et 2021, le nombre d'abonnés sur l'ensemble de nos réseaux sociaux (Instagram, LinkedIn, Facebook, Youtube, Twitter et Pinterest) a progressé de 27%, ce qui porte le nombre d'abonnés cumulés à 74 000* », nous indique Manel Bendriss, chef de projet marketing et communication à la Semmaris. « *Le "nombre d'impressions", c'est-à-dire le nombre de fois où une publication a été vue par un utilisateur a crû encore plus rapidement, passant de 6,4 à 15,6 millions, soit + 67 %* », poursuit-elle.

La communauté digitale du Marché de Rungis s'étend ainsi d'année en année. La plus fournie concerne celle de Facebook, avec près de 36 000 abonnés en mars dernier. « *Les grossistes et les usagers du Marché y sont très présents et interagissent beaucoup, ce qui en fait un réseau très vivant et réceptif* », relève Manel Bendriss. Les opérations menées par Rungis Accueil, en particulier, sont très relayées. Toujours en croissance, l'Instagram du Marché permet une communication plus ciblée sur les produits, les métiers et les savoir-faire. « *C'est le réseau du beau et de l'inspirationnel où les chefs et influenceurs food sont très présents* », résume la chef de projet. « *Nous essayons de créer de l'engagement en partageant des contenus esthétiques et viraux.* »

Sur le réseau Twitter, les abonnés peuvent suivre toute l'actualité officielle du Marché de Rungis. Une source d'information pratique pour les parties prenantes du Marché, qu'il s'agisse des entreprises, des institutionnels



Sur le tournage du Rungis Cheese Challenge le 21 octobre 2021. Les concours professionnels permettent de développer l'audience et l'engagement sur les réseaux.

ou des médias. « *Nous y repartageons aussi beaucoup de messages émanant de personnalités ou d'organisations comme les Rabelaisiennes de Rungis ou le MIN de Toulouse. Sans oublier, bien sûr, ceux du président du Marché, Stéphane Layani.* »

Les réseaux du président du Marché de Rungis constituent en effet un des atouts du dispositif. Présent à titre personnel sur les principales plateformes (Facebook, Twitter, Instagram et LinkedIn), Stéphane Layani compte sur chacun d'eux plusieurs milliers d'abonnés. Soutien à la gastronomie et à la production locale, transition écologique, actions de solidarité, innovation, puissance logistique, formation, développement international, interventions publiques, événements sur le Marché... sont autant de sujets phares sur lesquels il intervient de manière régulière. « *Ma mission est de valoriser l'action du président et du Marché au sens large en lien avec ces thèmes, qui sont des thèmes majeurs du nouveau modèle alimentaire et qui entrent en résonance*

avec les attentes des Français aujourd'hui », précise Delphine Loury, responsable de la Stratégie éditoriale et en charge de ces réseaux.

LE RUNGIS CHALLENGE ET AUTRES OPÉRATIONS

Les bons résultats de fréquentation des réseaux sociaux du Marché résultent d'un travail régulier d'animation et de publication. « *C'est une condition essentielle pour développer une communauté vivante* », poursuit Manel Bendriss.

Pour booster son audience, la cellule en place s'appuie sur des événements organisés par le Marché avec la participation des opérateurs. C'est le cas des « Rungis Challenge », ces





TÉMOIGNAGE

Chloé Athiel (Dispéré) : « Un univers qui reste à défricher. »

Arrivée en mars 2021 comme responsable marketing et communication de la société Dispéré, Chloé Athiel y a notamment pris en main le « community management » des pages réseaux sociaux Dispéré et Dispéré bio (FB, Instagram et Twitter). « *Ça n'est qu'une petite partie de mon activité et il reste encore beaucoup de choses à développer dans ce domaine* », reconnaît celle qui gère depuis un an l'ensemble des supports de communication print et digitaux du groupe. « *Depuis mon arrivée, j'ai tâché de professionnaliser les messages en insistant sur la qualité des visuels, en déterminant les bons mots-dièse ou encore en mettant en ligne un petit jeu concours sur Instagram.* » Chloé a notamment organisé avec Com Rungis un « shooting » des produits best-sellers de Dispéré en 2022 afin de disposer d'une banque d'images qu'elle distille sur Instagram en fonction de la saison et des événements. « *Les réseaux sont des bons outils pour donner de la visibilité à nos producteurs, de valoriser leur savoir-faire, mais aussi notre travail de sélection. Cela permet de communiquer différemment que ce*



que l'on peut faire sur un catalogue », insiste Chloé Athiel. La responsable marketing et communication relève que certaines catégories d'acheteurs sont particulièrement actives sur les réseaux, comme les artisans bouchers ou les commerçants bio « *qui font des stories et nous taguent volontiers* ». À terme, Chloé Athiel aimerait pouvoir développer plus de contenus, notamment des lives ou des interviews. « *Mais les réseaux sociaux constituent beaucoup moins un réflexe dans l'univers du commerce alimentaire que dans la téléphonie par exemple, où j'exerçais précédemment. Il y a encore une culture à développer sur le MIN.* »

concours professionnels des métiers de bouche organisés depuis deux ans par les équipes marketing de la Semmaris. Le premier d'entre eux, le Rungis Primeurs Challenge, a eu lieu en septembre 2020. Il a été suivi d'un Challenge poissonniers en février 2021, puis fromagers et fleuristes et décorateurs à la fin de 2021. « *Ces événements vivent à travers les réseaux sociaux sur le principe d'une web-série virale* », précise Manel Bendriss.

Les candidats sont en effet appelés à participer en envoyant une photo de leur plus belle création en mentionnant le Marché de Rungis ainsi que l'ensemble des partenaires. Les photos sont ensuite soumises au vote des communautés Instagram, Facebook et de l'équipe organisatrice pour aboutir à la sélection des quatre candidats retenus pour la finale. Celle-ci, organisée à Rungis en présence d'un jury de professionnels du métier et de partenaires grossistes de la filière, fait ensuite l'objet d'un court métrage diffusé sur les réseaux sociaux où il est abondamment partagé. « *Ces web-séries recueillent une audience importante, mais suscitent surtout un taux d'engagement élevé de nos communautés car elles sont très fédératrices* », précise Manel Bendriss. Par exemple, le Rungis Primeurs Challenge a suscité près de 250 000 impressions en seulement une semaine et près de 4 500 interactions sur les réseaux. Les Challenge suivants sont donc attendus avec beaucoup d'impatience. Le prochain, dédié

aux produits carnés, aura lieu le 26 avril et celui dédié à la gastronomie le 10 juin. La production des contenus du Marché de Rungis tend à être régulièrement renouvelée. En février dernier, les fidèles de la chaîne Youtube de Rungis ont ainsi pu découvrir un nouveau format de reportage, « Rungis Inside », qui accompagne des acheteurs restaurateurs lors de leurs achats auprès des grossistes sur le Marché jusqu'à l'élaboration d'une recette dans les cuisines de leur restaurant. Pour les fêtes de Noël, Stéphane Bertignac, le chef de la Cantine du Troquet, fut le premier de la série « Un chef à Rungis », rubrique mettant en valeur les talents d'un chef du Marché. Les mandataires du Marché sont également très actifs sur les réseaux sociaux. Le nombre de grossistes présents sur l'une ou l'autre des plateformes d'échange est en croissance régulière. On y retrouve des entreprises de tous

les secteurs, principalement sur Facebook et Instagram : GRG, Eurodis ou BGL Avigros dans les viandes et volailles, Desmettre, Butet, Banagrumes ou Blampin dans les fruits et légumes, Reynaud Seafood Gastronomy ou la Maison Gillardeau dans les produits de la mer, la SAFF/Bruehl ou Gratiot dans les PLA, Laroche, Bocca-Sacs et Au savetier de Rungis dans les accessoires ou encore Dispéré (*lire encadré*) dans la gastronomie. « *La stratégie des grossistes se professionnalise peu à peu* », observe Alain Martinez, délégué général du Fonds solidaire Blampin et pionnier à Rungis de la présence sur les réseaux. « *Il est important de comprendre que les réseaux sociaux ne permettent pas seulement de faire de l'image, mais aussi du chiffre d'affaires. Mais aussi que l'engagement sur les réseaux sociaux doit être pérenne si l'on veut qu'il soit efficace.* »

Bruno Carlhian



Le Toyota Proace City Electric fait partie de la bande des quatre électriques signées Stellantis avec le Peugeot e-Partner, le Citroën ë-Berlingo et l'Opel Combo-e.

Proace City

La fourgonnette de Toyota devient Electric

Le Toyota Proace City Electric est la version électrique de la fourgonnette thermique du même nom. Elle est aussi la quatrième déclinaison du modèle signé Stellantis.

C'est une vraie famille nombreuse ! Le Toyota Proace City Electric n'est autre qu'un membre de la fratrie des fourgonnettes électriques de Stellantis comprenant le Peugeot e-Partner, le Citroën ë-Berlingo et l'Opel Combo-e. Ce Toyota électrique reprend toutes les caractéristiques des Stellantis et n'en déroge que par sa face avant qui adopte les codes Toyota.

Parfait pendant électrifié de la fourgonnette thermique, le Proace City Electric est décliné autour de deux longueurs, 4,40 m pour le modèle Medium et 4,75 m pour le Long. Le volume utile est de 3,3 m³ sur le Medium et de 3,9 m³ sur le Long, soit les mêmes données que sur le thermique. C'est normal : les batteries sont installées sous le plancher et n'empiètent donc pas dans l'espace de chargement. La charge utile est, elle, un peu en retrait, en raison du poids des batteries. Elle est de 800 kg sur la version Medium et de 750 kg sur le Long, contre 1 000 kg sur le Proace City Diesel.

Sous le capot du Proace City Electric se trouve un moteur électrique de 100 kW, ce qui représente environ 136 chevaux, développant un couple maxi de 260 Nm. Trois modes de conduite sont proposés, Power, Normal et Eco. La puissance et le couple maximum ne sont disponibles 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. Les batteries, d'une capacité de 50 kWh, apportent une autonomie comprise entre 260 et 280 km en cycle WLTP.

À l'usage, le Toyota Proace City Electric affiche un comportement routier de très bon niveau. Silence de fonctionnement bien sûr, accélération nette et franche, freinage efficace et tenue de route de haute tenue. Le mode Normal est de loin le plus polyvalent pour un usage courant à vide ou en charge moyenne. Le mode Power, très gourmand en « carburant », permet des accélérations assez fulgurantes pour un véhicule de ce type. Il sera surtout utile en charge maximale.

Côté équipement, Toyota a choisi de faire un peu mieux. Ainsi, le système Moduwork de série sur toutes les versions. Il permet d'augmenter les capacités utilitaires avec un siège passager qui peut se relever et libère via une trappe un espace de chargement supplémentaire. Le volume utile passe ainsi 3,8 m³ sur le Medium et à 4,3 m³ sur le Long. Cette option apporte surtout une longueur utile au plancher plus importante. Elle passe de 1,81 m à 3,10 m sur le Medium et de 2,16 m à 3,44 m sur le Long. Autre particularité, le Toyota est équipé de série d'un chargeur triphasé de 11 kW. Chez les Stellantis, c'est le chargeur monophasé de 7,4 kW qui est de série.

Côté tarif, cette fourgonnette électrique est accessible à partir de 29 965 € HT pour le modèle Medium d'entrée de gamme, contre par exemple 30 600 € HT pour le Peugeot e-Partner équivalent. Et comme le Proace City Electric est mieux équipé de série, cela peut être intéressant d'aller faire un tour chez Toyota.

Richard Pizzol

★ POINTS FORTS

À partir de 29 965 € HT
280 km d'autonomie
800 kg de charge utile

Volkswagen

ID Buzz : le Combi devient électrique

Volkswagen ressuscite son mythique Combi au travers de cet ID Buzz, véhicule 100 % électrique décliné en version voiture mais également utilitaire avec l'ID Buzz Cargo.

L72 ans après le lancement du T1, le premier des iconiques Combi, Volkswagen vient de dévoiler l'ID Buzz, un Combi des temps modernes et donc 100 % électrique. Ce nouveau véhicule sera double : une version voiture à cinq places et une version utilitaire baptisée ID Buzz Cargo. Ces deux véhicules seront lancés en même temps sur le marché en fin d'année. Véhicule électrique, l'ID Buzz sera doté d'une batterie de 77 kWh qui alimentera un moteur de 150 kW intégré à l'essieu arrière. La puissance de charge standard en courant alternatif est de 11 kW. Elle pourra atteindre 170 kW sur une borne de recharge rapide en courant continu, la batterie est alors



L'ID Buzz et sa version Cargo seront lancés en France en fin d'année.

rechargée de 5 à 80 % en 30 min environ. L'autonomie annoncée par le constructeur dépasse les 400 km. L'ID Buzz s'inscrit dans les utilitaires Volkswagen comme un Transporter électrique, avec un espace de chargement de 3,9 m³, suffisant pour accueillir deux Euro-palettes, et une charge

utile de 650 kg. L'ID Buzz Cargo sera commercialisé de série avec trois places en cabine, le siège conducteur et une banquette deux places. Un siège individuel pour le passager sera disponible en option. Derrière les sièges, une cloison fixe sépare l'espace de chargement. Cette cloison sera

disponible en option avec une fenêtre et/ou une trappe pour d'éventuelles charges longues. L'accès à la zone de chargement se fera par les deux portes arrière battantes et la porte latérale coulissante. Les tarifs de l'ID Buzz Cargo n'ont pas encore été communiqués. **R. P.**

Fiat Professional : le retour du Scudo

Le Scudo, remplaçant du Talento, est réalisé sur la base des fourgons moyens Stellantis.



Désormais dans le giron Stellantis, Fiat Professional adopte progressivement les plateformes communes au groupe.

Le partenariat avec Renault est donc terminé et le Talento, fourgon moyen de la marque, sera dorénavant réalisé sur la base des Peugeot Expert et autre Citroën Jumpy et non plus du Renault Trafic. Et pour bien marquer la rupture, ce nouveau fourgon reprendra son ancien nom, à savoir Fiat Scudo.

Le nouveau Scudo sera disponible dès son lancement avec une motorisation 100 % électrique et avec un moteur Diesel de dernière génération. La version électrique sera proposée avec deux tailles de batterie de 50 ou 75 kWh, une capacité de recharge en courant alternatif jusqu'à 11 kW, et jusqu'à 100 kW en courant continu, pour charger la batterie la plus volumineuse à 80 % en seulement 45 min. Côté utilitaire, le Scudo affiche un volume pouvant aller jusqu'à 6,6 m³, une charge utile de plus d'une tonne sur le thermique et une capacité de remorquage d'une tonne également.

FONDS DE COMMERCE

Après une rénovation totale de son Bar
- Restaurant (50/60 places), la création d'un
appartement F4 pour les gestionnaires
La commune de Saint-Amandin (15190)
recherche un couple de professionnels de la
restauration. L'établissement est situé sur
la Départementale 678,
Riom-ès-Montagnes/Clermont-Ferrand
(1500 véhicules/jour).



Nous souhaitons que les preneurs soient
immédiatement propriétaires du fonds de
commerce en prenant à leur charge
l'aménagement de la cuisine et
l'ameublement du bar et du restaurant. Le
comptoir et un Gril sont déjà en place.
La commune loue les murs commerciaux et
l'appartement. (Bail 3/6/9 ans).



Un parking PL et VL sera livré Juillet 2021.
Pour visiter et s'entretenir sur les conditions
financières, vous pouvez joindre la Mairie de
Saint-Amandin aux heures d'ouverture
(du Mardi au Vendredi de 14h à 17h) au
04 71 78 53 51 ou
par Mail : mairie.saintamandin@orange.fr



Étalages sur marchés couverts à Vanves (mardi - jeudi - samedi)
et à Chatillon (mercredi - vendredi - dimanche)
Vente et revente de crêpes de galettes de gaufres
et de gâteaux bretons
Notre affaire tourne très bien mais il est temps
de partir à la retraite
Urgent Prix à débattre. Tél 06 60 02 00 78

FONDS DE COMMERCE
restaurant/brasserie licence 4
exploité depuis 2006 ds
sous-préfecture de Haute Loire
Yssingaux 7200 habitants,
une salle de 55 places et une
terrasse de 50 places.
Établissement en bon état,
100m² de surface + une cave de
50m². Fermé dimanche et lundi
+ 5 semaines de fermeture
Tél. 06 84 71 69 60



À vendre fonds de commerce bar de quartier à 5 minutes
des festivités (Printemps de Bourges).
Loyer 355€ par mois, terrasse 50€ avec un studio à l'étage
stationnement gratuit.
Restauration rapide à développer
Tél : 07 88 68 47 70



Vends restaurant situé à Neuilly plaisance 93 exploité depuis
2018 28 places intérieures 16 places terrasse belle clientèle
de quartier et bureau très bien placé en centre-ville
3 marchés par semaine à côté de la mairie et plusieurs
commerce le restaurant est ouvert du mardi au jeudi midi le
vendredi et samedi midi et soir fermé dimanche et lundi il y a
aucun travaux à prévoir matériel très bon état,
mobilier comme neuf le loyer et de 1666 euro ttc 3/6/9
affaire idéal pour un couple pas de salarié à reprendre
apport minimum 50000 euros pas sérieux s'abstenir
Tél : 06 25 95 07 15

Nous proposons une gérance pour un établissement avec licence 4,
que nous allons ouvrir pour l'été 2022, il comprend une salle de
50 couverts plus une terrasse de 15 à 20 couverts. Une cuisine
professionnelle est en cours de réalisation, dans laquelle nous
pourrons adapter des demandes spécifiques, cet établissement se
situe dans le Cantal département touristique de moyenne montagne
avec des plus beaux villages de France à proximité. Notre commune
de 1700 habitants est-elle même classée petite cité de caractère.
Elle bénéficie de tous les services. Écoles, Collège, maison médicale
etc. Pour plus d'informations, vous pouvez nous contacter
soit par Mail : cantal.automobiles@orange.fr
ou téléphone : 06 86 50 54 58

78 - propriétaire vend
murs d'hôtel
Trois étoiles -
17 chambres
très bon état
Tél : 06.45.05.46.86
mail :
a.ruballe@orange.fr
Email :
alitalia92@hotmail.fr
Tél : 06.86.90.15.63

06 - Alpes-Maritimes Littoral,
centre-ville
Vends brasserie licence IV,
60 places intérieure +
30 en extérieur.
Bail neuf, sans contrat de
fourniture, état impeccable.
C.A réalisé sur 290 jours,
fermé le soir.
Prix : 470 000 €
Contact téléphone
06.11.98.60.62

FONDS DE COMMERCE



VENDS MURS ET FOND,
Hôtel***Restaurant de
12 chambres rénové avec
goût (fin 2021) dans un village
traditionnel du Cantal
(près Murat, station Lioran,
Puy Mary, Salers...)
À voir...06 48 19 69 69

Affaire à vendre 950 000 € mur et fond
possibilité d'acheter la SARL

HOTEL RESTAURANT DE CHARME MURS et FONDS sans travaux
possibilité d'agrandissement FORT Taux d'occupation 85 % !
AFFAIRE RENTABLE EN CONSTANTE PROGRESSION Clientèle
d'affaire et de tourisme, ambiance décontractée, 1 toque au
Gault et Millau- Hôtel Restaurant Bar licence IV Entre Chambord
et le ZOO De **BEAUVAL** région touristique en pleine EXPANSION
13 numéros, dont 1 suite et 1 roulotte, équipement neuf et
au goût du jour

Restaurant 2 salles, pdj terrasse et jardin
Personnel en place depuis 18 ans et autonome -
qualité de vie !

Établissement en parfait état, et aux normes.
L'ensemble sur un terrain clos de 6700 m² avec jardin arboré,
parking, et logement de fonction très agréable.

Fermeture annuelle 1 mois par an

CA - 700 000 € HT

Contact : 06 30 25 58 34



IMMOBILIER PAP

MAISON EN PIERRE DE PAYS

Située dans un des plus beaux villages de France,
maison de bourg de 106 m² habitables comprenant :

- une cuisine de 25 m²,
- un vaste salon/ salle à manger avec cheminée de 29 m²
- deux chambres dont une de 25 m² pouvant facilement être transformée en 2 chambres distinctes
- un bureau.
- une salle de bain avec WC indépendants

Le bien est complété par 104m² de dépendance :

- un atelier de 45m² avec une belle hauteur de plafond et une mezzanine
- un garage attenant à la maison donnant sur une place de parking privée
- une belle cave voûtée de 39m² avec son pressoir
- un terrain de 3200 m², situé à 950m de la maison et disposant d'une belle vue sur la plaine.

Le village de Lavaudieu se situe
à 45 mn de Clermont Fd par
l'autoroute gratuite et à
seulement 10mn de
l'autoroute A75,
3h de Montpellier et à 5h
de Paris.



- De nombreux atouts :
- Maison en pierre de pays garde idéalement la fraîcheur l'été pas besoin de climatisation
 - Village desservi par la fibre, ce qui fait de lui un lieu idéal pour du télétravail
 - Cuisine très pratique avec ses 3 grands placards et la possibilité de garder le piano
 - Maison située au calme, en haut du village et très bien exposée au soleil.
- Tél : 0675855719



OFFRE D'EMPLOI

Poste en direction de brasserie gros volume
Expérience et références obligatoire
Poste 50/50 administratif/opérationnel
Grande brasserie de 90 employés
CV à candidat@allo-placement.fr

DEMANDES D'EMPLOI

CHEF CUISINIER expérimenté
Cherche place à demeure en brasserie ou restaurant cuisine bistrot
Pas sérieux s'abstenir disponible de suite sur Paris et 92
Tél : 06 63 92 31 85

Barman cherche place fixe de jour
Bar, salle, brasserie traditionnelle
sur Paris libre de suite
Tél. 06 48 41 68 88

Chef cuisinier expérimenté
Cherche extra tout l'année
Sur Paris et RP
Tél 06 09 16 35 49

POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONTACTEZ

NAÏMA MAZURIER

AU 01 42 36 56 74

OU ENVOYEZ UN E-MAIL À :

n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr

V O L V O

PLUS D'AUTONOMIE, MOINS DE COMPROMIS.

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

NOUVEAU VOLVO XC60 | HYBRIDE RECHARGEABLE



AUTONOMIE JUSQU'À
78 KM **
100% ÉLECTRIQUE

A 23g CO₂/km

B

C

D

E

F

G

*Google est une marque déposée de Google LLC.

**Volvo XC60 hybride rechargeable : Recharge T6 AWD 350ch et Recharge T8 AWD 455 ch.

Consommation en cycle mixte WLTP (L/100 km) : 1-1.3.

Valeurs données selon le cycle mixte WLTP avec jantes de série, hors options et accessoires qui peuvent varier selon la conduite et l'environnement. Jantes présentées disponibles courant 2022. Depuis le 1er septembre 2018, les véhicules légers neufs sont réceptionnés en Europe sur la base de la procédure d'essai harmonisée pour les véhicules légers (WLTP), procédure d'essai permettant de mesurer la consommation de carburant et les émissions de CO₂, plus réaliste que la procédure NEDC précédemment utilisée. Détails sur volvocars.fr

VOLVOCARS.FR

Au quotidien, prenez les transports en commun. #SeDéplacerMoinsPolluer

Bidaud

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