

DOSSIER

Egalim II : de l'équité
pour les agriculteurs

FOCUS

Zoom sur la pêche
en eau douce

NOUVEAUX MARCHÉS

L'épicerie fine
évolue

RUNGIS

actualités

Depuis 1969

N° 787 – septembre 2022 – 1,50 €



REPORTAGE

Les Charentes livrent leurs secrets

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

Antoine, Boucher.

crédit photo : © Pierrick Guidou / 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 !





Dossier
Egalim II : les premiers effets positifs de la loi

16



26
Oui, chef!
Stéphane Milan



28
Reportage
Les Charentes entre terre et mer



42
Focus
Pêche : les professionnels de l'eau douce



44
Nouveaux marchés
L'épicerie fine entre dans une nouvelle ère



46
Digital & innovation
Les start-up à l'épreuve du jury du Demo Day

au sommaire

L'édito	Dossier	Reportage	Tendances du marché	Véhicules utilitaires
5 de Jean-Michel Déhais	16 Egalim II : les premiers effets positifs de la loi	28 Les Charentes entre terre et mer	38 Conso Le riz	48 • Fiat E-Scudo : le cinquième élément
Sur le vif	Ensemble	Tendances du marché	40 Nouveaux produits	• Renault Trucks : le Trafic passe au rouge
6 Actualités	22 Opérateur	34 Produits de saison	42 Focus	• Volkswagen : l'Amarok revient en force
14 Toulouse- Le Grand Marché	23 Producteur	• Le chasselas de Moissac	44 Nouveaux marchés	Petites annonces
15 Nouvelles des marchés	24 Acheteur	• L'anchois de Collioure	L'épicerie fine entre dans une nouvelle ère	50 Fonds de commerce Offre et demande d'emploi
	25 Une table au marché	• La viande de Salers		
	26 Oui, chef ! Stéphane Milan			

PARTOUT. TOUT LE TEMPS.



LA GAMME IVECO DAILY S'ADAPTE PARFAITEMENT À LA DISTRIBUTION URBAINE SANS AUCUNE LIMITE OU RESTRICTION !

Classée Crit'Air 1, la gamme IVECO DAILY au gaz naturel permet l'accès aux ZFE et zones à restriction de circulation. Grâce à la réduction des émissions de NO_x et de particules de CO₂ jusqu'à 95 % avec le biométhane, la qualité de l'air est préservée. Sans oublier son fonctionnement silencieux qui autorise des livraisons de nuit !



CRIT'AIR 1

IVECO

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 :

Ann-Solveig Aschehoug,

Clémentine Cabrol,

Francis Duriez

Nicolas Mahey

Caroline Maréchal

Laura Margis,

Richard Pizzol

Octavien Thiebaud

Photo de couverture :

© Louis Merlin

PUBLICITÉ

Directrices de publicité :

Catherine de Lamothe

Cathleen Tabard

Tél. : 33 (0)1 42 36 56 75

c.delamothe@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

La valse des étiquettes

L'été caniculaire que nous venons de traverser a ravivé des inquiétudes dans le secteur des fruits et légumes. L'association Familles rurales a ainsi fait état d'une augmentation du prix des fruits et légumes de 11 % sur une période d'un an. Ces données sont contestées par Interfel. Reconnaissons qu'il est difficile de fixer des repères tangibles dans le contexte inflationniste actuel. Il ne faut surtout pas céder à la tentation de désigner les agriculteurs ou la distribution comme boucs émissaires. Confrontés depuis à une baisse de revenu chronique, les exploitants agricoles ont besoin de retrouver des marges. Il serait par ailleurs hypocrite de se réjouir des effets positifs dans ce domaine des deux lois Egalim et de critiquer les premières hausses de prix.

Le marché ne fait que répercuter l'effet d'un affolement économique mondial, conjugué à une baisse de l'offre. Le déficit hydrique qui a affecté la France,

et plus largement l'Europe, se révèle lourd de conséquences sur la production végétale. Cette situation va également impacter la production de viande et de lait. On peut, par exemple, remarquer que les éleveurs qui fabriquent du fromage Salers, exclusivement confectionné avec du lait d'estive, ont déjà vu leurs tonnages s'amenuiser. Ces conséquences du réchauffement climatique sont peut-être plus inquiétantes à moyen terme que les augmentations de prix actuelles. Elles augurent un renchérissement de l'alimentation beaucoup plus durable.

Les commerçants sont des intermédiaires et de ce fait ils répercutent en toute logique les résultats du rapport entre l'offre et la demande. Néanmoins à l'avenir, ils devront afficher davantage la traçabilité des produits, leur origine et leur qualité. Un effort d'information et de communication leur sera nécessaire auprès des consommateurs peu enclins à subir d'importantes variations de prix.

L'image du mois



Ces dernières semaines, la sécheresse a durement touché la France et ses voisins européens. Une situation critique qui a lourdement pesé sur le moral des agriculteurs. Pour répondre à l'urgence, Marc Fesneau, le nouveau ministre de l'Agriculture, et Christophe Béchu, ministre de la Transition écologique, se sont rendus dans les Alpes-de-Haute-Provence au mois d'août ; l'un des départements les plus impactés. Ce territoire connaît une situation climatique inédite marquée par une sécheresse accrue, entraînant des restrictions d'usage de l'eau et des conséquences lourdes sur les filières agricoles, même s'il est encore trop tôt pour chiffrer précisément les pertes.

ÉVÉNEMENT

Rungis Rugby Gastronomie : la fête avant la finale

La 4^e édition de « Rungis Rugby Gastronomie » s'est tenue sur le Marché de Rungis, au sein de Rungis Événement, tout juste rénové, le 23 juin, veille de la finale du Top 14 opposant Castres à Montpellier. Le Marché de Rungis a été le premier acteur de la gastronomie à célébrer le rugby et ses valeurs. Cette édition a réuni 650 personnes.



Grand amateur de rugby, Jean Castex, ancien Premier ministre, aux côtés de Stéphane Layani, n'a pas manqué cet événement.



Le Rungis Rugby Club a remis un chèque de 5 000 euros à l'Amicale du Tournoi des 6 Nations.

Entre le rugby et la gastronomie, c'est l'histoire d'un long et ancien compagnonnage, facilité par l'histoire d'un sport qui a pris pour terroir de prédilection le sud-ouest de la France. Il était donc logique que ce « *sport de voyou joué par des gentlemen* » rencontre un jour la route du Marché de Rungis, le plus grand marché de produits frais au monde. C'est chose faite avec le « Rungis Rugby Gastronomie ». Il fallait un pack de talent, capable de traverser les lignes adverses réputées les plus infranchissables pour organiser cet événement. Ce pack était composé de Stéphane Layani, P-DG du Marché international de Rungis, de Frédérique Wagon, Directrice de Cabinet et de la Communication de la Semmaris, de Foed Chakir, président du Rungis Rugby Club ; de Jean-Nicolas Baylet, directeur général du groupe *La Dépêche du Midi* (qui édite l'hebdomadaire *Midi Olympique*) ; de Philippe Oustric (*Midi Olympique*) ; et de trois grands chefs : Thierry Marx, Nicolas Sale et Claire Hetzler, élue meilleure pâtissière Gault & Millau 2013. Ensemble, ils ont contribué à la réussite de cette soirée et au bonheur des 650 convives (personnalités issues du sport, du Marché, de la gastronomie, des pouvoirs publics et politiques, du monde de la culture et des médias

etc.). Il y avait, bien entendu, des personnalités du monde du rugby, joueurs ou anciens joueurs, qui ont tous eu, un soir d'été, le privilège de « *toucher le bois* », le fameux bouclier de Brennus, attribué tous les ans au club Champion de France de Rugby. Ces champions présents ce soir-là avaient pour nom : Thierry Dusautoir, Christian Califano, Yannick Bru, Christian Labit, Imanol Harinordoquy, Serge Betsen, Dimitri Szarzewski, Pierre Rabadanou, tous anciens champions de France et anciens internationaux. Ils totalisent à eux tous plus de 400 « capes », le maillot du XV de France. Il convient d'ajouter à cette liste prestigieuse le nom de Diego Dominguez, lui aussi ancien champion de France, et qui a porté successivement le maillot des Pumas (Argentine) et de la Squadra Azzurra (Italie). Tous ont reçu un minibouclier de Brennus au cours de cette soirée. De nombreuses personnalités politiques ont honoré cet événement de leur présence. Il y avait notamment l'ancien Premier ministre Jean Castex ; Didier Guillaume, ancien ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation ; Roxana Maracineanu, ancienne ministre déléguée chargée des Sports ; Pierre Rabadan adjoint de la maire de Paris en charge du sport, des jeux olympiques

et paralympiques et de la Seine. Le monde du cinéma, du spectacle et de la télévision était représenté par Michèle Laroque, Thierry Lhermitte, Gérard Jugnot, Sophie Davant, William Leymergie, Hélène Mannarino. Fan de rugby, l'ancien chef de l'Élysée, aujourd'hui Ambassadeur de France pour la gastronomie et représentant personnel du président de la République pour la gastronomie, l'alimentation et les arts culinaires, Guillaume Gomez n'a pas non plus manqué cette soirée. La solidarité n'a pas été oubliée. Ainsi, Foed Chakir, président du Rungis Rugby Club, a remis un chèque de 5 000 € à l'Amicale du Tournoi des 6 Nations. La soirée a été riche, la nuit aussi. La petite histoire retiendra qu'une partie des convives s'est retrouvée au petit matin « *Au veau qui tête* » pour une troisième mi-temps avant l'heure. Quant à la grande finale, elle a été remportée par le Montpellier Hérault Rugby qui est devenu champion de France pour la première fois. « *Les étoiles se sont succédé sur scène et dans les assiettes*, a écrit Stéphane Layani sur LinkedIn. *Longue vie à la longue et belle histoire d'amour qui lie le Marché de Rungis, la gastronomie et le rugby, et rendez-vous en 2023 pour la Coupe du Monde en France !* ».

FRUITS ET LÉGUMES

L'Italien Orsero fait son entrée à Rungis

Orsero, l'un des leaders mondiaux du commerce des fruits et légumes arrive sur le Marché international de Rungis. Il vient de prendre le contrôle de 80 % de la société Blampin (les 20 % restants ont été cédés au personnel de l'entreprise).

Groupe familial plus que centenaire (il a été créé en 1902 à Alger par Georges Blampin), le groupe Blampin s'est ensuite installé en métropole, à Marseille, en 1965. Depuis, l'entreprise n'a cessé de se développer et contrôle aujourd'hui 12 entreprises du commerce de gros des fruits et légumes à Marseille, Rouen, Lyon, Tours, Toulouse, Perpignan, Nice. Blampin est également présent sur le Marché international de Rungis via trois sociétés : Blampin Rungis, Frugisol et Mighirian. Le groupe emploie 230 salariés et réalise un chiffre d'affaires annuel de 195 M€. Orsero a également annoncé l'acquisition de la société Capexo (66 M€ de CA et 55 employés), spécialisée dans l'importation et la commercialisation, sous la marque Lilot Fruits, de fruits et



Orsero est présent sur l'ensemble du secteur des fruits et légumes.

légumes exotiques. Orsero est présent sur l'ensemble du secteur des fruits et légumes : production, approvisionnement, transport maritime, mûrissement, distribution et marketing. Il emploie 1 500 salariés et réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 1 Md€. Il commercialise en moyenne 750 000 tonnes de fruits et légumes par an. Orsero était déjà présent sur le marché français via les sociétés AZ France et Fruttica.

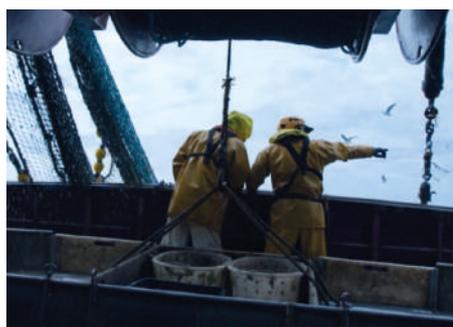
EMBALLAGES

Baisse de l'empreinte carbone pour le carton ondulé

La FEFCO (Fédération européenne des fabricants de carton ondulé) a publié une nouvelle base de données européenne, la 10^e, pour les analyses du cycle de vie du carton ondulé, annonce l'organisation professionnelle Carton ondulé de France. Cette édition montre des évolutions substantielles et démontre les efforts déployés par l'industrie européenne du carton ondulé et ses fournisseurs de papier pour réduire leur impact sur l'environnement. Ainsi, cette industrie utilise désormais pour la production de nouveaux emballages en carton ondulé des matériaux recyclés en moyenne à 88 %. Depuis la précédente enquête, 2018, la consommation de bois a été réduite de 18 %, et celle de papier récupéré de 4 %. La consommation d'énergies fossiles est en recul de 5 %. Enfin, l'empreinte carbone du carton ondulé a elle aussi diminué. Elle est passée de 538 kgCO₂e/t à 491 kgCO₂e/t.

FILIERE PÊCHE

Pavillon France, les 10 ans d'une marque collective



Un film rend hommage aux femmes et aux hommes de la filière pêche.

La marque des produits de la pêche française Pavillon France célèbre ses 10 ans cette année. Pour marquer cet événement, un film rend hommage aux femmes et aux hommes de la filière en mettant à l'honneur leurs engagements au quotidien. La vidéo retrace l'acheminement de la langoustine du golfe de

Gascogne, au large de Concarneau, jusqu'à l'étal du poissonnier situé à Quimperlé. « C'est toute la complémentarité des métiers qui est mise à l'honneur, et la solidarité de la filière au service de la qualité et de la fraîcheur des produits », explique Pavillon France. Pêcheur, directeur de criée, acheteur, employés d'un atelier de mareyage, chef de rayon poissonnerie... tous les métiers qui, par leur implication et leur expertise, permettent d'offrir, chaque matin, le meilleur de la pêche française sur les étals sont mis en avant. Le film est disponible sur You Tube et sur les réseaux sociaux de Pavillon France. La marque collective Pavillon France est portée par l'association France Filière Pêche. Elle aide les consommateurs à identifier, à découvrir et à apprécier toute l'année plus de 200 espèces de poissons, coquillages et crustacés au meilleur de leur fraîcheur.

ÎLE-DE-FRANCE

La forêt de Bondy classée « Forêt de protection »

La forêt de Bondy (202 ha sur les communes de Clichy-sous-Bois, Coubron et Montfermeil en Seine-Saint-Denis) a été classée « Forêt de protection » par le ministère de l'Agriculture. Cette forêt constitue un territoire important de préservation de la biodiversité et de production sylvicole aux portes de Paris. Fréquentée par plus d'un million de visiteurs par an, elle est également un espace de détente et de loisirs. Le statut de « forêt de protection », le plus protecteur dans le code forestier, permet de préserver les parties classées du massif de tout défrichage et de tout nouveau projet d'infrastructure, d'urbanisation ou d'artificialisation qui porteraient atteinte à son intégrité. La pérennité de la forêt est ainsi protégée.



TOUR DE FRANCE

Des bananes antillaises offertes au Secours populaire français

À l'occasion du Tour de France, la Banane de Guadeloupe & Martinique a réitéré son opération caritative et solidaire : le KM 97.

Depuis 2020, cette opération vise à collecter le plus grand nombre de bananes auprès des coureurs, du grand public et des internautes. Cette année, le KM 97 (référence aux départements d'origine de la banane française : la Guadeloupe, 971, et la Martinique, 972) était organisé dans sept villes étapes. Pour faire grimper le compteur, différents moyens ont été déployés dans les communes impliquées :

animation sur le stand de la Banane de Guadeloupe & Martinique situé au KM 97 ; applaudimètre au départ des étapes concernées ; quiz sur les réseaux sociaux (Instagram et Facebook) ; don de bananes pour chaque coureur franchissant le KM 97. Cette nouvelle édition a rencontré un vif succès : les 550 producteurs de bananes françaises ont ainsi offert 31 590 bananes au Secours populaire français. La seule journée du 14 juillet a permis de récolter près de la moitié des dons, grâce à une interprétation collective de La

Marseillaise par le public. « *Au nom des 550 producteurs de Banane de Guadeloupe & Martinique, je suis très heureux d'offrir au Secours populaire français 6,5 tonnes de bananes* », a déclaré Pierre Monteux, directeur général de l'Union des groupements de producteurs de bananes de Guadeloupe et de Martinique (UGPBAN). « *Je remercie l'UGPBAN, au nom du Secours populaire français pour son généreux don* », a ajouté Christian Lampin, secrétaire national du Secours populaire français.

ACQUISITION

Laroche sous la bannière du groupe Hefed

Le Groupe Hefed, spécialiste des fournitures aux professionnels de la restauration et de l'alimentation, (enseignes La Bovida, Epicea, Papiers Service, TOC) a fait récemment l'acquisition de la société Ets Laroche, implantée au MIN de Rungis depuis 1975, après avoir été créée aux Halles de Paris. Laroche (4,5 M€ de chiffre d'affaires, huit salariés) distribue sur l'Île-de-France des fournitures générales pour les bouchers, charcutiers, traiteurs. Elle dispose d'une gamme de 4 500 références qu'elle

commercialise au sein de son magasin de 450m² situé sur le pavillon du porc du MIN de Rungis et via son commercial terrain. Ce rachat permet au groupe Hefed de renforcer son positionnement sur le MIN de Rungis en complément des deux magasins La Bovida. Stéphane Durachta, l'ancien propriétaire, accompagne le groupe dans la phase de reprise jusqu'à l'arrivée d'un nouveau dirigeant au mois de septembre.



Maison Laroche implantée au MIN de Rungis depuis 1975.



QUALITÉ

Un fenouil italien reconnu IGP

La Commission a approuvé fin août une nouvelle indication géographique protégée (IGP) d'Italie : le « *Finocchio di Isola Capo Rizzuto* », le fenouil cultivé dans les provinces de Catanzaro et Crotona, en Calabre. Les conditions météorologiques particulièrement clémentes de cette région pendant les périodes hivernale et printanière favorisent une croissance végétale relativement limitée et une faible teneur en matière sèche, d'où le croquant et la succulence du fenouil. La réputation du produit tient également à des caractéristiques gustatives et organoleptiques. Ingrédient de base de nombreuses recettes traditionnelles de la région, il est bien connu des chefs et des experts gastronomiques pour son goût typique et ses multiples utilisations en cuisine.

EN BREF

Le réseau de boucheries traditionnelles **Novoviandes** devrait s'installer prochainement dans un nouveau bâtiment érigé dans le secteur des viandes, le V1. L'entreprise, qui a occupé un poste dans le V1P compte aujourd'hui 42 magasins, dont un magasin à l'enseigne Jour de Marché, magasin qui, en plus de la viande propose fruits, légumes, crèmerie, fromage dans le magasin de Brunoy (Essonne, 91).

Beaugrain (4 à 5 M€ de CA en 2022), qui propose depuis 2014 sur le Marché de Rungis des viandes françaises, de la crèmerie labellisée et des fruits et légumes issus de l'agriculture raisonnée, espère doubler de taille dans les trois ans qui viennent, selon sa dirigeante Marie-Claire Poirier dans la revue *Grand Paris Développement*. « *Rungis, c'est un accélérateur pour les entreprises qui savent utiliser leur implantation* », déclare-t-elle.

CANARDS À FOIE GRAS

Vers une réduction drastique de la production



© iStock

Face à un virus de l'influenza aviaire, toujours plus virulent, les producteurs de foie gras et de volailles du Sud-Ouest ont acté « une réduction drastique, voire un arrêt total de la production pendant les périodes à risque, dans les zones ciblées comme à forte densité d'exploitations et d'animaux », a annoncé l'association du foie gras du Sud-Ouest IGP (Palso) à la fin d'août. « Malgré le fort soutien financier de l'État et de l'Union européenne et les efforts nécessaires réalisés par l'ensemble de la filière sur la biosécurité, force est de reconnaître que le virus se maintient », constate le Palso. Face à ces résurgences périodiques du virus, et en plus de la vaccination attendue pour 2023, les producteurs et les entreprises du Sud-Ouest, avec le concours de leurs organisations interprofessionnelles régionales, ont donc décidé de leur propre initiative de mettre en place ces vides sanitaires prolongés. Le plan sera mis en œuvre dès cet hiver 2022-2023 et son coût financier est évalué à près de 12 M€ pour les producteurs et les entreprises. « Il faut donc imaginer un dispositif financier pour accompagner cette démarche », poursuit le Palso.

QUALITÉ

Pomona obtient le label « Engagé RSE »

Le groupe Pomona a été récompensé par l'AFNOR qui lui a délivré le label « Engagé RSE » niveau « confirmé » pour ses réseaux TerreAzur, PassionFroid, EpiSaveurs, Délice & Création et Saveurs d'Antoine. Il souligne l'engagement du groupe en matière de responsabilité sociétale, notamment par la multitude des actions engagées, les innovations sur les filières produits, l'efficacité de l'organisation et la capacité du groupe à faire grandir les collaborateurs, et ce depuis de nombreuses années. « Ce niveau de maturité est notable pour une entreprise de cette taille et primo labellisée », se félicite Pomona dans un communiqué.

« L'obtention de ce label permet au groupe Pomona d'attester et de valoriser son engagement RSE auprès de ses parties prenantes », se félicite Bruno Mantovani, directeur Qualité et Responsabilité sociétale de l'Entreprise. Avec 11 200 collaborateurs et un chiffre d'affaires de 3,4 Md€, le groupe Pomona est le leader national de la distribution livrée de produits alimentaires et non alimentaires aux professionnels de la restauration hors domicile et du commerce alimentaire spécialisé de proximité.



© Pomona

PIXIE BIO®

Naturellement miam!

La nouvelle
pomme bio!

À croquer
partout

Juteuse
sucrée



Fraîchement
récoltée à la main

Vergers bio

Préservation

Coopératives
locales

Cultivée en
FRANCE



BLUE-WHALE.COM

@Fousdepommes @Pommesbluewhale

Les producteurs
BlueWhale®

E-COMMERCE

Rungismarket.com étoffe son offre

Rungismarket.com poursuit son développement en étoffant son offre, ont déclaré ses partenaires, les sociétés Califrais, STEF et Webhelp. Le site, qui permet aux professionnels de l'alimentation de se faire livrer les produits de Rungis partout en France, compte désormais plus de 6 000 références (produits de la mer, épices, viandes, fruits, légumes, fromages, produits bio ou locaux...) regroupées au sein de 120 catégories, des produits d'entrée de gamme aux produits d'exception. « *L'objectif est d'atteindre les 10 000 références d'ici à la fin de l'année, en accueillant de plus en plus de marchands grossistes* », annonce la plateforme dans un communiqué.

Le site e-commerce du Marché international de Rungis met en avant les nombreux avantages pour les vendeurs. « *Rungismarket.com devient un canal supplémentaire de vente pour les marchands. La digitalisation de la prise de commande leur permet d'accroître significativement la visibilité de leurs produits et ainsi d'élargir leur portefeuille de clients* », indique le site qui précise que les livraisons sont effectuées dans toute



Rungismarket.com vise les 10 000 références d'ici à la fin de l'année, grâce à l'engagement de nouveaux marchands grossistes.

la France et le seront demain, selon Facebook@s, dans huit pays européens grâce au réseau logistique du groupe STEF.

« *En ouvrant notre activité au digital, nous sommes en mesure de démultiplier nos cibles, notre clientèle* », témoigne Jérôme Mouysse, responsable d'exploitation aux Halles Paris Sud, grossiste de fruits et légumes de Rungis. « *Les outils mis à disposition pour gérer l'assortiment et la préparation sont simples et bien pensés. Nous pouvons nous concentrer sur la qualité des produits.* » Une équipe dédiée accompagne les marchands quotidiennement dans l'utilisation des outils de gestion mais également dans le processus de préparation de commandes.



L'incendie n'a fait aucune victime et n'a pas eu d'impact sur l'activité du Marché.

INCIDENT

Un incendie provoque le report de « Rungis fait son cinéma »

La soirée « Rungis fait son cinéma », qui devait se dérouler le 29 juin dernier et associer Grand écran et gastronomie, a dû être annulée à la dernière minute. Un important incendie dans la tour d'incinération s'étant déclaré le jour même a contraint la direction à prendre cette décision. Un large périmètre de sécurité a été installé. De plus, un réservoir à proximité contenant de l'ammoniac a dû être vidé pour éviter tout risque de diffusion de l'incendie.

Toutefois, grâce à l'intervention rapide des pompiers, l'incendie n'a fait aucune victime et n'a pas eu d'impact sur l'activité du Marché. Le festival pourrait être reporté.

EN BREF

Le **Groupement d'employeurs de Rungis** a installé une borne interactive de l'emploi dans le centre commercial de la tour de Rungis. Celle-ci propose des offres d'emplois variées. En quelques clics, on peut sélectionner celles qui correspondent à son profil. L'avantage est de pouvoir postuler sans CV ni lettre de motivation. Il suffit de donner ses coordonnées et de répondre à quatre questions au maximum. La candidature est ainsi envoyée en moins de deux minutes. Bientôt, deux à trois autres bornes pourraient voir le jour...

Véronique Langlais,

présidente du Syndicat des bouchers de Paris, a été décorée de l'Ordre national du Mérite des mains de Stéphane Layani le 12 juillet dernier. La cérémonie, qui a eu lieu à la CCI de Paris, a rassemblé de nombreuses personnalités et amis de la très dynamique bouchère, parmi lesquels Francis Fauchère (Eurodis), Christiane Lambert, la présidente de la FNSEA, Bernard Greffeuille, le président de l'Académie de la viande, Frédérique Wagon, secrétaire générale de la Fédération des marchés de gros, etc.



© facebook @Stephane Layani

DÉVELOPPEMENT DURABLE

L'Irlande verdit son agriculture

Le gouvernement irlandais célèbre cette année les 10 ans du lancement de son programme de développement durable agricole Origin Green. Seul programme au monde établi par un État, « cette initiative d'amélioration continue de la production agroalimentaire irlandaise vise à en améliorer la durabilité », a expliqué en juillet dernier Niall Burgess, l'ambassadeur d'Irlande en France, à l'occasion d'une rencontre avec la presse française. À ce jour, 55 000 agriculteurs et 300 entreprises sont impliqués dans le programme qui concerne 90 % de la production irlandaise. Les progrès sont mesurés par un audit indépendant tous les 18 mois pour les agriculteurs et tous les 12 mois pour les entreprises. Selon Bord Bia, l'agence ministérielle de promotion des produits irlandais, les agriculteurs ont réussi en dix ans à baisser leurs émissions de CO₂ de 6,3 % par kg de bœuf et de 6 % par kg de lait. Ils ont également planté plus de 1 million d'arbres et réalisé plus de 300 000 bilans carbone. « L'expérience acquise au cours des dernières années permet d'espérer une accélération des progrès, pour une réduction significative de l'impact environnemental », assure Bord Bia.



Niall Burgess, l'ambassadeur d'Irlande en France.

volumes destinés au marché français ont sensiblement baissé en 2021, à environ 20 000 tonnes (-13 % en 2020), une tendance qui s'explique notamment par une baisse de la production irlandaise. « Mais depuis le début de l'année, on observe un fort redressement tant

en volumes qu'en valeur », observe Germain Milet. Les tonnages de viande ovine irlandaise exportés vers la France sur janvier-avril progressent de 31 % par rapport au niveau décevant de 2021, mais également de 4,5 % par rapport à 2020.

ÎLE-DE-FRANCE

La laiterie I-grec lève des fonds

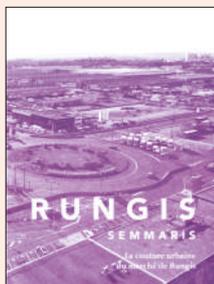
La laiterie francilienne I-grec, fondée en 2014 par deux jeunes entrepreneurs, a entrepris une nouvelle levée de fonds, auprès des particuliers cette fois. Créateur de la marque Pot au Lait, une recette de yaourt à la grecque, l'entreprise dispose de son propre atelier de production, situé aux Alluets-le-Roi (Yvelines). Pour se développer et recruter de nouvelles personnes pour compléter son équipe, l'entreprise a lancé une campagne de recherche de 300 000 € via la plateforme d'investissement LITA.co, ouverte jusqu'au 30 septembre prochain. D'un ancrage local initial, I-grec a fait le choix de s'approvisionner en lait bio, issu d'élevages extensifs. Le lait provient ainsi d'une ferme bio du Vexin, à 15 km de l'atelier de production, par l'intermédiaire du groupement Biolait, certifié Bio équitable en France (BEEF).

LES EXPORTATIONS D'AGNEAU
REPARTENT

L'Irlande est un partenaire important de la France en matière agricole, notamment en viande ovine, production phare du pays avec 4 millions d'ovins, pour 4,7 millions d'habitants ! « Plus d'un quart des exportations irlandaises est destiné au marché français », a expliqué Germain Milet, responsable du secteur viande pour la France à Bord Bia. Les

LIVRE

« La couture urbaine du Marché de Rungis »



Si Rungis constitue le plus grand marché de produits frais au monde, il le doit en grande partie à sa situation géographique, à son organisation, mais aussi à son architecture. C'est ce que tend à démontrer ce livre richement illustré dédié aux édifices les plus marquants érigés ces dernières années. « Je me félicite que de nombreux bâtiments aient pu voir le jour : des bâtiments aux matériaux responsables, au design contemporain, et adaptés aux besoins techniques des opérateurs », s'enthousiasme le président du Marché international de Rungis Stéphane Layani dans la préface, citant notamment le pavillon bio « qui fut le théâtre du premier acte de modernisation », à l'usine d'incinération « brillamment revampée », le pavillon des accessoiristes, « magnifié par Jean-Michel Wilmotte », ou le bâtiment Rungis Événements, « qui convoque l'Esprit Baltard et a reçu le Geste d'argent du Grand Prix Architecture et Urbanisme ». Thomas Le Gourrierc, éditions Archibooks, 194 pages, 22 €.

FROMAGES

Le camembert talonné par la mozzarella et la raclette

C'est un symbole national qui s'effrite. Les ventes de mozzarella ont dépassé l'année dernière celles de camembert, en valeur tout au moins, selon l'évaluation des achats à domicile effectuée par Kantar pour FranceAgriMer. En 2021, il s'est vendu pour 329 M€ de mozzarella contre 319 M€ de camembert. En revanche, en volume, le camembert reste devant, avec 43 860 tonnes contre 38 545 tonnes pour la mozzarella. Ce chassé-croisé est lié à des évolutions contradictoires. En 2021, les quantités de mozzarella achetées ont progressé de 1,8 % par rapport à 2020, « *tandis que le volume de camembert acheté a renoué avec sa tendance baissière d'avant-crise sanitaire (-10 % par rapport à 2020 et -8 % par rapport à 2019)* », analyse FranceAgriMer dans son bilan 2021 de la consommation de produits laitiers.

La suprématie du fromage de vache à pâte molle d'origine normande dans le cœur des Français est également menacée par la raclette, dont les ventes progressent régulièrement. En 2020, les ventes en valeur de



Les ventes de camembert ont été dépassées en valeur par celles de mozzarella et de raclette.

raclette (388 M€) ont dépassé celles du camembert, tout en restant derrière en volume. La chute du camembert par rapport à ses concurrents est encore plus spectaculaire sur la longue durée. En cinq ans, les ventes de mozzarella ont progressé de 55 % et celles de fromage à raclette de 34 %, tandis que celles de camembert fondaient de 18 %.

VINS ET CHAMPAGNE

Un millésime 2022 préservé

En dépit des canicules et de la sécheresse prolongée de l'été, le volume de la vendange 2022 s'annonce dans la moyenne des années précédentes et de très bonne qualité. Au début d'août, le ministère de l'Agriculture prévoyait



Les vendanges sont cette année extrêmement précoces.

une production nationale viticole 2022 située entre 42,6 et 45,6 millions d'hectolitres, un chiffre proche de la moyenne quinquennale mais nettement supérieur à 2021, qui avait connu de sévères gels de printemps.

Les vignerons et les négociants français devraient donc pouvoir reconstituer leurs stocks et repartir à l'assaut des marchés export. La récolte des raisins s'est caractérisée par une extrême précocité, avec des records battus dans la Vallée-du-Rhône ou à Bordeaux. En Champagne, les professionnels s'attendent à une récolte exceptionnelle, favorisée par les conditions climatiques extrêmes de ces dernières semaines. Les raisins sont arrivés à maturation avec deux à trois semaines d'avance et les vendanges se révèlent assez abondantes.

Le Comité Champagne a fixé le rendement de la vendange à 12 000 kg par hectare, son plus haut niveau depuis 15 ans.

EN BREF

L'appellation « **fromagère Salers** »

a suspendu temporairement la production de ce fromage à partir du 12 août. En raison de la sécheresse, les vaches ne pouvaient plus brouter dans les champs, alors même que la nourriture à l'herbe est le critère fondamental du cahier des charges du fromage AOP.

Cette suspension vise à « *respecter le consommateur* », a assuré le président de la section. Le Salers est un fromage de saison. En effet, la période de fabrication s'étale habituellement du 15 avril au 15 novembre.

La saison des **moules de bouchot**

de la baie du Mont-Saint-Michel AOP a été officiellement lancée le 12 août dernier après la validation du protocole d'ouverture.

Le lancement de la saison a été plus tardif en raison de la sécheresse et du manque d'apport en eau douce. Avec une production moyenne de 10 000 tonnes par an, l'appellation représente 20 % des moules de bouchot produites en France et un chiffre d'affaires de l'ordre de 20 M€.

Lancée avec un peu d'avance à la fin de juillet dans les premiers vergers, la cueillette de la **mirabelle de Lorraine IGP** devait s'élever à environ 5 000 tonnes (pour 400 000 mirabelliers), avec une qualité au rendez-vous avec des fruits colorés et sucrés.

Cet été, la récolte 2022 de pêches s'annonçait plus conforme aux moyennes habituelles, à la suite d'une saison 2021 largement amputée par le gel. Selon Agreste, la production de pêches atteindrait 231 000 tonnes en 2022, soit 17 % de plus que la moyenne 2017-2021 et 41 % de plus que l'année dernière.



V O L V O

REDÉCOUVREZ LA LIBERTÉ

LA LOCATION SANS ENGAGEMENT PAR VOLVO

Profitez d'une offre qui s'adapte à votre vie :
selon vos besoins, restituez votre véhicule sans contrainte au bout
de 6 mois, ou continuez à profiter de votre Volvo en toute liberté.



A 49g CO₂/km

B

C

D

E

F

G

Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.

(1) Offre de Location avec option d'achat sur 36 mois avec 1^{er} loyer majoré ou sans apport, sur VOLVO XC40 neufs (hors XC40 électrique). Restitution possible du véhicule à compter du 7^e mois - avec paiement de frais de remise à l'état standard et du kilométrage excédentaire éventuel (prorata temporis du kilométrage contractuel), réservée aux particuliers dans le réseau participant, non cumulable avec d'autres offres en cours. Sous réserve d'acceptation par Volvo Car Finance département de COFICA BAIL RCS Paris 399 181 924. Détails sur volvocars.fr.

Volvo XC40 : Consommation en cycle mixte WLTP (L/100km) : 0-7.9.
Donnée en cours d'homologation.

VOLVOCARS.FR

Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo. #SeDéplacerMoinsPolluer

Bidaud

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



Les Fermes Ionaka, une ferme urbaine sur le toit du Grand Marché

Depuis le mois de mai, les colonnes verticales blanches des Fermes Ionaka trônent sur les toits du pavillon Sud-Ouest du Grand Marché. La première ferme urbaine en aéroponie d'Occitanie permet de faire pousser des fruits et légumes hors sol et de végétaliser les toits pour ramener de la fraîcheur.

Magalie Rosso, fondatrice des Fermes Ionaka, a travaillé dans le financement de projets liés à l'énergie et à l'environnement. L'idée de développer un projet autour de l'agriculture urbaine a germé dans sa tête en mars 2020. « Pendant le confinement, j'ai testé différentes techniques de permaculture dans mon jardin. J'ai fait pousser beaucoup de fruits et légumes, que j'ai partagés avec mes voisins et mes amis, en leur expliquant les techniques de culture. Rapidement, j'ai vu que les gens revenaient et faisaient parfois 30 kilomètres pour prendre leurs légumes frais. Je me suis alors demandé comment ramener les légumes en ville », se souvient-elle. Elle opte alors pour l'aéroponie et effectue une formation sur cette technique de culture, qu'elle complète avec un module « Création d'entreprise en agriculture urbaine » ; le tout, en parallèle de son activité professionnelle. « L'aéroponie est une technique où les racines sont à l'air libre et arrosées à intervalles réguliers. L'eau remonte dans les colonnes et redescend en douche sur les racines en se gorgeant d'oxygène, ce qui les alimente en nutriments naturels. C'est l'autosuffisance en légumes, fruits, aromates et fleurs, frais, disponibles, avec du goût, à 0 kilomètre, en économisant de la place et des ressources », explique Magalie Rosso.

Le projet émerge en été 2021. À la recherche d'un lieu pour implanter sa ferme urbaine, elle rencontre Maguelone Pontier, directrice du Grand Marché. Ensemble, elles étudient la faisabilité technique du projet, pour voir sur quel toit placer la ferme pilote. Ce sera le pavillon Sud-Ouest, juste au-dessus du restaurant La Parenthèse et de l'association Belles Gamelles. Un emplacement qui fait sens.

Magalie Rosso fonde son entreprise en janvier 2022, qu'elle baptise Les Fermes Ionaka. Un nom en clin d'œil aux origines de sa maman : *Ionaka* signifie « oasis » en malgache.

Les 50 colonnes verticales permettent de produire 40 à 50 kg de fruits et légumes par semaine. Chaque colonne possède 36 plants, permettant ainsi de faire cohabiter harmonieusement tomates, concombres, courgettes, poivrons, fraises, mais aussi aromates et fleurs comestibles. La simplicité de la technique rend la pousse trois fois plus rapide que dans un système de culture conventionnel. Magalie Rosso se rappelle avoir mis les premiers plants de tomates le 27 mai, puis les aromates, le basilic et les fleurs comestibles. Quinze jours plus tard, elle faisait déjà la première récolte des aromates ; et le 1^{er} juillet, jour de l'inauguration des Fermes Ionaka, les premières fraises étaient récoltées. Les semis sont faits à partir de graines paysannes provenant de chez Grow Deal, installé au MIN, et auprès de la Nursery du potager, située dans le sud-est de Toulouse.

Les Fermes Ionaka comptent actuellement dix clients réguliers, dont de nombreux situés au MIN : les restaurants La Parenthèse, Le Comptoir du Grand Marché, La Brasserie du Marché ou, encore, l'école de formation Cuisine Mode d'Emploi(s). « C'est la ferme du MIN ! Les chefs viennent se servir en fruits et légumes, pour les cuisiner ensuite sur place, dans leurs



Magalie Rosso, fondatrice des Fermes Ionaka, fait pousser des fruits et légumes de saison et des aromates en aéroponie sur les toits du Grand Marché.

restaurants. » Magalie Rosso travaille également avec l'association Belles Gamelles, pour proposer des ateliers et développer des projets pédagogiques, afin de former aux nouvelles techniques de culture et au mieux manger. « L'essence du projet réside dans la capacité à convertir les gens au mieux manger et à créer du lien. Avec Les Fermes Ionaka, j'ai souhaité ramener de la fraîcheur au sens large : la fraîcheur dans les fruits et légumes, la fraîcheur dans les villes et la fraîcheur dans les relations humaines », résume-t-elle.

Clémentine Cabrol

RÉGION SUD

Les MIN veulent travailler en complémentarité

Une rencontre entre les directeurs et les présidents des MIN de la Région Sud a été organisée le 28 juin, à l'initiative de Marcel Martel, maire de Châteaurenard, dans les Bouches-du-Rhône, président du MIN de Châteaurenard et vice-président de la Fédération des marchés de gros de France.

Cette réunion s'est tenue en présence de Jean-Jacques Bolzan, président de la Fédération des marchés de gros de France, et Frédérique Wagon, secrétaire générale. À l'occasion de cette journée, chacun a pu faire part de ses réflexions sur la méthodologie et l'organisation des MIN de la région pour s'adapter au mieux aux évolutions sociétales en matière de distribution alimentaire et de consommation. La journée a permis de souligner que les différents dispositifs, outils, lois, règlements, qui sont et seront en place au niveau des territoires et des collectivités, convergent tous vers plus de traçabilité, de souveraineté alimentaire, plus de circuits courts. C'est notamment le cas avec les projets alimentaires territoriaux, la loi Egalim, les réflexions et les dispositifs d'accompagnement à l'échelle des collectivités, de l'autonomie alimentaire. Sachant que le Vaucluse et les Bouches-du-Rhône produisent à eux seuls chaque année



Les MIN de la Région Sud se sont réunis le 28 juin à Châteaurenard en présence de Jean-Jacques Bolzan, président de la Fédération des marchés de Gros de France, et Frédérique Wagon, secrétaire générale.

1,5 million de tonnes de fruits et légumes, l'importance est grande de préserver et d'accompagner cet écosystème qui repose sur une articulation entre les différents professionnels : producteurs, expéditeurs, grossistes, détaillants, transformateurs, logisticiens, distributeurs, entreprises de services.

Gilles Bertrand, directeur de l'Actium Grand Marché de Provence, est enfin intervenu pour décrire les axes retenus afin de s'adapter au

mieux aux évolutions : la mobilité décarbonée avec le développement de navettes de ramasses et de livraison inter-MIN ; un emploi pour tous par la mise en œuvre des journées de l'emploi inter-Min ; le sourcing et le rapprochement des producteurs et des opérateurs de négoce, en développant des opérations dédiées comme « La Provence sur vos tables » ; et enfin, la gestion des déchets par un échange de bonnes pratiques.

Olivier Masbou

En bref



Le retour des Entretiens de Rungis

La prochaine édition des Entretiens de Rungis aura lieu le 6 octobre, à Rungis Événements sur le MIN de Rungis, sur le thème « Bien manger demain ».

À cette occasion, de nombreux intervenants échangeront sur les initiatives solidaires – valorisant des acteurs engagés – la souveraineté alimentaire et le rôle de nos start-up ; l'analyse des comportements alimentaires de notre société ou encore le rôle

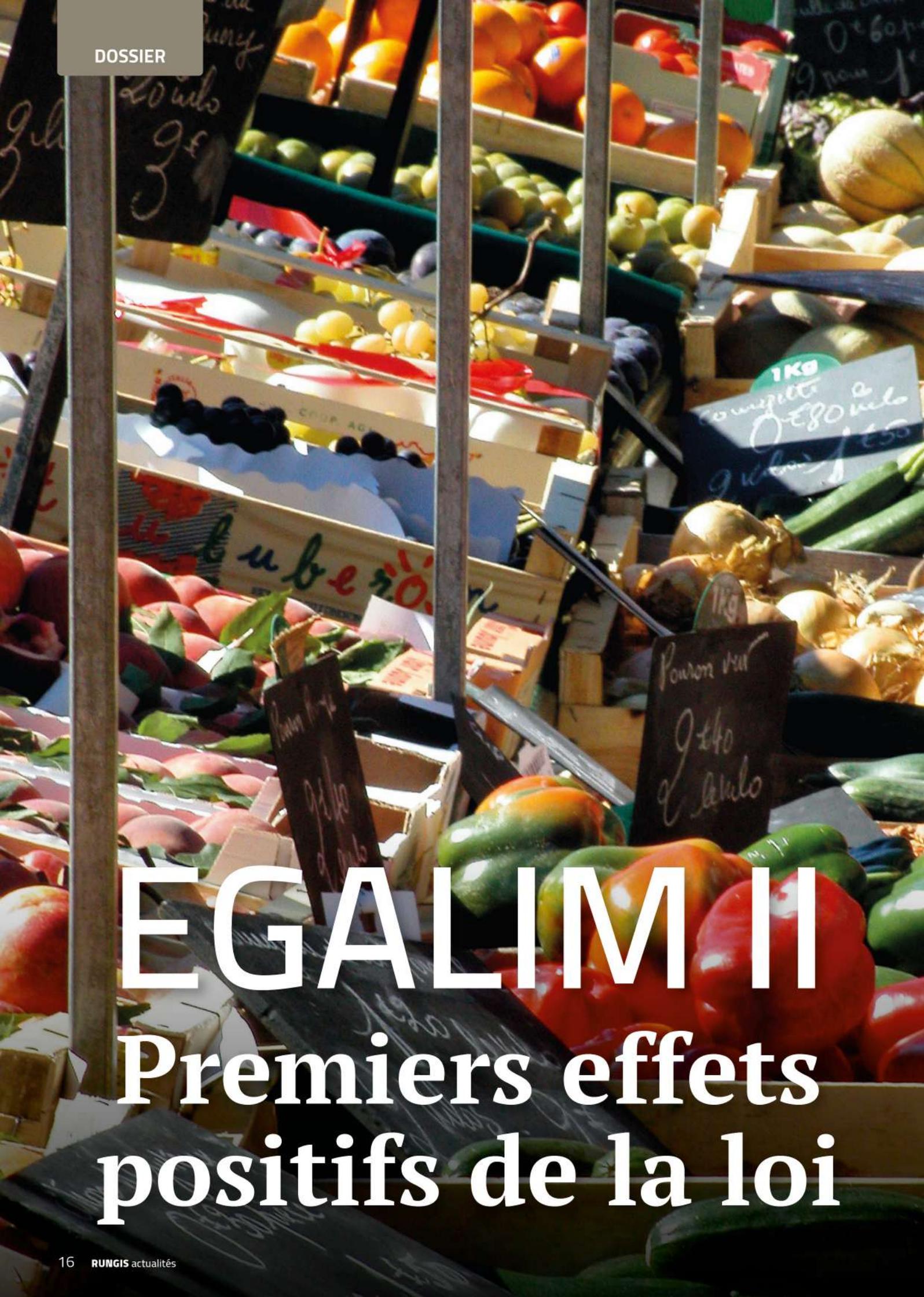
de nos entreprises pour permettre au plus grand nombre de se nourrir sainement. Ce rendez-vous bénéficiera de la participation de Guillaume Gomez, ambassadeur de France pour la gastronomie, représentant personnel du président de la République pour la gastronomie, l'alimentation et les arts culinaires. Cet événement a obtenu le label de l'Année de la gastronomie pour la saison d'hiver.

Le MIN de Grenoble partenaire de l'été des Marchés

Afin de dynamiser la soixantaine de marchés qui se tiennent chaque semaine au sein du territoire métropolitain, Grenoble-Alpes



Métropole a organisé, du 21 juin au 3 juillet l'opération « L'été des Marchés ». Le lancement de cet événement s'est tenu sur le MIN de Grenoble avec notamment une visite du marché de gros et une table ronde avec des professionnels (grossistes, primeurs, producteurs...).



EGALIM II

Premiers effets positifs de la loi

La loi visant à protéger la rémunération des agriculteurs, dite Egalim II, a été promulguée le 19 octobre 2021. Elle introduit de nouveaux dispositifs de régulation et de transparence au profit d'une meilleure rétribution des agriculteurs français. Elle a notamment pour but de garantir une meilleure prise en compte des coûts de production des agriculteurs et de permettre de mieux respecter le tarif des industriels. L'Assemblée nationale a publié un premier point d'étape de ce texte.

Dossier réalisé par Olivier Masbou

Pour ce qui concerne l'agriculture et l'alimentation, le premier mandat d'Emmanuel Macron a été marqué par les États généraux de l'alimentation. L'objectif était de parvenir à une inversion de l'établissement du prix des produits agricoles. Pendant des semaines, les représentants du monde agricole, de l'alimentaire, du commerce, de la restauration, des associations de consommateurs, des élus, des organisations environnementales... ont débattu. Dès juillet 2017, ces États généraux de l'alimentation ont acté la nécessité d'agir concrètement pour une meilleure rémunération des agriculteurs français. On se souvient qu'un premier bilan de ces États généraux avait été présenté à Rungis le 11 octobre 2017 en présence d'Emmanuel Macron. « *Je souhaite que nous mettions un terme très clair à ce qui est aujourd'hui devenu une dérive* », avait déclaré alors le président de la République au sujet de la guerre des prix. Un projet de loi, issu de ces États généraux, devait « *permettre aux agriculteurs de vivre du juste prix payé* » tout en accompagnant « *une transformation profonde* » des modèles agricoles pour répondre davantage aux attentes des consommateurs. Députés et sénateurs avaient à leur tour échangé et débattu et avaient finalement adopté la loi « *pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine et durable* » dites Egalim I, définitivement votée le 2 octobre 2018 à l'Assemblée nationale, et promulguée le 1^{er} novembre 2018. Mais les résultats obtenus n'ont pas été à la hauteur des espérances. « *La loi Egalim première du nom, c'était une loi de confiance [...]. Mais force est de constater que la confiance a été rompue, que quand il s'agissait en confiance de*

demander à la grande distribution et aux industriels de respecter les prix de production, en confiance beaucoup, beaucoup d'entre eux ne le faisaient pas », avait déclaré, le 3 février 2022, Julien Denormandie, alors ministre de l'Agriculture. Certes, Egalim I a permis d'entamer la « *marche en avant du prix* », c'est-à-dire une meilleure prise en compte des coûts de production agricole dans la formation des prix d'achats aux agriculteurs. Mais, « *des dispositions préexistantes, freinaient la pleine concrétisation de ses effets à la faveur d'une concurrence effrénée entre enseignes*, expliquait le ministère de l'Agriculture. *Alors, il a fallu remettre le métier sur l'ouvrage et un nouveau texte, la loi du 18 octobre 2021 visant à protéger la rémunération des agriculteurs* » (Egalim II) a été adoptée. Un premier point sur l'application de cette loi a été réalisé par les députés*. Détail intéressant, les deux députés, désignés par la commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale, pour rédiger le rapport sur la mise en application de cette loi, sont tous deux agriculteurs. Il s'agit de Nicole Le Peih, députée du Morbihan – elle élève des volailles en plein air et des vaches allaitantes – et de Grégoire de Fournas (Gironde), viticulteur dans le Médoc.

Le but d'Egalim II est, rappelons-le, d'agir sur le revenu agricole et les négociations commerciales. La loi vise à favoriser la juste rétribution des agriculteurs et à rééquilibrer les relations commerciales au sein de la filière agroalimentaire.

LES PRINCIPALES DISPOSITIONS DE LA LOI

En premier lieu, la loi généralise les contrats écrits et pluriannuels de vente de produits agricoles. Il importe de rendre obligatoire ●●●

●●● la proposition par l'agriculteur d'un contrat de vente écrit à son premier acheteur, quel qu'il soit (opérateur ou distributeur). Elle crée également un mécanisme de révision automatique des prix. Suivant les productions, le texte prévoit une mise en application de cette disposition de manière échelonnée entre le 1^{er} janvier 2022 et le 1^{er} janvier 2023. Cette obligation de la contractualisation constitue une « véritable révolution culturelle » pour beaucoup de secteurs de l'agriculture, de l'industrie alimentaire et de la distribution sous toutes ses formes, reconnaissent les parlementaires. Des filières (fruits et légumes, pommes de terre...) ont ainsi demandé à être exonérées de l'obligation de contractualisation écrite.

Autre innovation de la loi, l'expérimentation dans les contrats de la clause « du tunnel de prix ». Concrètement, il faut expérimenter dans les contrats écrits, et pour une période de cinq ans au maximum, la mise en place de bornes minimales et maximales entre lesquelles le prix de vente peut librement fluctuer. Cette expérimentation ne concerne que le secteur



© Philippe Dufour/Interfel

Manutention de fruits et légumes au marché de gros.

de la viande bovine. Les représentants de la Fédération nationale bovine ont indiqué aux rapporteurs que cette disposition « constituait une avancée susceptible d'améliorer les revenus des éleveurs ».

L'article 4 d'Egalim II porte sur les produits agricoles destinés à la transformation. Il souhaite renforcer la transparence dans le cadre

des négociations commerciales entre fournisseurs et distributeurs sur la part des matières premières agricoles dans le volume et le tarif des produits alimentaires. Ces informations doivent figurer dans les conditions générales de vente. Autrement dit, il s'agit de sanctuariser le prix des matières premières agricoles dans l'établissement du prix final d'un produit

Le dispositif sur l'étiquetage à compléter

Egalim II comporte de nombreuses dispositions sur l'étiquetage des denrées alimentaires, afin de mieux informer le consommateur tout en renforçant la protection de l'agriculteur. Cependant, ces dispositions sont en grande partie inappliquées, en l'absence de décret.

C'est le cas de l'expérimentation du « rémunérascore », une expérience en cours au sein de la filière viande bovine et du secteur des produits laitiers. Cette expérience, mise en place pour cinq ans, instaure un affichage destiné à apporter au consommateur une information relative aux conditions de rémunération des éleveurs.

De plus, la loi complète également la définition des pratiques commerciales trompeuses. Elle ajoute à la législation l'interdiction de faire figurer un drapeau français, une carte de France ou tout symbole représentatif de la France sur les emballages alimentaires lorsque les ingrédients primaires ne sont pas d'origine française. Là aussi, cette



disposition est inappliquée faute de décret. En outre, la loi rend obligatoire l'affichage de l'origine des différents miels composant un mélange. Ce point d'Egalim II est désormais applicable, car les décrets ont été publiés.

Enfin, l'article 15 soumet à une autorisation toute publicité relative à une opération de dégagement de produits alimentaires pratiquée en dehors des magasins. Ce texte n'est pas non plus appliqué faute de décret.



© Philippe Dufour/Interfel

Une partie importante de la loi concerne l'étiquetage des produits et l'information du consommateur.

transformé. Cette disposition complexe semble difficile à mettre en œuvre. En outre, un décret d'application fait l'objet d'un recours en Conseil d'État.

Pour veiller à la bonne application de la loi, et limiter les litiges graves, Egalim II a créé un comité de règlement des différends commerciaux agricoles. Il peut être saisi en cas

d'échec de la médiation menée par le médiateur des relations commerciales agricoles concernant des contrats de vente de produits agricoles. Ce comité a été installé et le périmètre de son action déterminé, mais il n'a pas encore fait l'objet de saisine.

Une partie importante de la loi concerne l'étiquetage des produits et l'information du

consommateur. Toutefois, ces dispositions sont en grande partie inappliquées, faute de décrets (cf. encadré p. 18).

Autre disposition majeure, l'article 7 qui encadre les « pénalités logistiques » que les distributeurs ont l'habitude d'appliquer à leurs fournisseurs. Désormais, ces pénalités doivent être inscrites dans le contrat, avec une marge d'erreur suffisante au regard du volume des livraisons prévues. Elles doivent être « proportionnées » et ne peuvent dépasser un montant correspondant à un pourcentage du prix d'achat des produits en question. Enfin, innovation capitale, le texte décide de l'inversion de la charge de la preuve. Désormais, en cas de manquement, la preuve doit être apportée par le distributeur. Alors que jusqu'à présent, c'est le fournisseur qui, s'il se voyait soumis à des pénalités, devait apporter la preuve qu'il n'y avait pas d'erreur. De nombreuses autres pratiques, comme la déduction d'office, ou le refus ou le retour de marchandise, sont prohibées, sauf en cas de non-conformité ou de non-respect de la date de livraison. De plus, et sauf existence d'un préjudice démontré, ●●●

SIAL

+30% D'ÉCONOMIE SUR VOTRE BADGE

JUSQU'AU 14 SEPTEMBRE SUR

WWW.SIALPARIS.FR



3

BONNES RAISONS

DE VENIR

AU SIAL PARIS

LE PLUS GRAND HUB MONDIAL DU BUSINESS ALIMENTAIRE,
d'inspiration et d'innovation

TOUTE LA COMMUNAUTÉ MONDIALE RASSEMBLÉE
pour un networking incomparable

DES ÉVÉNEMENTS MAJEURS DE L'INDUSTRIE,
des études exclusives, des keynotes inspirant

**INSPIRE
FOOD
BUSINESS***

Paris



**SAMEDI 15 - MERCREDI 19
OCTOBRE 2022**
PARIS NORD VILLEPINTE - PARIS

SIALPARIS.COM #SIALParis    

- il est interdit d'appliquer des pénalités lorsque le manquement n'a pas entraîné de ruptures de stocks.

DES PREMIERS EFFETS POSITIFS, MAIS BEAUCOUP RESTE À FAIRE

L'entrée en application de la loi est récente, et il manque encore beaucoup de décrets d'application (cf. encadré p. 20). Mais, écrivent les rapporteurs, la majorité des acteurs rencontrés « estime que les dispositifs adoptés sont susceptibles d'être efficaces dès lors qu'ils seront pleinement mis en œuvre ». Ainsi, contrairement à Egalim I, Egalim II semble avoir pu rapidement produire des effets. La loi « a contribué à mettre fin à une déflation sur les produits agricoles qui durait depuis huit années », écrivent les rapporteurs. Les mécanismes prévus par le texte (transparence dans les conditions générales de vente, sanctuarisation du coût de la matière première agricole) ont permis aux transformateurs d'« obtenir de la grande distribution des prix en hausse de 3,5 % ». Malheureusement, ces hausses, qui ont couvert l'inflation des prix agricoles, ont cependant été insuffisantes pour compenser la hausse du coût des autres matières premières industrielles, notamment l'énergie, le transport ou l'emballage. « Malgré ces hausses,

« L'inflation des prix des produits alimentaires aux consommateurs était, en juin 2022, de 5,8 % sur un an. »

certaines filières, notamment la filière laitière, demeurent au-dessous du coût de production », constatent les auteurs.

Egalim II est entrée en application dans un contexte économique particulièrement difficile : « La reprise économique rapide succédant à la crise sanitaire, puis le déclenchement de la guerre en Ukraine ainsi que certains événements climatiques majeurs ont conduit à une hausse des coûts supportés par les agriculteurs et les industriels. L'inflation des prix des produits alimentaires aux consommateurs était, en juin 2022, de 5,8 % sur un an », rappellent les rapporteurs. Enfin, les deux députés auteurs de ce rapport, insistent sur la nécessité, le cas échéant, d'appliquer avec fermeté les sanctions prévues par la loi, afin de dissuader tout contournement de celle-ci. Ils « appellent à une multiplication

des contrôles, en ces premiers mois d'application de la loi, afin d'en assurer l'entrée dans les mœurs ».

Egalim 2 marque donc « un tournant dans les relations commerciales au sein de la chaîne alimentaire permettant de passer de la défiance à la confiance entre les différents maillons », espère le Gouvernement. « Cette nouvelle loi permettra à l'agriculture de redevenir ce qu'elle devrait toujours être : un métier d'avenir où la création de valeur pour nos agriculteurs est centrale. Je tiens à saluer le travail mené par les parlementaires en lien avec l'ensemble des représentants de la chaîne alimentaire française pour parvenir à un texte ambitieux, précis et profondément utile pour notre monde agricole. Avec pour maître mot la transparence et la régulation, cette nouvelle loi vient parachever le travail entamé dès 2017 avec les États généraux de l'alimentation. La rédaction des décrets d'application est déjà en cours avec pour objectifs des effets concrets et effectifs dès les prochaines négociations commerciales », a déclaré Julien Denormandie, ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation après la promulgation de la loi.

* Rapport d'information sur l'application de la loi n° 2021-1357 du 18 octobre 2021 visant à protéger la rémunération des agriculteurs adoptée par la commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale le 27 juillet 2022.



De nombreux décrets non publiés

La loi Egalim II comporte 16 articles. Pour être appliqués, 12 articles nécessitaient la publication d'un décret ou prévoient la possibilité de définir par décret certaines conditions de leur application. Sur 16 décrets nécessaires à la pleine application de la loi, seuls six ont été publiés à la date de ce rapport*. Les articles 1^{er}, 5, 10, 12, 13, 14 et 15 ne sont donc que partiellement ou aucunement appliqués. « Le contexte politique et économique bouleversé a pu justifier, dans une certaine mesure, le retard pris dans la publication des décrets », écrivent les rapporteurs. Les deux députés « s'alarment néanmoins de la non-application d'une partie de la loi. Ils alertent le Gouvernement sur l'ardente nécessité de publier rapidement les dispositions réglementaires nécessaires à sa pleine application, notamment pour les articles relatifs à l'étiquetage (art. 12, 13 et 14) ».

“**Désolé
j’ai mal
au crâne...**”

DERRIÈRE DE PETITES EXCUSES
SE CACHE PARFOIS UNE GRANDE PRÉCARITÉ.



Faites votre don sur
restosducoeur.org

on compte sur vous
Olivero



Courtin Hervouet et associés

2, rue du Gers
94150 Rungis
Téléphone: 01 41 73 09 80

46 M€ de CA

50 salariés

12 000
tonnes de volailles

L'histoire

Étudiant en licence pro Distrisup, voie royale pour le retail et la distribution, Guillaume Marron sort major de sa promotion de licence en 2016. Le groupe Carrefour, où il a effectué son cursus en alternance, l'embauche alors comme responsable de secteur produits frais (boucherie, charcuterie, poissonnerie, fruits et légumes, etc.). « Ça a été une excellente école et j'en garde un très bon souvenir », commente-t-il aujourd'hui. Aiguillonné par sa volonté d'évoluer et de développer un projet plus personnel, il quitte le groupe en 2019, à seulement 24 ans. Il candidate alors à un poste de directeur d'exploitation chez Courtin Hervouet. C'est le début de l'aventure.

Je me considère comme très chanceux d'avoir pu travailler en direct pendant plus d'un an, avec quelqu'un comme Marc Hervouet, qui est à mon sens un véritable patron, une sommité dans son domaine, et un vrai puits de science. Notre collaboration, bien que trop courte à mon goût, m'a marqué pour toujours.

GUILLAUME MARRON, COURTIN HERVOUET ET ASSOCIÉS

Un challenger passionné au pavillon de la volaille

À 27 ans, Guillaume Marron vient de prendre le contrôle et les rênes de Courtin Hervouet et associés, entreprise historique du pavillon de la volaille. Portrait d'un homme pressé.



Guillaume Marron (au centre) entouré de ses actionnaires Gaëlle et Alain Dumont.

« Aux âmes bien nées, la valeur n'attend point le nombre des années. » La sentence que fait dire Pierre Corneille à Rodrigue, dans *Le Cid*, illustre bien l'ascension express de Guillaume Marron, nouveau P-DG de la société Courtin Hervouet à seulement 27 ans. Embauché en 2019 comme directeur d'exploitation, il s'est porté acquéreur, à peine trois ans plus tard, en juillet 2022, de cette entreprise « historique », fondée au début du XX^e siècle et n° 2 au sein du pavillon de la volaille de Rungis. « Quand je suis arrivé ici, c'est Cédric et Camille Hervouet, les enfants de Marc Hervouet, qui dirigeaient l'entreprise comme directeur général et directrice financière, rappelle le nouveau patron. Alors que l'on semblait se diriger vers une reprise par la génération suivante, les enfants se sont retirés du projet pour des raisons personnelles. Il y a un an, j'ai donc proposé à Marc Hervouet de reprendre la société. » Le jeune cadre remue alors ciel et terre pour monter le dossier et convaincre les banques. « Pour rassembler les fonds nécessaires, j'ai dû vendre l'essentiel de mes biens et faire entrer au capital un couple d'amis Gaëlle et Alain Dumont, mes "business angels" à qui je suis particulièrement reconnaissant car sans eux, je n'aurais pas pu boucler le tour de table. » Mais ce passionné de commerce et de management en est convaincu : il est fait pour Rungis. « Quand j'ai posé ma candidature au

poste que proposait Courtin Hervouet, je n'avais jamais mis les pieds sur le Marché et je n'y connaissais personne, raconte-t-il. Le concours de circonstances qui m'a amené ici a constitué un déclin. J'ai trouvé sur le MIN un concentré de tout ce que je cherchais et qui me passionne : le commerce, le management, l'esprit d'entreprise, l'alimentaire, les produits frais, etc. » Présent de minuit à midi aux côtés de ses équipes, cet entrepreneur né entend désormais se consacrer à 100 % à l'entreprise dédiée au commerce de la volaille, du gibier et du foie gras. « Le leader est un peu loin devant nous, mais j'espère bien venir le challenger un jour », sourit-il.

Fort des atouts de la société – l'historique, la notoriété, l'expertise-produit, le portefeuille fournisseurs, les ressources humaines, etc. –, Guillaume Marron compte bien en développer la visibilité mais également étendre sa zone de chalandise. « Nous allons renforcer notre présence sur le terrain en Île-de-France mais aussi prospecter au-delà », promet l'entrepreneur. « Courtin Hervouet dispose de tout ce qu'il faut pour devenir un acteur national : les structures, les produits, les moyens techniques, logistiques et humains », développe Guillaume Marron, qui n'exclut pas de faire appel à des partenaires logistiques pour tisser sa toile en France.

Bruno Carlhian



Fromagerie des Monts de Joux

36, rue Laurent-Troutet
25560 Bannans

Tél. : 03 81 89 81 00

270 collaborateurs

100 M€ de CA

PRODUCTION:

Comté **4 500 t**

Morbier **4 000 t**

Mont d'or **1 800 t**

Bleu de Gex **150 t**

L'histoire

La coopérative Les Monts de Joux a été créée en 1968 dans la foulée du développement des quatre AOP fromagères franc-comtoises. Dans les années 1990, elle fédère d'autres coopératives de la région. Ce regroupement de 11 fruitières à comté, réparties sur l'ensemble du massif jurassien, s'est enrichi avec la création d'une 12^e fruitière à comté en mai 2022 sur la commune de Pontarlier. Après ces années de développement, la coopérative doit faire face à un nouveau défi, celui du renouvellement des générations.

Grâce à notre coopérative, nous maintenons coûte que coûte cette activité de collecte et de production du bleu de Gex, même si les volumes restent anecdotiques comparés au comté ou au morbier cette AOP mérite tout son savoir-faire.

LES MONTS DE JOUX

La coopérative aux quatre AOP franc-comtoises

La coopérative indépendante Les Monts de Joux regroupe 270 producteurs. Elle vient d'inaugurer, en mai dernier, sa douzième fruitière, sur la commune de Pontarlier.

Née en mai 1968, la coopérative indépendante Les Monts de Joux est implantée depuis sa création à Bannans dans le haut Doubs. Sa naissance a suivi le développement des quatre AOP fromagères franc-comtoises que sont le mont d'or, le morbier, le comté et le bleu de Gex. La genèse de la coopérative provient d'un seul site produisant de l'emmental. C'est dans les années 1990, qu'elle se diversifie en prenant le virage des fromages AOP franc-comtois avec le regroupement d'autres coopératives alentour. Elle a en effet vu le jour grâce à l'impulsion de trois présidents de fruitières souhaitant associer les producteurs de lait à un projet économique local. La plupart des éleveurs adhérents sont situés en zone de montagne. À ce jour, la coopérative Les Monts de Joux compte 270 producteurs coopérateurs. Avec une collecte du lait se faisant quotidiennement pour alimenter le site principal de Bannans et les 11 fruitières à comté réparties sur l'ensemble du massif jurassien. « Nous venons de créer une 12^e fruitière à comté en mai 2022 sur la commune de Pontarlier accompagnée de plusieurs caves d'affinage », annonce fièrement Ludovic Robin, le directeur commercial de la coopérative. « Nous allons enfin commencer à affiner en propre le comté pour pouvoir approvisionner directement le commerce traditionnel dont le Marché de Rungis auprès des entreprises Gratiot, Saff, SCPL, Odéon, Dessailly et Prodilac, Delon entre autres. Cette nouvelle fruitière pourra produire jusqu'à 600 tonnes de comtés à l'année et comptera quelque 10 000 places à affiner. »

En cette rentrée, c'est la période idéale pour la production et la commercialisation de l'AOP mont d'or. La collecte du lait et la production ont en effet commencé le 15 août pour une commercialisation officielle à partir du 10 septembre jusqu'au 10 mai au plus tard. Les autres AOP (comté, morbier et bleu de Gex) sont fournies annuellement. « Le comté est notre produit phare de manière historique, mais c'est aussi le morbier et le mont d'or qui ont commencé à être davantage diffusés à partir des années 2000 en grande distribution. La



Une 12^e fruitière a été créée en mai 2022 sur la commune de Pontarlier, dans le Doubs.

consommation à chaud s'est en effet développée à cette période, en devenant un fromage à consommer en milieu de repas », indique-t-il. Quant au bleu de Gex, « c'est une petite AOP », ajoute Ludovic Robin. « Nous en produisons quelque 150 tonnes à l'année comme plusieurs autres intervenants. Provenant du Haut-Jura, la collecte du lait y est plus difficile en montagne et le fromage est compliqué à fabriquer car les fermes sont très espacées, mais c'est un fromage très intéressant du point de vue gustatif et organoleptique. »

Parallèlement au développement de la coopérative à Pontarlier, Les Monts de Joux sont confrontés aux difficultés de transmissions des exploitations, les jeunes se désintéressant de la production laitière. « Grâce à notre coopérative, nous maintenons coûte que coûte cette activité de collecte et de production du bleu de Gex, même si les volumes restent anecdotiques comparés au comté ou au morbier cette AOP mérite tout son savoir-faire. » Quant aux conséquences des fortes chaleurs et de la sécheresse de cet été, la production devrait être en deçà de la normale. « Nous faisons face à une collecte de lait en régression cet été avec des baisses allant de -5 % à -10 % selon les élevages, ce qui devrait avoir un impact important sur notre production et nos commercialisations cette année. D'autant plus que les quatre AOP franc-comtoises sont concernées par ce phénomène », déplore Ludovic Robin.

Anne-Solveig Aschehoug



Épices et Saveurs

2, avenue Parmentier
75011 Paris
Tél. : 09 72 83 89 91

Mél : alex95_1@hotmail.com

2 employés

Entre **3 000** et

4 000 références

L'histoire

La famille d'Alexandre Aldicoglu est dans le secteur de l'épicerie fine depuis l'ouverture de son premier magasin en 1987. Depuis son plus jeune âge, Alexandre donne des coups de main en boutique et cela lui plaît. Il comprend d'ailleurs rapidement que c'est sa vocation. Ses emplois, plusieurs années durant, dans les commerces alimentaires lui ont permis de disposer du capital pour ouvrir sa propre épicerie fine. Ainsi, en 2015, Épices et Saveurs voit le jour à deux pas de la très convoitée place Léon-Blum à Paris. De son côté, Mathilde a toujours œuvré dans les secteurs de la restauration et de la gastronomie. Elle a rejoint Alexandre aux commandes d'Épices et Saveurs en mars 2022.

Quand nous allons à Rungis, nous avons, bien sûr, nos fournisseurs fétiches et nos petites habitudes, mais au vu de la diversité de l'offre il serait dommageable de ne pas aller voir de temps à autre ce qui se fait chez les autres.

ALEXANDRE ALDICOGLU ET MATHILDE COUTROT – ÉPICES ET SAVEURS

Le charme de l'Italie s'invite dans l'épicerie fine

Depuis mars dernier, Épices et Saveurs présente à sa clientèle un beau rayon de produits italiens soigneusement sélectionnés au Marché de Rungis.



Mathilde Coutrot et Alexandre Aldicoglu.

Ouvert en 2015 par Alexandre Aldicoglu, l'établissement Épices et Saveurs est devenu une adresse incontournable du quartier de la place Léon-Blum à Paris pour dénicher des produits originaux que l'on ne trouve pas partout. Alexandre met un point d'honneur à représenter de petits producteurs majoritairement présents sur le bassin méditerranéen, en France, en Espagne, au Liban, en Grèce et depuis peu en Italie. Les épices proviennent, quant à elles, des quatre coins du monde et ont une place singulière chez Épices et Saveurs. En effet, les 120 références – dont 47 de poivres – émanent de l'Épicerie Sabah, fondée par la sœur d'Alexandre. Tout comme les épices, le café est une affaire de famille. C'est le frère d'Alexandre, artisan torréfacteur, qui approvisionne le magasin d'une dizaine de références, essentiellement des 100 % Arabica, préalablement torréfiées dans son commerce Café Aouba situé à deux pas du marché d'Aligre à Paris.

À l'extérieur de la boutique, une généreuse offre primeur est affichée : légumes, fruits et herbes aromatiques issus de l'agriculture biologique sont au rendez-vous. « Cette dernière se vend très bien au même titre que les épices, les légumineuses et les fruits secs qui représentent les meilleures ventes du magasin », précise Alexandre. Revenons au rayon italien, la grande actualité de l'année ! Le projet prend

vie lorsque Mathilde, la compagne d'Alexandre, le rejoint dans l'aventure au printemps dernier. C'est tout naturellement que la fine équipe décide de développer une gamme de produits italiens pour « continuer le tour de la Méditerranée », s'amuse Mathilde.

Grande amatrice de gastronomie italienne, Mathilde sait ce qu'elle veut pour satisfaire ses clients et les premiers retours sont excellents ! Côté frais, elle propose du fromage, de la charcuterie, des pâtes et des amuse-bouches comme des olives à l'ascalane. La mozzarella à la coupe et le pecorino aux olives vertes, roquette et piment se vendent comme des petits pains. Le best-seller en charcuterie est le speck cuit au genièvre. Pour les pâtes fraîches, ce sont les gnocchis. Côté sec, les sucreries sont les grandes vedettes – meringues aux noisettes du Piémont, cannoli siciliens, aragostines au gianduja... – ainsi que les huiles d'olive.

« Les produits italiens ont le vent en poupe ; certains l'ont bien compris et pratiquent des prix excessifs. C'est pourquoi nous travaillons avec Paris Parme et la fromagerie Buisson à Rungis. Ces deux maisons proposent des produits d'excellente qualité tout en étant accessibles nous permettant de pratiquer des tarifs raisonnables en boutique afin de satisfaire toutes les bourses », conclut Mathilde.

Laura Margis

Jonathan Fortier,
Gianni Teramo et Pauline Lévêque.

Chaud Devant !



Les bons produits de Rungis sont à la carte



Ouvert en mars 2020, avec l'inauguration de l'hôtel Campanile – Hôtel du Marché, le restaurant Chaud Devant ! est très prisé pour les saveurs de sa cuisine de tradition française.

Restaurant Chaud Devant !

8, rue du Séminaire
94550 Chevilly-Larue

Téléphone : 01 84 04 08 39

<https://paris-orly-rungis.campanile.com>

Activité : restauration

Ouverture : du lundi au vendredi

En chiffres : le restaurant réalise entre 100 et 120 couverts par jour pour un ticket moyen de 25-30 € le midi et 35-40 € le soir

Les +

Louvre Hotels Group est le deuxième groupe européen avec 1 650 hôtels de 1 à 5 étoiles dans 60 pays, soit 132 000 chambres

Situé sur le Marché de Rungis, au sein de l'hôtel Campanile – Hôtel du Marché, le restaurant Chaud Devant ! a ouvert le 20 mars 2020. Ce bel établissement de 84 chambres appartient au groupe Louvre Hotels Group (enseignes Première Classe, Campanile, Kyriad Direct, Tulip et Kyriad Résidences, auberge de jeunesse Hosho...) rattaché au groupe Jin Jiang International (2^e groupe mondial). L'hôtel et le restaurant sont placés sous la direction générale de Gianni Teramo, 32 ans, depuis le 18 avril 2022. Tout jeune, il a pris goût à la cuisine en aidant son grand-père italien à préparer ses sauces tomate et ses antipasti dans sa cave à Bastia. Élève de l'école hôtelière de Bastia, il décroche un bac techno et un BTS en hôtellerie-restauration. En 2012,

Gianni Teramo rejoint le groupe Louvre Hotels à Lisieux (Calvados). Gravissant les échelons, son évolution en interne se réalise avec l'obtention d'un MBA (Master 2) en hôtellerie grâce à Louvre Hotels. Il est secondé depuis avril 2022 par Pauline Lévêque, directrice adjointe.

UNE CUISINE DE TRADITION FRANÇAISE...

Le restaurant Chaud Devant ! propose une excellente cuisine de tradition française du marché et de saison, confectionnée depuis mai 2021 par le créatif chef de cuisine Jonathan Fortier, titulaire d'un BEP cuisine obtenu à l'École de Paris des métiers de la table. La carte, renouvelée chaque semaine et selon les arrivages à Rungis en produits frais notamment français et locaux, compte une quinzaine de plats. Une bruschetta végétarienne, des sardines de Biarritz, un duo de charcuterie ibérique et jambon serrano Duroc pour les entrées, et parmi les plats, un wok de volaille et linguines, un tataki de thon mi-cuit et arancini, un filet de bar poêlé, une entrecôte de bœuf français, une bavette d'ailou sauce poivre ou échalotes, l'andouillette de M. Ducay, les salades César. Pour clore le repas, de savoureux desserts : poire pochée au sirop aux fèves tonka, autour de la pomme, tarte citron meringuée, glaces et sorbet... Outre la carte, deux menus renouvelés chaque jour sont présentés, l'un à 13,90 € et l'autre à 18,90 €. La cave compte quelque 50 références, sélectionnées par Frédérique Capdeville, également responsable du restaurant. L'établissement effectue entre 100 et 120 couverts par jour pour un ticket moyen de 25-30 € le midi et 35-40 € le soir. Les achats sont tous faits chez les grossistes de Rungis : Le Delas, Carniato, Latino Gusto, Avigros, Deplanche-Laubeyrie, Blanc, Nadaud, Mandar, Laroche, La Corpo, La Cave de Rungis, La Fourcée d'Augustine... Un potager et un verger (soit 500 m²) créés au pied de l'hôtel sont entretenus par des personnes en situation de handicap. Produits en biodiversité, les légumes et les fruits sont employés dans la cuisine du restaurant. Par ailleurs, l'établissement est impliqué dans la formation professionnelle des métiers de bouche et de la restauration avec une université culinaire en interne destinée au personnel du groupe, associée à plusieurs partenaires (Compagnons du Devoir, EMAC, Rungis Académie). À la demande, l'hôtel organise des séminaires d'entreprises au travers d'ateliers de *team building* (cuisine, pâtisserie, dégustations de vins ou cocktails...).

Francis Duriez

LE TRÉVISE

8, avenue Claude-Perrault
92330 Sceaux
Tél. : 01 40 96 95 50



Stéphane Milan

Le pâtissier à succès devenu chef Stéphane Milan a la passion d'entreprendre. À la tête du Trévisé à Sceaux depuis huit ans, le restaurateur a développé en parallèle une activité de traiteur événementiel et revient à la rentrée en boutique.

Esprit d'entreprise

C'est un restaurant niché dans un décor hors du temps. Le Trévisé se situe dans l'enceinte du domaine départemental de Sceaux (Hauts-de-Seine), splendide parc classique du XVII^e siècle, composé par Le Nôtre, et ancienne propriété de Colbert. Le terrain de 180 ha abrite notamment un château devenu musée, un pavillon dont la coupole a été décorée par Charles Le Brun ou encore une magnifique orangerie conçue par Jules Hardouin-Mansart.

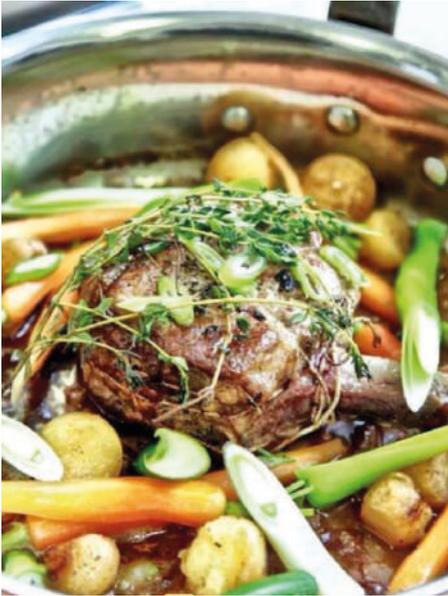
« **A**u début des années 2010, le conseil général des Hauts-de-Seine a souhaité valoriser l'offre du domaine départemental de Sceaux en créant un restaurant haut de gamme et deux salons événementiels », raconte Stéphane Milan, le créateur du Trévisé. Alors patron du restaurant ô 110 à La Défense, l'ancien pâtissier répond à l'appel du pied de la collectivité publique, qui se transforme en appel d'offres en 2014. Une ancienne ferme implantée à l'entrée principale du Parc, qui abritait les locaux techniques, est transformée en un établissement bistronomique, le Trévisé, flanqué de deux salons de réception, le Colbert et le Penthièvre. Désormais parvenu à la moitié de la concession accordée pour 15 ans, Stéphane Milan a installé Le Trévisé dans le paysage gastronomique et événementiel local et surmonté les

difficultés financières survenues en 2019. « Au restaurant, nous avons fidélisé en semaine une clientèle d'affaires venue notamment d'Antony-pole ou du Marché de Rungis situés à 10 minutes, mais aussi une clientèle plus familiale le week-end », détaille Stéphane Milan.

La belle terrasse du Trévisé lui permet d'accueillir jusqu'à une centaine de couverts lors des beaux jours, contre 60 à 70 l'hiver en intérieur. Avec son cadre privilégié, le Trévisé constitue également un lieu de rendez-vous prisé des élus du département, qui peuvent s'y retrouver dans un salon discret d'une douzaine de couverts.

ENTRE PLATS CLASSIQUES ET ORIGINAUX

Hors la situation, le succès du restaurant tient à une cuisine de tradition bien maîtrisée et parfaitement dressée, à base de produits de



Un soin particulier est apporté au dressage.

saison. Si la carte fait honneur aux classiques (pâté en croûte aux trois volailles et foie gras, saumon gravlax maison ou boudin noir de Christian Parra et purée de pomme de terre), le restaurant sait aussi faire preuve d'exotisme et d'originalité. « Depuis deux ans, j'ai introduit un "sushi de foie gras", composé d'un magret de canard fumé avec un insert riz à la mangue et un autre de foie gras qui marche très bien. On propose aussi un œuf monté en neige, jaune coulant, crémeux du moment, un plat que l'on pourrait difficilement retirer de la carte aujourd'hui. » La politique exigeante du restaurant en matière d'approvisionnement et de cuisine lui a permis d'accéder au titre de Maître Restaurateur en 2016 et d'être classé « restaurant de qualité » du Collège culinaire de France. Du côté événementiel, le succès est également au rendez-vous avec des taux de remplissage élevés et une capacité d'accueil jusqu'à 80 à 90 personnes assises et 150 à 200 en formule cocktail. « Le salon Colbert et sa terrasse sont plutôt dédiés aux événements festifs tels que mariages, fêtes religieuses et repas de famille tandis que le Penthièvre est privilégié pour l'organisation de lancement de produits, de conférences, de séminaires et de conventions. Si nous gérons les réservations des salles, nous laissons les clients choisir entre nos prestations et celles proposées par quatre autres traiteurs que nous avons référencés », précise Stéphane Milan. Car l'activité de Stéphane Milan ne s'arrête pas à la direction du Trévisé, ni même à celle du Kiosque, l'établissement de petite restauration (sandwiches, crêpes, glaces, etc.) installé dans le parc et dont s'occupe son épouse. L'entrepreneur, qui n'a jamais oublié son passage chez Potel et Chabot, a aussi développé

une activité extérieure de traiteur « sur mesure » à partir d'un laboratoire de production situé à Villejuif. « Nous desservons la France entière, passant d'un cocktail à Rungis à une réception à Gap. Nous travaillons essentiellement pour des sociétés, avec un pic d'activité au printemps, en tâchant de coller aux tendances actuelles de consommation », expose le chef. Pour approvisionner ses différentes sociétés, Stéphane Milan dispose d'un atout de poids : sa proximité avec le Marché de Rungis. « Je le fréquente depuis que je me suis installé ici et c'est aujourd'hui mon principal fournisseur », justifie-t-il, ravi de pouvoir « toucher et goûter tout ce qu'il achète » et de proposer ce qu'il aime, « des produits français et de saison ». Initié aux codes du Marché par le mari de sa nièce, un marchand de primeurs, il s'est très vite constitué son propre réseau de relations. Depuis, l'entrepreneur reste constamment à l'affût du bon produit. « À l'occasion de la réception de départ de Patrice Rétif, l'ancien patron d'Ovimpex, que nous avons organisée ici, j'ai découvert les gammes de viande et de charcuterie de cette entreprise. Une vraie révélation. Je suis allé les rencontrer dans la foulée pour faire affaire. »

Sans cesse en mouvement, Stéphane Milan ouvrira ce mois-ci un stand sur le nouveau marché la Halle des Saveurs de L'Haÿ-les-Roses (Val-de-Marne). « Nous y proposerons des produits traiteur majoritairement français, des plats cuisinés, des pâtés en croûte, de la pâtisserie, de l'épicerie fine, etc. ». Lors d'une visite sur le marché couvert, Stéphane Milan tombe nez à nez avec Serge Mouneyrac, le réputé grossiste en pommes et poires. « J'ai rapidement compris qu'il ouvrait lui aussi un comptoir, La Pommeraie d'Allassac. Depuis, nous avons sympathisé, et nous avons commencé à travailler ensemble ! » Décidément, toutes les routes mènent à Rungis...

Bruno Carlhian



Les pâtés en croûte, spécialité maison.



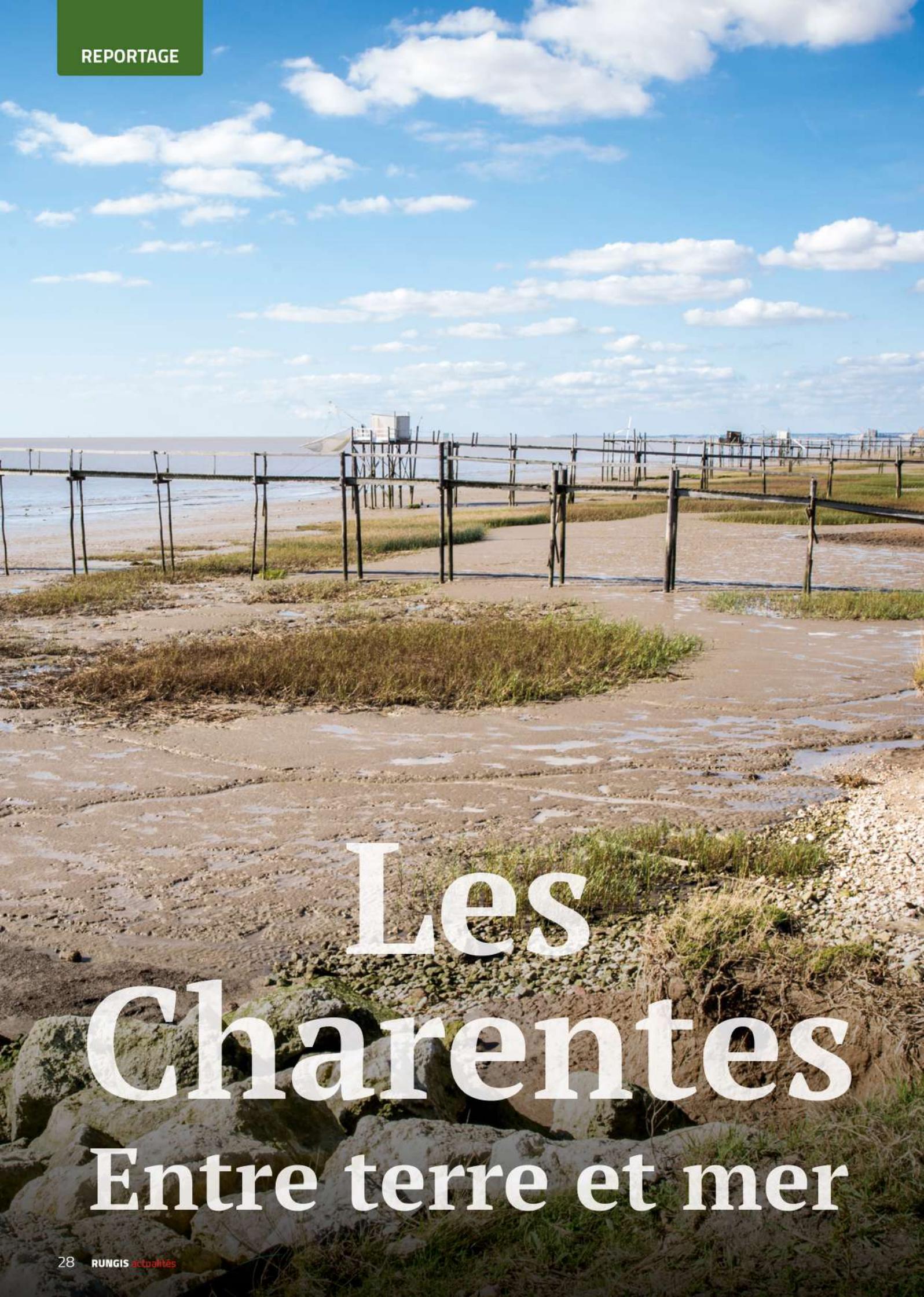
Pâtisserie, traiteur, restauration... un parcours atypique

« Depuis 22 ans que je travaille, j'ai toujours été animé par la volonté de travailler des produits frais français et de saison, même si c'est parfois plus cher. » Ce fil conducteur en main, Stéphane Milan a connu un parcours éclectique, passant de la pâtisserie à la restauration, puis par le traiteur, avec toujours la même soif d'entreprendre. Titulaire d'un CAP « mention complémentaire traiteur » et d'un BEP de pâtissier, ce touche-à-tout fait son apprentissage chez les plus grands : à l'hôtel Nikko où il officie sous les ordres de Jean-Paul Hévin et de Joël Robuchon et dans les cuisines du Crillon alors orchestrées par Christian Constant. Après s'être initié au métier de traiteur chez Maxim's Traiteur puis Potel et Chabot, le Compagnon du Tour de France entre ensuite à l'Auberge de l'Eridan de Marc Veyrat comme chef pâtissier, puis au Bristol dirigé par le regretté Michel Del Burgo et enfin au Plaza Athénée d'Éric Briffard. Après ce dernier poste prestigieux, Stéphane Milan s'installe à son compte. Il ouvre Patach', une pâtisserie à Levallois-Perret avec son épouse, qui se diversifie dans le traiteur à l'occasion d'une extension. Il s'étend ensuite à Paris, dans le 16^e arrondissement, avant de réprendre aux sirènes de la restauration en prenant la direction du restaurant ô 110 sur le toit de la Grande Arche de La Défense. Un détour par les hautes sphères pour mieux atterrir sur le très terrestre parc de Sceaux.

Ses fournisseurs

À RUNGIS

Armara, Blampin, Butet, Dispere, La Cave de Rungis, Maison Medelys, Prodillac, Vinas



Les Charentes

Entre terre et mer

De l'Atlantique, le pays charentais s'étire dans les terres à travers le vignoble de Cognac, jusqu'aux confins de l'Aquitaine et du Poitou. Un territoire fort d'une vraie identité où se conjuguent avec élégance produits de la mer et du terroir.

Reportage de Nicolas Mahey

Les Charentes n'existent pas vraiment. Enfin, pas administrativement. Le terme désigne en réalité les deux départements de la Charente et de la Charente-Maritime, qui tirent leur nom du fleuve qui les traverse. Pour ajouter encore à la confusion géographique, si l'un comme l'autre faisaient anciennement partie de la région Poitou-Charentes, ils sont maintenant intégrés à la Nouvelle-Aquitaine ! Les deux voisins partagent pourtant des points communs, notamment du point de vue de leurs productions agricoles : des grandes cultures céréalières au nord, relativement peu d'élevage et un important bassin de production viticole sur la quasi-totalité des deux départements. Quelques différences, aussi : ouverte sur l'océan Atlantique et l'estuaire de la Gironde à l'ouest, la Charente-Maritime a une vocation touristique marquée. Plusieurs îles parsèment son littoral, et les produits de la mer sont indissociables de son identité. Plus terrienne, la Charente est déjà aux portes du Limousin. Angoulême, sa préfecture, est mondialement connue pour son festival de bande dessinée. Cognac, en lisière des deux territoires, l'est aussi... mais pour ses eaux-de-vie.

UN PAYSAGE AGRICOLE DOMINÉ PAR LES PRODUCTIONS VÉGÉTALES

Terres de céréales, les Charentes placent le blé en tête des productions végétales. On y croise en revanche peu de vergers ; les seules productions fruitières sont la pomme et la noix. Malgré des surfaces en diminution, le melon reste la principale culture légumière, en raison notamment de la présence de plusieurs gros producteurs, dont la société Soldive à Royan. « *Le melon cantaloup charentais n'est pas une appellation, c'est une variété* », précise à toutes fins utiles David Bouvard, directeur de l'Association collaborative de production, d'expérimentations et de références légumières (Acipel), située à Saintes. « *Il est d'ailleurs question de changer ce nom pour éviter les amalgames car on peut cultiver du melon charentais au Sénégal ou au Maroc. Il y a quand même une*

distinction à faire entre le jaune et le vert : le premier a une teinte jaunissante et un parfum plus prononcé. Le second évolue peu en termes de couleur, se conserve plus longtemps et son bouquet aromatique est moins puissant. » En façade Atlantique, l'activité légumes est bien présente, favorisée par le tourisme. Sur des secteurs précis de l'arrière-pays, quelques productions se démarquent, comme les betteraves crapaudines ou les carottes de Jarnac-Champagne, un produit emblématique du sud Charente-Maritime, sous signe officiel de qualité mais dont la culture est en fort déclin. Sur l'île de Ré, la pomme de terre primeur a son AOP. Reconnaisable à sa peau fine et à sa petite taille, elle est récoltée au printemps et expédiée quotidiennement en saison. Seules trois variétés sont autorisées. « *Une des missions de l'Acipel est d'expérimenter de nouvelles* », note David Bouvard. Une tradition maraîchère perdue aussi dans la ceinture verte d'Angoulême. Aux portes de la ville, la ferme familiale de Stéphane Fougère est une des dernières grosses exploitations légumières du secteur à travailler en expédition : salades et poireaux en gros, plus quelques cultures de niche, radis noir, rutabagas et céleri branche. « *Le secteur s'est beaucoup urbanisé*, fait-il remarquer. *Il y a 60 ans, on comptait environ 250 maraîchers, aujourd'hui nous sommes moins d'une dizaine. On voit surtout s'implanter des petites structures en vente directe, souvent en bio pour apporter plus de valeur ajoutée.* » En deux décennies, 20 000 ha de terres agricoles ont disparu dans le seul département de la Charente, pourtant plus rural.

L'élevage arrive à se maintenir, mais les effectifs sont à la baisse. Les Charentes restent cependant une terre de fromages, avec un patrimoine ancré autour du lait de chèvre : le mothais sur feuille, le chabichou, ou encore la jonchée sont autant de spécialités fromagères reconnues. La taupinette, produite par la fromagerie Jousseume, à Roulet-Saint-Estèphe a reçu une médaille de bronze au concours général agricole en 2020 et figure au palmarès des dix meilleurs fromages du monde au World Cheese Awards en 2018. En matière de produits laitiers, la région est aussi connue pour le beurre ●●●



Le melon cantaloup est encore très cultivé en Charentes. Mais attention, son origine locale n'est pas garantie sur la simple foi de son nom : il s'agit en effet avant tout d'une variété et non d'une appellation ! La région compte un peu moins d'une dizaine de producteurs pour environ 400 ha de surfaces.



© Sylvie Sicaire

Stéphane Fougère cultive 20 ha de légumes aux portes d'Angoulême, majoritairement des poireaux et des salades.



©ADPAP

L'agneau IGP Label rouge, une production emblématique des Terres-de-Haute-Charente.

- Charentes-Poitou AOP, notamment à Surgères, important pôle régional de l'industrie laitière. Autre appellation, côté viandes, l'agneau Le Diamandin (IGP et Label rouge) conserve quelques producteurs en Haute-Charente, autour de Confolens et Montbon.

BASSIN COGNAC-CHARENTES :

LE QUATRIÈME PLUS GRAND VIGNOBLE FRANÇAIS

La région tire indéniablement son épingle du jeu grâce à la vigne. Avec ses 80 000 ha, le vignoble Charentes-Cognac se hisse à la quatrième place française en matière de superficie, à la deuxième pour les volumes. Plus de 90 % sont destinés à l'AOC cognac, le reste au pineau des

Charentes et dans une moindre mesure à l'IGP vins charentais. Au domaine Guillon-Painturaud, Élise et Mathilde Thorin consacrent une moitié de leur production à la célèbre eau-de-vie de raisins, l'autre à celle du pineau. Les deux sœurs, filles de vignerons, ont repris ce domaine situé à Segonzac, en plein cœur du premier cru Grande-Champagne. Un terroir prestigieux, comme l'explique Mathilde Thorin : « La zone d'appellation cognac, qui est d'ailleurs la même que celle du pineau des Charentes, est divisée en six secteurs. Ces "crus" sont définis en fonction des sols. Petite Champagne, Borderies, Fins bois, Bons bois et Bois ordinaires, ces terroirs donnent des eaux-de-vie différentes, à la fois en termes aromatiques et dans leur potentiel de vieillissement. En ●●●

Le baume de Bouteville, un balsamique de cognac

Dans le vignoble charentais, les vins en fin de période de distillation étaient traditionnellement mis dans de petites barriques de cognac pour produire un excellent vinaigre. Un savoir-faire méconnu, remis au goût du jour par les créateurs du baume de Bouteville grâce à une technique de fabrication revisitée s'inspirant en partie de celle du vinaigre balsamique de Modène. Après une fermentation lente et contrôlée, le baume de Bouteville et les vinaigres sont placés dans de petites barriques ayant contenu du cognac XO pour affinage. Selon la qualité du bois de ces barriques et le traitement qu'elles ont subi, les vinaigres développent des notes plus ou moins concentrées, florales ou fumées. Ce vinaigre artisanal est vieilli pendant trois ans au minimum sous la surveillance du maître de chai. À la clé, tout une gamme de vinaigres haut de gamme, élaborée pour les chefs et le monde de l'épicerie fine, capable aussi de sublimer les cocktails. Disponible dans une centaine de points de vente partout en France, le baume de Bouteville a reçu en 2016 la médaille d'or du Prix Épices d'épicerie et la mention « producteur artisan de qualité » du Collège culinaire de France.



© Baume de Bouteville

Le baume de Bouteville, un vinaigre charentais au moût de raisin classé grand cru de Cognac.



*Héritière d'un savoir-faire
traditionnel depuis 1906*



Au cœur des **Deux-Sèvres**,
Terre de tradition des fromages
de chèvre



Du lait **Entier et Local** collecté
dans la région Poitou-Charentes



Un caillé lactique **frais** travaillé
en bassine selon un **savoir-faire**
traditionnel séculaire



le Comptoir du Fromage
POUR FROMAGERS AFFINEURS

Fromagerie Poitou Chèvre - 7 Route de Pamproux, 79800 BOUGON

Fromages commercialisés par **LE COMPTOIR DU FROMAGE**
33 avenue d'Auvergne, 94154 RUNGIS - Tél : 01 45 12 15 48



© Domaine Guillon-Painturaud

Mathilde et Élise Thorin ont repris les rênes du domaine Guillon-Painturaud à Segonzac. Les deux sœurs, 24 et 26 ans, viennent d'acheter la maison.



© Capena

Reconnaisables à leur parure tigrée, les crevettes impériales des marais sont élevées dans les claires ostréicoles de la côte Atlantique.



© Vins IGP charentais

Vin de vacances et de plein air, le « charentais » (appellation aujourd'hui encadrée par une IGP) se décline en rouges, blancs et rosés.

●●● Grande Champagne, nous pouvons aller jusqu'à 50, 60 et même 70 ans. » Spécialiste des cognacs longuement vieillis, Guillon-Painturaud est également réputé pour ses très vieux pineaux blancs et rosés, plusieurs fois récompensés au *Guide Hachette des vins*. Le domaine est par ailleurs un des seuls à assurer la mise en bouteille de sa production et à ouvrir ses portes aux visiteurs. Une activité d'œnotourisme qui permet aux deux sœurs de réaliser près de 80 % de leurs ventes en direct, à contre-courant de la tendance générale. « 50 % des volumes de cognac sont vendus aux États-Unis, et de plus en plus en Asie, souligne Mathilde Thorin. Sur les 4000 viticulteurs de l'appellation, nous ne sommes que 10 % à embouteiller au domaine. Maîtriser cela va nous permettre d'apporter une touche de fraîcheur à l'image parfois un peu vieillissante du produit. Tous nos packagings seront bientôt renouvelés. » L'appellation IGP vin charentais, moins connue, ne s'exporte pas : plus des deux tiers des ventes ont lieu pendant la saison estivale. Des vins rouges, blancs et rosés au parfum de vacances, accessibles à toutes les bourses, mais que le syndicat chargé de la filière ne veut surtout pas entendre qualifier de « vin de pays ». « Les producteurs ont opéré une réelle montée en gamme depuis 2009 et l'obtention de l'IGP », revendique Alexandra Lanobre, sa porte-parole. Portée par le syndicat, une maison des vins charentais devrait ouvrir ses portes à Cognac en 2023 pour sensibiliser et mettre en lumière la diversité des cépages et assemblages qui font la richesse de cette appellation.

Une nouvelle halle à marée pour La Cotinière

La Cotinière, premier port de pêche en région Nouvelle-Aquitaine, a vu s'achever ce printemps d'importants travaux. Un nouveau chenal d'accès aux infrastructures portuaires a été installé ainsi qu'un troisième bassin ; la digue de protection a été prolongée de 400 m côté océan, et une autre a été créée de toutes pièces côté nouvelle criée. Un bâtiment neuf de 12 000 m² (plus du double de l'ancien !) répartis sur deux niveaux permet de traiter 6 000 tonnes de poissons par an. Le littoral charentais compte une petite dizaine de ports de pêche pour une flotte essentiellement côtière de 240 navires.

CREVETTES IMPÉRIALES, SALICORNE...

DE NOUVELLES PRODUCTIONS CÔTÉ MARAIS

Côté océan, les produits de la mer ont eux aussi leurs labels de qualité. Près de Brouage, dans l'anse de Fouras et sur l'île d'Oléron, les moules sont traditionnellement élevées sur bouchots. Un Label rouge récompense aussi l'élevage sur filières : plus grandes et charnues que leurs homologues (45 mm au minimum), les moules de filières Label rouge sont élevées en pleine mer pendant environ huit mois, immergées pour ne pas découvrir à marée basse. Un procédé qui les fait grossir davantage, mais fragilise souvent leur coquille. Autrefois préparée à même le rivage par les pêcheurs locaux, l'éclade est toujours une recette typique à base de moules cuites dans des aiguilles de pin. La Charente-Maritime abrite aussi et surtout le premier bassin ostréicole d'Europe. La zone d'appellation Marennes Oléron recouvre ainsi tout le bassin de la Seudre, une vaste zone de marais salés jadis dévolus à la production de sel et reconvertis en bassins d'affinage, les claires. Installé à



© Capena

Parfois considérée à tort comme une algue, la salicorne est une plante des marais, comestible, très appréciée pour son goût iodé.

Etaules sur 40 ha, Thibault Coustenoble est le repreneur des huîtres Laugier. Le Charentais est aussi le vice-président de l'IGP et représente le collège pousses en claires, sa spécialité. « L'appellation regroupe quatre types d'huîtres, détaille-t-il. La fine de claire, la fine de claire verte Label rouge, la spéciale de claire et la pousse en claire Label rouge. Celle-là, c'est notre petit joyau. Nous n'en produisons que 200 tonnes par an, soit seulement 10 % sur plus de 200 000 tonnes en tout. L'affinage requiert quatre mois au minimum pour une densité limitée à 5 kg d'huîtres au mètre carré – en réalité nous travaillons tous entre 1 et 2 kg. C'est un coquillage très haut de gamme connu dans toute l'Europe. » L'ostréiculteur expédie en effet une grande partie de ses « pousses » à destination du Bénélux et des pays nordiques, réalisant 75 % de son chiffre à l'export. Si les calibres 2 et 3 restent les plus demandés, la filière écoule désormais de plus en plus de numéros 5, prisés par les jeunes en guise d'huîtres-apéro. Afin d'élargir sa gamme, Thibault Coustenoble commercialise aussi des clams et des palourdes, en partenariat avec des pêcheurs professionnels. Ses bassins accueillent aussi des crevettes impériales, un crustacé d'origine japonaise dont l'élevage est maintenant bien implanté sur toute la zone de marais Atlantique, et particulièrement en Charente-Maritime. « Pour les ostréiculteurs, associer la crevette à la production d'huîtres en claires permet d'optimiser l'utilisation des bassins avec deux productions sur un même site d'élevage », explique Anne-Lise Bouquet, conseillère aquacole au Centre pour l'aquaculture, la pêche et l'environnement de Nouvelle-Aquitaine (Capena). Introduite dans les années 1980, la crevette impériale a vu sa production se structurer autour d'une démarche qualité regroupant aujourd'hui 35 producteurs. Mises à l'eau en mai, les crevettes sont pêchées à partir de la fin juillet et jusqu'à la Toussaint. Le cahier des charges impose un poids minimal de 20 g. « C'est un produit de qualité qui est élevé de manière très extensive, sans autre apport de nourriture que ce qui provient du milieu naturel, reprend la spécialiste. La chair est très ferme, même après congélation. » Le Capena conseille aussi les producteurs sur la culture de salicorne, une plante du marais qui se consomme « crue, cuite à la vapeur voire même en velouté et non pas uniquement au vinaigre comme c'est l'usage en Bretagne ou en baie de Somme », précise Anne-Lise Bouquet. Le Capena mène aussi des expérimentations sur d'autres types de diversifications originales, comme les algues ou le concombre de mer. Peu consommé en France, ce dernier est en revanche très apprécié en Asie. À quand sur toutes les bonnes tables charentaises ?

Sel : l'or blanc de l'île de Ré

Avec sa trentaine de producteurs et ses 550 ha de marais salants, l'île de Ré est le cœur battant de la saliculture charentaise. « La filière produit 200 tonnes de gros sel par an et 200 à 250 tonnes de fleur de sel, commente Louis Merlin, saunier à Saint-Clément-des-Baleines et président des producteurs de sel de l'île de Ré. Si notre sel se vend plutôt bien depuis une vingtaine d'années, c'est parce que nous avons su convaincre les consommateurs qu'il était non traité et récolté à la main, sans machines ni procédés mécaniques de triage ou de lavage, contrairement au sel industriel. Et tout ça en conservant un prix maîtrisé avec des techniques inchangées depuis des millénaires ! » La filière a entrepris depuis une douzaine d'années une démarche de demande d'IGP. « Nous sommes par ailleurs mobilisés contre l'attribution automatique du label AB à tous les producteurs de sel européens, souligne Louis Merlin. Dans beaucoup de pays de l'Est, le sel de mine est extrait avec des méthodes énergivores et polluantes. Nous, sauniers de l'Atlantique, demandons un cahier des charges exigeant et qui a du sens, privilégiant l'évaporation naturelle par l'action du soleil et du vent. » Après avoir reçu un soutien quasi unanime à l'Assemblée nationale en mars, les sauniers rétais (associés à ceux de Guérande et de Noirmoutier) sont aujourd'hui dans l'attente du verdict de la Commission européenne, toujours en négociation.



© Louis Merlin



© Louis Merlin

Louis Merlin, saunier et président des producteurs de sel de l'île de Ré.

L'anchois, le poisson star de Collioure

© Unsplash

En Occitanie, l'anchois de Collioure s'impose comme un produit phare, avec 400 000 tonnes d'anchois travaillées chaque année. Il a même reçu le label européen IGP en 2004. Son appellation implique un suivi des traditions issues du Moyen Âge.

Parmi les poissons les plus célèbres de la Méditerranée, on peut citer la sardine, mais également l'anchois. Ce dernier est particulièrement célébré à Collioure, dans les Pyrénées-Orientales, où 400 000 tonnes d'anchois sont travaillées chaque année. L'anchois de Collioure a ainsi obtenu son Indication géographique protégée (IGP), en 2004. Celle-ci correspond à une préparation particulière de ces poissons, issue des traditions de la petite commune catalane proche de l'Espagne.

Mais d'après Florent Roque, président de la Maison Roque, conserverie et saleur du célèbre poisson, « l'IGP n'a jamais pu être utilisée et valorisée ». En cause, les 54 % de pertes sur le produit entre le présalage, l'étêtage et l'éviscération.

À ce jour, seules deux maisons, tenues par les familles Roque et Desclaux, poursuivent la tradition de production et de conservation de l'anchois de Collioure. « À la moitié du siècle dernier, il y a avait encore 27 maisons de saleurs. Ce chiffre a progressivement baissé, à partir des

années 1960, avec la disparition des barques fatales et le début de l'industrialisation de la pêche. En 1998, il ne restait plus que trois saleurs », raconte Florent Roque.

Le travail de l'anchois de Collioure est ancestral. Les gestes de production et de conservation sont ainsi restés les mêmes depuis le Moyen Âge. Les poissons frais doivent ainsi être salés une première fois dans les 12 heures suivant la pêche afin de produire leur propre saumure. Ils sont ensuite étêtés et éviscérés manuellement avant d'être rangés dans des fûts de 300 kg, en alternance avec des couches de sel. La période de macération doit durer trois mois dans le but d'obtenir une chair parfumée. « Contrairement à ce qui est fait au Maroc, nous laissons le temps au temps, c'est-à-dire que nos maturations sont lentes et contrôlées à basse température », explique Florent Roque. En Occitanie, région d'origine de l'anchois de Collioure, ce poisson est dégusté en friture, en beignet, en grillade et parfois en soupe.

Octavien Thiebaud

Le vin qui lui va bien...

Le goût prononcé de l'anchois trouvera un accord heureux aux côtés du millésime 2021 du Château Paul Mas, lieu-dit Nicole, en AOP languedoc. Ce rosé de gastronomie possède une bouche ample, souple, fraîche et équilibrée, soutenue par une pointe épicée et mentholée très élégante.



La Salers, une viande culte



La race Salers a toujours bénéficié d'une belle notoriété, méritée. Tendre, savoureuse, facile à cuisiner, cette viande fait l'unanimité. Un succès qui s'explique également en partie par de soigneuses méthodes d'élevage.

Peu de viandes peuvent se targuer de faire l'unanimité. Celle de Salers remporte tous les suffrages. Éleveurs, distributeurs, restaurateurs, consommateurs : à tous les niveaux de la chaîne, on ne tarit pas d'éloges sur cette viande d'exception. Originaires du Massif central, la Salers est une race charpentée. Il s'agit là d'une marcheuse invétérée, infatigable et réputée pour ses grandes capacités d'adaptation. Elle est capable de supporter les climats les plus rudes, ce qui la classe parmi les races rustiques. Rustique, mais aussi mixte dans la mesure où elle produit également du lait destiné notamment à la production de fromage Salers. La France compte environ 200 000 vaches Salers dont la moitié des têtes se trouve dans le berceau de la race ; Cantal, Corrèze et Puy-de-Dôme. La particularité de la Salers porte aussi sur ses méthodes d'élevage. Loin de celles d'un élevage intensif, l'animal acquiert une croissance lente qui lui confère son goût final. Les bêtes sont abattues à environ quatre ans, ce qui est plus tardif

que pour d'autres races. Les éleveurs disent aussi de la Salers que c'est l'une des races les plus faciles à élever : elle ne nécessite que très peu d'interventions de la part de l'homme. La Salers est très maternelle, elle dispose suffisamment de lait pour amener son veau jusqu'à 320 kg sans complément, ce qui est rare. Cette vache est plébiscitée par tous les amateurs de viande pour son goût unique et sa chair au goût persillé très typé ; un persillage souvent désigné comme le meilleur qui soit parmi les races françaises et qui séduit les gourmets en quête de viandes à la saveur de plus en plus marquée. Depuis 2004, la viande de Salers détient un Label rouge assorti d'un cahier des charges regroupant l'élevage jusqu'à la découpe. Les animaux doivent séjourner dans les pâturages au moins six mois dans l'année, avec une période de finition, d'engraissement, qui doit durer au moins quatre mois. Le Label regroupe environ 500 éleveurs en France, dont 85 % en Auvergne.

M. R.



Le vin qui lui va bien...

À viande racée, vin racé. Pour accompagner un morceau de viande de Salers, nous vous proposons le millésime 2019 de Miracle de Saint-Marc Rouge, qui bénéficie de l'AOP Ventoux. Ce vin, issu des vigneronnes de Saint-Marc-Cantepedrix, offre une bouche soyeuse où le fruit se révèle de façon intense.



Le chasselas de Moissac : l'or rond du Sud-Ouest

© JeniCB2

Premier fruit à recevoir une AOC, puis une AOP, le chasselas de Moissac fait la fierté des habitants de sa région. La production de ce raisin de table, exclusivement faite à la main, demande des centaines d'heures de travail.

Délicat, doté d'une grappe souple, d'une douce couleur dorée et d'un jus aux arômes mielleux et acidulés, le chasselas de Moissac est le premier fruit à recevoir une AOC en 1971. En 1996, 25 ans après, l'Europe lui attribue même une AOP. Une distinction qui n'est pas peu méritée, puisque la production exclusivement faite à la main de ce raisin de table résulte du fruit d'un travail sur quatre saisons. D'après Claude Gauthier, chasselatier à Moissac et président du Syndicat de défense du chasselas de Moissac AOP, « sa production demande beaucoup de main-d'œuvre, on sélectionne les raisins grappe par grappe et il faut une grande connaissance ainsi que de l'expérience pour apprendre aux employés à reconnaître un bon raisin. C'est un travail de patience puisqu'il faut 1 000 heures de travail pour cultiver 1 hectare. » La cueillette du chasselas de Moissac s'effectue en trois passages. Elle commence à la fin d'août et ne se termine qu'à l'apparition des premières gelées. Seules les grappes parvenues à pleine maturité sont sélectionnées. Aujourd'hui, 224 chasselatiers

produisent le chasselas de Moissac, au cœur du Tarn-et-Garonne. Mais sur les 76 communes pouvant cultiver cette variété de raisin, « seule une trentaine possède encore des producteurs », raconte Claude Gauthier. Ce raisin se cultive en pente douce, sur des coteaux exposés au sud, afin de profiter pleinement du soleil et de se gorger des rayons lumineux qui lui donnent sa teinte dorée si caractéristique. En tout, le chasselas de Moissac représente 450 ha d'exploitation ; 3 500 tonnes de raisins sont produites chaque année. S'il est connu comme raisin de table, le chasselas de Moissac est également cultivé comme raisin de cuve pour obtenir un vin minéral.

Ce fruit, fierté des habitants de sa région, se marie parfaitement « avec un foie gras poêlé ou des aiguillettes de canard », conseille Claude Gauthier. Produit saisonnier, le chasselas de Moissac se déguste entre septembre et décembre, sous forme de jus, d'apéritif, de confiture, de pâtisserie, de glace ou même de bonbon au chocolat.

Octavien Thiebaud



Le vin qui lui va bien...

Nous avons choisi de vous proposer un vin effervescent afin d'accompagner le chasselas de Moissac. Ainsi, la cuvée Akoya, des Vignerons de Saint-Marc Canteperdrix, vient rompre la sucrosité du chasselas. Akoya présente en effet une grande vivacité et des notes de fruits secs. Il offre de fines bulles et une pointe d'acidité.

LA BUVETTE

L'ÉTAPE INCONTOURNABLE



EUROMAG
VÉHICULES MAGASINS



Compact
=&=
tout-en-un!

LA BUVETTE
L'ÉTAPE INCONTOURNABLE

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



Le riz

Avec près de 500 millions de tonnes produites chaque année, le riz est la deuxième céréale la plus cultivée dans le monde.

Originaire d'Asie du Sud, cette céréale est cultivée depuis plus de 10 000 ans. Le riz reste l'aliment de base de cette région du monde. On en recense plus de 8 000 variétés, mais deux grands types dominent : le riz indica, à long grain, léger et non collant et le japonica, à grain rond, plus collant et riche en amidon. Si le riz est aujourd'hui présent sur tous les continents, près de 90 % de la production mondiale provient du continent asiatique. Son introduction en Europe date du IV^e siècle avant notre ère, après la conquête de la vallée de l'Indus par Alexandre le Grand.

En France, la production de riz en Provence remonte au moins au Moyen Âge. Son premier développement remonte à Henri IV qui a ordonné sa production en Camargue à la fin du XVI^e siècle. « *Dans les années 1840, les rizières vont être très utiles pour absorber l'eau des grandes crues du Rhône qui est à proximité, ainsi que pour dessaler les terres* », précise le Syndicat des riziculteurs de France et filière (SRFF). Mais il faut attendre la fin de la Seconde Guerre mondiale pour assister au véritable essor de la riziculture en Camargue. « *De 400 ha en 1944, la Camargue passe à 3 000 ha en 1945, puis à 32 000 ha en 1950 pour retomber à 20 000 ha au tournant du millénaire* », poursuit le syndicat.

Aujourd'hui, la zone de culture rizicole en France métropolitaine* se localise toujours principalement en Camargue. Sa superficie couvre entre 12 500 ha et 15 000 ha depuis cinq campagnes, un recul important depuis plusieurs années (21 000 ha en 2012). En 2020, la production de riz blanchi s'élevait à 48 000 tonnes (entre 80 000 et 100 000 tonnes de riz paddy ou riz brut), soit 10 % environ de la consommation nationale répartie entre les ménages, la restauration hors domicile et l'industrie. Les Français consomment annuellement près de 480 000 tonnes de riz, soit 4,5 kg par personne (plus de 15 ans). La production nationale ne suffit donc pas à fournir. Afin de répondre aux besoins de sa



©Elodie Ségurier

consommation de riz, la France doit importer des quantités importantes chaque année. Environ 500 000 tonnes de riz blanchi sont achetées auprès de l'Union européenne ou des pays tiers. 45 % de ces importations sont en provenance de l'Union européenne, principalement d'Italie (26 %) et un peu d'Espagne (4 %), l'ensemble des autres États membres livrant les 14 % restants. Les pays tiers fournissent 55 % de nos importations, essentiellement ceux du continent asiatique : Cambodge (13 %), Thaïlande (12 %), Pakistan (6 %),

Inde (4 %), Myanmar (3 %)... De son côté, la France exporte en moyenne près de 10 % de sa production, essentiellement vers les pays de l'UE tels que l'Allemagne et la Belgique, ses deux principaux clients. En outre, depuis 2000, le riz de Camargue bénéficie d'une IGP et 230 riziculteurs sont engagés dans cette démarche IGP.

Olivier Masbou

* Il y a aussi une production de riz dans certains départements et territoires d'outre-mer, essentiellement pour la consommation locale.

En chiffres

- Les Français consomment 4,5 kg de riz par personne et par an
- La production nationale s'élève à 48 000 tonnes de riz blanc environ
- Près de 500 000 tonnes de riz blanc sont importées chaque année

NOVAFLEUR

Salon National des Fleuristes



OSCAR DES JEUNES FLEURISTES | FINALE DE LA COUPE OASIS® | CONCOURS INNOVAFLEUR
PALAIS DES CONGRES / TOURS / 18-19 SEPT. 2022



VILLE DE
TOURS



FÉDÉRATION FRANÇAISE
DES ARTISANS
FLEURISTES

Plus de renseignements
sur novafleur.fr   



1
VIANDES BRITANNIQUES
De jolis atouts en restauration

L'offre de viande bovine britannique Vintage Select entend répondre aux attentes des restaurateurs. Les viandes de bœuf sélectionnées sous cette marque de qualité sont persillées, avec des steaks épais. Les animaux sélectionnés sont tous jeunes (bœufs castrés ou génisses), nourris sous la mère puis à l'herbe et les carcasses mûrissent si nécessaire pour affirmer leur goût. Les races britanniques, de petite taille, permettent enfin des découpes dans lesquelles les steaks sont plus épais. Un accompagnement marketing est prévu pour encourager les restaurateurs à proposer de la viande Vintage Select, sous forme de divers outils de promotion.

Nadaud Delahaye

2
ENDIVES
Une nouvelle identité pour Perle du Nord

La marque d'endives Perle du Nord dévoile sa nouvelle identité visuelle. Le nouveau logo, qui conserve l'essentiel des « codes » de la marque (le vert, la forme arrondie), s'enrichit d'un symbole qui évoque une couronne d'endives et qui exprime la notion de « meilleure des endives » rattachée au mot « Perle ». Il sera accompagné d'une nouvelle signature « Producteurs d'endives des Hauts-de-France ». Le consommateur pourra ainsi identifier le produit au premier coup d'œil. Le lancement est programmé pour octobre 2022. Perle du Nord rassemble cinq coopératives qui regroupent 120 producteurs d'endives.

Pavillons des fruits et légumes

3
ESPAGNE
Un fromage espagnol AOP

Le queso de Acehúche « fromage de Acehúche » a fait officiellement son entrée en juillet dans le cercle privilégié des produits laitiers européens bénéficiant d'une AOP. Ce fromage est fabriqué à partir de lait cru de chèvres dans le centre-ouest de la province de Cáceres à l'ouest de l'Espagne, près de la frontière portugaise. La longue tradition d'élevage caprin de la région, combinée à un processus de caséification sans traitement thermique, permet d'obtenir un fromage typique d'environ 1 kg, gras et à l'écorce brune. Ce fromage pressé dans des moules en bois de châtaignier ou en étain développe une saveur épicée.

PLA

4
SPIRITUEUX
Zacapa, un rhum d'exception

La maison Zacapa présente sa nouvelle bouteille El Alma de Zacapa, un rhum guatémaltèque d'exception, d'une « gourmandise et délicatesse unique ». Cette bouteille a été imaginée par Lorena Vasquez, une des rares femmes maître de chai au monde. Elle compose ses rhums en les faisant vieillir dans différents types de fûts auparavant utilisés pour contenir d'autres liquides. Le vieillissement s'accomplit dans les hauts plateaux du Guatemala, à 2 300 mètres au-dessus du niveau de la mer. À cette altitude, les conditions se révèlent idéales pour laisser le temps au rhum de vieillir délicatement.

Cavistes et produits traiteurs



Les 18 et 19 septembre prochains, Tours accueillera une nouvelle édition du Salon National des Fleuristes, Novafleur. L'occasion pour les professionnels de l'univers de la fleur, du végétal et de la décoration de se retrouver au Palais des Congrès de Tours. Organisé par Tours Evénements et par le Club des Fournisseurs Fleuristes (C2F), le salon Novafleur met en valeur le savoir-faire des professionnels de la fleuristerie.



Ce rendez-vous rassemblera tous les professionnels de la filière, des grossistes, des producteurs, des fabricants, des prestataires de services, institutionnels... Rythmé par un programme riche en animations, conférences et concours, le salon rendra hommage aux fleurs et à la nature. Située à moins d'une heure de Paris par TGV et au cœur d'une étoile autoroutière, la Ville de Tours figure parmi les grands centres économiques et touristiques français.

INNOVAFLEUR

Cette année, le concours revient pour une deuxième édition, afin de mettre en valeur, promouvoir et récompenser les innovations qui vont influencer le secteur dans les années à venir. Une occasion unique pour les exposants de s'assurer que leurs innovations seront vues en détail par leurs futurs revendeurs.



OSCAR DES JEUNES FLEURISTES

Depuis 1970, pour stimuler l'esprit d'excellence et présenter au grand public des créations florales inédites de haute qualité, la Fédération Française des Artisans Fleuristes (F.F.A.F.) en collaboration avec l'Association Nationale pour les Festivités Florales (A.N.F.F.) organise l'Oscar des Jeunes Fleuristes, une épreuve qualificative pour la Coupe de France. Cette compétition décerne le titre de meilleur(e) Jeune Fleuriste de France de l'année.



COUPE OASIS

Rendez-vous incontournable de Novafleur, la finale de la Coupe Oasis se déroulera sur les 2 jours du salon. L'entreprise fêtera ses 50 ans à cette occasion.



LE JAPON À L'HONNEUR

Cette année, nous sommes heureux d'accueillir trois fleuristes japonais de talent. Ils font partie des vainqueurs du concours Flower Art Awards 2022, un concours d'art floral très reconnu au Japon qui se déroule à Tokyo. Messieurs Koji Arai et Kouetsu Murakami et Madame Asako nous feront l'honneur de leur présence sur le salon. Nos invités d'honneur auront un espace d'exposition dédié dans le hall d'accueil. Des démonstrations auront lieu chaque jour.



Monsieur Koji Arai



Monsieur Kouetsu Murakami



Madame Asako

INFORMATIONS PRATIQUES

Lieu : Palais des Congrès de Tours
26 Boulevard Heurteloup. 37 000 Tours

Horaires : Dimanche 18 septembre - 10h à 19h
Lundi 19 septembre - 9h à 18h

Accès : Le salon Novafleur est réservé aux professionnels, l'entrée est gratuite sur préinscription sur le site. La Coupe Oasis et l'Oscar des jeunes fleuristes sont ouverts au grand public.

PLUS D'INFORMATIONS SUR LE SITE NOVAFLEUR.FR



Pêche

Les professionnels de l'eau douce

© N. Porcher

La pêche professionnelle en eau douce concerne environ 500 pêcheurs en France. Ils travaillent sur les lacs, sur les grandes rivières ainsi que sur les fleuves et leurs estuaires.

Comme l'aquaculture, la pêche professionnelle est une activité qui s'est fortement développée en France au XX^e siècle. Cette pêche professionnelle en eau douce peut s'effectuer sur les lacs, sur les grandes rivières ainsi que sur les fleuves et leurs estuaires. Environ 500 pêcheurs professionnels proposent annuellement une offre de quelque 1 200 tonnes de poissons. « La pêche peut être réalisée à la ligne ou à l'aide d'équipements embarqués sur des bateaux. Elle s'effectue jusqu'à la limite aval des estuaires », explique EauFrance. Au-delà des estuaires, s'ouvre le domaine de la pêche maritime. Les pêcheurs utilisent divers engins pour leur activité. Dans le métier, on les nomme les « arts dormants » car il s'agit d'engins de pêche passifs qui ne nécessitent pas de mise en mouvement pour fonctionner : filets, lignes, cages pièges. Ces pêcheurs sont regroupés au sein du Comité national de la pêche professionnelle en eau

douce (Conapped, cf. encadré). Ce comité réunit les dix associations agréées de pêcheurs professionnels en eau douce : Adour, Garonne-Dordogne, Gironde, lacs alpins (lacs Léman, du Bourget et d'Annecy), Loire-Atlantique, Loire-Bretagne, Rhin, Rhône aval Méditerranée, Saône-Doubs et Haut-Rhône, Seine-Normandie. Ces professionnels sont concentrés sur les parties basses des fleuves (la Loire, la Vilaine, la Garonne, la Dordogne, l'Adour, le Rhône et ses affluents) ainsi que sur les lacs alpins. De nombreuses espèces de poissons sont concernées : les carnassiers (sandre, perche, brochet) ; les poissons blancs (gardon, ablette, carpe) ; la lotte de rivière ; les salmonidés lacustres (omble chevalier, truite de lac) ; ou encore la catégorie des « amphihalins » ¹ (lamproie, anguille, saumon...). Cette activité doit faire face à de nombreuses contraintes, et notamment environnementales ou encore la concurrence de la pêche de loisir. La gestion des espèces est

ainsi une priorité, tant pour la biodiversité que pour la survie de cette activité économique. Avec des contradictions parfois difficiles à gérer. Ainsi, l'anguille a été, dans les années 1980, classée « espèce nuisible en France », car elle était soupçonnée de manger les œufs de salmonidés.

Pendant de nombreuses années, la filière, en lien avec le Conseil supérieur de la pêche (intégré aujourd'hui au sein de l'Office français de la biodiversité), s'est mobilisée pour défendre ce poisson. La mobilisation a payé. Un plan de restauration de l'espèce a été mis en place à l'échelle communautaire. Un règlement européen de 2017 institue des mesures de reconstitution des stocks d'anguilles, chaque État membre devant par ailleurs se doter d'un plan de gestion national. Ainsi, depuis 2019, un quota national de pêche est imposé. Pour la campagne 2021-2022, il est de 65 tonnes : 56,550 tonnes pour la pêche maritime et 8,450 tonnes pour la pêche fluviale. Cette activité est également confrontée à la présence des espèces invasives, comme le silure ou les écrevisses non autochtones (écrevisse signal, écrevisse de Louisiane...). Elles constituent à la fois une ressource et

une menace (prédation sur les poissons migrateurs, le saumon en particulier par le silure). Pour l'ensemble de ces professionnels, la réglementation, la pêche de loisir et les questions environnementales parviennent en tête des obstacles rencontrés par les pêcheurs. La baisse de la ressource arrive en quatrième position. Elle est mise en avant par 20 % des pêcheurs professionnels.

La clientèle de ces pêcheurs professionnels relève principalement des secteurs de la vente ou de la restauration. Le circuit des mareyeurs (ou grossistes) absorbe plus de la moitié de cette pêche (51,9 %), devant les restaurants (20,4 %) et les poissonniers (5,8 %). La vente directe (12,4 %) et les marchés (1,8 %) composent les autres circuits de distribution. Une petite partie (1,6 %) de cette pêche est destinée à l'alevinage. À noter cependant, 6,1 % des volumes sont distribués dans d'« autres circuits ».

Une modeste activité de transformation est en train de voir le jour. Ainsi, on recense une dizaine d'entreprises ayant ce type d'activité dans le bassin de la Loire. Ces entreprises pratiquent le filetage (corégones et perches sur les lacs alpins, silures et carnassiers pour les pêcheries fluviales) et le conditionnement (emballage sous vide). « *Quelques fumoirs sont également mentionnés pour la valorisation des corégones, du silure et des grands cyprins (carpe)* »². Il existe aussi une préparation de produits plus élaborés de type rillettes ou plats cuisinés en conserve, commercialisés en vente directe ou par les réseaux des

détaillants. Globalement, les indications sur la « production » et la consommation des poissons issus de la pêche professionnelle en eau douce sont faibles. Le volume total est estimé à 1 200 tonnes, dont 50 tonnes d'écrevisses (est exclue la pêche d'étang estimée à 8 000 tonnes, dont 4 000 tonnes de carpes) ; 66 % de cette pêche est consommée en vif, et 33 % en transformé. La consommation de poissons (1 150 tonnes) correspond à sa production. En revanche, la pêche d'écrevisses en eau douce est loin de pouvoir assurer la consommation nationale (280 tonnes).

Activité traditionnelle, qui a compté plusieurs milliers de pratiquants, la pêche

professionnelle en eau douce se révèle en fort recul. Pourtant, ces pêcheurs se considèrent, à juste titre, comme les « paysans » des fleuves et des estuaires. Ses produits font la renommée des plus grandes tables du pays.

Ces pêcheurs sont les gardiens de la biodiversité et sont nécessaires à un bon équilibre de la vie fluviale.

Olivier Masbou

¹ Poissons migrateurs qui vivent entre eau douce et salée.

² Étude sur la valorisation économique des espèces invasives d'eau douce en France, FranceAgriMer, décembre 2018.

Le Conapped

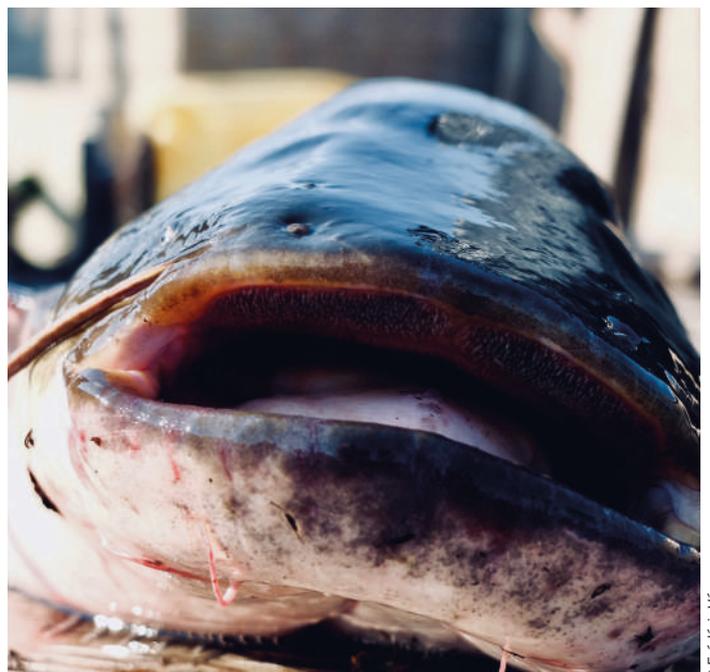
Constitué le 10 mars 2008, sous l'égide du ministère de l'Écologie et dans le cadre de la loi sur l'eau, le Comité national de la pêche professionnelle en eau douce (Conapped) réunit les dix associations agréées de pêcheurs professionnels en eau douce.

Ce comité est l'interlocuteur des pouvoirs publics au niveau national: ministères de la Transition écologique et solidaire, de l'Agriculture, l'Office français de la biodiversité (OFB), France Agrimer. Il assure un suivi des dossiers dans les instances nationales telles que le Comité national de l'eau (avec ses commissions de suivi hydrologique et pêche, cette dernière donnant les avis sur les modifications de la réglementation de la pêche en eau douce), le Comité national anguille, le Comité national de la biodiversité qui contribuent au Conseil spécialisé pour les produits de la mer, de l'aquaculture et de la pêche professionnelle en eau douce. Parmi ses principales missions, en plus de la représentation professionnelle, il doit participer à la préservation du milieu aquatique et contribuer à la gestion équilibrée des ressources et à l'amélioration des conditions de production.



© Sylvie Srot

Le sande de la famille des carnassiers.



© Frédéric Véronneau

Le silure fait partie des espèces invasives.



L'épicerie fine

entre dans une nouvelle ère

Les consommateurs ont entrepris une mutation et l'épicerie fine n'est pas épargnée. À la veille du salon Gourmet Selection, tour d'horizon des évolutions de ce marché singulier visant à concilier gastronomie, végétal, durabilité et traçabilité.

L'épicerie fine, ou plutôt l'épicerie gourmande et gastronomique, constitue un véritable pilier du commerce sélectif français. Adulé des touristes et indispensable à nombre de nos concitoyens, ce secteur se trouve toutefois face à une exigence de renouvellement, que ce soit dans les produits, leur durabilité, leur éthique et leur origine. Le luxe ne suffit plus, il faut insuffler de la modernité et du dynamisme, en se conformant aux attentes écologiques des clients.

Selon une étude Xerfi publiée en novembre 2021, le secteur devrait atteindre 9 Md€ en 2023, après un repli de 6 % en 2020 avec la crise sanitaire et un rebond rapide de 5 % en 2021. Le moteur de cette évolution est dû, pour une bonne part, à la diversification du secteur, qui s'invite désormais en dehors des classiques boutiques dédiées pour s'installer sur des corners de grands magasins, des commerces de bouche traditionnels ou encore via le commerce en ligne. Face à ce vent de

nouveaux venus, aussi bien dans la proposition des produits que des concepts, les traditionnels commerces d'épicerie fine se voient dans l'obligation d'aiguiser des stratégies de changement et d'adaptation. Un phénomène qui pourrait bien écarter de ce marché les quelques opportunistes qui ont su exploiter une image d'authenticité sans en tenir les promesses. Face à un consommateur de plus en plus averti, un bel emballage ne suffit plus, le produit doit faire sens et bien entendu être bon, très bon même, pour justifier son prix.

UN SALON POUR LES NOUVELLES TENDANCES

Xerfi recense aujourd'hui quelque 3 500 points de ventes d'épiceries fines en France, dont la plupart sont des commerces indépendants, lesquels se partagent 40 à 45 % du marché. Le reste est occupé par la grande distribution alimentaire qui s'approprie quand même 35 % du marché, mais aussi par d'autres acteurs comme les enseignes de produits surgelés, les petits commerces de bouche, la vente directe

de producteurs... qui n'hésitent pas à commercialiser caviar, foie gras, saumon fumé, chocolat, vin et autres produits gourmets. « Les produits d'épicerie fine boostent le commerce de détail », confirme Chantal de Lamotte, directrice du salon professionnel Gourmet Selection qui se tiendra les 25 et 26 septembre prochains à Paris Porte de Versailles. « Les consommateurs sont prêts à payer plus cher s'ils sont conseillés par des professionnels qui connaissent les produits. Et même si le pouvoir d'achat connaît de réelles difficultés, il reste bon nombre de Français qui sont disposés à se faire plaisir pour quelques euros supplémentaires, avec une excellente confiture ou une bonne huile d'olive, par exemple. »

Sur Gourmet Selection, de nombreuses start-up ayant moins de deux ans d'existence côtoient les entreprises incontournables du secteur, signe de son éclectisme. « Cette année parmi les exposants, on peut noter une présence accrue de boissons non alcoolisées artisanales, reprend Chantal de Lamotte. Il y a également



Chantal de Lamotte, directrice du salon professionnel Gourmet Selection.



Florence Hardy, directrice fondatrice de la Maison Médelys.



Salon Gourmet Selection.

un regain d'intérêt pour les conserves de poissons, lesquelles deviennent de plus en plus premium. Enfin, les légumes secs, souvent méconnus, opèrent un retour en force. Mais les grands classiques demeurent : compotes, confitures, miels, huiles, cafés, thés, chocolats, ainsi, bien sûr, que les fleurons de notre gastronomie comme les foies gras, vins fins et spiritueux de tradition. » Selon la directrice du salon, « les restaurateurs sont aussi des acteurs importants de ce marché. Ils présentent les innovations à leurs cartes et proposent des produits à emporter, surtout depuis la Covid où cette pratique a eu naturellement tendance à se développer. » Et si

le bio n'est pas déterminant pour les consommateurs, « nous constatons une exigence nouvelle sur l'origine, la composition et la durabilité, dans le sens de préservation des terroirs. »

MAISON MÉDELYS S'ADAPTE AVEC ÉCLECTISME

Chez Maison Médelys, entreprise fondée et dirigée par Florence Hardy sur le Marché de Rungis, l'heure est aussi à l'adaptation. « Vendre le meilleur des produits français, locaux, c'est ce que nous faisons depuis toujours, et aujourd'hui nous allons œuvrer à le faire savoir, explique la fondatrice. Et pour cela, nous disposons de nombreux outils comme nos catalogues, nos sites internet, notre force commerciale ainsi que notre point de vente. »

Même si l'activité de Maison Médelys reste à 80 % tournée vers les chefs et la restauration haut de gamme, les détaillants ne sont pas oubliés. « Nous proposons des conditionnements adaptés aux détaillants, de produits de chefs essentiellement, pour lesquels nous apportons une attention particulière aux packagings, très importants pour ce type de commerce », explique Yannick Thibault, directeur des ventes. Mais bien entendu, les produits gastronomiques, d'épicerie, de frais et de surgelés présentés dans leur catalogue ont avant tout été soigneusement sélectionnés, et parfois développés autour de recettes propres avec les producteurs, pour leur haut potentiel qualitatif et organoleptique. « Nous choisissons le meilleur, reprend Yannick Thibault, avec une préférence pour les produits locaux, les produits français, mais aussi d'autres origines pour les vinaigres balsamiques IGP Del Duca d'Italie, la charcuterie ibérique Beher d'Espagne... représentatifs toujours d'un terroir historique et authentique. »

Autre exemple, les conserves de poissons Yurrita du Pays basque espagnol, pour lesquelles Maison Médelys a obtenu une exclusivité de distribution pour la France, les préparations de fruits et les farines d'Amore Terra, en provenance d'Italie... Sans oublier nos sourcings en Indonésie, où Florence Hardy s'est rendue en 2019 à la rencontre des producteurs, pour les poivres et les épices, dont le fameux poivre Muntok ; ou la très belle sélection de vanilles, de Madagascar à Tahiti. Donc, le meilleur du monde gastronomique tout en mettant l'accent sur une offre plus locale et plus végétale. « C'est clairement notre stratégie. Nous souhaitons développer le local et le végétal, au travers de notre marque propre Médelys, n° 1 chez nous, mais également au travers d'une identification minutieuse auprès de producteurs et d'artisans comme Alperel, qui fabrique ses glaces à partir d'ingrédients naturels dans son atelier situé en Île-de-France, les cornichons de Bourgogne de Maison Marc... », affirme Sarah Delpesch, directrice marketing. Côté végétal, Maison Médelys a depuis plus de deux ans développé son offre de boissons végétales (amande, avoine, coco, pois...) avec Sproud, Friendly Viking's ou bien encore Rude Health, ainsi que de protéines végétales avec Planted pour les émincés d'herbes ou effilochés BBQ, ou encore Be Better pour l'alternative au beurre et répondre ainsi aux consommations flexitariennes, en alignement des valeurs de Maison Médelys : de bons produits, sains, avec du goût, de la saveur, afin que cuisine continue de rimer avec plaisir, y compris avec des protéines végétales. « Une offre encore en devenir qui va continuer à s'étoffer dans les prochains mois », confirme Sarah Delpesch.

Caroline Maréchal

Les Français et l'épicerie fine

(Sondage OpinionWay pour le salon Gourmet Selection)

- 80 % se rendent chez des artisans de bouche.
- 90 % pensent que l'épicerie fine valorise les savoir-faire et les terroirs.
- 84 % affirment que les produits d'épicerie fine leur inspirent confiance.
- 9 sur 10 privilégient les produits français, suivent l'Europe méditerranéenne puis l'Asie.
- 54 % des 18-24 ans se tournent vers l'e-commerce pour leurs achats d'épicerie fine (contre 35 % pour les plus de 35 ans).

Les start-up à l'épreuve du jury du Demo Day

Sept start-up incubées au sein de Rungis & Co ont eu l'occasion de présenter leurs projets à un jury d'investisseurs. C'est Protème, enrobage antigaspi des fruits et légumes, qui l'a emporté devant Eyepick, une solution d'automates et de logiciels robotiques guidés par la vision, permettant l'automatisation de tâches manuelles complexes.

Pour son premier Demo Day, l'incubateur Rungis & Co avait fait salle comble le 28 juin dernier, dans le bâtiment E4. Plus d'une centaine de participants (acteurs du marché, entrepreneurs, experts de la food, acteurs du territoire, etc.) ont assisté à une série de sept présentations de projets développés au sein de l'incubateur, sous l'œil expert d'un jury composé d'acteurs et d'investisseurs de l'innovation alimentaire.

Julien Fayet cofondateur et directeur de Schoolab, qui anime l'incubateur ; Nicolas Morinière, directeur général d'Univeg ; Dylan Thuillier, investisseur dans la transition alimentaire durable (fondateur de Nature4Growth) et Hugues Le Maire, patron de LM Invest France ont eu la tâche délicate de distinguer deux projets parmi ceux qui ont été sélectionnés. « *La tâche n'a pas été facile. Les dossiers étaient tous très bons, et nous espérons que certaines de ces entreprises deviendront ces licornes dont la France a besoin* », a témoigné Stéphane Layani, le P-DG du Marché de Rungis, au moment de divulguer les noms des lauréats.

La start-up Protème a finalement obtenu le premier prix. Le projet porté par Valentin Sabatet, directeur scientifique et technique ; Benjamin Vignard, directeur opérationnel et industriel et Paul Malfoy, son président, entend tout simplement révolutionner le conditionnement des fruits et légumes. « *Nous développons une solution écologique et comestible d'enrobage alimentaire pour fruits et légumes qui prolonge leur durée de conservation et les protège contre les maladies et moisissures* », a résumé Paul Malfoy, l'ingénieur agronome de l'équipe.

L'initiative répond à une problématique lancinante dans le secteur. « *Chaque année, chaque Français gaspille en moyenne 150 kg d'aliments, dont la moitié est issue de la filière fruits et légumes* », a rappelé l'entrepreneur. Pour



Anne Mordon, directrice de mission Startups au Schoolab, Paul Malfoy (Protème), Mehdi Adjaoue (Eyepick), Stéphane Layani (Semmaris) et Coline Schmitt (Rungis & Co).

endiguer ce fléau, les metteurs en marché ont recours à des palliatifs aujourd'hui controversés : usage massif d'emballage plastique ou encore utilisation de produits chimiques. « *Ce système arrive à bout de souffle* », a argumenté Paul Malfoy. Le produit développé par Protème, Prosane, constituera selon lui une alternative bien plus respectueuse de l'environnement. « *Cet enrobage alimentaire destiné aux fruits et légumes agit comme une seconde peau qui joue d'une part le rôle de barrière physique permettant de limiter les échanges gazeux, et donc de conserver les produits plusieurs jours voire plusieurs semaines de plus, et d'autre part de barrière microbiologique défendant le produit contre ses agresseurs naturels responsables de sa dégradation que sont les bactéries et les champignons.* »

Invisible, incolore, inodore et comestible, la solution constituerait une réponse tout en un, à la différence de ses concurrentes et de leurs différentes propositions de traitement

postrécolte. « *Nous visons dans un premier temps principalement deux marchés, ceux de la banane et du citron, en France et en Espagne pour commencer* », a indiqué le jeune CEO. L'entreprise entend commercialiser sa solution sous forme de poudres hydrosolubles directement auprès des producteurs, indépendants ou en coopératives pour des applications dans les stations de conditionnement. Si le potentiel est immense, le développement nécessite d'importants investissements préalables, a reconnu Paul Malfoy. « *Nous ne prévoyons pas de chiffre d'affaires avant l'année prochaine ni d'excédent financier avant 2024. Afin d'honorer les contrats de collaboration et de sous-traitance que nous avons signés avec différents laboratoires externes en France, nous avons besoin d'environ 800 k€ associés à des financements publics qui sont déjà sollicités* », a-t-il poursuivi. Protème devait déposer un premier brevet durant l'été pour protéger le produit et une partie du processus de



La solution d'enrobage alimentaire de Proteome est invisible, incolore, inodore et comestible.

fabrication. « *Le contexte réglementaire est complexe. Aujourd'hui, seul est autorisé l'enrobage des fruits et légumes à peau non comestible, mais la réglementation pourrait bientôt permettre d'enrober des fruits à peau comestible, notamment les fruits à noyaux* », a souligné l'entrepreneur. Quant au dossier d'autorisation de mise sur le marché (AMM), il est en cours de rédaction. « *Si le prototype fonctionne bien, nous avons encore besoin de poursuivre les expérimentations* », ajoute-t-il.

EYEPICK DONNE LA VUE AUX ROBOTS

Le deuxième prix du Demo Day a été accordé à un projet très différent : Eyepick, une solution d'automates, logiciels robotiques guidés par la vision, permettant l'automatisation de tâches manuelles complexes. « *Un robot est précis et rapide, mais il est aveugle, et donc obsolète pour des tâches qui requièrent de la vision, de la dextérité et de l'adaptabilité* », a argumenté Mehdi Adjaoue, cofondateur et président de la start-up. Alors que la seule solution consistait jusqu'à présent à rechercher une main-d'œuvre devenue rare, pour accomplir des tâches très répétitives, les robots assistés par Eyepick peuvent comprendre leur environnement, décider de leurs actions et agir en toute autonomie.

L'intelligence artificielle développée par Eyepick est adaptée à différentes commodités industrielles et permet d'automatiser des tâches qui ne pouvaient pas l'être jusque-là. Le robot peut, par exemple, prendre et déposer (« *pick and place* ») des tomates de différentes couleurs dans des barquettes ou encore rassembler tous les ingrédients éparés dans un « *poke bowl* », « *une fonction que nous avons développée pour le rayon traiteur d'un distributeur* ». Selon Mehdi Adjaoue, le marché

potentiel de cette solution est large dans l'agroalimentaire, du conditionnement des fruits et légumes à l'approvisionnement des rayons traiteurs en passant par la préparation de repas dans les cantines et les restaurants. L'installation des robots est très rentable, a-t-il assuré. « *Nous avons ainsi automatisé dans une entreprise une tâche de pick and place qui mobilisait 45 personnes, représentant un coût de 850 k€. Le process, qui a été automatisé avec la contribution de 14 robots, a permis un gain de 500 k€ pour le client.* » L'entreprise, créée en 2019, compte d'ores et déjà une dizaine de personnes et va réaliser un chiffre d'affaires de 1,40 M€ cette année.

« *C'est rassurant de voir que le plus vieux marché du monde, né en 1135 avec Louis VI le Gros est encore à la pointe de l'innovation* », a plaisanté Stéphane Layani à l'issue des présentations, se félicitant de la qualité des projets présentés. Le premier lauréat, Proteome, qui pouvait choisir entre plusieurs récompenses, a opté pour... le renouvellement de son accompagnement à Rungis & Co, illustration de l'attractivité de l'incubateur.

Bruno Carlhian



Eyepick donne la vision aux robots pour accomplir des tâches complexes.

Les candidatures ouvertes pour la prochaine promo

Rungis & Co a lancé un appel à candidatures pour la prochaine promotion. Les dossiers doivent être déposés avant le 11 septembre. Les profils recherchés sont des entrepreneurs qui souhaitent repenser les circuits (digitalisation, robotisation, circuits courts), décarboner la chaîne logistique (transport, emballage, gaspillage alimentaire) ou encore apporter de la transparence (traçabilité, qualité du sourcing).

Les sept participants

- PROTEME** : Une solution d'enrobage alimentaire comestible pour les fruits et légumes.
- EYEPICK** : Une solution robotique pour automatiser des tâches manuelles complexes.
- FRESH AFRIKA** : Un sourcing et une exportation responsable pour des produits tropicaux vertueux.
- DELINOSA** : Un nouveau lien entre les producteurs et la grande distribution sur un même territoire.
- FRESH COLIS** : Un nouveau réseau de points relais frais.
- ELEMENTALS** : Une offre de restauration personnalisée.
- LABEL FOOD CHAIN** : Une chaîne de valeur alimentaire transparente par la *blockchain*.



Le Fiat E-Scudo est le clone des autres fourgons électriques Stellantis, siglés Peugeot, Citroën, Opel ou Toyota.

Fiat E-Scudo

Le cinquième élément

Le E-Scudo est la déclinaison électrique du nouveau fourgon moyen de Fiat. En fait, un parfait copier-coller des utilitaires électriques signés Stellantis. Il est donc une réussite.

Le tout nouveau Fiat E-Scudo, version 100 % électrique du fourgon moyen du même nom, est la cinquième déclinaison des fourgons Stellantis. Il n'y a donc aucune surprise avec ce modèle. La calandre mise à part, il est un parfait copier-coller des autres membres de la fratrie que sont les Peugeot e-Expert, Citroën ë-Jumpy, Opel Vivaro-e et Toyota Proace Electric. Le Fiat E-Scudo est doté d'une motorisation développant 100 kW, soit 136 chevaux au maximum, délivrés en mode Power. Ce mode, comme les deux autres, Normal et Eco, est sélectionnable à partir de la molette placée sur la console centrale. Une autre position, symbolisée par un B, permet d'augmenter la récupération d'énergie.

Deux capacités de batteries sont disponibles. Une de 50 kWh apportant une autonomie maximale de 230 km, l'autre de 75 kWh avec une autonomie portée à 330 km. Ces batteries sont présentées sur tous les fourgons, sauf sur la 75 kWh exclue de la version Compact. Deux chargeurs sont proposés. Le premier, de série, est un monophasé de 7,4 kW. Le second, en option, est un triphasé de 11 kW. La capacité de recharge peut aller jusqu'à 100 kW en courant continu, permettant de charger la batterie 75 kWh à 80 % en 45 minutes. Le Fiat E-Scudo est proposé avec deux niveaux de finition, Business et Pro Lounge. L'allumage automatique des feux et le détecteur de pluie sont par exemple de série dès le premier niveau, tout comme le régulateur-limiteur de vitesse, la climatisation manuelle ou les rétroviseurs électriques et chauffants. Mais le système multimédia avec navigation et son écran tactile 7" ou la caméra de recul n'apparaissent qu'au niveau supérieur. Même chose pour

avoir quelques aides à la conduite comme le pack sécurité intégrant l'alerte de franchissement de ligne, la reconnaissance des panneaux et la commutation automatique des feux de route. Les options sont nombreuses, comme le système Moduwork à 350 € HT. Globalement, le Fiat E-Scudo n'est pas à la pointe en matière d'équipements. Il est même en retrait par rapport à ses frères jumeaux. Mais il est aussi le moins cher de la fratrie. À partir de 35 750 € HT le E-Scudo Standard 50 kWh en finition Business. Et 5 000 € de plus avec la batterie 75 kWh à 40 750 € HT.

Le Fiat E-Scudo est un fourgon moyen décliné en trois longueurs. Il y a le Compact, long de 4,61 m, le Standard à 4,95 m et le Long à 5,30 m. Les volumes utiles sont de 4,6 m³ pour le Compact, 5,3 m³ pour le Standard et 6,1 m³ pour le Long. Ces cotes sont les mêmes que le Scudo thermique. La seule différence se situe au niveau de la charge utile : elle est d'environ 1 tonne sur l'électrique alors qu'elle peut atteindre 1,4 tonne en thermique.

Le Fiat E-Scudo est un véhicule agréable à conduire. Le couple immédiat, les accélérations et les reprises efficaces apportent une conduite souple et dynamique. Le comportement routier est de haut niveau, avec un véhicule stable et un freinage efficace. Ce fourgon est également confortable ; la position de conduite est facile à trouver, la visibilité panoramique est suffisante et l'ergonomie des commandes satisfaisante. Un bémol à ce tableau : le E-Scudo est relativement bruyant, surtout à vide et il se révèle sautillant sur une chaussée dégradée ou au passage d'un dos-d'âne.

Richard Pizzol

★ POINTS FORTS

À partir de 35 750 € HT
100 % électrique
100 kW (136 ch)

Constructeur de camions, Renault Trucks commercialise dans son réseau sa propre version du tout nouveau Renault Trafic. Il s'appelle alors Renault Trucks Traffic Red Edition.

Le nouveau Renault Trafic se pare de rouge et devient Renault Trucks Traffic Red Edition. Le constructeur de poids lourds Renault Trucks commercialise le Trafic sous ses propres couleurs. Pour se distinguer, le Trafic Red Edition adopte une calandre chromée, un pare-chocs couleur carrosserie, un rail de porte latérale et d'une rampe de feux peints pareillement. Des détails viennent rappeler l'identité de Renault Trucks : la plaque distinctive sur la carrosserie, le pommeau de vitesses cerclé de rouge ou les ceintures de sécurité rouges. Pour le reste, c'est comme Renault. Quatre puissances moteur, de 110 à 170 chevaux, sont proposées et une boîte robotisée à double embrayage est disponible en option. À bord, ce Trafic est équipé d'une banquette passager

Renault Trucks

Le Trafic passe au rouge



C'est un Renault Trafic, mais il se pare de rouge et devient Renault Trucks Traffic.

avec dossier rabattable, intégrant une tablette de travail. La planche de bord en aluminium brossé intègre un afficheur principal couleur de 4,2" et un écran tactile de 8" avec réplique smartphone, ainsi qu'un chargeur à induction. Des aides à la conduite

viennent compléter l'équipement de ce fourgon. L'ESC, qui permet de contrôler la trajectoire, est de série. Il y a aussi les radars avant et arrière, l'alerte de sortie de voie, l'assistance vent latéral, ou encore l'alerte d'angles morts. Enfin, il est aussi équipé en série

d'un système d'adhérence renforcée, l'Extended Grip, permettant d'évoluer sur tous types de terrains.

Le Trafic Red Edition est disponible en version fourgon (L1H1, L1H2, L2H1, L2H2), fourgon double cabine (L1H1 et L2H1), plancher-cabine (L2) ou combi (L1H1 et L2H1). Pour les fourgons simples, le volume utile va jusqu'à 8,9 m³ et la charge utile peut atteindre 1 300 kg.

Le Renault Trucks Traffic Red Edition est assorti d'une garantie de deux ans pièces et main-d'œuvre et du dépannage 24h/24 et 7j/7. Enfin, « pour une parfaite tranquillité », explique le constructeur, Renault Trucks propose une offre de lancement à durée limitée (jusqu'à la fin de l'année 2022), englobant le véhicule, le contrat d'entretien Start & Drive, l'assurance et le financement.

R. P.

Volkswagen

L'Amarok revient en force



Le nouveau Volkswagen Amarok sera commercialisé en fin d'année.

Le nouvel Amarok, c'est pour bientôt ! Et Volkswagen l'annonce plus grand, plus puissant, plus athlétique et plus charismatique. Rien de moins... Mais il faut bien ça pour succéder à l'Amarok de première génération, qui s'est tout de même vendu à plus de 830 000 exemplaires à travers le monde. Ce nouvel Amarok n'est pourtant plus un pur produit Volkswagen. Il est résultat d'un développement commun avec Ford, qui lancera prochainement son nouveau Ford Ranger, dont l'Amarok est donc le cousin très proche. Les deux pick-up sont d'ailleurs fabriqués en Afrique du Sud. Ce nouveau grand pick-up sera proposé en version double cabine quatre portes (DoubleCab) et simple cabine (SingleCab). La charge utile dans la benne pourra aller jusqu'à plus de 1 tonne. Selon les marchés, l'Amarok sera disponible avec cinq motorisations dont un V6 de 3,0 litres affichant une puissance d'environ 250 chevaux.

FONDS DE COMMERCE



À vendre restaurant authentique de Clermont Ferrand, le Rallye, place des Carmes. Après 52 ans à la tête de l'établissement, André TOURETTE a décidé de passer le relais. Spécialisé jusqu'à aujourd'hui dans la viande vendue au poids, la restaurant (aussi bar) bénéficie d'une notoriété certaine sur la ville et de la proximité du siège Michelin, ainsi que de nombreuses administrations. Tram à proximité : Station Les Carmes/parking. Intérieur 35 à 40 couverts + terrasse/étage à exploiter/ appartement F3 Contact 06 80 60 15 51 andretourette@hotmail.fr

Aurillac Restaurant-Brasserie

Saisissez l'opportunité de changer de vie...

A céder, très beau restaurant situé dans le centre-ville dynamique de la ville, visibilité importante, aucuns travaux à prévoir (le matériel professionnel est récent)

100 places assises en intérieur, 30 places en terrasse, gros potentiel, belle notoriété, surface de vente 116 m2, personnel de qualité, et fidèle. L'ensemble est prêt à être exploité (395 490 € de CA/annuel période COVID, CA prévisionnel 645 000 €).

PRIX 286200€

Votre interlocuteur :

Guy DISSOUS

Tél : 07 88 031 080

RSAC 797462678

(non détention de fonds) CCI

Cantal

CPI 15012019000041726



DEMANDE D'EMPLOI

Cuisinier cherche place stable
CDI sur Paris et RP
Tél. 07 84 27 76 43

OFFRE D'EMPLOI

Offre : ACCOUNT MANAGER FRUITS ET LÉGUMES France-Rungis

Groupe espagnol leader du secteur de l'importation et de la commercialisation de fruits et légumes, dans le cadre de son plan de croissance ambitieux, sélectionne deux postes d'Account Manager pour notre nouvelle délégation basée en France au Marché International de Rungis. Vous serez un acteur clé de la vente de nos produits sur le marché français.

Fonctions principales :

Prospection, développement et consolidation d'un réseau de clients tant sur le MIN de Rungis, que sur les autres marchés de gros et la grande distribution spécialisée en France.

Détection de leurs besoins

Planification de l'offre pour répondre à leurs attentes et augmenter leur satisfaction basée sur notre service.

Fidélité du même.

Participation aux réunions des commerciaux.

Développement du processus de vente.

Négociation des conditions commerciales :

prix, accords, conditions de paiement.

Génération, gestion et suivi des commandes clients : commandes clients, les délais de livraison et de paiement, réalisations et incidents.

Promouvoir la vente croisée du reste de la gamme de produits, générant de nouvelles opportunités de vente.

Visites clients et marchés, au Marché International de Rungis, de façon récurrente, et périodiquement sur d'autres marchés.

Exigences :

Formation en école de commerce spécialisée dans le domaine commercial ou à défaut, justifier d'une expérience suffisante en gestion commerciale et croissance de comptes clients dans le domaine du secteur indiqué.

Habitué à travailler avec des outils de gestion commerciale, CRM et ERP

Expérience minimum entre 5 et 10 ans en tant qu'Account Manager dans le secteur des fruits et légumes.

Langues : français langue maternelle et anglais professionnel pour la communication inter-sites. L'espagnol sera un plus.

Bonnes compétences dans le domaine commercial, en relations interpersonnelles et en équipe.

Capacité autonome et analytique pour interpréter le marché et établir les actions pertinentes pour atteindre les objectifs fixés.

Personne proactive, dynamique, polyvalente, orientée vers le service, désireuse d'évoluer et de faire grandir un projet à long terme.

Conditions :

Faire partie d'une entreprise leader sur le marché du secteur de l'importation de F&L en constante croissance, et participer à un projet d'implantation,

Rémunération composée d'une partie fixe basée sur les mérites apportés et le potentiel futur et d'une partie variable basée sur le chiffre d'affaires.

Lieu de travail : Siège Central de l'entreprise sur le Marché International de Rungis-Paris.

Contrat en conditions de statut de cadre

ENVOYER CV À : AMANAGERFRUITS.RUNGIS@GMAIL.COM



PREPA "VIE TA M.I.N.*" APPRENTISSAGE

*Marché International de Rungis

Une **PREPA-MULTIMETIERS** au coeur du **Marché de Rungis** Choix entre **deux parcours** :

Métiers de bouche



2 mois de formation

 STAGE EN IMMERSION
 EN ENTREPRISE DE
 2 À 4 SEMAINES

Métiers commerce

vente - gestion


 Rentrées
 en 2022 et 2023

 Contact
rungis.academie@gmail.com

Objectif général : Cette prépa apprentissage permet aux jeunes d'acquérir les bases nécessaires pour une intégration en formation en contrat d'apprentissage dans les métiers de bouche ou de commerce vente, gestion

Les de la prépa :

- Découvrir les métiers et l'écosystème du M.I.N
- Acquérir la bonne posture professionnelle
- Construire son projet professionnel
- Revoir les bases en français maths, bureautique, anglais

3 domaines sur lesquels vous pouvez intervenir :



LA VISITE DE VOTRE ENTREPRISE (Historique, locaux, vision des différents métiers...)



LA TRANSMISSION DE VOTRE SAVOIR (Conférence, documentation, échanges...)



L'ACCOMPAGNEMENT DES APPRENANTS (Offres de stage; tutorat, réseaux professionnels...)

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



Jurgen Franco et Nancy Verstegen :
producteurs d'aubergines

UNE HISTOIRE DE PÈRE EN FILS

"Mon père a débuté en 1970, à très petite échelle, avec la culture de tomates sous serre. En 1999, notre production a été touchée par une maladie. Nous avons le choix : soit nous recommençons à zéro, soit nous changeons de culture. L'aubergine était encore relativement inconnue chez nous à l'époque. Il y avait une pénurie de l'offre sur le marché. Au total, la production belge représentait 12 ha. Nos 3,5 ha supplémentaires ont apporté une belle augmentation. En 2017, nous avons ajouté 2 ha de serres. Aujourd'hui, la superficie belge a atteint 30 ha."



John Vermeiren et Lia Wouters :
producteurs de tomates

L'AVENIR A DU GOÛT

"Aujourd'hui, les tomates sont surtout ennoblies en fonction de leur goût. C'est une évolution positive. Le consommateur est plus conscient de ce qu'il achète et il recherche un goût qui convient le mieux aux pâtes, à la viande ou à la consommation crue. Nous avons également des tomates à l'essai, que nous goûtons personnellement pour en vérifier les qualités gustatives. Ce n'est pourtant pas la seule donnée à prendre en compte : leur apparence doit être attirante et nous conservons celles qui présentent le meilleur potentiel de culture tout au long de l'année."



Guido Quirijnen :
producteur de poivrons

DES INITIATIVES DURABLES

"Nous travaillons de façon très écologique. Les plants sont alimentés par un bassin d'eau de 32 000 m³. La partie de l'eau qui n'est pas absorbée par les plants est récupérée et, après épuration dans un filtre, elle est réutilisée. Une installation de cogénération fournit, après combustion de gaz, à la fois l'électricité, la chaleur et le CO₂ nécessaires à la croissance des poivrons. Les restants sont injectés sur le réseau."



Campagne financée avec
l'aide de l'Union européenne

VLAM.be



VLAM Office Flamand d'Agro-Marketing
Blvd. Roi Albert II 35 boîte 50 • B-1030 Bruxelles
Tél.: +32 473 174 072



www.flandria.be