

DOSSIER

Rungis s'engage pour
l'alimentation de demain

OUI CHEF!

Adeline Grattard entre
la Chine et la Bourgogne

FOCUS

Zoom sur
le marché d'Aligre

RUNGIS

actualités

Depuis 1969

N° 789 – novembre 2022 – 1,50 €

La ferme aquacole de R&O à l'origine
des fameuses gambas bio.



REPORTAGE

Madagascar s'exporte à Rungis



BON TOUT SIMPLEMENT



www.philibon.com

Tél. 05 63 04 15 64

Boyer s.a.s ZI Borde Rouge - 82 200 Moissac



©FOTOMAS - www.alegria-communication.com

LE BON GOÛT À VOTRE SERVICE



Dossier
Rungis, fer de lance d'une alimentation engagée

16



24 **Oui, chef !**
Adeline Grattard



26 **Reportage Madagascar:**
une île au potentiel insoupçonné



34 **Focus**
Aligre: un marché historique et cosmopolite



36 **Nouveaux marchés**
À chacun son saumon fumé!



38 **Digital & innovation**
Utilitaires de ville électriques

au sommaire

L'édito	Dossier	Ensemble	Tendances du marché	Véhicules utilitaires
<p>5 de Jean-Michel Déhais</p> <p>Sur le vif</p> <p>6 Actualités</p> <p>12 Toulouse- Le Grand Marché</p> <p>14 Nouvelles des marchés</p>	<p>16 Rungis, fer de lance d'une alimentation engagée</p>	<p>21 Opérateur</p> <p>22 Producteur</p> <p>23 Acheteur</p> <p>24 Oui, chef ! Adeline Grattard</p> <p>Reportage</p> <p>26 Madagascar: une île au potentiel insoupçonné</p>	<p>31 Conso La lentille</p> <p>32 Produits de saison</p> <ul style="list-style-type: none"> • La carotte des sables • Le pomelo corse <p>34 Focus Aligre: un marché historique et cosmopolite</p>	<p>36 Nouveaux marchés À chacun son saumon fumé!</p> <p>38 Digital & innovation Utilitaires de ville électriques: à deux, trois ou quatre roues, ce sont les stars des villes!</p> <p>40 • Peugeot e-Expert roule à l'hydrogène</p> <ul style="list-style-type: none"> • Petit Forestier passe commande de 2 000 eDaily! • Ford dévoile son camion électrique <p>Petites annonces</p> <p>42 Fonds de commerce Demandes d'emploi Offres d'emploi</p>

Le saviez-vous ?

Crédits : istock // Vladimir Vladimirov

56 %

des français veulent payer
ou commander à table
avec leur smartphone*

S'informer, c'est se former !
Découvrez aucoeurduchr.fr



La nouvelle plateforme d'information de la restauration



aucoeurduchr.fr

L'Auvergnat
DE PARIS

LA REVUE DES
COMPTOIRS

RUNGIS
actualités

La lettre
CHR-CHD

DÉCISION
BOISSONS

* Sondage OpinionWay commandé par Lyf, réalisé par questionnaire en ligne du 16 au 25 février 2022 auprès d'un échantillon de 2021 personnes représentatif de la population française âgée de 16 ans à 65 ans.

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

Rédacteur en chef :

Mickaël Rolland

Rédacteurs en chef délégués :

Bruno Carlhian, Olivier Masbou

Secrétaires de rédaction :

Martine Favier, Évelyne Kerfant

Création maquette :

Stanislas Chevara

Rédacteur graphiste :

Richard El Mestiri

Ont collaboré à ce numéro :

Clémentine Cabrol

Jérémy Denoyer

Jean-Michel Déhais

Francis Duriez

Caroline Maréchal

Richard Pizzol

Photo de couverture :

© OSO

PUBLICITÉ

Directrices de publicité :

Catherine de Lamothe

Cathleen Tabard

Tél. : 33 (0)1 42 36 56 75

c.delamothe@aucoeurdesvilles.fr

Responsable petites annonces :

Naïma Mazurier

n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr

ABONNEMENT

Au Cœur des Villes

16, rue Saint-Fiacre,

75002 Paris

Tél. : 33 (0)1 42 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

Des échanges positifs

Dans ce numéro, nous vous entraînon du côté de Madagascar. Le lien de la France avec les merveilleux produits de cette île est beaucoup plus étroit qu'on ne le pense. Vanille bourbon, litchis de Noël, et crevettes bio égaient nos assiettes. Les échanges alimentaires s'avèrent très positifs et bénéfiques pour chaque pays. La plupart de ces produits sont présents en abondance à Madagascar et assurent des rentrées de devises pour cette île. Il lui faudrait même parfois davantage d'exportations. Ainsi, la moitié de la récolte de litchis pourrit sur les arbres faute de débouchés. En créant des fermes aquacoles, des sociétés comme Acipenser Madagascar ou OSO apportent du développement, avec à la clé des services d'éducation et de santé. Le commerce alimentaire international n'est pas dénué de vertu si on considère ces aspects. Profitons sans complexe des plaisirs que nous procurent la vanille, les épices ou

les fruits exotiques. En revanche, il n'est pas certain qu'il soit nécessaire d'importer de la viande d'Argentine alors que nos éleveurs bovins peinent à survivre. Il convient aussi d'arbitrer les priorités en matière de lutte contre le réchauffement climatique. Ainsi, le 13 octobre, à Rungis, l'Association interprofessionnelle de la banane expliquait, chiffres à l'appui, que le bilan carbone de l'activité ne présentait rien d'alarmant en termes de transport maritime. En outre, le mûrissage requiert des quantités d'énergie relativement faibles. Les entreprises du secteur conviennent d'ailleurs qu'elles ne sont pas déstabilisées par les importantes hausses de la facture d'électricité. Toutefois, elles rappellent qu'elles ont besoin d'une fourniture régulière d'énergie durant l'hiver. Tout délestage d'électricité, même temporaire, pourrait irrémédiablement gâcher des tonnes de marchandises.

L'image du mois



Ce dimanche 23 octobre 2022, s'est déroulée la finale du Grand Prix de France de la Charcuterie artisanale au Marché Bières et Saveurs de Nancy. C'est Corentin Merville (au centre), de la charcuterie Arnaud Nicolas (lui-même ancien MOF) à Paris qui l'a emporté. Pour cette édition, les candidats ont dû imaginer des bouchées nomades, façon Street Food, s'adaptant aux modes de consommation d'aujourd'hui.

CONSOMMATION

Mûrir la banane, une étape clé

La banane est cueillie verte aux Antilles, en Afrique ou en Amérique latine puis expédiée par bateau vers les principales zones de consommation, l'Europe et l'Amérique du Nord. À ce moment, le fruit passe en mûrisserie, avant de rejoindre les points de vente.

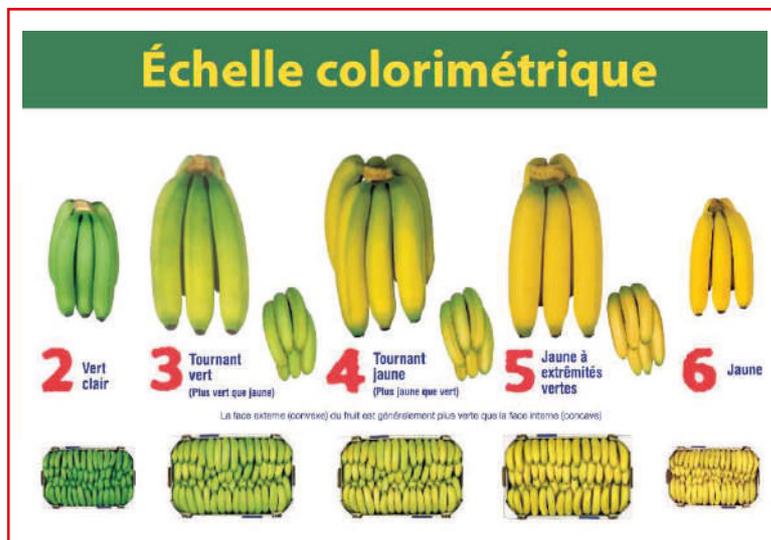
Les Français consomment environ 700 000 tonnes de bananes par an. C'est le deuxième fruit le plus consommé après la pomme. Le marché est plutôt dynamique avec une croissance de 8,5 % ces cinq dernières années. Le marché national est alimenté par trois origines : l'Afrique (Côte d'Ivoire, Cameroun, Ghana...) et les Caraïbes (République dominicaine...) pour 50 % des approvisionnements ; l'Amérique latine (Équateur, Colombie, Costa Rica...) pour 25 % ; et les Antilles françaises (Guadeloupe et Martinique) pour 22 % (3 % de notre approvisionnement proviennent des échanges intracommunautaires).

La banane est un fruit fragile, qui ne peut être transporté mûr, mais qui continue à mûrir après la récolte. Elle est donc récoltée puis transportée au stade vert (non mûre). Les bananes sont transportées quasi exclusivement (à 99 %) par bateau, un mode de transport écologiquement vertueux. En effet, le transport en bateau émet en moyenne 2,5 fois moins de CO₂ que le transport routier et 20 fois moins que le transport en avion. Vers la France, le temps de transport par mer varie de sept jours à trois semaines selon la région d'origine. Pendant la traversée, les bananes sont « endormies » grâce à un abaissement de la température à 12-13 °C. Cette température modérée permet de bloquer

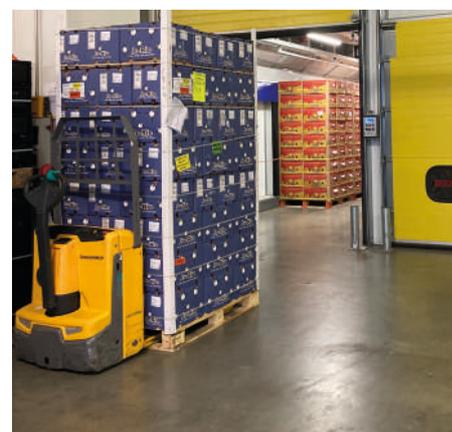
naturellement le processus de maturation sans altérer la qualité du fruit. Une fois arrivées en Europe dans les différents ports de destination (Dunkerque, Port-Vendres, Marseille, voire Anvers ou Rotterdam), les bananes, toujours vertes, sont expédiées vers les zones de consommation, la banane mûre ne voyageant pas mieux sur terre que sur mer.

C'est pour cela que les opérateurs disposent d'un réseau dense de mûrissières dispersées sur l'ensemble du territoire. Elles sont le plus souvent installées dans les Marchés de gros, comme Rungis, ou à proximité de ces derniers. Ce sont dans ces mûrissières que la maturation reprendra, afin de « réveiller » la banane, avant l'expédition dans les magasins. Le mûrissage, qui permet la transformation de l'amidon en sucres simples, est une étape indispensable pour rendre la banane consommable. Cette période du mûrissage dure cinq à six jours. C'est une opération très précise, qui nécessite un haut degré de technologie. Le résultat se mesure à la couleur du fruit (cf. Fig. 1).

Les besoins en énergie sont faibles, mais il faut toutefois de l'électricité pour ventiler l'air à travers les palettes et pour contrôler la température. L'opération ne peut tolérer aucune coupure, et la banane est un fruit qui se consomme toute l'année. Les mûrissières



Pour être commercialisables, les bananes doivent être au niveau 3 ou 4 de l'échelle colorimétrique.



doivent donc pouvoir tourner 24 h/24, 365 jours par an. D'où la demande des professionnels, à la veille d'un hiver où le pays pourrait connaître des difficultés pour son approvisionnement en énergie, de faire reconnaître le caractère indispensable du mûrissage, et qu'il fasse partie des secteurs exemptés de coupures d'électricité.

« En dépit d'un contexte difficile lié à l'augmentation de ses coûts, elle demeure entièrement mobilisée pour que les consommateurs puissent continuer à profiter des nombreux atouts de la banane, à un prix accessible », conclut Philippe Pons, président de l'Association interprofessionnelle de la banane.

EN CHIFFRES

Les Français consomment environ 700 000 tonnes de bananes par an, un marché dynamique avec une croissance de 8,5 % ces cinq dernières années.

99 %

des bananes sont transportées par bateau

7

jours à trois semaines de voyage en bateau

5 à 6

jours, c'est la durée du mûrissage

SALON

L'innovation alimentaire fait son retour au Sial

Après une édition 2020 annulée pour cause de Covid, le millésime 2022 du Sial était particulièrement attendu des professionnels internationaux de l'agroalimentaire en quête d'un gros contrat ou de la dernière innovation. La foule était donc au rendez-vous Parc des expositions de Villepinte pour aller à la rencontre des 7 000 exposants venus du monde entier. Le salon a confirmé l'engouement pour les formulations végétales et autres substituts de viande. Signe des temps, l'Américain Beyond Meat, qui propose « burgers », « hachés » et « saucisses » à base de plantes, disposait d'un immense stand au cœur du hall 6, dédié aux produits carnés. Les produits végétaux ont également raflé l'essentiel des récompenses lors des prix de l'innovation du Sial. Les Io'Dés, des dés d'algues surgelés à poêler de la jeune société bretonne Zalg ont remporté la médaille d'or, devant les lentilles d'eau riches en protéines végétales du Thaïlandais Thai Coconut Public Company, tandis que les desserts végétaux à base d'épeautre ou de chanvre à marque Soon de la société française Olga ont remporté le prix spécial dédié à la « transition ». Alors, enterrée la viande ? Ce n'est pas l'impression qu'a donné l'édition 2022 de ce salon



Si le Sial a une tonalité très internationale, les entreprises françaises y sont bien représentées, y compris celles de Rungis !

« révélateur de tendances ». La surface dédiée au secteur avait fait le plein, avec notamment des pavillons immenses loués par les grands pays producteurs comme le Brésil et surtout l'Argentine. Autre évolution révélatrice de l'évolution des mentalités, l'Institut de promotion de la viande bovine argentine mettait l'accent sur son stand sur la durabilité des méthodes de production de la viande argentine, en

particulier sur « ses prairies et pâturages naturels, qui permettent la captation des gaz émis par le bétail ». Les Français n'étaient pas en reste avec une présence en force des leaders Bigard et Cooperl. Parmi les autres opérateurs du Marché de Rungis présents au SIAL, l'exportateur Faye gastronomie a fait découvrir aux acheteurs du monde entier quelques-unes des perles du terroir français.

LANCEMENT

Bientôt un label « Fabriqué en Val-de-Marne »

La chambre de métiers et de l'artisanat et la CCI du Val-de-Marne ont annoncé à la fin de septembre le lancement de la démarche « Fabriqué en Val-de-Marne », destinée aux entreprises qui produisent dans le département, embauchent localement, sont ancrées dans le territoire et disposent d'une politique RSE et de « qualité de vie au travail ». Les 20 premiers ambassadeurs seront sélectionnés pour un lancement officiel au début de 2023. Un challenge du « Fabriqué en Val-de-Marne » permettra d'élargir le réseau à une vingtaine d'ambassadeurs supplémentaires à l'été 2023.

Le label pourra être attribué à tous types d'entreprises, de l'artisan fabriquant localement ses produits au grand groupe coté en Bourse. Le vivier ne manque pas dans le département puisque le Val-de-Marne recense 33 000 établissements industriels et 28 357 entreprises d'artisanat. L'initiative, qui s'inspire de celle engagée en 2019 par le Val-d'Oise avec le réseau #madein95, entend notamment combler le manque de notoriété du département. Implanté sur le territoire du département, le Marché de Rungis soutiendra la démarche, a assuré Stéphane Layani, lors de la présentation. « Le Val-de-Marne m'a servi, donc je le servirai », a-t-il expliqué.

NOMINATIONS



L'Aria Île-de-France, qui regroupe les entreprises alimentaires de la région, a annoncé la nomination de **Vanessa Pottier** en tant que déléguée générale de l'association. Diplômée d'un master en management de l'université Paris Dauphine, elle a réalisé toute sa carrière au sein de l'Ania, dernièrement comme directrice des affaires économiques et internationales.



L'Agence des espaces verts (AEV) de la Région Île-de-France a élu au début d'octobre **Sophie Deschiens** comme présidente, succédant ainsi à Anne Cabrit. L'AEV a notamment pour mission d'aménager et de protéger les espaces naturels de la Région. L'Agence veille aujourd'hui sur plus de 40 000 ha d'espaces naturels, agricoles et forestiers, principalement situés dans la ceinture verte d'Île-de-France au travers de 56 périmètres régionaux d'intervention foncière (PRIF).

Patricia Marin a succédé à Maxime François à la présidence du service médico-social des Halles (SMSSH) du Marché de Rungis.

DISTINCTION

Le Mérite agricole pour Alain Kritchmar

Belle cérémonie, le 24 octobre, à La Maison des fruits et légumes, à Paris. La filière était réunie pour honorer un des siens, « *un de nos fidèles compagnons depuis des années* », selon l'expression de Laurent Grandin, président de l'interprofession des fruits et légumes (Interfel). Ce dernier a retracé le parcours professionnel du récipiendaire, un parcours qui se confond avec l'histoire du Marché de Rungis. Alain Kritchmar a commencé dès l'âge de 15 ans à travailler aux Halles de Paris. Il a été recruté par Claude Chicat, P-DG d'une société de courtage en fruits et légumes français. « *Il sera mon formateur* », se souvient Alain Kritchmar. À la création du MIN de Rungis en 1969, il rejoindra la société Boedels, agent panéliste pour la France des marques Jaffa, Carmel et Outspan (qui deviendra Capespan). Nouvelle étape en 2006 : Dole Fresh Fruit fait l'acquisition de Boedels qui deviendra le bureau France de la multinationale. Alain Kritchmar prend alors la direction Import Europe (Belgique, Allemagne, Italie, Espagne, Angleterre et France) de Dole. En 2014, Dole désirant se retirer du marché européen pour se recentrer sur les marchés asiatiques, cède l'ensemble de ses bureaux Europe au Groupe Compagnie Fruitière. Alain Kritchmar prend alors les fonctions de coordinateur Sourcing Europe et de consultant pour la Compagnie Fruitière, poste qu'il occupe



De g. à dr. : Louis Orenge, ancien directeur d'Interfel, Alain Kritchmar, son épouse, Laurent Grandin, et Philippe Pons, président de la CSIF.

toujours. En parallèle de cette carrière bien remplie, Alain Kritchmar s'est investi dans les organisations professionnelles de la filière. Il est encore aujourd'hui vice-président de la Chambre syndicale des importateurs français (CSIF) de fruits et légumes frais, administrateur du CTIFL (Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes) et d'Aprifel, secrétaire général adjoint d'Interfel et en alternance avec le SNIFL, la représentation du secteur import au sein de FranceAgrimer. C'est l'ensemble de ce parcours qui a été honoré en faisant d'Alain Kritchmar, un chevalier du Mérite agricole, distinction remise par Louis Orenge.

CONSUMMATION

Belle année pour les œufs

Les achats d'œufs par les ménages sont en hausse de +2,7 % sur les huit premiers mois de l'année 2022 indique le Comité national de promotion de l'œuf (CNPO). « *Ces achats ont été tirés par la hausse des achats d'œufs de poules élevées au sol (+187 %), en plein air (+19 %) et en bio (+4 %).* Les achats d'œufs retrouvent leur rythme de croissance préCovid », précise Yves-Marie Beaudet, président du CNPO. Autre motif de satisfaction, les œufs dits alternatifs (sols, plein air) prennent toujours plus le pas sur les œufs issus de poules en cages. Ils répondent davantage aux attentes des consommateurs en matière de bien-être animal et en qualité « *Ils représentent aujourd'hui 67 % du mode de production en France contre une moyenne européenne de 58 %* », ajoute le président. Malgré les difficultés (grippe aviaire, hausse de l'énergie), la filière continue d'investir dans des modes de production toujours plus durable. C'est le cas avec l'élimination des poussins mâles. Cette pratique sera définitivement abolie en France au 1^{er} janvier 2023. Notre pays sera ainsi le seul pays, avec l'Allemagne, à s'engager dans cette voie. Mais cela a nécessité « *de lourds investissements dans les couvoirs, de l'ordre de 50 millions d'euros sur une année, soit près d'un million d'euros par semaine* ».

LABEL ROUGE

La caméra explore le poulailler

Le Syndicat national des labels avicoles de France (Synalaf) propose une vaste campagne d'information et de communication pour faire entrer le consommateur dans les coulisses du Label rouge. On pourrait même dire pour le faire entrer dans la vie privée des volailles. C'est un peu comme le Loft version poule ou pintade : des webcams sont installées dans des élevages et le consommateur peut se connecter sur le site dédié* pour voir en direct la vie de ces bipèdes à plumes. 20 exploitations ont accepté de participer à cette opération qui vise à mettre en valeur les conditions de production de ces volailles. « *À quoi ressemblent un élevage Label Rouge et son parcours en plein air ? Comment les volailles y occupent-elles leur journée ? Comment y expriment-elles leur comportement naturel ? Comment les éleveurs garantissent-ils le bien-être animal ? C'est pour répondre à toutes ces questions et à bien d'autres encore que nous proposons de vivre une immersion au cœur de nos exploitations* », commente Bernard Tauzia, éleveur et président du Synalaf. La filière volailles Label Rouge rassemble plus de 5 000 aviculteurs qui produisent des volailles de chairs (106,2 millions de volailles : poules, pintades, oies, canards, dindons, cailles) et des œufs (480,5 millions d'œufs labellisés en 2021).

* www.volailles-oeufs-labelrouge.fr



© Guy Durand

ENTREPRISES

Une charte de sobriété énergétique pour le commerce de gros

La Confédération des grossistes de France (CGF) et ses fédérations professionnelles adhérentes (dont les fédérations représentant les grossistes alimentaires) ont présenté, le 6 octobre, leur charte de sobriété énergétique destinée à répondre aux enjeux d'approvisionnement en énergie « à la veille d'un hiver qui s'annonce incertain ». « La crise géopolitique liée à la guerre en Ukraine et ses conséquences en matière d'approvisionnement en énergie en France et en Europe imposent une mobilisation collective à laquelle le commerce de gros entend contribuer pleinement », écrit la CGF. La charte de sobriété énergétique du commerce de gros s'articule autour de trois axes majeurs qui devraient permettre de réduire la consommation énergétique du secteur de 10 % en deux ans. Premier axe : agir sur les comportements des entreprises et de leurs collaborateurs. La charte invite à la mise en place d'un système de management du personnel aux écogestes

élémentaires dans les locaux des entreprises et à leur domicile. La CGF appelle également à la mise en place dans les entreprises d'une stratégie concrète et mesurable de sobriété énergétique.

GESTION OPTIMISÉE DU PARC DE VÉHICULES

Le deuxième axe de la charte cible les transports. Les grossistes disposent d'une flotte de 60 000 véhicules de transport de marchandises, mais également de véhicules légers. La charte s'inscrit dans une gestion optimisée de ce parc de véhicules déjà mise en place depuis plusieurs années. Trois mesures sont annoncées : accélération du déploiement du programme Objectif CO₂ ; poursuite du déploiement des formations à l'écoconduite (qui permettent d'économiser immédiatement selon le niveau d'expérimentation du conducteur entre 5 et 20 % de consommation). 80 000 conducteurs routiers de transport de marchandises (auxquels il faut

ajouter les personnels commerciaux itinérants) sont concernés ; poursuite et renforcement des démarches d'optimisation des livraisons. Enfin, la charte rappelle aux grossistes la possibilité d'agir sur les bâtiments (bureaux et entrepôts). Elle plaide notamment pour le lancement d'études de modernisation des équipements. « Les grossistes sont de longue date engagés dans une démarche de réduction de leur consommation d'énergie et le prouvent une nouvelle fois à travers cette charte de sobriété énergétique. La CGF a tout de suite répondu présente à l'appel du président de la République et du gouvernement en mettant en place, avec l'ensemble de la profession, un plan pour aller plus loin dans la sobriété énergétique. Le commerce de gros est un maillon essentiel de la chaîne de valeur commerciale et il est normal de consentir, en responsabilité, à cet effort national demandé aux Français », a déclaré Philippe Barbier, président de la CGF en présentant la charte.



Candine[®] Bio

Je suis Candine,
renoue avec
le meilleur



GULFSTREAM COMMUNICATION - RC Nantes B 389 788 983 - © Shutterstock



@candine_bio

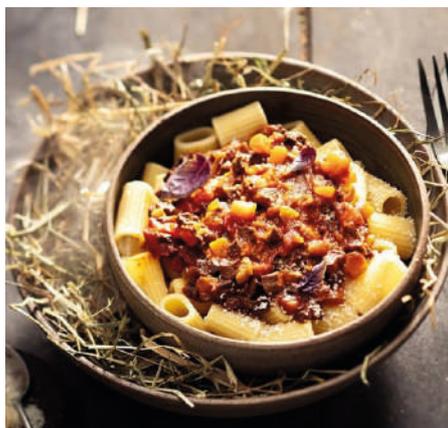


Les producteurs
BlueWhale[®]

COMMUNICATION

Les produits tripiers repartent en campagne

C'est un exercice délicat auquel les grossistes en produits tripiers de Rungis ont été soumis lors du déjeuner de lancement de l'opération annuelle « *Novembre, mois des produits tripiers* ». Comme les autres invités, Serge Nadaud, le président de la Confédération nationale de la triperie française (CNTF), Raphaël Elnaggar (Prodal, Lenaja, Cathelin) ou encore Jean-Jacques Arnoult (Arnoult SA) ont dû deviner quel abat se cachait derrière les préparations réalisées par le chef Arnaud Baptiste, ancien participant remarqué à Top Chef. En dépit du nombre élevé de possibilités, les professionnels ont relevé le gant en reconnaissant le cœur de bœuf dans les rigatonis à la bolognaise, la fraise de veau dans les samosas ou encore la joue de porc confite dans les pains bao ! Le jeu visait à illustrer le thème retenu cette année par la campagne collective, celui des « *blind trips* », une dégustation à l'aveugle



Des rigatonis à la bolognaise, à base de cœur de bœuf.

susceptible de lever les préjugés sur les abats, en tout cas chez ceux qui en auraient. Selon l'agence de communication, plus de 700 restaurateurs à travers la France devraient participer

à l'opération, aux côtés des détaillants tripiers, bouchers et grandes surfaces. Des recettes innovantes leur sont proposées sur le site www.produitstripiers.com. La campagne annuelle du secteur culminera avec l'organisation du championnat d'Europe des produits tripiers, dont la finale aura lieu le 22 novembre, à l'Hôtel Campanile du MIN de Rungis. La compétition devrait être très suivie avec une participation record et plusieurs participants étrangers, venus notamment d'Irlande et d'Italie. Outre la communication, la CNTF s'active sur les dossiers techniques, a-t-on appris en marge du déjeuner des produits tripiers. Une commission « Produits tripiers », présidée par Serge Nadaud, a été créée au sein du syndicat Culture Viande. Elle planche sur la mise en place d'une grille d'évaluation de la qualité des abats dans les abattoirs qui sera soumise aux services vétérinaires.

FÊTES DE FIN D'ANNÉE

Une petite saison pour le foie gras

C'est la conséquence directe de la grippe aviaire qui sévit actuellement sur le territoire et dans la faune sauvage. « *La production de foie gras devrait chuter cette année de 30 à 35 % en comparaison de 2021 et de 43 % par rapport à 2020* », a annoncé Éric Dumas, président de l'interprofession du foie gras Cifog, le 20 octobre dernier, lors de la traditionnelle conférence de présentation de la saison festive. La production devrait atteindre environ 10 000 tonnes, au plus bas depuis le milieu des années 1990. Ce « *recul historique* » est également dû à la flambée des coûts de production (+30 % sur les deux dernières années) et au manque de reproducteurs. Sur les 19 millions de volailles abattues, presque quatre millions étaient des canards, « *sans compter ceux qui n'ont pas pu être produits* », a ajouté le président du Cifog. Il ne faudra guère compter sur le foie gras étranger pour compenser la baisse de la production française. Les deux principaux concurrents que sont la Hongrie et la Bulgarie ont été, eux aussi, durement frappés par l'influenza aviaire et dépendent, pour le repeuplement de leurs élevages, des canetons... français. « *Il faudra simplement partager le foie gras sur la table* », a noté le président du Cifog qui compte sur une hausse de 0,50 à 0,80 euro pour le prix d'une tranche de foie gras.

EN BREF



Joy Astrid Poinot du restaurant Chez Camille à Arnay-le-Duc (21) a remporté le championnat du monde de l'œuf en meurette 2022, qui se déroulait au Château du Clos de Vougeot. Le jury, dont le président du Marché de Rungis faisait partie, a également décerné un prix de la créativité à **Jean-Bruno Gosse**, chef du restaurant Loiseau des Ducs à Dijon (21). Le 1^{er} prix des apprentis revient à **Valentin Lavisse** de l'École de Métiers de Dijon et apprenti à l'Hostellerie de Levernois. Trois apprentis de CFA membres de la Rungis Académie ont participé à la compétition.

Le spécialiste du transport et de la logistique sous température dirigée positive, **Delanchy**, a annoncé le rachat du transporteur Le Bélier, situé dans le nord de la France, lui aussi spécialisé dans le transport frigorifique. Implantée à Boulogne-sur-Mer (62), mais aussi à Hem (59) et Carvin (62), la société compte une quarantaine de salariés et réalise environ 4,5 millions de chiffre d'affaires. Le Breton Delanchy, qui dispose d'une implantation à Rungis, se renforce ainsi sur le nord de la France.

Nourrir le monde

Le temps de lire ce message, ce seront 10 000 repas de produits de la mer norvégiens qui seront consommés à travers le monde.

Cela représente 42 millions de repas par jour. Nutritifs, délicieux et durables.

Choisissez des produits de la mer norvégiens.



SEA FROM
FROM NORWAY
NORWAY



10

OCTOBRE

Organisées par la Chambre de commerce et d'industrie de l'Essonne, les Papilles d'Or, distinguent chaque année depuis 2000 les meilleurs commerçants et artisans alimentaires de l'Essonne. Cette année, 67 commerçants ont été labellisés

lors de la cérémonie des prix dans neuf catégories. Le président du Marché de Rungis a remis les récompenses aux lauréats bouchers et primeurs, notamment les « 4 papilles » décrochées par la Boucherie du Centre à Longjumeau et la Boucherie Chevry II à Gif-sur-Yvette et par le primeur O Fruits de l'Opéra à Massy. Une belle mise en avant du Marché de Rungis relayée par un stand Rungis Accueil venu présenter les avantages du Marché aux commerçants essonniers.



13

OCTOBRE

Les entreprises du Marché de Rungis ont été conviées à la 1^{re} édition des « Rendez-vous de la logistique », une rencontre trimestrielle mise en place par la Semmaris. Ces rencontres ont pour objectif d'accompagner les opérateurs dans leur adaptation aux nombreux enjeux logistiques

auxquels ils doivent faire face: Zone à faibles émissions (ZFE), difficultés de circulation et de livraison, réflexions sur les espaces de logistiques urbaines, réglementations à venir, etc. « *La logistique alimentaire est essentielle pour l'approvisionnement de Paris et de sa métropole car la zone urbaine ne dispose que de trois jours de stock alimentaire. Il est donc crucial de s'assurer de sa fluidité* », a observé Stéphane Layani. Les opérateurs se sont mobilisés pour venir échanger avec la Métropole du Grand Paris et la Ville de Paris, avec près de 80 personnes présentes.



© Didier Vénom

13

OCTOBRE

Le secteur des viandes de Rungis et ses syndicats se sont mobilisés lors de la campagne Octobre rose, le programme de sensibilisation au cancer du sein. Trois journées d'animations (les 6, 13 et 18 octobre) ont eu lieu sous les pavillons du secteur, menées en partenariat avec l'Association Branchés Bien-Être

qui apporte aux femmes malades un soutien moral via différents ateliers de bien-être. Au programme: des ateliers de sensibilisation sur l'importance du dépistage précoce, un stand maquillage, un studio photos, un cocktail buffet proposé par l'Union des restaurateurs du Marché de Rungis... L'équipe Rungis Accueil a aussi distribué plus de 600 roses venant du pavillon C1 et des centaines de pommes à la chair rose – une exclusivité « Marché » en provenance du pavillon D2 (fruits et légumes). Soutenue par Stratégie Gourmet, Les Rabelaisiennes, la Fédération des métiers de la viande de Paris et de la région parisienne, la CFBCT (Confédération française de la boucherie) et l'Organisation professionnelle de la boucherie 77 et Precia Molen, l'opération a permis de récolter près de 14 000 €.



17

OCTOBRE

Le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (CTIFL) a fêté ses 70 ans sur l'espace Rungis Événements. Retenu par un Conseil agricole européen, le ministre de l'Agriculture Marc Fesneau a annoncé, par vidéo, le lancement du processus d'élaboration du plan d'action souveraineté alimentaire pour les fruits et légumes. « *La souveraineté passera par les objectifs de décarbonation, par la recherche variétale, par la mécanisation, par la robotisation. Ces objectifs sont au cœur des travaux du CTIFL* » a indiqué Jacques Rouchaussé, président du CTIFL.



Avec V21, le chanvre bio et local s'invite dans les recettes des restaurants

La start-up V21 propose une gamme variée de produits alimentaires à base de chanvre bio cultivé dans le Gers, qui séduisent de plus en plus de restaurateurs. Elle fait partie des jeunes pousses incubées à la Pépinière alimentaire du Grand Marché.

Tout a commencé par une prise de conscience sur l'alimentation. Pendant le confinement, Émilie Capel, fondatrice de V21, se documente sur l'impact de l'alimentation sur la santé. De fil en aiguille, ses recherches s'orientent sur le chanvre alimentaire, dont elle a découvert les nombreuses vertus. « Je connaissais son utilisation comme isolant dans le bâtiment, mais très peu dans l'alimentaire. Je me suis aperçue que la France était le premier producteur européen de chanvre. Il n'y avait pas de filière structurée en Occitanie, alors j'ai décidé de me lancer et d'avoir ma propre production de chanvre pour remettre une filière sur les rails et donner encore plus de sens à mon projet », se souvient-elle.

LE CHANVRE, VÉRITABLE SUPER-ALIMENT

Après une étude de marché et des recherches sur l'intérêt pour la consommation du chanvre, Émilie Capel crée V21, dont le nom fait référence au 21 Vendémiaire, le jour du chanvre dans le calendrier républicain, qui correspond au 12 octobre. Le chanvre est un véritable super-aliment, très nutritif, riche en fibres, protéines, vitamine E, antioxydant et antistress. Afin d'avoir sa propre production de chanvre en Occitanie, la fondatrice de V21 contacte des céréaliers de la région et leur présente son projet. Bertrand Bortoloni, président du groupement d'agriculteurs Champs bio du Gers, répond favorablement à sa demande et accepte de tenter l'expérience. En 2021, ils sèment 4 ha de chanvre, la première récolte a été transformée en huile, notamment. Cette année, 20 ha ont été semés. Émilie Capel travaille aujourd'hui avec six agriculteurs.

V21 propose des produits alimentaires variés à base de chanvre bio, allant des graines entières et décortiquées aux infusions, en passant par l'huile et les fleurs cristallisées. En plus de ses bienfaits santé, il est intéressant de l'utiliser en cuisine pour ses qualités gustatives. Chaque produit a un goût et une texture différents : l'huile, par exemple, a un côté herbacé, un goût similaire à la noisette et au pignon de pin. Les



Émilie Capel, fondatrice de V21, a lancé une gamme de produits alimentaires à base de chanvre bio cultivé dans le Gers.

produits alimentaires V21 séduisent de plus en plus de chefs de la métropole toulousaine, qui intègrent le chanvre à leurs recettes. Ainsi, sur le Grand Marché, le Comptoir du Grand Marché et l'école Cuisine Mode d'Emploi(s) utilisent les graines. Le traiteur Maison Vivante à Balma (31) et le restaurant Les Temps Modernes à Blagnac (31) associent le chanvre dans des desserts au chocolat. Le chef Yannick Delpuch propose un pain aux graines de chanvre dans son restaurant Des roses et des orties à Colomiers (31) ; et

il avait signé une tablette de chocolat avec des graines de chanvre et des fleurs cristallisées en édition limitée dans sa pâtisserie Sandyan pour Noël 2021. « L'utilisation du chanvre alimentaire dans des recettes est un peu similaire à une épice, un condiment. Le chanvre offre un horizon infini de possibles », explique Émilie Capel, qui collabore aussi avec des chefs à domicile. V21 travaille actuellement avec une dizaine de restaurateurs sur Toulouse et sa métropole.

Clémentine Cabrol

ÉVÉNEMENTS

Montpellier, Marseille et Lille en fête !

De nombreux marchés de gros ont fêté leurs anniversaires au cours de ces dernières semaines.

Le 5 octobre, le Marché Gare de Montpellier fêtait ses 60 ans. Le marché a décidé de s'ouvrir exceptionnellement au grand public au cours d'une journée joliment intitulée « *De l'agriculture à la culture* ». Le but était d'organiser « *une journée unique en France qui associe paysans, animations pédagogiques, performances artistiques, marché de produits locaux, ouverte aux professionnels et exceptionnellement aux particuliers* » explique Marie Massart, présidente du Marché Gare de Montpellier, adjointe au maire délégué à la politique alimentaire et à l'agriculture urbaine, conseillère métropolitaine. Au cours de cette journée, l'occasion était « *offerte de (re)découvrir et faire découvrir [...] un territoire engagé dans une politique agroécologique, des entreprises responsables socialement et environnementalement, dans une ambiance créative et ludique* ». Le programme était dense avec un marché de produits locaux, des dégustations, des échanges avec les entreprises et des animations culturelles (exposition photo, art floral, street art, etc.). La journée s'est terminée par une pièce de théâtre proposée et jouée par la compagnie Avec Cœur et Panache, sur le thème des grands auteurs de la littérature française et la gastronomie.



Un peu plus tôt, c'est le Marché Marseille Méditerranée qui a célébré les 29 et 30 septembre, ses 50 ans « *de passion pour le goût* ». Il l'a fait dans le cadre de la Foire Internationale de Marseille 2022 dont le Marché était partenaire. Il a proposé ainsi « *Les Journées VitaMINées* ».

Durant ces deux journées, des producteurs locaux ont fait déguster leurs produits d'exception, cultivés en Provence. Des démonstrations culinaires étaient proposées par cinq Maîtres Cuisiniers de France. La deuxième journée s'est terminée par une intervention de Mohamed Cheikh, gagnant du Top Chef 2021 ; une démonstration de sculpture sur fruits et légumes par le primeur Patrice Pilati, et une anchoïade géante.

Autre cinquantenaire, le Marché Euralimentaire de Lille, à Lomme. Les festivités se sont déroulées les 30 septembre et 1^{er} octobre avec deux événements phares.

D'abord, la première édition du Festival des fruits et légumes des Hauts de France « *Le Goût en couleur* » est organisée par Interfel Hauts de France. La première journée était dédiée aux professionnels avec, notamment, une table ronde réunissant neuf professionnels

représentants l'ensemble des maillons de la filière fruits et légumes. Il s'agissait de mettre en avant le dynamisme de ce secteur. Deuxième événement pour cet anniversaire : la finale nationale du concours du Meilleur apprentis de France (MAF) Primeur. Sept candidats étaient en compétition. Durant plus de quatre heures, ils ont été notés sur toutes les facettes du métier, des connaissances en fruits et légumes, en passant par la relation client, la créativité, jusqu'aux tendances du moment que sont la fraîche découpe ou l'antigasillage. Ces compétences essentielles aujourd'hui chez les primeurs ont été évaluées par un jury composé de professionnels de la filière et de l'enseignement. Au final, et c'est une première, l'ensemble des candidats présents ont eu plus de 18 de moyenne et ont ainsi obtenu le titre prestigieux de MAF Primeur, délivré par la Société nationale des Meilleurs ouvriers de France sous l'égide du ministère du Travail et de la formation professionnelle. Pour Brigitte Delanghe, MOF Primeur et organisatrice du concours MAF Primeur, cette nouvelle promotion est « *exceptionnelle* ». Ces lauréats « *sont nos ambassadeurs pour faire venir les jeunes dans notre beau métier. Nous comptons sur eux pour faire briller les fruits et légumes et les faire consommer au maximum !* ». « *On a, à travers ce concours, une très belle relève !* » a-t-elle conclu.

Olivier Masbou



Montpellier: Marie Massart, présidente du Marché Gare de Montpellier, avec Michaël Delafosse, maire de Montpellier.



Lille: les sept lauréats du concours MAF Primeur, 2^e rang, de g. à dr. : Abdoul Aziz Sidibe, 19 ans (Blagnac, 31), Émeline Plouzeau, 18 ans (Tours, 37); Mamadou Balde, 19 ans (Paris, 75); 1^{er} rang: Marjorie Rohee, 20 ans (Caen, 14); Evan Mahe, 21 ans (Paris, 75); Mylène Tostain, 19 ans (Caen, 14); Timéo Carpentier, 16 ans (Amiens, 80)

SOLIDARITÉ

Les Marchés de gros partenaires des Journées du don agricole

Le 30 septembre s'achevait le mois des Journées nationales du don agricole organisé par l'association Solaal qui facilite le don des agriculteurs aux organisations humanitaires. Ces Journées étaient placées sous le Haut patronage du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. Soixante-dix actions solidaires ont eu lieu partout en France. Au total, ce sont 205 tonnes de produits donnés, soit l'équivalent de 410 000 repas à destination des associations d'aide alimentaire (bilan établi début octobre). Les Marchés de Gros sont des partenaires traditionnels de Solaal, et la Fédération des Marchés de Gros de France est membre fondateur de l'association. Plusieurs actions ont eu lieu sur les Marchés. Ainsi, à Angers, une matinée solidaire était organisée le 28 septembre au sein du Pavillon des fruits et légumes du MIN à destination des grossistes et des agriculteurs qui donnent tout au long de l'année. Cet événement a permis de lancer le nouveau projet porté par le Jardin de Cocagne angevin « Mon P'tit marché » qui est



De gauche à droite : Jérémie Guemas membre de Solaal Pays de la Loire, Angélique Delahaye, présidente de Solaal national, Franck Bourasseau, directeur du MIN d'Angers- Vivy et André Cottenceau, président du Jardin de Cocagne angevin.

une évolution de l'opération des paniers solidaires. Ce projet défend quatre objectifs : la lutte contre le gaspillage alimentaire, le lien social, l'équilibre alimentaire et la proximité. Comme l'a rappelé Julien Lemarchand, directeur du Jardin de Cocagne angevin : « *Les personnes ont besoin de lien social, de convivialité,*

de proximité. » D'autres collectes ont été distribuées sur les Marchés de gros de Cavaillon, Châteaurenard Provence, Lomme et Strasbourg. Partout, ces actions ont permis de sensibiliser les producteurs et grossistes à la lutte contre le gaspillage alimentaire.

O. M.

Les Marchés en bref

Les Marchés de Gros à la 2^e Journée parlementaire pour la Résilience alimentaire des Territoires

Le 12 octobre, Maguelone Pontier, directrice générale du Grand Marché (Toulouse), a participé à la 2^e Journée parlementaire pour la Résilience alimentaire des territoires, organisée par le Conseil national pour la résilience alimentaire (CNRA) à l'Assemblée nationale. Aux côtés d'acteurs très engagés sur leurs territoires, Maguelone Pontier a montré le rôle central des MIN dans l'ensemble de la chaîne agroalimentaire : « *un MIN est un outil écosystémique. Sur un même site, vous avez à la fois les grossistes, les transporteurs, les écoles.* ». Elle a aussi expliqué le fonctionnement du Grand Marché, qui regroupe l'ensemble des métiers et services supports de la chaîne agroalimentaire, selon cette approche systémique. « *La résilience alimentaire est largement possible et nécessairement*

transverse, solidaire et coconstruite par différents acteurs. À Toulouse, on a essayé de permettre ce changement d'échelle, en faisant de la transformation locale, en recrutant local, en fonctionnant de manière circulaire », a-t-elle indiqué.

Toulouse : le Grand Marché lauréat du Trophée « Emploi/RSE »

Mardi 18 octobre 2022, à Colomiers, le Grand Marché a reçu le Trophée « Emploi/RSE » lors de la cérémonie des Trophées Défis d'Entreprises, organisée par le Club d'Entreprises de l'Ouest Toulousain. Ce prix évalue l'impact positif de l'entreprise en termes d'emploi, de recrutement, de dynamisme salarial, de fidélisation des salariés et de mise en place de la RSE dans sa structure. Avec ce trophée, c'est tout l'écosystème du Grand Marché et de l'action volontariste de Maguelone Pontier, sa directrice générale, en faveur de la RSE et de l'insertion, qui sont récompensés. « *C'est assez rare pour un MIN d'avoir ce*

genre de prix. Le volet RSE du Grand Marché est très important. C'est un vecteur d'attractivité énorme et une faveur pour sa marque employeur. On a beaucoup de locataires du marché qui, maintenant, viennent aussi pour cette politique RSE et cette politique d'insertion », a-t-elle souligné.

Opération Happy Halloween à Lyon

La marque « Le Primeur de mes Envies » a organisé une opération spéciale Halloween du 14 au 17 octobre sur 16 marchés partenaires de la région lyonnaise. Des animations étaient proposées sur le thème des courges à travers divers ateliers ludiques. Elles permettaient de découvrir les différentes courges : des traditionnels potimarrons, butternuts, muscades et, les plus originales : les Jack Be Little, giraumons, spaghetti... La marque « Le Primeur de mes Envies » est issue d'un partenariat entre grossistes du Marché de gros Lyon-Corbas et les primeurs.



« Le Marché de Rungis a un rôle fédérateur à jouer en faveur du bien-manger, en compagnie de tous les acteurs économiques, politiques et associatifs », a affirmé Stéphane Layani en conclusion des Entretiens de Rungis.

Rungis, fer de lance d'une alimentation engagée



Le bien-manger n'est pas qu'une question de goût. C'est un engagement global en faveur de la santé, de l'environnement mais aussi du développement local, ont témoigné les intervenants des Entretiens de Rungis. Un événement qui a obtenu le label « Année de la Gastronomie » pour la saison hiver. Le Marché compte prendre toute sa part à cette ambition.



Dossier réalisé par Olivier Masbou et Bruno Carlhian

« Rungis vous accueille autour de sa vocation, le bien-manger », a lancé Stéphane Layani en ouverture des Entretiens de Rungis le 6 octobre dernier. Sur la scène de Rungis Événements, le président du Marché de Rungis a rappelé les deux piliers sur lesquels repose selon lui le bien-manger : la santé et la production d'une alimentation respectueuse de la planète. « À Rungis, on trouve ce qui constitue le bien-manger : la qualité, le goût et tous les prix. C'est la grande tradition des halles : nous accueillons tout le monde, car notre finalité est d'être au service des consommateurs. C'est une mission de service public », a-t-il poursuivi. « Bien manger, ce n'est donc pas qu'une histoire de produits. C'est aussi une question de durabilité », a-t-il détaillé avant de rappeler l'engagement du Marché de Rungis de diminuer son impact carbone de 30 % d'ici à 2030. « Nous y arriverons », a-t-il promis. Représentant personnel du président de la République pour la Gastronomie et l'Alimentation*, Guillaume Gomez a insisté sur le fait qu'il ne fallait pas « séparer gastronomie et alimentation saine ». En outre, « la mauvaise nutrition coûte 40 Md€ à la sécurité sociale. Ce sera

100 Md€ en 2030 si nous ne changeons rien ». Il a rappelé deux chantiers qu'il juge prioritaires : le chèque alimentaire et l'éducation à l'alimentation à l'école. Le chef a mis en garde contre les débats stériles. « Le but n'est pas d'opposer un modèle à un autre. Mais nous devons entamer la réflexion pour aller vers une alimentation plus engagée. » Après une table ronde sur « Le bien-manger dans la solidarité » (lire page 18), le deuxième débat s'est intéressé à l'implication des différents acteurs de la chaîne alimentaire sur le thème « Bien manger, une affaire pour tous ». « Les MIN créent les conditions d'une offre alimentaire accessible à tout le monde », a rappelé Jérôme Desmettre, grossiste à Rungis, qui intervenait en vidéo. « Nous proposons une largeur de gamme, nous allons chercher la différenciation. Le MIN est aussi la solution la moins carbonée. Nous allons chercher massivement les produits pour les distribuer dans les centres-ville. Le MIN est une excellente réponse au bien-manger. Il est au service du producteur et du consommateur », a-t-il ajouté. « Le marché de gros est un outil primordial de la chaîne alimentaire », a abondé John Triantafyllis, vice-président de ●●●

Olivia Grégoire : « Nous sommes devant une situation absolument exceptionnelle »

L'édition 2022 des Entretiens de Rungis a été ouverte par Olivia Grégoire, la nouvelle ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme. « Ce ministère, vous l'avez voulu », a rappelé Stéphane Layani. En effet, il n'y avait pas de ministre en charge du Commerce sous la précédente mandature. Le président du Marché a salué les premiers actes de la ministre, et notamment le relèvement du plafond quotidien du Ticket-Restaurant à 25 €. « Rungis est le carrefour vers lequel convergent tous nos territoires pour aller dans l'assiette du consommateur. C'est un poumon au service de notre pays qui travaille au maintien du commerce alimentaire de détail spécialisé », a déclaré Olivia Grégoire en saluant le travail de l'ensemble des opérateurs du Marché. La ministre est rapidement arrivée au cœur du sujet qui préoccupait tout le monde ce jour-là (et encore aujourd'hui), celui de la hausse des prix des matières premières et de l'énergie. Cette hausse, « on ne peut pas ou peu la répercuter au consommateur », a-t-elle reconnu. Puis elle a détaillé les mesures prises en faveur de la sobriété et en soutien aux entreprises. Olivia Grégoire a ainsi annoncé « le plafonnement du prix du

mégawhattheure à 180 € pour les producteurs. L'État récupérera l'excédent pour le redistribuer ». Elle a rappelé que les toutes petites entreprises (TPE), de moins de 10 salariés, et de moins de 2 M€ de chiffre d'affaires, peuvent bénéficier du Tarif réglementé de vente (TRV) qui leur permet d'accéder au bouclier tarifaire. Et il y a également un volet d'aides pour les entreprises de taille plus grande. « Il y a une réalité qui est que cette situation est quand même absolument inédite, et j'ai à cœur de le rappeler ce matin. Ce n'est pas anormal qu'il y ait de l'angoisse, qu'il y ait de la préoccupation. On est en réalité face à une situation absolument exceptionnelle, que nous n'avons pas connue depuis 50 ans. Je pense qu'on ne le dit pas assez. Depuis le dernier choc pétrolier, nous n'avons pas connu la volatilité que nous connaissons sur les cours en ce moment. » La ministre a évoqué le dossier, compliqué, du découplage du prix du gaz et de l'électricité. Cela se négocie au niveau européen, mais une fois ce découplage obtenu, il produira un effet prix immédiat et fera baisser le coût de l'énergie. Mais nous entrons dans une ère nouvelle : « Il va falloir que l'on se prépare à ce que les prix soient durablement supérieurs à ce que l'on a connu. » O. M.



Olivia Grégoire a rappelé les premières mesures gouvernementales pour permettre aux entreprises d'affronter la hausse du prix de l'énergie.

●●● L'Union mondiale des marchés de gros. « *C'est une institution démocratique où l'agriculteur peut proposer ses produits à l'ensemble du Marché à un prix équitable.* » De son côté, Christiane Lambert, présidente de la FNSEA, a apporté sa contribution au débat. « *La France est le pays où l'alimentation est la moins chère, a-t-elle expliqué. Le taux d'inflation alimentaire (6 %) est le plus bas d'Europe.* » Mais, a-t-elle ajouté, « *à force de tirer les prix vers le bas, nous perdons des agriculteurs* ». La guerre des prix a faussé la perception de l'alimentation, selon elle. « *On a fait croire que l'on pouvait manger mieux et moins cher. Résultat : le budget de l'alimentation a été relégué en quatrième position dans le budget des ménages. Cela doit nous interroger.* »

Les solutions existent pour mieux rémunérer les agriculteurs tout en améliorant leur impact sur l'environnement et la santé globale. C'est tout le sens de l'action entreprise par Bleu Blanc Cœur (BBC). Bleu-Blanc-Cœur « *œuvre pour améliorer la biodiversité dans nos paysages et ramener de la qualité nutritionnelle et environnementale jusque dans nos assiettes ! L'impact de nos activités est mesurable avec un surcoût minimum*

pour l'agriculteur », a expliqué Pierre Weill, le fondateur de l'association. Pour autant, « *bien manger n'est pas si simple que cela* » a toutefois admis Jean-Paul Torris, directeur général du groupe Savencia. De plus, il constate que l'obésité monte chez les enfants, le « *signe d'un régime alimentaire déséquilibré* ». Pour tenter d'inverser la tendance, le groupe alimentaire s'est engagé dans l'éducation à l'alimentation en soutenant le « *Manifeste pour une éducation à l'alimentation partout, pour tous* ». « *Jamais l'alimentation n'a été aussi peu chère, et pourtant jamais il n'y a eu autant de précarité alimentaire* », remarque Christiane Lambert, qui a réitéré la demande de la FNSEA d'instaurer un chèque alimentaire. Il faut agir vite, attirer des jeunes vers l'agriculture. « *S'il n'y a pas de prix, les jeunes ne viendront pas. En 2023, la France risque d'être importatrice nette de produits agricoles et alimentaires. Je ne veux pas que l'agriculture soit le nucléaire de demain* », a conclu Christiane Lambert.

La mise en place d'un site dédié à l'alimentation durable au nord de Paris, dont les contours ont été précisés par Jacques Attali, le président

« Le repas, c'est l'estime de soi »

La première table ronde des entretiens était consacrée au « *Bien manger dans la solidarité* ». Nourrir tout le monde est un défi. « *Manger, c'est partager*, a rappelé Stéphane Layani. *Les plus démunis n'ont pas accès à tout. Nous devons trouver des solutions.* » « *Le repas, c'est l'estime de soi* » ajoute Patrice Douret, président des Restos du Cœur. Les Restos servent 142 millions de repas par an à 1,2 million de personnes dont la situation s'aggrave avec la crise. « *Aujourd'hui, nous devons répondre à l'urgence. Depuis quelques mois, il est beaucoup plus difficile pour les personnes démunies d'avoir recours à l'alimentation.* » Et pourtant, l'aide alimentaire doit être « *de qualité* » poursuit le patron des Restos dont les équipes de bénévoles s'efforcent à respecter les recommandations du Programme national nutrition santé (PNNS) dans la conception des repas. Une opinion partagée par Jean-Marc Borello, président du Groupe SOS, qui organise les activités des Épiceries solidaires, dont Le Potager de Marianne à Rungis. Il insiste sur « *la nécessité d'agir autour du bien manger* ». Cela passe par exemple par l'organisation de concours de cuisine dans les Ehpad. De plus, « *tous les jours, les Épiceries solidaires récupèrent, à Rungis ou ailleurs, des fruits et légumes invendus. Cela permet à beaucoup d'accéder à une alimentation de qualité* ». En outre, « *avoir faim, ce n'est pas un concept lointain. Cette question doit être prise en compte de façon concrète. Cela*



Les participants au débat sur « *Bien manger dans la solidarité* » ont insisté sur la nécessité d'apporter une alimentation de qualité aux plus démunis.

concerne l'ensemble d'entre nous. Nous devons réfléchir à ce que tout le monde ait à manger de façon convenable », affirme Henriette Steinberg, secrétaire générale du Secours populaire. Une des premières actions possibles, c'est la lutte contre le gaspillage alimentaire. C'est ce que propose Dounia Mebtoul, restauratrice à Paris, et fondatrice des Frigos solidaires. « *Ces frigos sont installés devant un commerce afin que chacun puisse y déposer*

des produits. » La solution passera par l'addition de toutes ces volontés. « *Nous ne pouvons pas envisager que chacun ait la solution, insiste Jean-Marc Borello. Nous devons nous unir.* » Par ailleurs, « *nous avons besoin de créer ensemble les moyens de faire que l'ensemble de la population ait à manger, conclut Henriette Steinberg. Le fait que ces Entretiens aient lieu ici à Rungis est porteur de sens* ».

O. M.

du Comité d'experts d'Agoralim, vise notamment à consolider la souveraineté alimentaire de la France, en commençant par celle de sa première région de consommation, l'Île-de-France. « *Les crises récentes, du Covid à la guerre en Ukraine, nous rappellent la nécessité d'œuvrer à relocaliser la production et Agoralim peut y contribuer* », a expliqué Valérie Lacroute, vice-présidente chargée de l'Agriculture et de l'Alimentation au Conseil régional d'Île-de-France lors d'une table ronde consacrée à « *un projet innovant pour bien manger* ». « *Agoralim va impulser une dynamique agricole : stopper l'artificialisation des sols, accompagner les agriculteurs existants, installer des jeunes, œuvrer à la formation agricole, etc.* ».

L'élue a assuré que le projet s'inscrivait parfaitement dans les priorités et les prérogatives de la collectivité territoriale. « *On oublie trop souvent qu'avec 49 % de surfaces agricoles, l'Île-de-France est une région de production et que le Conseil régional dispose de sa propre politique. Notre implication va se renforcer avec l'entrée en vigueur de la nouvelle PAC, qui accorde aux régions plus de compétences et d'autonomie dans le soutien et l'accompagnement des agriculteurs.* » Parmi les actions menées, la Région soutient la marque régionale « *Produit en Île-de-France* » qui référence aujourd'hui 3 500 produits régionaux.

La perspective d'un nouveau site dédié aux activités agricoles, logistiques, de services et de formation suscite localement beaucoup d'enthousiasme. « *C'est un projet que nous attendons, que les jeunes du*

« Les crises récentes, du Covid à la guerre en Ukraine, nous rappellent la nécessité d'œuvrer à relocaliser la production et Agoralim peut y contribuer. »

Valérie Lacroute, vice-présidente chargée de l'Agriculture et de l'Alimentation au Conseil régional d'Île-de-France

Val-d'Oise attendent », a martelé Pierre Kuchly, président de la CCI du Val-d'Oise en insistant sur les perspectives d'emplois et de formations liées à l'installation du site. « *Notre ambition, c'est d'aboutir à un territoire zéro précarité alimentaire* », a souligné Robert Spizzichino, directeur de projets de l'association Coopération pour une ambition rurale et métropolitaine d'avenir (Carma) dont le projet pour Agoralim a bénéficié d'une mention spéciale attribuée par le comité d'experts. Robert Spizzichino a rappelé que le « *Pays de France* », situé à l'est du Val-d'Oise et qui accueillera

Agroalim, était historiquement une terre nourricière de Paris. « *Au XIX^e siècle et jusqu'au début du XX^e siècle, le "pain de Gonesse" était livré chaque jour aux Parisiens par charrettes et la zone fournissait à la capitale une bonne partie des produits de maraîchage qui y étaient consommés* ». « *L'asperge d'Argenteuil, le chou de Pontoise, la fraise de Cléry, la poire de Groslay : le département regorge de spécialités que nous rêvons de pouvoir relancer* », s'est réjoui de son côté Pierre Kuchly. « *Un projet territorial de coopération économique a été mis en place actuellement pour développer les actions entre les acteurs locaux de l'agriculture biologique, 32 acteurs régionaux y participent* », a déclaré Robert Spizzichino. Le projet offre ainsi des perspectives à l'ensemble des acteurs locaux. Lauréate de l'appel à projet, l'association Restau Co entend proposer un lieu où l'on peut se former au socle commun des métiers de bouche, puis choisir l'une ou l'autre spécialité, dont la restauration ●●●

L'Atelier Z Lanquetot

La sélection des meilleurs fromages AOP
dans un espace moderne et convivial



UNE GAMME DE
FROMAGES EN
EVOLUTION PERMANENTE

DEGUSTATIONS
& ANIMATIONS

Sélectionne les meilleurs fromages AOP depuis 1920

MIN-Bât D4 - 47 avenue d'Auvergne - 94150 Rungis
Tél: 01.46.87.30.92 - Fax: 01.46.87.30.92

Z Lanquetot
Produits Laitiers

●●● collective. « *Nous sommes pleinement dans notre rôle de transmission, d'éducation alimentaire et de lien entre les produits, les métiers et les convives* », a indiqué Sylvie Dauriat, présidente de Restau Co. Celle-ci a rappelé que la restauration collective constituait un débouché important pour les filières alimentaires et d'autant plus stratégique qu'avec la loi Egalim, « *nous nous situons dans une dynamique de montée en gamme et de circuit court* ».

Enfin, Francis Palombi, président de la Confédération des commerçants de France, encourage la création des sociétés coopératives d'intérêt collectif pour l'essor du centre-ville de Gonesse dans le cadre du pôle territorial de coopération économique (PTCE) du Pays-de-France

porté par l'association Carma. « *Nous travaillons avec Carma, le pôle et la ville de Gonesse pour que la cité accueille de nouveaux commerçants.* »

Au centre du jeu de l'alimentation durable, le Marché de Rungis ? En tout cas, en concluant les débats, le président du Marché Stéphane Layani a dit espérer que son rôle essentiel dans le bien-manger soit reconnu. « *L'idée a été lancée de faire reconnaître ce rôle et ce savoir-faire au patrimoine mondial de l'Unesco. Ce ne serait que justice !* »

* Les Entretiens de Rungis ont obtenu le label « Année de la Gastronomie » pour la saison d'hiver.

Les jeunes entreprises à la pointe de la durabilité

Quatre dirigeants de jeunes entreprises ont témoigné du rôle que pouvait jouer l'innovation en faveur de l'alimentation durable. Laura Giacherio, fondatrice de la Charrette, une start-up œuvrant au développement de réseaux logistiques locaux a commencé en soulignant que la logistique locale « *répondait à des besoins spécifiques en termes de volume, de conditionnement, de besoins de flexibilité de relationnel, de modèles, etc.* ». « *Depuis cinq ans, nous identifions les acteurs de la production locale et ceux de la logistique qui peuvent répondre à leurs besoins, et si besoin nous les formons. C'est palpitant de vivre ce décloisonnement des circuits courts et longs.* » De son côté, Pierre Lévy, codirigeant de Califrais et responsable de Rungismarket.com a évoqué les bénéfices logistiques et environnementaux occasionnés par la plateforme numérique B to B du Marché de Rungis. « *La possibilité qui est offerte de faire ses achats en une seule commande et de les livrer dans un seul camion, permet de mutualiser les efforts, de réduire les coûts, mais aussi de raccourcir des tournées. Les outils que nous déployons chez les grossistes leur permettent également de diminuer leurs stocks et d'éviter le gaspillage alimentaire.* » Interrogé sur ses projets d'avenir, le jeune entrepreneur a dit réfléchir à passer d'une échelle locale au niveau de Rungis à une échelle multilocale, sur plusieurs MIN, « *de manière que les flux soient plus locaux* ». Alwyn Séverien, le cofondateur d'Algama, qui entend développer l'usage des microalgues dans les cuisines a détaillé les bénéfices de ces organismes non seulement pour la santé, mais aussi pour l'environnement. « *Ce sont de*



Les enjeux de souveraineté alimentaire, de nutrition et d'environnement figurent au centre des projets des entreprises de la « foodtech », présentés aux Entretiens de Rungis.

mini-usines qui peuvent fabriquer des protéines, des acides gras polyinsaturés, des vitamines, des minéraux. Notre travail, pour l'instant essentiellement via la R & D est de les sourcer et de les extraire pour faire profiter de leurs propriétés. » Les microalgues constituent aussi une ressource très largement disponible « *au moment où l'on se rend compte que les capacités à produire sont limitées* », a-t-il insisté. Enfin, l'intervention d'Antoine Hubert, le PDG d'Ynsect, société qui élève des insectes et les transforme en différents produits était particulièrement attendue. « *L'alimentation que nous proposons n'est pas du futur, elle appartient au présent* », a-t-il assuré. Après 11 ans de développement, l'entreprise française a pris son essor. « *Trois fermes sont aujourd'hui opérationnelles dans le Jura, aux Pays-Bas et aux États-Unis* », a-t-il indiqué. « *Notre vaisseau amiral va*

démarrer à Amiens dans les prochains jours, un atelier unique au monde, où l'on élève, nourrit, et transforme les insectes dans un atelier agroalimentaire. Le site va produire 60 000 tonnes. » La production contribue à une agriculture durable, a-t-il affirmé. Elle est commercialisée sous forme d'engrais bio permettant ainsi de s'affranchir des engrais importés. Les protéines d'insectes servent également à nourrir des animaux, à commencer par les poissons d'aquaculture et seront utilisées bientôt pour les animaux de compagnie. « *Cela représente un gros enjeu climatique, un tiers de l'impact climatique de la viande étant lié au pet food* », a-t-il dit. « *Nous contribuons à plus de biodiversité mais aussi à plus de souveraineté alimentaire* », a-t-il conclu, avant d'annoncer une arrivée prochaine en alimentation humaine « *mais sur des niches particulières, avec un marketing adapté* ».



Arnoult SA

37, rue des Déchargeurs
CP 30132
94515 Rungis cedex

Tél. : 01 41 80 54 70

12 000 tonnes
de produits écoulés par an

40 % des produits sont
d'origine française

L'histoire

La société Arnoult SA est une entreprise familiale, installée sur le Marché de Rungis depuis 1965. Elle se présente comme « une adresse incontournable en matière de triperie et de viande ». Créée à la fin du XIX^e siècle, elle a su s'adapter aux évolutions du marché, « sans jamais trahir l'essentiel : la qualité ».

Arnoult SA se fournit en France et dans différents pays de l'Union européenne : Pays-Bas, Allemagne, Pologne, Autriche ou encore l'Irlande. « Nous travaillons aussi avec des pays comme l'Australie, la Nouvelle-Zélande pour l'agneau. La souris d'agneau est très prolifique dans ces pays-là. Nous nous fournissons également en Amérique du Sud pour certains produits, mais beaucoup moins aujourd'hui. Le marché européen est autosuffisant », indique son directeur, Jean-Jacques Arnoult. Environ 85 % des produits du grossiste transitent par son entrepôt de Rungis (1200 m²).

Aujourd'hui, ce qui se développe sont les produits élaborés et précuits comme la tête de veau. Le museau de porc fonctionne bien et le museau de bœuf aussi, en charcuterie. On assiste également à un retour des produits traditionnels, comme le foie de veau et la langue de bœuf

JEAN-JACQUES ARNOULT

Avec Arnoult SA, les produits tripiers se portent bien

Maison historique du Pavillon de la triperie, l'entreprise Arnoult reste un acteur majeur de la filière. Jean-Jacques Arnoult, dirigeant de la société familiale, accompagne les évolutions de ce marché depuis plus de 45 ans.



Jean-Jacques Arnoult.

C'est une institution du marché de la triperie. La société Arnoult, créée il y a plus d'un siècle, poursuit sereinement son activité à Rungis. Depuis le milieu des années 1980, l'entreprise familiale est dirigée par Jean-Jacques Arnoult. Pourtant, à l'origine, ce destin n'était pas une évidence pour ce dernier : « Je suis arrivé en 1976 un peu par hasard. J'ai fait un renforcement durant l'été et finalement je suis resté. » Après des études d'ingénieur à l'ESIEE (Paris) et un troisième cycle à San Diego (États-Unis), il commence à travailler pour une compagnie d'assurances. Mais l'ambiance de travail et la taille de la structure ne lui conviennent pas. À l'inverse de ce qu'il connaît au Marché de Rungis. « La communication est très bonne ici. Que l'on soit un simple employé ou un chef d'entreprise, nous sommes au même niveau », estime Jean-Jacques Arnoult. Le patron de l'enseigne tripière se sent chez lui à Rungis, que ce soit sur « le carreau » (marché physique) ou attablé Au veau qui tête, restaurant hébergé au Pavillon de la triperie.

« J'ai commencé comme commercial dans l'import-export, en reprenant des grands comptes comme Pomona et Davigel, puis j'ai pris la gestion de l'entreprise vers 1985 et nous avons développé les produits congelés. Nous faisons des centaines de tonnes de têtes de veau par an. Nous achetions aussi du ris de veau en France, en Hollande (Pays-Bas), en Belgique et en Italie, puis nous le revendions », expose le grossiste.

Durant de longues années, les tripes n'entraient pas dans l'alimentation des Américains, « cela partait en pet food (nourriture pour animaux) », ajoute Jean-Jacques Arnoult, qui a fait connaître sur la côte ouest américaine – en association avec l'ambassade de France – certains produits de la gastronomie française, comme le ris de veau : « J'ai participé à la promotion de ce produit. »

Ancien président de la Confédération nationale de la triperie française (CNTF), le patron d'Arnoult SA est aujourd'hui l'un des vice-présidents de l'organisation (représentant des grossistes), et reste très impliqué dans le secteur, alors que commence la 22^e édition du mois des Produits tripiers. Ces produits ont d'ailleurs évolué sur le Marché ces dernières années. « Avant, nous achetions des têtes de bœuf complètes. Mais aujourd'hui nous achetons de la noix de joue de bœuf. Celle de porc s'est bien développée également, surtout en bistronomie, remarque Jean-Jacques Arnoult. Le secteur de la triperie est toujours présent mais il s'est restructuré. S'il y a moins d'intervenants, les volumes restent les mêmes et nous nous développons maintenant en grande distribution. » Environ 80 % des produits tripiers sont désormais destinés à la GMS. En France, la langue de bœuf, l'onglet (de bœuf ou de veau), et le foie de veau représentent les meilleures ventes de cette production.

Jérémy Denoyer



Gaec du Triskel

La Genaudière
Saint-Denis de Villeneuve
61330 Juvigny Val d'Andaine

Tél. : 06 19 91 48 30

Mail : contact@fleurs-de-ferme.fr

350 000 €
de produits transformés

600 000 litres
en volume de lait transformé

L'histoire

Le Gaec du Triskel a été créé en 2009 par Guillaume Bouleau (43 ans) sur une exploitation de 90 ha et un cheptel de 60 vaches (race prim'holstein), avec son père Christophe (67 ans, ancien maire de Saint-Brissous et de Gien, 45), à La Genaudière (61330 - Saint-Denis de Villeneuve). En 2015, avec l'arrêt d'activité de son père, Guillaume Bouleau engage Aurélien Foisneau (34 ans) comme salarié agricole qui devient son associé. Désireux d'entreprendre une démarche qualité en phase avec leurs valeurs, ils adhèrent à l'Association Bleu-Blanc-Cœur. En 2015, Flavien Lecointe (28 ans) les rejoint comme employé avant de devenir le troisième associé. En 2018, ils installent un atelier de transformation aux normes BBC pour la fabrication de produits laitiers estampillés Bleu-Blanc-Cœur, vendus sous la marque Fleurs de Ferme. Outre les associés, l'entreprise compte trois autres salariés à plein temps.

Le Marché de Rungis est une vitrine pour la valorisation de nos produits chez les détaillants crémiers de qualité. Il va nous permettre d'élargir notre potentiel de clients.

Guillaume Bouleau

GAEC DU TRISKEL

Produits laitiers fermiers de qualité aux couleurs Bleu-Blanc-Cœur

Producteur normand de lait, le Gaec du Triskel est devenu adhérent de l'association Bleu-Blanc-Cœur afin de parfaire l'alimentation de son troupeau et d'offrir ainsi des produits laitiers de la meilleure qualité...



De g. à d., Guillaume Bouleau, Aurélien Foisneau, Flavien Lecointe, les trois associés du Gaec du Triskel.

Installé à La Genaudière, sur la commune de Saint-Denis de Villeneuve, pas loin de Bagnoles-de-L'Orne (61), le Gaec du Triskel est une exploitation de production laitière normande de 210 ha regroupant 130 vaches laitières (race prim'holstein). Il est dirigé par Guillaume Bouleau (à l'origine de sa création, responsable de la commercialisation et communication), Aurélien Foisneau (chargé de la transformation du lait et la fabrication des produits) et Flavien Lecointe (en charge des cultures et du cheptel). Tous trois ont décidé d'élever leur troupeau laitier en respectant la santé animale et élaborer des produits sains pour le consommateur. Le cheptel est uniquement alimenté en fourrage riche en oméga 3 (luzerne, trèfle, lupin, herbe, tourteaux de lin). Cela s'est traduit par moins de maladies, une plus grande fertilité, une reproduction plus aisée et une qualité de lait supérieure permettant de réaliser une large gamme de produits laitiers riches en oméga 3, sans conservateurs, sains et savoureux, en pots de verre au « design normand ». Celle-ci comprend du lait entier et demi-écrémé, des yaourts nature et sur lit de confiture de fruits (15 parfums) préparée par un artisan confiturier

de Saint-Hilaire-du-Harcouët (50), à la vanille, au confit de foin (produit à la Ferme de la Claire à Saint-Fraimbault, 61), aux huiles essentielles sucrées à la fleur de coco, des fromages blancs nature et aux fruits, de la crème fraîche au lait cru ou pasteurisé, maturée (médaille d'argent au Sirha de Lyon 2021), la fleur de lait (peau de lait) produit unique créé par le Gaec du Triskel, un skyr (spécialité laitière islandaise), des beurres (doux, demi-sel, aux cristaux de sel). Cette production est vendue à quelque 150 clients, en local (crémeries, grandes surfaces, hôtels-restaurants), au palais de l'Élysée, dans des palaces parisiens (Crillon, George V, Lutetia, Park Hyatt, Mandarin...), à des chefs étoilés (Pierre Gagnaire, Frédéric Simonin, Thierry Marx), à Rungis (Buisson, Carré des Marchés...), chez des distributeurs (Ferme d'Alexandre, Good Eating, Domafrais, Euro-Fromage...) et bientôt en région PACA... Née en 2000, l'Association Bleu-Blanc-Cœur fédère 7 000 éleveurs et 950 acteurs de la chaîne alimentaire. Lors de l'Assemblée générale du 8 septembre dernier à Rungis (300 participants), Guillaume Bouleau a été élu délégué des producteurs fermiers laitiers.

F. D.



Motek

229, rue Saint-Denis, 75002 Paris

Tél. : 01 42 71 84 24
Ouvert tous les jours

3 niveaux : salle principale en longueur, étage cosy et cave voûtée dans la plus pure tradition parisienne

59 places assises et une terrasse de 12 places en saison

L'histoire

Motek a ouvert ses portes en juin 2020. « Nous avons envisagé une ouverture en février, note Stéphane Benhaim, le fondateur du lieu. Mais avec la crise sanitaire, nous avons dû attendre la fin du premier confinement. Nous avons fait de la vente à emporter, ça a été très compliqué de débiter dans ces circonstances. » Une fois les choses revenues à la normale, Motek a pu ouvrir ses portes.

« Motek est un nom affectif qui veut dire mon chéri, ma chérie, explique le restaurateur. En Israël, tout le monde peut dire à un homme ou à une femme, bonjour Motek. »

STÉPHANE ET SANDRINE BENHAIM

Motek fait la part belle aux légumes



Sandrine et Stéphane Benhaim, devant la devanture street art de leur restaurant.

Une cuisine faite maison et des produits frais livrés chaque jour, et voilà Motek, le restaurant de cuisine israélienne de Stéphane et Sandrine Benhaim.

Installé dans le quartier en pleine mutation de la rue Saint-Denis à Paris, le restaurant Motek a pour ambition de faire découvrir la cuisine israélienne, pleine de saveurs et de soleil et ce, depuis son ouverture en 2020. « La rue Saint-Denis, autrefois le fief des grossistes et fabricants de textile, change énormément », explique Stéphane Benhaim, fondateur de Motek. « Beaucoup de start-up s'installent en ce moment dans les anciens ateliers de confection, si bien que le quartier a été rebaptisé Silicon Sentier ! » La jeune clientèle des alentours n'a pas tardé à être séduite par cette cuisine israélienne réalisée chaque jour à partir de produits frais. « C'est une cuisine basée sur les légumes, lesquels doivent être irréprochables en termes de qualité et de goût », précise le restaurateur. Aubergines, tomates, betteraves crues ou cuites au four, chakchouka avec oignons et poivrons accompagnent viandes et poissons, sans oublier des suggestions quotidiennes.

Chez Motek, on peut ainsi se régaler avec les croquettes de merguez de poulet, croquantes et croustillantes, accompagnées d'une sauce aux tomates, avec l'Israélien salade rafraîchissante et colorée, les fèves fraîches chaudes et

oignons confits, ou encore le carpaccio de betteraves avec radis, coriandre, oignons et feta servi tiède. Pour les plats, on peut citer le Kaved Hoff, foies de volaille mijotés aux oignons confits et caramélisés, ou bien la fameuse chakchouka avec feta, merguez et œuf.

Pour ses approvisionnements, Stéphane se fournit à Rungis, chez Maison Colom pour ses fruits et légumes, et chez J'Océane pour ses poissons. La viande, quant à elle, provient de la boucherie Norbert, installée non loin du restaurant, dans le quartier du Marais. Stéphane ne cherche pas spécialement à créer un lieu communautaire, la viande, comme les merguez par exemple, sont kasher mais sans agrément et les fêtes ne sont pas forcément respectées dans les horaires d'ouverture. Son but est plutôt d'initier et de faire découvrir au plus grand nombre une gastronomie souvent méconnue en France.

En salle, Stéphane et son épouse Sandrine se consacrent au service, pendant que deux cuisiniers et un plongeur occupent la cuisine. Motek est un lieu accueillant, qui mélange avec harmonie les murs en pierre centenaires et les fresques street art. On y mange presque au coude à coude dans une ambiance de partage et de convivialité. Grâce à leur sens de l'hospitalité et à leur cuisine dans la tendance « végétale » du moment, les époux Benhaim font carton plein sur les réseaux sociaux avec une note de 4,9/5 sur Google, 300 avis et un classement de 290^e restaurant parisien sur TripAdvisor.

C. M.

YAM'TCHA
121, rue Saint-Honoré,
75001 Paris
Tél. : 01 40 26 08 07



© Jérémy Denoyer

Adeline Grattard

La cheffe dijonnaise est reconnue à travers le monde pour sa cuisine, influencée par la Chine, où elle a acquis la maîtrise d'une certaine technique, et par le terroir français de son enfance.

Yam'Tcha, petit empire culinaire

Adeline Grattard, 44 ans, a ouvert son restaurant, en 2009, dans le 1^{er} arrondissement de Paris. Très vite couronné de succès – avec une étoile au *Guide Michelin* dès 2010 – Yam'Tcha (rue Sauval) est devenu la Boutique Yam'Tcha et propose des baos délicats et du thé. Le restaurant a, lui, déménagé rue Saint-Honoré. Lai'Tcha, dernière adresse (rue du Jour), est un bistro géré par son mari, Chi Wah Chan.

C'est un parcours fait de gastronomie et de cuisine réconfortante qui trace le chemin de la cheffe, Adeline Grattard, à la tête du restaurant Yam'Tcha. Dans cette petite adresse zen à l'instar d'un salon de thé, elle travaille avec son mari Chi Wah Chan, natif de Hong Kong et maître... en thé. C'est d'ailleurs dans la ville d'origine de son conjoint que la Bourguignonne a exercé la cuisine chinoise et l'apprentissage des *dim sum* (« bouchées vapeur »), après avoir travaillé aux côtés de Pascal Barbot à L'Astrance (Paris 16^e), de 2003 à 2006. « Presque trois ans, ça marque quand même en cuisine, c'est long. Avec Pascal Barbot, je retiens son travail des produits. Il allait à Rungis, il y en avait beaucoup de chez lui », se remémore celle qui accorde, précisément, une importance cruciale aux

aliments. « À Hong Kong, je me suis beaucoup baladée sur les marchés. Ce sont les produits qui guident le menu, soutient la cheffe. Je n'ai pas une recette en tête. D'abord, il y a les produits et ensuite naissent les recettes. » Il y a une dizaine d'années, c'est à la suite d'un passage dans les allées du marché de Rungis qu'Adeline Grattard a eu la révélation d'une de ses créations : la soupe à l'oseille au sorbet d'orgeat. « Lorsque j'allais à Rungis, je revenais avec plein d'idées. Avec l'odeur de l'oseille qu'il y avait dans la voiture, j'ai eu envie d'amande. Cette soupe est un dessert que je fais toujours ». C'est au Carreau des producteurs, chez Chevet – spécialisé en herbes aromatiques et fleurs comestibles – que cette inspiration s'est révélée. « J'ai retrouvé cette sensation plusieurs fois avec des champignons et des salades, des belles laitues que



Plat réalisé à base d'oursin.

j'associe avec des huîtres », confie la cheffe, dont la cuisine est plus végétale que carnée.

Diplômée de l'École Ferrandi, la Dijonnaise a poursuivi son apprentissage au sein de différentes brigades, comme celles de Flora Mikula ou encore Yannick Alléno, avant de rejoindre Pascal Barbot, le dernier chef qu'elle côtoie avant son départ à Hong Kong en 2006.

À son retour en France, deux ans plus tard, elle envisage d'ouvrir son propre établissement, ce qui advient en 2009. Avec Yam'Tcha, Adeline Grattard a connu une ascension fulgurante. Récompensée par une étoile au *Guide Michelin* en 2010 (conservée depuis), elle reçoit la même année le titre de Meilleure cuisinière du Fooding. En 2016, Netflix produit une mini-série consacrée au parcours de quatre chefs français, Chef's Table France, dont elle partage l'affiche avec Alain Passard, Alexandre Couillon et Michel Troisgros. Excusez du peu ! Ces treize années à bord de Yam'Tcha ont passé « extrêmement vite », reconnaît l'intéressée, aujourd'hui mère de quatre enfants. C'est avec plus de sérénité qu'elle aborde son travail, entourée d'une équipe (et souvent de son mari). « C'est vraiment l'expérience qui permet cela. L'esprit Yam'Tcha n'a pas changé depuis le début, c'est pour ça que nous avons acquis une maturité, estime la cheffe. Maintenant, j'ai une équipe qui passe les commandes. Je délègue clairement, mais j'ai toujours un œil sur les produits, c'est la base. S'il y a des figues, on me dit "Cheffe, vous en voulez ?" Nous avons beaucoup changé la façon de travailler aujourd'hui. Tout se fait par mail ou par texto : je n'aime pas ça, j'ai besoin

de parler. Choisir un poisson par SMS, je ne peux pas, je dois communiquer avec les personnes. » Les équipes de Yam'Tcha se rendent à Rungis une fois par semaine, notamment chez les premiers Tutti Frutti et Thomas Fabre. « Nous travaillons des superbes fraises Anaïs en saison, des framboises du Limousin... On trouve beaucoup de fraîcheur et de diversité à Rungis mais il faut faire attention car il y a toutes les gammes. Nous nous dirigeons vers les fruits haut de gamme. J'aime utiliser des fruits exotiques, c'est ma cuisine, même si ce n'est pas terrible pour l'empreinte carbone », admet-elle, précisant s'approvisionner en grande partie chez Terroirs d'Avenir, impliqué dans la défense d'une agriculture paysanne. « Je prends beaucoup de choses chez eux. Leur démarche et leur esprit me conviennent, et j'accède à tout avec eux : poissons, viande, crèmerie. Au début, dès 2009, je faisais partie des nouveaux restaurateurs et, eux, des nouveaux fournisseurs. Nous avons très vite travaillé ensemble », ajoute Adeline Grattard. À partir des produits qui seront choisis par elle ou son équipe, « c'est une cuisine instinctive, de coups de cœur, féminine, une cuisine de maman », à laquelle s'attelle cette passionnée, toujours animée par l'envie de procurer une émotion. « J'aime donner du plaisir, des belles choses à manger. Je souhaite que ma cuisine soit un cadeau pour les personnes qui viennent ici, même si la restauration est de nature commerciale et que notre menu est cher... mais pas pour ce que c'est, juge la cheffe étoilée. J'adore cuisiner pour les autres. Cela rejoint l'esprit Yam'Tcha. J'aimerais que le temps s'arrête quand les gens s'attablent chez nous. »

Jérémy Denoyer



Noix de Saint-Jacques à la vapeur, fansi et sauce aux épices.



© Jérémy Denoyer

Cuisine harmonieuse, thés et passion

Le terme « fusion » ne lui convient pas particulièrement. Adeline Grattard préfère parler plutôt « d'intégration » pour qualifier la cuisine de son restaurant Yam'Tcha, bercée entre la France et la Chine. « C'est la quête de notre travail de tous les jours : que tout reste vivant et évolutif. On essaie tous, dans cette aventure, d'aller dans l'harmonie. [...] On n'a pas besoin de savoir cuisiner "chinois" pour travailler chez Yam'Tcha. C'est juste l'envie de découvrir, l'envie de découvrir par soi-même », expliquait la cheffe, en 2019, dans le cadre du Festival Omnivore. Pourtant, entre son expérience en restauration à Hong Kong, l'implication de son mari Chi Wah Chan – à l'origine du projet Yam'Tcha et maître des thés pour le bistro Lai'Tcha – la Chine fait pleinement partie de la cheffe bourguignonne. « Plus ça va, plus je tombe complètement amoureuse de la cuisine chinoise, j'adore ça ! J'ai d'énormes plaisirs gustatifs en Chine. Donc, ça oriente un peu mes goûts, ma façon de manger à la maison et ma façon de cuisiner », confiait-elle, il y a trois ans. Ouvert en 2009, Yam'Tcha (« manger des dim sum et boire du thé », en chinois) obtient sa première étoile au *Michelin* dès l'année suivante. Treize ans plus tard, l'établissement qui a déménagé de la rue Sauval (Paris, 1^{er}) à la rue Saint-Honoré (Paris, 1^{er}) a conservé son macaron dans le guide rouge, qui définit la cuisine d'Adeline Grattard « d'une grande finesse ». Yam'Tcha propose un menu Dégustation unique à 170 €, avec des accords mets et thés (50 €), mets et vins (90 €) ou mets, thés et vins (70 €).

Ses fournisseurs

À RUNGIS

Chevet

Distri Tutti Frutti

Thomas Fabre

Madagascar

Une île au
potentiel
insoupçonné

À vol d'oiseau, 8 749 km séparent Paris d'Antananarivo, la capitale de Madagascar. Pourtant, la France paraît plus proche de cette île apparemment lointaine.

Reportage de Jean-Michel Déhais

D'abord, les deux pays ont un passé commun. Madagascar a été sous administration française durant 62 ans. Son premier gouverneur, en 1896, ne fut autre que le général Joseph Gallieni. Cette colonisation qui s'est souvent exercée dans la douleur, parfois au prix de massacres, s'est terminée en 1958 avec une autonomie du territoire, rapidement suivie d'une indépendance.

Cette histoire partagée a laissé des traces, mais aussi instauré des liens. La France abrite ainsi une diaspora de 300 000 à 400 000 personnes originaires de ce pays. De l'autre côté, on peut noter la présence d'une importante communauté d'expatriés français à Madagascar qui jouent un rôle important dans le développement économique local. Il faut préciser que le français reste la deuxième langue de l'île et que des centres d'appels liés à des sociétés françaises s'y sont développés à travers des entreprises, comme Madagascar Call center. L'influence de l'Hexagone reste notable dans cette région à la jonction de l'Océan indien et du canal du Mozambique. Deux départements français, La Réunion et Mayotte sont de proches voisins.

RICHESSES NATURELLES

La France et celle que l'on surnomme « l'île Rouge », en raison de la latérite qui colore ses vastes plateaux, affichent des superficies assez proches. Madagascar, cinquième île mondiale en taille, présente une surface légèrement plus grande que la France. Le pays s'étire en longueur sur plus de 1 500 km pour une largeur qui peut atteindre 500 km où 26 millions d'habitants y sont recensés. L'île bénéficie de richesses naturelles considérables, notamment de vastes ensembles forestiers, même si ces derniers ont subi de vastes opérations de déboisement durant ces 50 dernières années. Globalement, l'agriculture vivrière domine sur l'île. Elle mobilise 82 % de la population active et génère 43 % du PIB. Madagascar bénéficie de riches terres arables, de ressources en eau considérables, mais le développement d'une agriculture capable d'exporter s'est toujours



Le Baltic Klipper chargeait 7 000 tonnes de litchis, l'année passée, dans le port de Tamatave.

© Omer Decugis

heurté au manque d'infrastructures locales, notamment en matière de transport. C'est sans doute la raison pour laquelle ce pays figure parmi les plus pauvres du monde, malgré un potentiel appréciable.

Ainsi, la production locale de litchis illustre bien ce handicap. Vers la mi-novembre, comme tous les ans, des bateaux chargés de litchis quittent Madagascar. Le pays est en effet le troisième producteur mondial de ce fruit. Avec 100 000 tonnes par an, il se place loin derrière la Chine et l'Inde. Mais situé dans l'hémisphère Sud, il est le seul à pouvoir approvisionner les tables de l'Union européenne au moment de Noël. On va ainsi retrouver le litchi en décembre chez plusieurs grossistes de Rungis, dont le groupe Omer Decugis, très impliqué dans cette opération au moment des fêtes. La campagne est très courte et dure à peine 15 jours. Les 30 000 petits producteurs sont concentrés sur une bande de 250 km de terre à l'est de l'île, autour du port de Tamatave. C'est de ce point que sont expédiés près de 20 % de la production chaque année. Le solde est consommé sur place. Cependant, la moitié de la ressource pourrit sur l'arbre, faute de pouvoir être conservée. Depuis quelques années, une ONG, Agronomes et

Les bassins d'élevage d'esturgeons d'Acipenser Madagascar dans le lac Mantasoa.

●●● vétérinaires sans frontières, soutient l'Union Fanohana, un groupement de quatre coopératives locales travaillant en bio, à transformer le litchi frais en pulpe et à l'exporter congelé en France.

UN PAYS BIEN REPRÉSENTÉ À RUNGIS

Il n'y a pas que le litchi malgache qui est exposé sur le MIN. La présence la plus palpable de l'île Rouge sur le grand marché parisien est visible dans la Marée et avenue des Savoies où est installé le siège du groupe R & O Seafood Gastronomy. Dirigée par les frères Gauthier et Mathias Ismaïl, cette entreprise fait partie des fleurons Rungissois. Avec un CA de 270 M€, elle s'affirme comme le leader français des produits de la mer à destination de la restauration et du commerce de bouche, notamment la poissonnerie traditionnelle.

L'aventure qui a abouti à la constitution de R & O est née à Madagascar où, au début des années 1970, la famille de Gauthier et Mathias Ismaïl avait des intérêts dans la pêche à la crevette sauvage de Madagascar, déjà connue sous

la marque OSO. « *La filière malgache de pêche à la crevette était et reste une pêcherie de taille moyenne, bien gérée, avec environ 6000 tonnes de captures par an, détaillé Mathias Ismaïl. Les bateaux travaillent principalement le long du littoral ouest de Madagascar, sur des fonds sablonneux, exempts de coraux. L'effort de pêche y est très contrôlé, avec un suivi des captures, des zones autorisées, et un système d'exclusion des tortues et dauphins, rendant l'origine Madagascar reconnue pour son approche de pêcherie raisonnée.* » Pourtant, au cours des années 2000, OSO décide de se retirer progressivement de la pêche industrielle, trop dépendante des cours du pétrole et des aléas de la capture, pour se concentrer sur l'aquaculture biologique, plus durable. L'activité de pêche est progressivement cédée au groupe boulonnais Freshpack, qui acquiert les chalutiers d'OSO en 2010, dans le cadre d'un accord de partenariat quant à la distribution par OSO des gambas sauvages de Madagascar.

Parallèlement, Gauthier et Mathias Ismaïl tournent leurs regards vers la région

nord-ouest de l'île – au pied du Parc national de l'Ankarana, où ils découvrent un sanctuaire écologique exceptionnel de 4000 ha. OSO décide d'y installer – en première mondiale – une ferme aquacole destinée à produire de la crevette bio de Madagascar. Le chantier est pharaonique et mobilise 45 M€ d'investissements ; faisant de ce projet le premier investissement dans le secteur agroalimentaire réalisé au XXI^e siècle à Madagascar. Ce projet se heurte par ailleurs à plusieurs défis de taille. Le domaine biologique d'OSO dispose de 82 lagunes d'élevage, dont 42 dédiées au grossissement occupant 10 ha chacune. La ferme a pris place sur d'anciennes salines naturelles à fond d'argile, prenant ainsi le soin de préserver 100 % de la mangrove voisine. Dans le cadre du projet OSO, un plan de gestion a même permis à ce type de végétation aquatique de reprendre du terrain sur la mer protégeant ainsi le site de l'érosion marine et des conséquences du changement climatique. Cette action de préservation de la mangrove qui possède un haut pouvoir de fixation du CO₂

Madagascar produit également son caviar

Il n'existe dans l'hémisphère Sud que deux pays producteurs de caviar, l'Uruguay et... Madagascar. Acipenser Madagascar a installé en 2009 une ferme d'élevage d'esturgeons de 2000 ha à proximité du lac Mantasoa situé à 60 km à l'ouest d'Antananarivo. Trois ingénieurs français, Christophe et Delphine Dabezies ainsi que leur associé, Alexandre Guerrier, sont à l'origine de cette initiative. Arrivés dans l'île il y a une quarantaine d'années, ils ont connu une belle réussite avec l'entreprise de textile Akanjo, avant de se diversifier dans le caviar. « *Nous nous sommes rendu compte que nous réunissions sur ce lieu des conditions d'élevage exceptionnelles, indique Delphine Dabezies, avec une eau de grande qualité dont la température se situait entre 13 et 23 °C ; ce qui évite à l'animal de traverser une période de léthargie.* »

Acipenser Madagascar a débuté avec l'élevage de baeri. Delphine Dabezies préfère attendre six ans, soit au moment de la troisième maturation pour abattre les poissons de cette espèce avec à la clé « *une qualité plus intéressante, une*

grosseur et une fermeté de l'œuf ». Elle produit aussi du caviar persicus et devrait à l'avenir proposer également du sevruga et même du béluga. L'année dernière, 10 tonnes de caviar sont sorties de cet élevage ; ce qui représente près du quart de la production française. 300 personnes travaillent dans l'entreprise. Delphine Dabezies reconnaît que ses effectifs sont surdimensionnés mais assure : « *Notre projet comprend une dimension sociétale. Nous travaillons sur le reboisement, la protection de l'environnement. Nous salarions également des personnes autour du service lié à la santé, la restauration ou le jardinage.* » 95 % de la production est exportée par avion, soit vers les îles voisines (Seychelles, Réunion et Maurice), soit vers l'Europe et la France où Acipenser Madagascar touche la restauration étoilée grâce à sa marque Rova. Une seconde marque, Kasnodar, est destinée à une restauration plus festive, voire au réseau de poissonneries. L'entreprise produit enfin une marque blanche pour un célèbre négociant de caviar du 7^e arrondissement de Paris.



La ferme Acipenser Madagascar.



Les esturgeons.



Kasnodar, une des deux marques d'Acipenser Madagascar.



La crevette bio de Madagascar bénéficie de conditions d'élevage exceptionnelles, avec une faible densité d'individus dans les bassins.



Arrivant surgelées en France, les crevettes bios de Madagascar sont cuites avant d'être livrées.

permettra à OSO et à toutes les activités de distribution de Reynaud d'afficher à terme un bilan carbone largement excédentaire. Dès la phase d'étude (2000-2002), les promoteurs souhaitent que leur projet OSO s'inscrive dans le respect rigoureux de l'environnement. Ils vont plus loin en choisissant d'élever une crevette bio officiellement certifiée AB par la France.

LES PREMIÈRES CREVETTES BIO AU MONDE

À l'époque, la réglementation AB n'existe pas pour les crevettes. OSO va patiemment construire le modèle d'élevage qui deviendra le socle du cahier des charges encadrant la production bio de ce crustacé. Après la promulgation par la France de la réglementation AB-Crevettes en 2007, cette initiative pionnière va devenir le référent à l'échelon européen à compter de 2010, lors de l'harmonisation des standards du bio au sein des 28 pays membres (UK inclus). Les exigences de cet élevage bio sont vastes. La déforestation y est proscrite. Les fonds des bassins sont en argile naturelle. C'est l'espèce endémique de Madagascar (*P. Monodon*) qui est privilégiée. Dans l'alimentation, elle-même certifiée bio AB et fabriquée en France, antibiotiques, produits de synthèse, OGM et hormones de croissance sont strictement interdits. Mais surtout, une très faible densité de crustacés est tolérée dans les bassins. Chez OSO, on ne relève pas plus de 170 g de biomasse pour 1,6 m³ d'eau, soit environ 6 à 8 gambas par m².

La préoccupation des entrepreneurs est aussi sociale. Le village d'Ampampamena, aux abords de la ferme OSO, est très isolé. Les frères Ismaïl ont choisi cette zone car elle représentait des garanties en matière d'homogénéité météorologique et de conditions favorables à l'élevage bio ; mais elle reste difficile d'accès par voie terrestre et OSO doit même disposer de son propre navire pour convoier les conteneurs de crevettes jusqu'au port d'expédition

situé à Nosy Be. Aussi, avant d'installer la ferme OSO, les frères Ismaïl ont-ils dû songer au développement local afin d'offrir de meilleures conditions de vie aux populations locales voisines où réside une partie des familles des 900 collaborateurs qui travaillent sur la ferme biologique. « *Il n'y avait pas d'infrastructure d'éducation ou de santé pour la population. L'espérance de vie ne dépassait pas 55 ans* », rappelle Mathias Ismaïl. OSO a donc construit des centres de santé, un pipeline d'eau potable de 14 km vers le village, mis en place dès 2005 par la Fondation École de Félix qui finance une école primaire accueillant 750 élèves, mais aussi des Instituts d'excellence culinaire, parrainés par Guillaume Gomez, ancien chef de l'Élysée et ambassadeur de France de la gastronomie.

UNE MAÎTRISE SUR TOUTE LA CHAÎNE

La ferme OSO est complètement autonome. Elle dispose d'un centre de domestication des géniteurs, d'une éclosérie. Ses services zootechniques ont établi – grâce au big data – un cube du confort de la Gambas OSO qui consiste à collecter dans les bassins près de 800 données par jour, à partir desquelles il est possible de piloter l'élevage dans des conditions optimales de bien-être animal. Il faut environ six mois pour amener une crevette bio de Madagascar à sa taille commerciale. Ces crustacés sont alors pêchés par gravité au bord des lagunes, puis mis en surgélation dans les 30 minutes suivant leur capture. Une fois arrivés en France, 85 % de la production sont expédiés dans un centre de cuisson situé sur le MIN de Nantes, qui est capable d'assurer pour les restaurateurs et les poissonniers la « crevette cuite du jour ». À savoir, moins de 12 heures après sa cuisson en France, la crevette « prête à déguster » arrive chez les distributeurs. En procédant ainsi, OSO peut garantir un standard de qualité homogène et très élevé. Sur le marché, la crevette bio de Madagascar

OSO occupe un créneau haut de gamme, avec des caractéristiques uniques en fermeté, en brillance et sa couleur rouge orangé si particulière de l'origine Madagascar. « *OSO est une aventure incroyable*, raconte Mathias Ismaïl. *C'était d'abord la vision de mettre en œuvre un élevage bio et gastronomique, alors qu'aucune réglementation n'existait. C'était ensuite la passion de créer une start-up qui se fixait l'objectif de produire la plus belle crevette du monde, durable et responsable. Enfin, nous sommes parvenus à créer – grâce à toutes nos équipes et clients – une intégration verticale qui nous permet de contrôler l'intégralité de la chaîne de l'éclosion des œufs de crevettes à l'acheminement des boîtes de crevettes OSO cuites chez les détaillants et restaurateurs en France.* »

Dès le départ, en effet, OSO noue à Rungis des liens étroits avec la Maison Reynaud pour commercialiser la crevette de Madagascar. Ce partenariat fructueux entre les familles Reynaud, Ferrel, et Ismaïl, va déboucher en 2009 sur la fusion des deux entreprises à travers la création du groupe R&O. Aujourd'hui, la crevette – de toutes origines – représente environ 17 % du volume du groupe, juste après le saumon, mais le crustacé bio de l'île Rouge, avec ses 1 600 tonnes par an, a impulsé une dynamique bio sur d'autres espèces. Inspiré par l'exemple de sa filiale à Madagascar, le groupe a noué des partenariats avec des fermes aquacoles en Europe pour s'assurer des productions de saumon de bar ou de dorade bio, toutes à marque OSO, reconnues pour leurs qualités gastronomiques exceptionnelles. Grâce à l'aquaculture biologique, R&O est en mesure d'assurer au marché des produits de la mer des garanties d'offre, mais aussi de qualité et de régularité.

LA VANILLE, L'OR VERT MALGACHE

Avec trois millions de tonnes produites chaque année, le riz domine l'agriculture malgache. Il est cultivé sur toute l'île, excepté au sud. ●●●



© Floribis

La récolte des gousses vertes chez Floribis.



Grâce à une prise de participation dans la plantation Millot, à Madagascar, Valrhona produit ce chocolat biologique Millot 74 %.

●●● Mais, ces volumes ne permettent toutefois pas au pays d'être autosuffisant au regard de l'importance de la consommation nationale (103 kg par habitant et par an). Ainsi, l'île importe environ 350 000 tonnes de riz par an vendues surtout par le Pakistan et l'Inde. En revanche, la grande richesse agricole de Madagascar est la vanille. La ville d'Antalaha, dans le nord-est de l'île, passe pour être la capitale mondiale du produit. Le pays assurerait les deux tiers de la production mondiale de cette gousse parfumée. Cela représente une récolte de 9 000 à 12 000 tonnes de vanille verte, soit 1 500 à 2 000 tonnes de vanille préparée qui peut prétendre à la dénomination Bourbon, mise en place en 1964 pour distinguer la production qualitative des pays de cette zone de l'océan Indien où les gousses proviennent de l'orchidée *Vanilla Planifolia*. Une fois préparées, les gousses exportées mesurent au minimum 14 cm et sont classées selon leur aspect en quatre catégories notées de 1 à 4 et deux sous-catégories (A et B). Français, arrivé il y a 40 ans à Madagascar, Jean-Christophe Peyre a créé en 2000 Floribis, une entreprise spécialisée dans la vanille. Il a ainsi créé une plantation de 30 ha, mais surtout, il a agrégé des associations paysannes pour constituer un réseau de 2 500 agriculteurs partenaires qui travaillent selon un cahier des charges qui lui garantit un approvisionnement en gousses d'un haut niveau de qualité. Cela lui permet de produire 150 tonnes de vanille préparée par an qu'il exporte vers des clients comme Mane ; un groupe de la région de Grasse qui fabrique des extraits d'arômes alimentaires pour l'alimentation et la parfumerie. « En 1995, la culture de vanille s'est libéralisée à Madagascar, explique Jean-Christophe Peyre. Cela a créé une certaine anarchie sur le marché. les prix ont

commencé à jouer au yoyo et la qualité en a pâti. » L'entrepreneur a ainsi souhaité fixer un cap vertueux aux fournisseurs et il plébiscite même les prix minimaux de la vanille fixés par le gouvernement malgache (17 \$/kg pour la vanille verte et 250 \$/kg pour la vanille préparée). Ces seuils permettent selon lui d'éviter la spéculation ou des manœuvres douteuses qui portent finalement atteinte au revenu des paysans et à leurs motivations. Un autre produit est prisé par les gourmets du monde entier, le cacao de l'île Rouge. Cultivé à partir du début du XX^e siècle, il est essentiellement présent dans la vallée du Sambirano, au nord-ouest. Cultivé sans engrais, il est choisi pour l'intensité et la rondeur des chocolats qu'il permet d'élaborer. La production de fèves, qui atteint en moyenne 6 000 tonnes à l'échelle mondiale, reste cependant confidentielle, mais précieuse pour les spécialistes qui recherchent une matière première haut de gamme. Ainsi, en France, Valrhona a-t-il noué en 1990 un partenariat avec la plantation Millot, à Madagascar, dont il est même devenu actionnaire en 2016. Ce lien permet ainsi au chocolatier de Tain-l'Hermitage (Drôme) de proposer le chocolat biologique Millot 74 % et le chocolat végétal Amatika 46 %. Un exemple qui met en évidence le grand potentiel de l'agriculture malgache. Grâce à ces atouts naturels, elle est capable de proposer des produits de gastronomie à forte valeur ajoutée. On trouve ainsi dans l'île quelques vins grâce à la présence de 1 000 ha de vigne ainsi qu'une fabrication de foie gras naissante à travers trois entreprises et quelques artisans. La première ferme, Le Coin du foie gras, est née en 2004 à Behenjy. Elle confectionne désormais annuellement trois tonnes de foie gras par an et dispose d'un restaurant à sa marque.

Un rhum malgache au parfum d'Écosse

Avec une récolte moyenne de trois millions de tonnes de canne à sucre, le rhum est largement présent dans l'île. Il s'agit le plus souvent du toaka, un alcool clandestin très fort et parfois frelaté. Des producteurs réputés se sont toutefois imposés dans l'île et au-delà. Le rhum Dzama représente la valeur sûre de Madagascar en la matière. La maison a été fondée en 1981 par Lucien Fohine dans une ancienne usine de canne à sucre de Nosy Be. Dzama a ensuite déménagé à Antananarivo où Franck Fohine qui a succédé au fondateur, décédé en 1996, fait vieillir ses rhums dans des fûts de single malt écossais. Dzama exporte ses alcools depuis 2010 dans 12 pays d'Europe, ainsi qu'aux États-Unis et au Canada. Son produit de référence est le XV (15 ans d'âge), mais le produit phare demeure le Vanilla Dzama, un 10 ans d'âge reconnaissable à la gousse de vanille glissée dans la bouteille.



Le rhum vanilla Dzama et sa gousse de vanille dans la bouteille.



La lentille

Plante de la famille des légumineuses, la lentille est riche en protéines et naturellement sans gluten. Elle répond ainsi à de nombreuses attentes de l'alimentation humaine : enrichissement des menus en protéines végétales, végétarisme, flexitarisme, alimentation sans gluten.

La consommation de lentilles remonte aux premiers âges de l'humanité. Elles ont été domestiquées, il y a plus de 10 000 ans, par les chasseurs-cueilleurs du Mésolithique qui les avaient intégrées à leur régime alimentaire. Elles se sont ensuite rapidement répandues dans tout le pourtour du bassin méditerranéen, et jusque vers l'Asie mineure. Dès le X^e siècle avant notre ère (il y a 3 000 ans donc), on estime que la lentille fait l'objet d'importants échanges commerciaux. La lentille est aujourd'hui produite dans de nombreux pays : en Amérique (Canada, États-Unis, Argentine) ; en Asie (Chine, Turquie) ; dans le Pacifique (Nouvelle-Zélande) et en Europe (Espagne et France, essentiellement).

En France, la production de lentilles est en plein développement. On ne comptait que 4 000 hectares en 1997, une superficie qui est passée à 15 000 hectares en 2013, pour dépasser désormais les 30 000 hectares (32 399 hectares) en 2021. 5 000 agriculteurs produisent des lentilles. « *La France continue cependant d'importer actuellement près de la moitié de ses besoins, essentiellement en lentilles blondes et en lentilles destinées à la fabrication de conserves* », constate Terres

Univia*. La consommation de lentilles en France est estimée à un peu moins de 1 kg par habitant et par an. Bien loin de la moyenne mondiale : 7 kg par habitant et par an.

Dans l'Hexagone, la lentille est majoritairement produite dans trois bassins : l'Auvergne, le Centre et la Champagne. Il s'agit essentiellement de lentilles vertes (la variété Anicia). Ces productions bénéficient de deux signes de qualité : les lentilles vertes du Puy (AOC) et les lentilles du Berry (Label Rouge). La lentille blonde de Saint-Flour, dans le Cantal, a entamé une démarche de reconnaissance en AOP. Nous ne serions pas complets sans citer le très confidentiel, et très recherché, lentillon rosé de la Champagne. La lentille verte est également largement cultivée dans l'Yonne et l'Aube, ainsi que dans l'Ouest et le sud-ouest.

La légumineuse qui a la cote chez le consommateur français est la lentille corail. Il s'agit en réalité d'une lentille rouge qui a été décortiquée. Ainsi, elle a la réputation d'être plus digeste. Elle cuit aussi plus rapidement. Peu produite en France, elle est en grande majorité importée de Turquie. Pour développer à la fois la production, déficitaire, et la consommation, qui, comme nous

l'avons vu, est bien loin des standards mondiaux, la filière a décidé de créer, en 2016, une interprofession : l'Association nationale interprofessionnelle des légumes secs (Anils). « *Alors que la consommation de lentilles en France progresse, les opportunités de développer la filière française des lentilles sont grandes ! Maintenir le dynamisme et le développement du secteur en répondant aux attentes des consommateurs est donc un enjeu clé* », explique l'Anils.

Olivier Masbou

* Terres Univia est l'interprofession des huiles et protéines végétales.

En chiffres

Surfaces récoltées

2020 : 35 802 hectares

2021 : 32 399 hectares

Production récoltée

2020 : 29 419 tonnes

2021 : 22 797 tonnes



La carotte des sables Label Rouge, une production normande

Ce produit unique constitue le premier légume à avoir été labellisé Label Rouge, en 1967. On ne le trouve uniquement sur les parcelles sableuses de la côte ouest de la Manche.

La carotte des sables Label Rouge se retrouve sur les étals de septembre à mai. On la cultive au cœur d'un terroir unique bordé par la mer, « selon des méthodes traditionnelles et respectueuses de l'environnement, conservée au champ et récoltée manuellement afin de garantir une fraîcheur et une qualité optimales », rappelle l'Association des producteurs et expéditeurs de légumes, qui réunit les opérateurs habilités à produire des carottes Label Rouge. Plusieurs critères doivent impérativement être au rendez-vous afin de s'assurer que l'on a bien affaire à une carotte des sables Label Rouge. Enrobée d'une fine pellicule de sable, elle se caractérise par sa forme allongée régulière, avec une extrémité bien arrondie et une intense couleur orange foncé. En bouche, elle présente un goût fin et légèrement sucré ainsi qu'une texture particulièrement croquante. Le nouveau cahier des charges homologué en juin dernier allie, par ailleurs, des conditions de culture pour obtenir la qualité gustative attendue, ainsi que la préservation de l'environnement. Les producteurs doivent recourir

à des pratiques durables qui visent à réduire l'empreinte environnementale de la production. Seuls 20 à 30 producteurs sont habilités, chaque année, à produire des carottes des sables Label Rouge. L'aire de production s'étend entre 100 et 150 hectares selon les années et, en moyenne, 1 500 tonnes sont produites tous les ans.

L'Association des producteurs et expéditeurs de légumes nourrit l'ambitieux objectif d'atteindre les 4 000 tonnes dans deux ans. Le cahier des charges autorise l'utilisation de cinq variétés conditionnées en barquette de 1 kg, cartons de 2,5 kg et 5 kg ou en colis de 12 kg pour la vente en vrac. Jusqu'au moment de la récolte, les carottes sont conservées dans le sol, directement au champ, sous un lit de paille qui doit être obligatoirement installé avant le 15 décembre. Cette technique naturelle et ancienne vise à maintenir l'hygrométrie du sol, lutter contre le froid (pour des températures jusqu'à -10 °C) et ralentir la repousse en fin de cycle en protégeant de la chaleur et du dessèchement. **M. R.**



Le vin qui lui va bien...

Un Château Olivier (Pessac-Léognan) rouge 2010 constitue un accord intéressant aux côtés de la carotte des sables. Le nez, fin et généreux, propose une belle concentration de fruits noirs à l'instar du cassis et de la mûre. L'attaque en bouche est franche, généreuse et sensuelle, avec beaucoup de gourmandise.

Le pomelo corse, un agrume d'exception



La Corse bénéficie de conditions climatiques qui favorisent la culture du pomelo et limitent l'apparition de certaines maladies. Sur place, de plus en plus de producteurs se lancent dans le pomelo bio.

Détenteur d'une Indication géographique protégée (IGP) depuis 2014, le pomelo corse représente la seconde production fruitière de l'Île de Beauté après les clémentines, avec près de 4 000 tonnes par an. À l'échelle nationale, en agglomérant les productions guadeloupéennes et guyanaises, la production s'établit à plus de 8 000 tonnes de pomelos. Issu d'une hybridation naturelle entre un pamplemoussier et un oranger, le pomelo est l'unique agrume à ne pas être originaire d'Asie, mais des Antilles.

Jaune, rouge ou rose : les variétés diffèrent et, contrairement aux idées reçues, les pomelos roses ne sont pas plus sucrés que les blancs. Cet agrume se déguste cru, bien sûr, en entrée ou en dessert, mais il se prête aussi au jeu du sucré salé pour relever les plats de poissons, fruits de mer, et autres ceviches. Il peut également remplacer le vinaigre dans les salades pour apporter un goût acidulé. Implanté avec succès en Corse,

il y est cultivé depuis une cinquantaine d'années, notamment dans le secteur de la plaine orientale entre Casamozza et Solenzara. Les volumes de production de pomelos estampillés bio, sur l'Île de Beauté, dépassent petit à petit ceux du conventionnel. Favorisée par la plupart des producteurs, la variété Star Ruby fournit de beaux fruits à peau jaune orangée, fine et mouchetée de rose. La pulpe est d'un rouge profond, sans aucun pépin. Très juteux, dépourvu d'amertume, le pomelo doit être parfaitement sucré tout en laissant s'exprimer quelques notes acidulées. Le cahier des charges de l'IGP inclut ainsi des analyses de sucrosité, d'acidité et de jus permettant de s'assurer de la maturité optimale des fruits. Ceux-ci sont conservés sur l'arbre toute l'année afin d'éviter le stockage en chambre froide. Cette méthode permet ainsi de cueillir en fonction des besoins et d'exporter un produit extra-frais sur le « continent ».

M. R.



Le vin qui lui va bien...

Nous vous proposons d'accompagner le pomelo d'un vin rosé des coteaux varois, en Provence. Il s'agit de la cuvée Bastide 1784 du Château Marguï. Le nez livre des parfums d'agrumes et de fruits d'été quand la bouche se révèle suave et soutenue par la fraîcheur. Fraîse et pamplemousse se mêlent à des touches d'épices.



Aligre

Un marché historique et cosmopolite

Bordant la rue du Faubourg Saint-Antoine – ancien quartier parisien constitué d’artisans et d’ébénistes – le marché d’Aligre s’installe six jours par semaine et conserve son charme désuet. On y trouve des produits de qualité, dans la rue d’Aligre, comme sous le marché couvert de la halle Beauvau.

Quel bonheur de se faufiler dans les allées du marché d’Aligre (12^e arrondissement). Puis d’y découvrir et sentir les différents produits des commerces de bouche : fruits et légumes (du marché extérieur), large choix de viandes, volailles de qualité, charcuterie suspendue, poissons frais, fromages en tout genre, épices du monde entier, confiseries ou café artisanal... Ce marché, populaire et chic à la fois, est l’un des plus anciens de la capitale, après celui des Enfants Rouges (3^e arrondissement), doyen en la matière (il fut créé en 1618). Mais Aligre reste l’un des plus authentiques et certainement le plus cosmopolite. « C’est le seul endroit

sur Paris où l’on peut voir un mélange comme ça, estime Joseph Loughney, torréfacteur de la brûlerie Early Bird. On y rencontre des petites mamies, des anciens présidents qui viennent acheter leur poisson, mais aussi des étudiants. Ce sont les clients qui font vivre le lieu ». La brûlerie de Joseph Loughney, ouverte à l’été 2020 dans le marché Beauvau (halle couverte d’Aligre), incarne le respect de la qualité, préservée sur ce marché. Cette échoppe chaleureuse présente une sélection de cafés de spécialités, d’Amérique latine notamment, et torréfiés sur place chaque jour.

« Nous proposons des cafés de qualité et de saison. Les gens ne le savent pas mais le café

change en fonction des saisons », précise le torréfacteur irlandais, récompensé par le Prix du Goût d’entreprendre 2022, attribué par la ville de Paris à cinq artisans des métiers de bouche. Également élu président des commerçants du marché Beauvau, il entend « défendre le circuit court, les produits locaux » et la spécialité de « chaque métier » représenté à Aligre. « Nous vendons de la qualité mais il y a des prix pour tout le monde. C’est ce qui doit être défendu », soutient Joseph Loughney.

« JE TRAVAILLE AU JOUR LE JOUR AVEC RUNGIS »

Tout près de la brûlerie, sous la charpente du marché couvert, inauguré en 1781 puis reconstruit en 1843, Patrick Buisson tient une poissonnerie depuis maintenant 25 ans. Le commerçant s’approvisionne principalement au marché de Rungis. « Comme je ne veux pas avoir de stock, je travaille au jour le jour avec Rungis. Je m’y rends tous les matins. Et je vends ce que j’ai acheté dans la journée, à Aligre. Mon



Joseph Loughney, à la tête de la brûlerie Early Bird, est président des commerçants du marché Beauvau.



Les primeurs de la rue d'Aligre offrent une belle sélection de fruits et légumes, notamment des produits bio ou de saison.

plus gros jour d'achat était le samedi, mais désormais c'est le vendredi car il y a moins de choix le samedi à Rungis », témoigne le poissonnier. Au fil des années, Patrick Buisson a observé une certaine évolution sociale de la clientèle d'Aligre : « C'était un marché très populaire avant, cela l'est beaucoup moins maintenant, il est devenu "bobo". Avant, les femmes travaillaient moins et venaient presque tous les jours. C'est désormais surtout le week-end que les gens viennent, car ils travaillent toute la semaine. »

UN MARCHÉ GENTRIFIÉ

Dans la rue d'Aligre, où les primeurs s'établissent six jours sur sept (lundi est le seul jour de repos), Alfred Cohen, président des commerçants extérieurs du marché, côtoie ce lieu depuis l'enfance. Âgé de 59 ans, il explique vendre « des fruits et des légumes depuis 50 ans. [...] Aligre, c'est ma vie. Ce matin, nous nous sommes installés avec mes gars à 4 h 30. Nous faisons ça avec amour ». Avant lui, ses parents étaient primeurs ici. Il constate également que le marché s'est gentrifié aujourd'hui :

« Avant, on vendait une palette de banane de 3 kg à 10 francs. Je n'aurais jamais vendu de la girofle à 50 euros le kilo comme maintenant. » Et si les touristes sont plus nombreux sur le marché, les achats sont moins fréquents. « Il y a quelques années, j'avais un poids lourd : le jeudi, je mettais neuf palettes dessus et il n'y avait plus rien le dimanche. Maintenant, j'ai un petit camion où je mets une dizaine de colis de chaque produit et il m'en reste pour la semaine suivante », relate Alfred Cohen. Malgré tout, le primeur reconnaît que la nature des produits s'est améliorée. « On trouve de très bons produits, meilleurs qu'avant. Les mangues, les kiwis... Les commerçants ne pouvaient pas acheter cela pour le marché d'Aligre, il fallait du second choix pour ensuite vendre pas cher. Maintenant, à peu près tous les stands ont de la belle marchandise. »

GAUTIER, PRODUCTEUR ET COMMERÇANT

Adossée au marché Beauvau et face à la place d'Aligre, où ont élu domicile les braderies et les brocantes, la maison Gautier vend ses fruits

et légumes de saison, en provenance de la Sarthe et d'Indre-et-Loire. Dorian Gautier – issu d'une troisième génération d'agriculteurs spécialisés dans la pomme – poursuit cette activité avec ses frères depuis 2017. « Nous avons voulu aider l'entreprise à se diversifier. J'ai racheté une exploitation de 15 hectares où nous faisons des figes, des pommes, des poires, des tomates, des poivrons, des aubergines », explique ce jeune commercial de formation. L'enseigne Gautier est présente aujourd'hui sur huit marchés de la région parisienne, dont Porte de Vincennes (20^e arrondissement), Vanves (Hauts-de-Seine), Passy (16^e arrondissement) et L'Haÿ-les-Roses (Val-de-Marne). Mais le marché d'Aligre semble revêtir une importance particulière pour l'entreprise familiale. Dorian Gautier l'admet volontiers, « c'est là que tout a commencé. En 2017, nous sommes arrivés avec des tréteaux et nous avons vendu des poires, des pommes et différents produits. C'est ici que nous avons pu voir ce que les clients voulaient. Nous avons structuré notre production en fonction du marché d'Aligre. »

Jérémy Denoyer



Président des commerçants extérieurs du marché, Alfred Cohen fréquente Aligre depuis son enfance.



La fromagerie Hardouin est une illustre enseigne familiale du marché d'Aligre. Elle fut créée en 1843.

À chacun son saumon fumé !

Plébiscité par les Français, le saumon fumé sera à nouveau à l'honneur cette année. Aiguillonné par le succès de la truite, le produit se démarque par la mise en avant des origines et de la qualité des process de fabrication.

La haute saison approche pour le saumon fumé. « *Les deux derniers mois de l'année représentent près de 40 % de la consommation* », rappelle Pierre Commère, délégué général du groupe Saumon et truite fumés de la fédération Entreprises du traiteur frais (ETF). Un afflux de demande qui oblige certaines entreprises à stocker et décongeler une partie de leur production à cette époque. Un traitement qui n'a pas d'incidence sur la qualité des produits mais qui doit être explicitement précisée. Le saumon fumé, les Français l'adorent. Ce sont les champions d'Europe de la consommation avec près de 29 200 tonnes en 2020. Leur goût pour ce poisson fumé les a conduits à accueillir avec enthousiasme sa cousine : la truite fumée. Arrivée timidement sur le marché il y a une trentaine d'années, elle s'est imposée sur le marché de la grande consommation depuis 15 ans. Avec plus de 7 300 tonnes en 2020, elle représente aujourd'hui environ 20 % du marché français des salmonidés fumés sur l'ensemble de l'année.

Si l'on connaît l'inclination des Français pour les saumons et truites fumés, on a souvent oublié que la fumaison était aussi une spécialité française, issue de traditions parfois ancestrales. Avant qu'ils ne se raréfient dans nos cours d'eau, des ateliers fumaient en effet les saumons remontant l'Allier, l'Yonne, l'Adour ou les rivières bretonnes. De même, les entreprises du littoral de Fécamp ou Boulogne-sur-Mer qui ont développé le fumage du saumon disposaient d'un savoir-faire historique de fumage des poissons de pêche comme le hareng ou le maquereau.

Forte de cet ancrage, la trentaine d'entreprises de fumaison a hissé la France au deuxième rang de la production de fumé en Europe,



Filet de saumon écossais Label Rouge.

derrière la Pologne. En 2020, près de 22 600 tonnes de saumon fumé et 6 300 tonnes de truite fumée sont sorties des ateliers de fumaison français. Plus des trois-quarts des saumons fumés vendus en France sont ainsi élaborés dans des ateliers français, un pourcentage qui monte même à 86 % pour la truite, selon le syndicat ETF. Depuis 2019, une démarche garantissant que l'intégralité des activités de transformation est établie en France donne droit au logo « Fumé en France ». « *Nous avons décliné cette identification avec la truite* », précise Pierre Commère, d'ETF. « *On devrait le voir apparaître dans les prochains mois.* »

La matière première utilisée par les transformateurs français est aujourd'hui essentiellement importée. En dehors des quantités confidentielles de saumon de rivière, on ne compte qu'une ferme aquacole en France située sur la rade de Cherbourg, produisant quelques centaines de tonnes. Créée en 1991, la ferme de Saumon de France (GMG) commercialise son saumon sous forme frais et fumé. Un projet de ferme porté par Pure Salmon France est à l'étude sur le site de la zone portuaire du Verdon-sur-Mer (33). Les premières productions sont attendues en 2026. Pour le reste, les saumons utilisés en France

Barthouil : la tradition n'empêche pas l'innovation



© Maison Barthouil

Guillemette et Pauline Barthouil.

La réputation de la maison Barthouil n'est plus à faire auprès des gastronomes. Le conserveur landais de Peyrehorade perpétue depuis plus de 80 ans son expertise unique en matière de sélection, de salage et de fumage des saumons. Dans cette entreprise classée Maisons & Savoir-Faire d'Excellence, chaque détail compte et contribue à faire la différence. Tandis que les saumons sélectionnés pour le fumage sont généralement de 4 à 5 kg, la maison dirigée depuis 2015 par Pauline et Guillemette Barthouil, les filles de Jacques, retient seulement ceux de 7 à 8 kg, voire plus. Transportés entiers jusqu'à l'atelier, les saumons sont salés à la main et non par injection de saumure, et au sel sec de Salies de Béarn. 30 % moins salés que la moyenne, les saumons sont ensuite suspendus lors des opérations de séchage et de fumage et non



© D. Nakache

Ventrèche de saumon fumé.

à plat, ce qui permet d'éliminer les surplus de gras et d'eau. Les saumons sont fumés à froid et non à chaud, pour éviter âcreté et perte de texture. Le temps de fumage s'élève à 20 heures contre deux à trois heures en moyenne et l'affinage dure 48 heures contre quelques heures tandis que les opérations de désarêtage et de tranchage sont faites à la main. Une accumulation de petites attentions qui explique le caractère unique de la gamme proposée par cette PME de 35 personnes : saumons d'élevage de Norvège, bio d'Écosse, sauvage de Norvège ou sauvage de la Baltique. Barthouil se distingue encore par des produits d'exception comme le saumon fumé sauvage des Gaves et de l'Adour, l'anguille fumée sauvage, le thon de Saint-Jean-de-Luz fumé. La maîtrise des traditions est le socle sur lequel la société bâtit ses innovations. Cet automne, quelques-uns des plus



© Maison Barthouil

Saumon fumé entier.

beaux spécimens de la seule pisciculture française, située au large de Cherbourg, seront transformés chez Barthouil. Elle vient également de lancer la ventrèche de saumon fumé, la partie ventrale du saumon. Ce morceau tendre, délicat et fondant est fumé au bois d'aulne, en suspension (à la verticale), à froid (20 à 24 °C), dans des fumoirs à feu indirect et proposé en bocal, dans l'huile de colza choisie pour sa neutralité. Partenaire de Barthouil depuis de nombreuses années, la Maison Médelys à Rungis propose en permanence une partie de sa gamme de saumons norvégiens et écossais, entiers tranchés à la main et en plaquettes et mettra en avant en fin d'année davantage de références notamment le saumon sauvage de la Baltique, entier et en plaquette, précise Sarah Delpech, responsable marketing et communication de Maison Médelys.

proviennent de Norvège (53 %), d'Écosse (25 %) et d'Irlande (1 %) pour ce qui concerne le frais. Le reste (18 %) est du saumon sauvage importé congelé, principalement d'Alaska.

LA TRUITE, SPÉCIALITÉ FRANÇAISE

À la différence du saumon, les truites utilisées dans la fumaison sont majoritairement élevées en France (62 %), devant l'origine espagnole ou norvégienne. Elles viennent majoritairement des Pyrénées, d'Aquitaine et de Charente. Mais, d'autres origines sont apparues ces dernières années sur le marché, comme la truite normande, élevée en rade de Cherbourg ou encore la truite bretonne. Pour se démarquer sur un marché toujours en croissance, origines et marques se sont engagées dans diverses démarches de qualité. En

1992, le Saumon écossais Label Rouge a ainsi été le premier poisson et premier produit non français à obtenir la certification Label Rouge, le seul signe de qualité officiel qui certifie la qualité, puis l'IGP en 2004. De son côté, l'origine irlandaise a résolument misé sur la production bio, dont elle domine le marché. D'autres encore ont opté pour des démarches de pêche ou d'aquaculture durable, comme MSC ou ASC.

Parmi les nombreux critères, la qualité du produit final dépend du fumage. Différents bois sont utilisés (bois de hêtre, de chêne, d'aulne, de châtaignier, etc.), mais aussi différentes intensités. Elles vont des plus légères, insistant sur les notes marines aux plus intenses pour les amateurs de goût fumé prononcé. Chaque fabricant dispose ainsi de

ses marques de fabrique. En France, une trentaine d'entreprises se disputent le marché. Sept produisent plus de 1 000 tonnes de saumon fumé par an, 11 entreprises de 100 à 1 000 tonnes et 12 entreprises, les plus artisanales, de 5 à 100 tonnes.

Toutes ces entreprises ont subi de plein fouet, au printemps dernier, la hausse brutale des cours du saumon. En avril-mai, pour différentes raisons comme la reprise du marché après le Covid, « les prix du saumon ont plus que doublé à la Bourse d'Oslo, le marché directeur », rapporte Pierre Commère. « S'ils se sont assagis, autour de 6,50 €, ils restent supérieurs à la normale. » Si ce dernier écarte l'éventualité de rupture, la demande devrait être forte et le marché tendu cette année.

Bruno Carlhian

Le Citroën Ami Cargo permet d'assurer des livraisons sur de courtes distances en dernier kilomètre.

Utilitaires de ville électriques

À deux, trois ou quatre roues, ce sont les stars des villes !

Ils ont le vent en poupe et c'est normal. Les utilitaires de ville électriques, minivans ou vélo cargo, se jouent de toutes les contraintes des centres urbains en étant pratiques, économiques et sûrs.

Qu'ils soient à deux, trois ou quatre roues, ce sont eux les stars des centres urbains. Qu'ils s'appellent utilitaires de ville ou de proximité, minivans ou vélos cargos, ils peuvent aller partout, se faufilent dans les ruelles les plus étroites et se garent dans un mouchoir de poche. Électriques, ils sont silencieux, ne rejettent aucune émission polluante, se jouent des contraintes d'accès et de circulation. Maniables, pratiques et économiques, ils sont faciles à conduire comme tout véhicule électrique, avec un couple immédiatement disponible. Ils sont réalisés par de grandes marques automobiles, comme Renault ou Citroën, construits par des acteurs majeurs d'autres segments comme Ligier, Aixam Mega ou Goupil. Ils sont le fruit d'ingénieurs astucieux qui croient à l'éco-

mobilité, comme Kleuster, Yokler et d'autres. Dans tous les cas, ces petits utilitaires répondent aux normes en vigueur en matière de transport de marchandises, même sous températures dirigées, ou de logistique du dernier kilomètre. Là où les « grands » véhicules ne peuvent se rendre, les petits utilitaires urbains le peuvent. Ils sont idéalement adaptés aux villes et à leurs contraintes. Illustrations au travers de quelques produits phares.

DU GOUPIL À L'AMI

Pour commencer, allons faire un tour dans le Lot-et-Garonne, à Bourran précisément, où est installée la société Goupil. Elle réalise de petits véhicules utilitaires pour un usage en centre-ville ou en site fermé, dont le G4. Successeur



Le Goupil G4 existe en version fourgon frigorifique.

du G3, ce G4 se veut polyvalent. Conçu sur la base d'un châssis acier très robuste sur lequel repose une cabine en aluminium, le G4 est muni de suspensions MacPherson à l'avant et de lames composites à l'arrière, d'un double circuit de freins. Il bénéficie ici de l'expérience de Polaris, propriétaire de Goupil, en matière de liaison au sol pour offrir une conduite sûre. Décliné en de multiples modèles, le Goupil G4 existe en version fourgon frigorifique avec un groupe froid encastré. Il est équipé d'une caisse de 1,7 m³ avec une plage de température de



Renault a ouvert la voie avec Twizy.



Pulse 3, triporteur pendulaire, est un « cargo scooter » électrique.



Yokler est concepteur et fabricant de vélos cargos professionnels, des cargobikes.

fonctionnement allant de -20 °C à + 12 °C. Véhicule électrique, le G4 possède une batterie au plomb, d'une capacité maximale de 15,4 kWh, ou une batterie lithium LifePo4, offrant une capacité de 9, 14 ou 21 kWh. La charge utile peut aller jusqu'à 910 kg.

Preuve de la pertinence de ces véhicules très compacts, même les constructeurs automobiles se lancent sur ce segment. Après Renault et son Twizy il y a quelques années, c'est Citroën qui a présenté son Ami en version Cargo. Électrique et ultra-compact, le Citroën Ami Cargo est taillé pour les centres urbains et périurbains et devient un outil idéal pour la livraison sur de courtes distances et du dernier kilomètre. Long de 2,41 mètres, large de 1,39 mètre et haut de 1,52 mètre, bénéficiant d'un rayon de braquage de 7,20 mètres, l'Ami Cargo se faufile à peu près partout et se gare très facilement. Il est équipé d'une batterie lithium-ion de 5,5 kWh, rechargeable en seulement trois heures sur une prise domestique, une recharge complète apportant une autonomie de 75 kilomètres. Le moteur de 6 kW permet de rouler à une vitesse maximale de 45 km/h. Côté capacités utilitaires, l'Ami Cargo dispose d'un volume utile total de plus de 400 litres et d'une charge utile de 140 kg grâce à un espace optimisé et modulaire en lieu et place du siège passager, que l'on retrouve sur l'Ami Classique.

Autres fabricants de petits utilitaires de proximité, Ligier, la marque des célèbres voitures sans permis, réalise au travers de sa filiale Ligier Pro des véhicules électriques à trois ou quatre roues. S'il a quatre roues, c'est le quadricycle Pulse 4. En version courte et sans permis ou longue avec permis B1, il est modulable, adaptable et répond aux besoins de flexibilité des professionnels. S'il a trois roues, c'est un Pulse 3, autrement dit un triporteur pendulaire. Maniable, facile à conduire et très sûr, ce « cargo scooter » électrique se caractérise donc par son système pendulaire,

permettant une inclinaison du poste de conduite tout en maintenant la partie arrière parfaitement à plat. La charge utile à l'arrière est de 55 kg, elle est de 20 kg sur l'avant. Ce scooter électrique cargo, 100 % personnalisables, peut s'adapter à tous les besoins des professionnels du transport et de la logistique. Très réputé, ce véhicule est notamment utilisé par les Postes européennes et, notamment, La Poste française.

DE YOKLER À KLEUSTER

Du tricycle au vélo, il n'y a qu'un pas ! Et en matière de vélo à assistance électrique destiné au transport de marchandises, l'offre devient de plus en plus large et de plus en plus innovante comme le démontre Yokler, concepteur et fabricant de vélos cargos professionnels, des cargobikes « pour le cyclo logistique et l'écomobilité ». La société propose des véhicules les plus innovants et performants pour les professionnels du dernier kilomètre.

Tous les triporteurs Yokler partagent une conception combinant des composants moto avec d'équipements de cycles. Ainsi, les Yokler sont dotés de fourche suspendue de moto à grand débattement, d'étriers et de disques de frein venant de la moto, de jantes et de pneumatiques de moto. Les utilisateurs profitent ainsi de véhicules très sûrs et très robustes, capables de résister aux contraintes des métiers de la logistique. « Ces équipements motos ont également l'avantage de ne demander quasiment aucune maintenance ce qui simplifie grandement la gestion et l'entretien des flottes », explique le fabricant. Les carrosseries sont fabriquées dans un matériau en nid d'abeille à triple épaisseur, garantie de légèreté pour préserver la charge utile. Autre exemple de deux roues avec Kleuster, le

fabricant lyonnais du Freegônes, ce vélo à assistance électrique, dédié notamment aux professionnels de la livraison en zone urbaine. La marque a passé un accord de partenariat avec Clovis Location, qui a pour ambition de renforcer l'offre de mobilité urbaine de ce loueur, particulièrement sur la livraison du dernier kilomètre en couvrant désormais toute la chaîne logistique. La gamme distribuée par Clovis Location s'enrichit donc du vélo cargo à assistance électrique Freegônes, disposant d'une journée d'autonomie, d'une charge utile allant jusqu'à 350 kg ainsi que d'un volume utile maximal de 2 m³. Il concilie ainsi les performances d'un utilitaire à l'agilité d'un vélo : routes, pistes cyclables, rues piétonnes, couloirs de bus et de taxis, son terrain de jeu est sans limite. Il permet d'accéder à la clientèle et les lieux d'intervention sans aucune nuisance, en toute sécurité, grâce à l'utilisation de technologies de pointe comme l'éclairage full LED, le système anti-recul, l'aide au démarrage en côte, le régulateur de vitesse, le coup de poing d'arrêt d'urgence ou l'avertisseur sonore de recul. Presque aussi bien équipé qu'un utilitaire classique... en pouvant aller partout !

R. P.

Kleuster propose Freegônes, un vélo à assistance électrique.





Un plein de 4,4 kg d'hydrogène apporte 350 km d'autonomie.

Ce Peugeot e-Expert roule à l'hydrogène

Les véhicules utilitaires fonctionnant à l'hydrogène entrent en piste via le Peugeot e-Expert Hydrogen et les deux autres modèles signés Stellantis. À la clé, plus de 350 kilomètres d'autonomie.

Le Peugeot e-Expert Hydrogen est un vrai fourgon moyen électrique. L'hydrogène est simplement son nouveau carburant. C'est lui qui alimente la pile à combustible produisant de l'électricité pour faire fonctionner le moteur. L'hydrogène est stocké dans trois réservoirs installés dans le soubassement du véhicule, à la place des batteries. Ces réservoirs contiennent 4,4 kg d'hydrogène, permettant de réaliser 350 kilomètres d'autonomie. Le système de Stellantis comprend aussi une batterie de taille moyenne, d'une capacité de 10,5 kWh, apportant une autonomie de 50 kilomètres supplémentaires. Cette batterie assure le démarrage du véhicule, vient épauler la pile à combustible lors de fortes accélérations par exemple et peut prendre le relais en cas de panne d'hydrogène. C'est elle qui récupère l'énergie lors des décélérations et des freinages et elle se recharge automatiquement grâce à l'électricité produite par la pile à combustible. Elle est également rechargeable sur le secteur ou sur une borne. Pour le reste, le Peugeot e-Expert Hydrogen est comme la version électrique. Même habitacle, même planche de bord et instrumentation identique. Il possède le moteur de l'électrique classique, avec une puissance de 100 kW, soit environ 136 chevaux, et un couple de 260 Nm. Trois modes de conduite sont proposés, Éco, Normal et Power. Forcément, sur la route, le comportement est également identique. La stabilité et la tenue de route sont excellentes.

Côté dimensions et capacités, c'est (presque) pareil également. Si ce Peugeot e-Expert Hydrogen est proposé en deux longueurs, standard à 4,95 mètres et longue à 5,30 mètres, comme sur le thermique ou l'électrique, la hauteur change : l'implantation des réservoirs sous le plancher fait prendre un peu de hauteur à cet Expert qui dépasse le 1,90 mètre. Les capacités utilitaires sont en revanche conservées. L'espace de chargement est de 5,3 m³ pour le L1 et d'un peu plus de 6 m³ pour le L2. La charge utile est de 1 000 kg pour les deux versions et le poids tractable est de 1 tonne.

Le Peugeot e-Expert Hydrogen, comme le Citroën ë-Jumpy Hydrogen et l'Opel Vivaro-e Hydrogen, est une possible vraie solution d'avenir car ils permettent de s'affranchir des deux contraintes principales de l'électrique batterie que sont l'autonomie et le temps de recharge. Mais ces avantages ont un prix : 116 000 € HT, soit 139 200 TTC ! Il s'agit là d'un prix brut, hors aides de l'État et de ses organismes, des régions, des départements et des villes. Quoi qu'il en soit, les premiers pas de l'hydrogène sur les utilitaires semblent bien des précurseurs car l'avenir des déplacements professionnels passera très probablement par l'hydrogène. Les véhicules utilitaires sont en tout cas prêts à cette conversion. Ce ne sont aujourd'hui ni le savoir-faire, ni la technologie, ni l'usage, qui pèchent, mais les infrastructures. En France, il n'existe pour le moment qu'une trentaine de stations où recharger.

Richard Pizzol

★ **POINTS FORTS**

Fourgon à hydrogène
350 km d'autonomie
à partir de 11 600 € HT

Petit Forestier passe commande de 2 000 eDaily!

C'est dans le cadre du salon de Hanovre en Allemagne que Petit Forestier et Iveco ont signé un protocole d'accord portant sur la fourniture de 2 000 exemplaires du nouveau Daily électrique.

Le eDaily est le tout nouveau véhicule 100 % électrique d'Iveco. Et il démarre plutôt bien sa vie, cet eDaily ! Entre le constructeur italien, leader des véhicules commerciaux à propulsion alternative, et Petit Forestier, leader européen de la location de véhicules frigorifiques, un protocole d'accord vient d'être signé portant sur la fourniture de 2 000 châssis cabines eDaily. Les véhicules seront équipés de caisses frigorifiques fournies par le carrossier Lecapitaine, filiale à 100 % de Petit Forestier. La livraison des



Léonard Forestier (à droite), président de Petit Forestier, et Luca Sra, président d'Iveco, réunis devant le nouveau eDaily.

200 premiers véhicules est prévue pour 2023.

Pour le patron des véhicules utilitaires et industriels d'Iveco,

Luca Sra, cet accord « témoigne de la confiance que porte Petit Forestier à Iveco en tant que partenaire pionnier de la transition

énergétique dans le secteur de la chaîne du froid ». De son côté, Léonard Forestier, président-directeur général de Petit Forestier, a souligné que « l'avenir du transport frigorifique sera plus vert et plus simple ! Engagé dans la transition énergétique, Petit Forestier développe en permanence sa gamme de véhicules frigorifiques à énergies alternatives. Aujourd'hui, nous sommes fiers de nous associer à Iveco autour de l'eDaily. C'est une étape clé dans la transition énergétique de la chaîne logistique du froid ! ». Dès l'an prochain, les clients de Petit Forestier se verront offrir un accès prioritaire à la location de l'eDaily. La flotte disponible, initialement composée de 200 véhicules, atteindra un total de 2 000 d'ici 2026.

R. P.

Ford dévoile son camion électrique



Le camion électrique de Ford Trucks est annoncé pour 2024.

C'est en Allemagne, au salon des transports de Hanovre, que Ford Trucks a dévoilé son futur camion 100 % électrique. Il s'agit en fait d'un prototype qui ne devrait voir le jour au mieux qu'en 2024. Annoncé avec une charge utile pouvant aller de 18 à 26 tonnes, ce poids lourd électrique devrait avoir une autonomie de 300 kilomètres.

Ce futur camion s'inscrit dans l'objectif affiché par le constructeur de ne vendre que des poids lourds zéro émission d'ici à 2040 et d'atteindre 50 % des ventes de Ford Trucks en Europe avec des véhicules sans émissions d'ici 2030. C'est ce que Ford Trucks appelle le « mouvement Génération F, comprenant des technologies de véhicules 100 % électriques, connectés et autonomes ». Selon son constructeur, ce camion « devrait offrir un coût global d'exploitation inférieur sur une période de quatre ans par rapport à celui des véhicules diesel, même sans incitation ni soutien ».

FONDS DE COMMERCE



À vendre Bar Brasserie licence IV à acheter en CORREZE cession cause retraite c'est un ensemble composé d'une salle de 100 M² d'une cuisine de 40 M² d'une réserve de 20M² et d'un premier niveau aménageable de 60 M² chiffre d'affaires 2 77 000 € HT et dégage un EBE DE 80 000 € exploité en nom propre juste le couple matériel complet en très bon état 120 000 €
Tél : 06 30 75 31 11



Aurillac Restaurant-Brasserie
Saisissez l'opportunité de changer de vie...

À 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

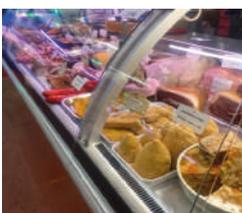
Vend hôtel 2 Étoiles, bar, tabac, FDJ à Murat 15300 20 chambres sur 3 étages, 200m² couvert, 600m² de parc et un appartement 3 pièces
Possibilité de travailler immédiatement sans travaux 4 semaines de congés et fermeture 1.5 jours /semaine hors saison 2 saisons forte été hiver 10 KM de la station de ski du SUPER LIORAN
Ville médiévale au pied des chemins de randonnée ou de VTT (gr400)
Près d'un grand site de France le PUY MARY et de 2 villages les plus beaux de France (BLESLE et SALERS)
C.A. 2021/2022 : 263000 € dont commissions 65000 € et EBE104000€
Commune en zone ZRR (réductions de charges et impôts)
Aide au fonds de transformation par le tabac
Potentiel important
Possibilité de restauration cuisine professionnelle existante
Vente mur et fond 575000 € - Tél : 04/71/20/07/22



À CEDER

CHARENTON LE PONT

Marche du centre - Étalage placé au cœur d'un marché de qualité
Caractéristique :
étalage de 10 mètres
En bon état - Jour de marché : mercredi & samedi.



BEZONS

« Le Temps Des Cerises »

Caractéristique :

étalage de 9 mètres

En bon état

Jour de marché : jeudi & dimanche

Contact : 06 78 15 92 27 /
06 07 88 73 10

DEMANDES D'EMPLOI

Aide cuisinière plongeuse expérimentée cherche place Fixe ou de remplaçante Horaire continue sur Paris et RP
Tél 06 51 24 87 53

Plongeuse cherche place stable service du matin disponible de suite avec 2 jours de repos
Tél. 07 58 97 86 18

Femme de chambre cherche place stable service du matin disponible de suite avec 2 jours de repos
Tél. 07 58 97 86 18

OFFRE D'EMPLOI

Nous ouvrons un **RESTAURANT BOUILLON** face au CHÂTEAU DE VERSAILLES 7 rue Colbert 78000 VERSAILLES début décembre 2022
Nous recherchons **CHEF DE CUISINE SERVEURS (SES) RUNNER COMMIS DE CUISINE PLONGEUR**

Contacter **Didier LACOSTE**
07 77 95 14 29

V O L V O

CETTE VOLVO D'EXCEPTION
EST DISPONIBLE RAPIDEMENT.

VOLVO XC60 | SÉRIE SPÉCIALE



RCS XXXXX XXX XXX XXX



*Dans la limite des stocks disponibles.

Modèle présenté : XC60 Edition Plus B4 Micro-hybride Diesel Chrome.

Cycle mixte WLTP Volvo XC60 Micro-hybride : Consommation (L/100 km) : 6 - 6.8
CO₂ rejeté (g/km) : 158 - 179. Conditions sur volvocars.fr

VOLVOCARS.FR

Pensez à Covoiturer. #SeDéplacerMoinsPolluer

Bidaud

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

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

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

Venez goûter
nos amuse-bouches !



Campagne financée avec
l'aide de l'Union européenne

VLAM.be

BELÛRTA
realizing fruit & vegetables

HOOGRATEN
HOME OF QUALITY

REO
VEILING



www.flandria.be