

REPORTAGE

Les Ardennes,
une diversification réussie

NOUVEAUX MARCHÉS

Les algues comestibles
au menu

FOCUS

Rungis :
une image forte

RUNGIS

actualités

Depuis 1969

N° 790-791 – décembre 2022 - janvier 2023 – 1,50 €



DOSSIER

Viandes : les pépites des terroirs français



« Ma retraite ? Parlons plutôt d'autre chose ! »

Élodie, Fromagère.

Justement, pour parler de votre activité et de vos projets plus sereinement, il est important de régler la question de votre retraite : un souci de moins pour l'avenir, pour mieux profiter du présent. C'est tout l'intérêt du Plan d'Épargne Retraite de Médicis : une solution efficace, proposée par une mutuelle engagée auprès des indépendants et entrepreneurs depuis 44 ans.

 **médicis**
Votre mutuelle retraite
Groupe **malakoff humanis**

mutuelle-medicis.com

RETRAITE DES INDÉPENDANTS :
PARLONS-EN, JUSTEMENT ! 





Dossier
Les viandes à l'heure
du terroir

16



26
Oui, chef !
Helmi Derbal



28
Reportage Les Ardennes:
diversification toute!



40
Nouveaux marchés Les
algues comestibles s'invitent
à la table des Français



42
Focus L'image de Rungis:
une réputation toujours
au sommet



46
Digital & innovation
Agriculture: la révolution
robotique est en marche

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 Instantanés</p> <p>14 Toulouse-Le Grand Marché</p> <p>15 Nouvelles des marchés</p>	<p>16 Les viandes à l'heure du terroir</p>	<p>22 Acheteur</p> <p>23 Opérateur</p> <p>24 Producteur</p> <p>25 Spécial concours produits tripiers</p> <p>26 Oui, chef ! Helmi Derbal</p> <p>Reportage</p> <p>28 Les Ardennes: diversification toute!</p>	<p>34 Produits de saison</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le crabe royal du Kamtchatka • Délice de Bourgogne • Le kiwi de l'Adour <p>37 Conso La volaille de Bresse</p> <p>38 Nouveaux produits</p> <p>40 Nouveaux marchés Les algues comestibles</p>	<p>42 Focus L'image de Rungis: une réputation toujours au sommet</p> <p>44 Déco Table des Fêtes: simple mais élégante</p> <p>46 Digital & innovation Agriculture: la révolution robotique est en marche</p> <p>48 • Ford Connect Flexifuel. Rouler à l'E85, c'est rouler à l'économie! • Le Renault Trafic électrique se dévoile • 500 km d'autonomie pour ce Nikola Tre</p> <p>Petites annonces</p> <p>50 Fonds de commerce</p>



Le goût de l'excellence

Élevé sur la terre des Bourbons



UNE VOLAILLE D'EXCEPTION !

Une volaille de haute volée

Facilement reconnaissable à son beau plumage blanc moucheté de noir, rappelant la fourrure de l'hermine, emblème des Rois de France, le Poulet du Bourbonnais a tout d'une volaille d'exception !

Élevé plus de 100 jours, il gambade, en plein air, sur les fertiles terres bourbonnaises. Il bénéficie d'une alimentation riche en céréales locales et d'un engraissement au lait.

L'histoire d'une volaille pas comme les autres

Son histoire remonte à la fin du XIX^e siècle, au cœur du bocage bourbonnais durant le métayage (mode d'exploitation agricole dans lequel le propriétaire et l'exploitant d'un domaine – le métayer – se partagent la récolte dans des proportions fixées par contrat). Dans les fermes bourbonnaises, les femmes de métayers s'occupaient de la basse-cour.

Les poulets qui n'étaient pas partagés avec le propriétaire faisaient l'objet de beaucoup d'attention. Les poules étaient choisies avec soin pour assurer la réussite de la couvée. Logés dans de petites cabanes en bois avec un plancher, les Poulets du Bourbonnais s'égaillaient dans les prés alentours.

Levée avant le soleil, les fermières battaient le beurre à la fraîche et mettaient à cailler le petit lait. Il était ensuite distribué aux Poulets du Bourbonnais pour leur permettre de finir leur engraissement tout en leur procurant ce goût unique et cette chaire persillée, à souhait.

Aujourd'hui, les éleveurs ont à cœur de perpétuer le savoir-faire de ces femmes courageuses et de vous offrir un produit d'exception.

Quand l'histoire se met au service de l'excellence, c'est pour vous permettre de partager des moments uniques de convivialité et ravir vos papilles de gourmets !

Pour tout renseignement : 04 70 97 64 42
ou info@syvofa.com



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

RÉDACTION

Directeur de la publication
et de la rédaction :

Nelson Burton

Rédacteur en chef :

Mickaël Rolland

Rédacteurs en chef délégués :

Bruno Carlhian, Olivier Masbou

Secrétaire de rédaction :

Martine Favier

Création maquette :

Stanislas Chevara

Rédacteur graphiste :

Richard El Mestiri

Ont collaboré à ce numéro :

Clémentine Cabrol

Jérémy Denoyer

Francis Duriez

Lise Gaeta

Caroline Maréchal

Laura Margis

Richard Pizzol

Photos de couverture :

© JB Fréné

© Xavier Remongin Minagré

© Allier Volaille

PUBLICITÉ

Directrices de publicité :

Catherine de Lamothe

Cathleen Tabart

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

Toujours en progrès

L'image de Rungis ne s'est jamais aussi bien portée. La dernière vague d'enquête d'opinion menée par l'Ifop sur la notoriété de la marque Rungis montre que 88% des Français connaissent le grand marché parisien. L'indice de satisfaction s'affirme d'autant plus éloquent que 95% des personnes interrogées en ont une bonne image. Ainsi depuis 2018, cette reconnaissance positive a encore gagné trois points. Il va devenir difficile de faire mieux... Il faut rendre hommage à cet égard à l'organisation de la Semmaris, mais aussi au professionnalisme des grossistes dont le travail suscite une vague de confiance générale. Une performance qu'il faut saluer dans un contexte où les questions alimentaires apparaissent souvent sur la sellette. Il convient aussi de rappeler que Rungis demeure avant tout la vitrine agricole de la France, et ainsi les agriculteurs jouent aussi un rôle éminent dans cette perception positive du Marché. Nous

sommes allés dans ce numéro à la rencontre des éleveurs en France et des exploitants ardennais. Il est de plus en plus flagrant que leur situation financière s'améliore et il faut s'en féliciter. Les courbes de l'offre et de la demande se croisent dans bien des secteurs. Dans le monde rural, on ne raisonne plus en fonction des subventions, mais en fonction des opportunités du marché. C'est une différence notable. Il faut enfin constater que les agriculteurs sont devenus des chefs d'entreprise à part entière. Ils ne se contentent plus de cultiver et d'élever. Ils en viennent à transformer leurs produits et à devenir commerçants. Il est rassurant de voir que ce monde rural se renforce. Les agriculteurs sont non seulement ceux qui remplissent nos assiettes au quotidien, mais ils assurent aussi un rôle indispensable à l'entretien de nos paysages, apportant ainsi une contribution déterminante au développement durable.

L'image du mois



Le 9 novembre dernier, Marc Fesneau, ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire, a visité le Marché international de Rungis. Le ministre a ainsi pu prendre la mesure du Marché qui rassemble 12 000 emplois dans plus de 1 400 entreprises. Accompagné du président du Marché de Rungis, Stéphane Layani, et de nombreux grossistes, Marc Fesneau a ainsi visité les pavillons de la marée, des produits carnés puis laitiers, avant de découvrir le secteur des fruits et légumes, ainsi que celui dédié à l'univers horticole et la décoration.

ŒUFS

Une filière encore plus durable

Le broyage des poussins mâles sera terminé à partir du 1^{er} janvier 2023. La France sera ainsi l'un des deux seuls pays au monde (avec l'Allemagne) à entrer dans cette voie. Cela traduit l'engagement fort de toute la filière de production d'œufs.

Près de 50 millions de poussins mâles étaient éliminés chaque année dans la filière œufs. Cette situation s'achèvera le 1^{er} janvier prochain. C'est la fin annoncée du broyage des poussins mâles en filière poules pondeuses. Un décret avait été pris en ce sens le 5 février dernier. La filière nationale de production d'œufs, rassemblée au sein du Comité national pour la promotion de l'œuf (CNPO), et le ministère de l'Agriculture ont travaillé ensemble afin d'identifier et de déployer les solutions techniques et financières pour accompagner les professionnels dans cette transition.

Ainsi, les couvoirs ont fait d'importants investissements en un temps record. Ils ont installé les équipements nécessaires pour procéder à la technique de l'ovosexage permettant de déterminer le sexe des embryons dans les œufs. La filière a été aidée par l'État, par le biais de France Relance, à hauteur de 10,5 M€. Mais les investissements nécessaires au passage à cette nouvelle technologie sont estimés à 50 M€ par an. Pour financer cette transition, un accord interprofessionnel a été signé au sein du CNPO. Il permettra ainsi de mutualiser les coûts induits entre les couvoirs et la distribution et sans faire peser le coût de la transition sur les éleveurs. Cette initiative française est également portée au niveau européen pour obtenir une harmonisation dans l'ensemble des États membres afin qu'ils entrent dans une démarche similaire, en particulier dans le cadre de la



© Jakub Kapusnak/Unsplash

En renonçant au broyage des poussins mâles, la filière française poursuit son engagement en matière de bien-être animal.

réglementation européenne sur le bien-être animal annoncée par la Commission européenne pour 2023. Jusqu'à présent, la filière française des œufs est la première au monde, avec l'Allemagne, à mettre fin à cette pratique. « La fin de l'élimination des poussins mâles dans la filière œufs constitue une avancée majeure en matière de bien-être animal. Attendue de longue date, elle répond à une attente forte de la part des consommateurs et des associations de protection animale. Les engagements pris ont été tenus et je salue le travail mené par l'interprofession pour cette réussite collective » a déclaré Marc Fesneau, ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire. « Il s'agit d'un succès pour l'Interprofession. Je félicite les différentes familles composant l'interprofession pour le travail accompli et les solutions trouvées à ce sujet d'importance majeure pour notre filière. Je remercie notamment la distribution pour son soutien financier ainsi que le Ministère pour son

accompagnement et compte sur les services pour avancer rapidement sur l'extension de cet accord interprofessionnel, ainsi que pour élargir cette interdiction au niveau européen », a ajouté Yves-Marie Beaudet, président du CNPO.

La filière française des œufs poursuit ainsi ses avancées en réponse aux nouvelles attentes sociétales et en matière de bien-être animal et tient ses engagements. Déjà en 2016, elle s'était engagée à dépasser 50 % de poules élevées en systèmes alternatifs à la cage. En 2022, ces engagements ont été dépassés avec près des trois quarts des poules françaises déjà élevées au sol, en plein air dont Label Rouge ou en bio. En 2021, la France a produit 15,7 milliards d'œufs (972 000 tonnes), une production en hausse de +3,7 % par rapport à 2020. La France est ainsi le 1^{er} pays producteur d'œufs de l'UE (environ 15 % de la production UE totale), suivie de l'Allemagne et de l'Espagne (14 % ex aequo).

EN CHIFFRES

La technique de l'ovosexage va permettre de mettre fin au broyage de **50 millions de poussins par an**.

50 M€
par an, c'est le coût
de l'ovosexage

10,5 M€
apportés par l'État
via France relance

15,7
milliards d'œufs produits
en France en 2021

SALON DES MAIRES ET DES COLLECTIVITÉS LOCALES

Le ministère de l'Agriculture accompagne la transition alimentaire en restauration collective

Pour la première fois, le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire était présent au Salon des maires et des collectivités locales, qui s'est tenu du 22 au 24 novembre au Parc des expositions de la porte de Versailles à Paris. Le ministre, Marc Fesneau, est venu participer à une conférence intitulée « Ma cantine, pour réussir la transition alimentaire dans les assiettes des petits et des grands ». Il s'agissait de présenter la plateforme gouvernementale Ma cantine*. Cette plateforme vise à accompagner les gestionnaires d'établissements de restauration collective dans la transition alimentaire, notamment par la réduction du gaspillage alimentaire et l'approvisionnement en produits durables et de qualité. Elle constitue « un vecteur d'information et de valorisation des actions mises en œuvre par chaque



Marc Fesneau, ministre de l'Agriculture au Salon des maires et des collectivités locales.

restaurant collectif en matière d'approvisionnement en produits durables et de qualité, de lutte contre le gaspillage alimentaire, de diversification des sources de protéines, de substitution aux plastiques », précise le ministère qui rappelle que « l'amélioration de la qualité des repas servis par la restauration collective est une mesure phare de la loi EGAlim ». L'équipe du ministère qui anime Ma cantine a procédé à des démonstrations des outils de gestion et des services offerts par la plateforme. « L'objectif est d'accompagner les gestionnaires de restaurants collectifs d'écoles, de crèches, d'EHPAD et de centres sociaux pour qu'ils renseignent la plateforme et partagent l'avancée de leurs projets de restauration durable » poursuit le ministère.

* ma-cantine.agriculture.gouv.fr

SALON DE L'AGRICULTURE

Ovalie, vedette de l'édition 2023



C'est une vache de race Salers, Ovalie, originaire du Puy-de-Dôme, qui sera l'égérie de la prochaine édition du Salon international de l'agriculture qui aura lieu du 25 février au 5 mars 2023 à Paris. « Nous sommes d'autant plus fiers qu'Ovalie soit la vache égérie du Salon international de l'agriculture 2023 qu'il s'agira de notre premier salon », déclarent Marine et Michel Van Simmertier, les propriétaires d'Ovalie. Pour les organisateurs du salon, ce couple d'éleveurs incarne « le visage d'une nouvelle génération d'agriculteurs ». Ils se sont installés il y a cinq ans, ni l'un ni l'autre n'étant issu du milieu agricole. La

race Salers est originaire d'Auvergne, et plus précisément du Cantal. C'est l'une des races rustiques la plus complète, capable de produire du lait et de la viande. Le cheptel est estimé à 200 000 têtes en France, mais la Salers a été exportée sur tous les continents. Et Ovalie porte un nom prédestiné pour le salon 2023, année de la Coupe du monde de rugby en France ! Elle incarnera par ailleurs parfaitement le thème du prochain SIA : « L'agriculture : le vivant au quotidien ! ». « Dans ce monde en transitions – énergétiques, écologiques, sociétales –, les agriculteurs sont les sentinelles du vivant », rappelle Jean-Luc Poulain, agriculteur, président du SIA.

AOP FESTIVAL

À la rencontre des AOP fromagères

Le festival des AOP fromagères et laitières était de retour à Paris pour sa 3^e édition. Les fromages, beurres et crèmes AOP s'étaient donné rendez-vous à la Bellevilloise, dans le 20^e arrondissement de Paris, du 18 au 20 novembre. Cet événement, coorganisé par l'association regroupant toutes les AOP laitières (Cnaol) et l'interprofession laitière (Cniel), réunissait les 51 appellations d'origine protégée laitières. L'AOP Festival avait décidé de mettre en avant culture et gastronomie pour attirer un public plus jeune. Il a accueilli plus de 3 500 visiteurs qui ont pu découvrir et déguster les AOP laitières (beurres, crèmes, fromages), participer aux différentes animations proposées, comme des shows culinaires, des ateliers de fabrication ou encore des conseils autour des accords mets et fromages AOP, aux divers ateliers de fabrication, échanger avec les producteurs des terroirs... le tout dans une ambiance de musique live. La visite commençait par un espace sensoriel au fil duquel on pouvait toucher et sentir l'univers des produits laitiers d'appellation d'origine protégée. Et après un passage par des ateliers culinaires et pédagogiques, et en « salle de cinéma » qui permettait de se projeter dans les différents terroirs, le temps était venu de goûter et d'aller à la rencontre des 51 fromages, beurres et crèmes AOP... Dans le loft, au dernier étage de la Bellevilloise, les dix stands des régions proposaient des dégustations au goût des terroirs et des échanges avec les producteurs.

ENQUÊTE

Les jeunes veulent demeurer maîtres de leur consommation

Interfel, l'interprofession des fruits et légumes frais, a confié à OpinionWay la réalisation d'un sondage auprès des jeunes consommateurs : « Les Français et les influences sur l'alimentation ». Il s'agit de mesurer notamment l'influence des réseaux sociaux. Ainsi, 67 % des 18-24 ans sont convaincus qu'Internet et les réseaux sociaux les inciteraient davantage à consommer toujours les mêmes produits (contre 52 % pour la moyenne des Français). « Une lucidité finalement peu surprenante de la part de cette Génération Z, qui a été bercée par les technologies numériques dès sa plus tendre enfance », commente Interfel. Toutefois, 91 % des 18-24 ans et 84 % des 25-34 ans admettent s'être laissés tenter par d'autres produits suggérés par le site lorsqu'ils effectuent des achats de grande consommation sur Internet (contre 65 % pour l'ensemble de la population). Ainsi, cette génération est ouverte au changement. Près de 8 jeunes sur 10 manifestent leur souhait de découvrir des fruits et légumes qu'ils consomment peu, voire qu'ils ne connaissent pas.

Néanmoins, si cette curiosité est globalement partagée par l'ensemble de la population (70 %), les moyens de la satisfaire diffèrent sensiblement. En effet, 57 % des 18-24 ans découvrent des fruits et légumes qu'ils ne



Près de 8 jeunes sur 10 manifestent leur souhait de découvrir des fruits et légumes qu'ils consomment peu.

connaissent pas lorsqu'ils font leurs achats en ligne (contre 28 % pour l'ensemble de la population). À l'inverse, si 84 % des Français interrogés préfèrent acheter des fruits et légumes qu'ils ne connaissent pas dans des magasins physiques, ce ratio descend à 64 % chez les 18-24 ans. « Par leur connaissance des technologies numériques et l'usage qu'ils en font, les jeunes démontrent avec brio leur maîtrise des arcanes du web. Une connaissance et une agilité qui leur permettent de faire fi des algorithmes et de demeurer maîtres de leur consommation ! » conclut Interfel.

© Philippe DUFOUR/Interfel

RENDEZ-VOUS

Un salon sur la chaîne du froid à Rungis

Organisé par le magazine *Froid News*, le Salon exclusif logistique froid innovation (Selfi) aura lieu pour la première fois sur le Marché international de Rungis les 12 et 13 avril 2023. Seul événement dédié aux métiers de la chaîne du froid, Selfi réunira dans le Pavillon Rungis Événements les grossistes et les opérateurs du MIN, les chargeurs, les distributeurs, les collectivités, les logisticiens et les industriels (constructeurs, carrossiers, groupes froid, équipementiers, etc.). Sans oublier les organisations professionnelles vitales pour fluidifier les relations entre les pouvoirs publics et les opérateurs, explique Pierre Besomi, organisateur du salon. La thématique en sera : « Changement climatique, transition énergétique, RSE : êtes-vous prêts ? » 60 exposants sont attendus.



M.I.N. DE RUNGIS
12 - 13 AVRIL 2023

VIE DES ENTREPRISES

Le groupe **Omer-Decugis & Cie** a annoncé, le 25 octobre, l'acquisition d'un nouvel actif logistique



à Sorgues, au nord d'Avignon, afin de développer sa couverture nationale et de se doter de nouvelles capacités de mûrissement et de conditionnement. Implanté sur un terrain de 10 000 m², cet actif logistique de près de 3 000 m² offre une capacité additionnelle de mûrissement pour le groupe de 17 000 tonnes pour une capacité totale disponible pour 2023 de 127 000 tonnes. « Cette acquisition conforme à notre plan stratégique de développement répond à plusieurs de nos objectifs opérationnels. Omer-Decugis va ainsi pouvoir engager sereinement une nouvelle phase de croissance avec des capacités logistiques et de mûrissement nécessaires à l'absorption de la dynamique commerciale constante de nos gammes de fruits mûris (bananes, mangues, avocats). Ce nouveau site va nous permettre d'accroître notre couverture nationale et d'améliorer notre agilité logistique afin de répondre à nos clients présents dans le grand sud avec une performance et une réactivité accrues », a déclaré Vincent Omer-Decugis, président-directeur général d'Omer-Decugis & Cie.

La **Compagnie fruitière**, entreprise familiale française, premier producteur intégré de fruits de la zone Afrique Caraïbes Pacifique et importateur, s'associe à **Monloup**, grossiste historique en fruits et légumes sur le Marché de Rungis. Les deux entreprises partagent des valeurs communes, notamment la passion des fruits et légumes, l'attachement au travail réalisé en production, ainsi que des projets communs, avec entre autres une volonté affirmée de se développer au sein du commerce de gros.

UN PROJET NÉ À RUNGIS

Kaap & Co, un duo pour accompagner les entreprises



Annie Pedrosa et Karine Le Cren.

Kaap & Co : c'est l'acronyme choisi par Karine Le Cren (KA) et Annie Pedrosa (AP), deux anciennes cadres du groupe Ovimpex, pour baptiser leur jeune entreprise de négoce et de conseil agro-alimentaire. Implantée dans le quartier administratif du Marché de Rungis (bâtiment G5E) depuis le début de l'année, celle-ci « propose aujourd'hui principalement deux grands types de prestations », définit Annie Pedrosa, ex-directrice organisation et QSE d'Ovimpex. La première est une activité de sourcing et de fournitures de produits alimentaires, en particulier au profit d'associations caritatives (Andes, Banques alimentaires, Croix-Rouge, Revivre, Secours populaire). « Nous les aidons à identifier les partenaires et les produits répondant à leurs besoins », explique la directrice générale, un domaine que les deux femmes connaissent bien par leurs expériences précédentes. L'autre volet concerne l'accompagnement des fournisseurs dans la réponse aux appels d'offres publics et privés. « Nous les aidons dans la constitution des offres, mais aussi dans leur exécution une fois le marché obtenu, tant du point de vue administratif que logistique. » Kaap & Co envisage également de développer d'autres services de « back-office » : aide au management, mise en place de procédures,



structuration des démarches qualité, sécurité et RSE, aide à l'obtention et gestion de certifications – IFS, Normes ISO...). « Il existe des besoins importants au sein des nombreuses PME de Rungis qui ont connu une forte croissance », remarque Annie

Pedrosa, qui souligne la complémentarité avec sa collègue, l'une plus pointue sur l'aspect administratif et ressources humaines et l'autre sur le côté commercial.

FORMATION

L'Afpa rejoint la Rungis Académie

L'Agence nationale pour la formation professionnelle des adultes (Afpa) a annoncé le 21 novembre dernier être devenue membre adhérente de la Rungis Académie, le centre de formation mutualisé du Marché international de Rungis. L'association réunit à ce jour une trentaine d'adhérents partenaires, entre organismes de formation, syndicats, associations et fédérations... avec pour objectif de créer des vocations dans toute la filière alimentaire et de subvenir aux besoins en recrutement sur des métiers en tension ou à fortes pénuries. L'Afpa pilote et crée des programmes en réponse aux politiques publiques à l'échelle territoriale, nationale et européenne. Avec ses partenaires publics et privés, l'agence construit de nouvelles solutions et des ingénieries de parcours adaptées à la situation de chaque personne. Selon l'Afpa, le rapprochement avec la Rungis Académie permettra entre autres de proposer une offre complémentaire d'accompagnement et de formation avec les autres organismes, de contribuer à fonder ensemble de nouvelles ingénieries, de répondre en consortium à des appels d'offres/appel à manifestation d'intérêt, de promouvoir les métiers du secteur auprès de ses publics ou encore d'informer et de promouvoir les parcours de formation vers les métiers de bouche, de commerce de gros, du tourisme, de l'hôtellerie-restauration et du tertiaire. Via la Rungis Académie, l'Afpa entend également prendre part au projet Agoralim, porté par la Semmaris.

EN BREF



Le réseau de boucheries traditionnelles **Novoviandes** a inauguré son site **Novoris** de Rungis où sont centralisées l'administration et la direction de l'entreprise. L'entreprise, un temps implantée dans le V1P, dispose désormais d'un bâtiment neuf rue de la Bresse, derrière le pavillon du porc. Créé en 1974.

Novoviandes compte 42 magasins, dont un magasin à l'enseigne Jour de Marché.

La **Semmaris** a reçu récemment les offres des candidats pour la construction et l'exploitation d'un terminal ferroviaire, qui doit ouvrir à l'horizon 2026, a indiqué récemment Stéphane Layani, le président du Marché de Rungis. Cette étape majeure du développement du fret ferroviaire sur le Marché s'inscrit dans la lignée des actions déjà menées de plusieurs années par la Semmaris pour favoriser une logistique durable et décarboner les activités du MIN.

TRANSPORT FRIGORIFIQUE

Mouset-Jetransporte se renforce avec Salesky

C'est une union importante dans le monde du transport frigorifique. Le groupe Mouset-Jetransporte a annoncé en novembre son rapprochement avec son homologue Salesky, qui vient renforcer ses activités frigorifiques et couvrir toute la chaîne logistique du froid. Leur objectif commun : « *S'inscrire durablement parmi les acteurs incontournables du transport frigorifique en France* », expliquent les deux entreprises dans un communiqué. « *Il y a quatre ans, le groupe Mouset-Jetransporte, en intégrant la société Jetfreeze, a décidé de se développer sur un axe stratégique résilient : la livraison alimentaire sous température dirigée* », a commenté Frédéric Leblanc, P-DG du groupe. « *Le business model de Jetfreeze est construit sur la livraison en centre-ville* », a-t-il ajouté. Pour poursuivre sur cet axe, « *nous avons très vite ressenti le besoin de nous adosser à un spécialiste d'envergure du transport frigorifique. La communauté de valeurs*



Frédéric Leblanc (Mouset), au centre, entouré de Mickaël Martz, et Jérôme Hervé (Salesky).

managériales et les grandes affinités humaines ont fait de ce rapprochement entre Salesky et Mouset-Jetransporte, une évidence. » Implanté sur tout le territoire y compris à Rungis via Jetfreeze, Mouset dispose de plus de 160 sites d'exploitation et 2 800 collaborateurs. De son côté, Salesky, spécialisé dans le transport frigorifique dispose de 400 collaborateurs et 5 sites en France. Il opère en Bretagne, dans les Pays de la Loire, le Nord, la Belgique ainsi que sur la région Auvergne Rhône-Alpes.

NOMINATIONS

Mickaël Benoit a été élu le 14 novembre à la présidence du syndicat des labels porc et charcuteries (Sylaporc), succédant à Jean-François Renaud. Éleveur de porcs en Label Rouge à Coëmieux dans les Côtes-d'Armor, il est administrateur de l'organisme de défense et de gestion Fermiers de Loire et Maine et membre du bureau de la Cooperl dont il est le référent du bien-être animal.

Sébastien Ramade, producteur fermier et président de l'AOP saint-nectaire (CNAOL), a été élu président d'OrigIn France, organisme qui représente et fédère 85 indications géographiques françaises issues des filières laitières, carnées, avicoles et fruitières, et participe à la promotion et à la défense des valeurs des AOP et IGP. Il succède à Claude Vermot Desroches, ancien président de l'interprofession du comté.

CARNET

DÉCÈS D'ÉLODIE RICOURT-ZEIHER

Élodie Ricourt-Zeiher, fondatrice de l'entreprise Dynamis, est décédée le 31 octobre dernier à l'âge de 76 ans. Pendant 30 ans, cette personnalité énergique et entière aura constitué une figure familière et appréciée des habitués du Marché de Rungis mais aussi l'un des porte-drapeaux du bio (et de la biodynamie) dans le secteur des fruits et légumes. En 1991, elle avait créé avec son mari Markus le premier grossiste 100 % bio de Rungis en fruits et légumes, sur la base de convictions et d'engagements profonds. En 1997, elle créait également le Campanier (livraison de paniers de fruits et légumes bio) pour aider les producteurs français à vendre leurs surproductions à une époque où il y avait peu de débouchés pour le bio. Très généreuse, elle n'hésitait pas à donner aux associations. « *Son éthique, ses valeurs et ses engagements ont permis à Dynamis de grandir dans le seul but de promouvoir l'agriculture biologique et*



biodynamique en France et en Europe », souligne un message partagé par l'entreprise qu'elle a fondée. Fière d'avoir œuvré à la création du pavillon Bio à Rungis, la plus grande halle bio d'Europe, ouverte à la fin de 2015, Élodie Ricourt-Zeiher, la dirigeante, avait été décorée

chevalier de la Légion d'honneur par François Hollande, et remerciée pour son engagement en faveur du développement du bio. Markus et Élodie Zeiher avaient quitté la vie active à Rungis en cédant leur entreprise en 2018 à un autre couple, Estelle et Stanislas Henriot.

BEAUJOLAIS NOUVEAU

La filière viande en fête à Rungis



C'était l'affluence des grands jours sous le V1P le 17 novembre dernier. Des amateurs éclairés de viande avaient été invités par leurs bouchers ou par leurs restaurateurs à une visite privilégiée et festive.

Il y avait la foule des grands jours jeudi 17 novembre au petit matin sous le pavillon de la viande, le V1P. Pour célébrer l'arrivée du beaujolais primeur, l'interprofession de l'Île-de-France ne s'était en effet pas contentée de mobiliser ses troupes professionnelles. Elle avait également offert la possibilité aux bouchers artisans de la région parisienne de convier leurs meilleurs clients à une visite du centre névralgique de la viande dans la capitale. Résultat : plus de 400 amateurs de grillades et de pot-au-feu avaient rallié avec

enthousiasme la halle dédiée aux viandes pendues, créant une véritable effervescence dans le quartier de la viande. La filière avait prévu pour les néophytes un peu de lecture, avec un journal « Spéci-Halles » amusant et très bien documenté, concocté par les étudiants du Centre de formation des journalistes. Quelques éleveurs de la région avaient fait le voyage de Rungis pour l'occasion. C'était le cas de David Tourte, producteur de vaches Aubrac et de brebis Southdown à Nanteau-sur-Lunain en Seine-et-Marne. « Cela

m'intéressait de rencontrer les grossistes de Rungis, dont je me suis rendu compte qu'ils étaient sensibles aux démarches de proximité », nous a expliqué ce visiteur d'un jour, qui valorise aujourd'hui l'intégralité de sa production en direct, abattue à Cosne-sur-Loire (Nièvre). David Tourte aimerait voir ses voisins s'impliquer dans l'organisation de producteurs (OP) de viande bovine d'Île-de-France fondée il y a quelques mois et qui doit permettre aux éleveurs de la région de contractualiser leur production avec leurs acheteurs.

ÉLEVAGE

Front commun face au changement climatique

Conviés par Interbev Île-de-France à l'École nationale supérieure des métiers de la viande à Paris le 13 octobre dernier, les professionnels et leurs partenaires ont planché sur les conséquences du changement climatique sur la base des travaux de l'Ademe Île-de-France, du GREC régional et de l'Agence de l'eau Seine-Normandie. Au programme de la journée : identifier et hiérarchiser les aléas, les impacts directs et indirects, mais aussi les leviers d'intervention de manière à les séquencer. Les travaux se sont articulés autour d'interventions d'Angélique de Bellefon, de la DRAAF d'Île-de-France, de Marion Vigneau du service Agriculture au Conseil régional d'Île-de-France et de Marion Kentzel, en charge des systèmes bovins viande à l'Institut de l'élevage (Idele). Éleveurs, grossistes en viande et en produits tripiers de Rungis, industriels, artisans et représentants de collectivités faisaient partie de l'assistance. Le groupe de travail régional mis en place doit permettre de consolider la première feuille de route remise à la fin de 2021 par Interbev pour répondre au Varenne de l'eau.

EN BREF

Le **Livarot** est cette année l'invité vedette du Trophée des léopards, concours culinaire de valorisation des produits normands, qui aura lieu au printemps 2023 devant un jury de chefs présidé par Stéphane Carbone. La finale nationale réservée aux professionnels aura lieu le 31 mai à l'Abbaye aux Dames à Caen. Les dossiers sont à retirer avant le 31 décembre auprès du Trophée des léopards www.trophee-des-leopards.com

La **mayonnaise** vient d'être reconnue en **Label Rouge** à la suite de la publication de son arrêté d'homologation, le 4 novembre 2022. C'est la première sauce à obtenir le Label Rouge.

DERNIÈRE MINUTE

Au terme d'un an de consultation, le projet de **Cité de la gastronomie Paris-Rungis** a été présenté le 6 décembre dernier. Ce quartier de la gastronomie et de l'alimentation durable aux portes du Marché de Rungis sera mis en chantier en 2024 pour une livraison prévue en 2027. Ce projet est porté par le département du Val-de-Marne et l'ensemble de ses collectivités, ainsi que la ville de Paris et la région Île-de-France.



© FD



© FD

17

NOVEMBRE

Le Devoir parisien des Compagnons du Beaujolais, emmené par son prévôt Patrick Barzic, a procédé aux désormais traditionnelles intronisations dans les locaux de Maison Médelys. Les impétrants se sont succédé pour prêter serment devant Saint-Vincent avant de vider un

tastevin plus ou moins abondamment rempli. Cette année, des personnalités diverses ont été honorées par l'Ordre créé pour promouvoir le beaujolais à travers le monde: Vincent Jeanbrun, le maire de l'Haÿ-les-Roses; Patricia Korchef-Lambert, présidente du comité d'orientation stratégique et du développement de Rungis Académie; Nathalie Kerhoas, la directrice de Bleu-Blanc-Cœur, marque collective ardemment défendue par Maison Médelys; Franck Renault, patron de France Prestige Services, traiteur et client très régulier du Marché de Rungis; et enfin Filipa Alves, responsable merchandising de l'entreprise dirigée par Florence Hardy.

17

NOVEMBRE

Lieu emblématique et réputé pour la qualité de ses vins, liqueurs et alcools, la Cave de Rungis n'a pas failli à l'incontournable tradition du beaujolais nouveau ce 17 novembre 2022. Quelque 350 invités ont pu goûter et apprécier le gouleyant breuvage autour de deux excellents buffets. Le président du Marché de Rungis, Stéphane Layani, accompagné de Dominique Batani, directeur du Marché, et de responsables de la Semmaris, a fait l'éloge de la Cave de Rungis et de son admirable fondateur Antoine d'Agostino auquel a succédé avec talent son fils Henri.

De g. à d. Henri D'Agostino, Bernard Darniche, Dominique Batani, Laurence Peraud...



© FD



© FD

17

NOVEMBRE

Organisés depuis 1999 par le Baillage Île-de-France de la Confrérie des chevaliers de Saint-Antoine, les concours Les Délices de Saint-Antoine recouvrent le Championnat de France Saint-Antoine du jambon de Paris supérieur et du pâté en croûte des moins de 30 ans, pour sensibiliser les jeunes charcutiers traiteurs. Les épreuves de ces deux concours se sont déroulées le 17 novembre 2022 dans les locaux des Ets Masse-La Maison du foie gras du Marché de Rungis. Le concours du jambon de Paris supérieur a été remporté par Sylvain Gasdon (91400 Orsay) et celui du championnat de France Saint-Antoine du pâté en croûte des moins de 30 ans a été gagné par Guillaume Nicolas (Le Paradis Gourmand - 94300 Vincennes).

22

NOVEMBRE

Les 22, 23 et 24 novembre 2022, le Festival des produits laitiers (pavillons D4 et D5) était organisé à l'initiative du Sycopla. Outre les grossistes fromagers des deux pavillons, ont également participé des brasseurs proposant des accords bières-fromages à l'exemple de Roxane, des producteurs fermiers fromagers, dont ceux de l'association Bleu-Blanc-Cœur (BBC) de plus en plus présente dans ce secteur de Rungis, mais également la Fédération des fromagers de France et son président Claude Maret ou encore un producteur espagnol de fromage Mahon-Menorca AOP. « Le dynamisme de ce secteur avec des ventes en hausse de plus de 15 % est une grande chance pour le Marché de Rungis et la France, a déclaré à cette occasion Stéphane Layani. De nouveaux pavillons verront le jour en 2025 pour une meilleure activité des grossistes et une plus grande dynamique du secteur... ».

« C'est **BON** pour moi et **BIEN** pour nous tous. »

Par Thierry Marx



Il y a 22 ans, c'est d'une rencontre entre paysans, médecins et agronomes qu'est née l'intuition que **BIEN** nourrir la Terre, c'était **BIEN** nourrir les animaux et que ce serait **BON** pour les hommes. La rencontre de ces 3 mondes est devenue l'association Bleu-Blanc-Cœur... et l'intuition est devenue "validation"*.

Dans mon restaurant et mes boulangeries, je travaille avec des produits Bleu-Blanc-Cœur, pourquoi? Parce c'est **BON**. Je le vérifie chaque jour dans mes cuisines, faire **BIEN**, c'est toujours faire **BON**.

BIEN garantir la qualité nutritionnelle de nos aliments grâce à la santé du sol et des animaux, c'est **BON** pour nous.

BIEN prendre en compte que les animaux reçoivent une alimentation végétale diversifiée qui permet 20% d'émissions carbone en moins. C'est **BON** pour le climat.

Le **BON** et le **BIEN** de Bleu-Blanc-Cœur se retrouvent à la table de mon restaurant et à celles de nombreux autres chefs, mais aussi sur les étals d'artisans bouchers charcutiers, sur les menus traiteurs et dans les vitrines d'autres détaillants.

Mon travail de chef consiste à donner de la mémoire à l'éphémère. Cela passe par une émotion, un goût et une qualité. La qualité des produits Bleu-Blanc-Cœur que j'utilise dans mon restaurant est accessible et disponible à tous les professionnels des commerces alimentaires de proximité. Ce sont les mêmes.

BON à cuisiner, BON à déguster et BIEN pour nous tous. »



* Bleu-Blanc-Cœur bénéficie de la reconnaissance des Ministères de l'Agriculture, de la Santé et de l'Environnement dans le cadre du Programme National de l'Alimentation et du Programme National Nutrition Santé. La démarche repose sur des centaines d'études scientifiques publiées, des milliers de mesures chaque année.

Mieux nous connaître : bleu-blanc-coeur.org – Tél 02 99 97 60 54



L'alimentation embarquée arrive au Grand Marché

Mercredi 16 novembre 2022, à l'école Cuisine Mode d'Emploi(s) située au cœur du Grand Marché, a eu lieu l'inauguration des « potagers embarqués » développés par la start-up Orius, en présence de Dominique Batani et Maguelone Pontier, respectivement président et directrice du Grand Marché, du chef étoilé Thierry Marx, cofondateur du Centre français d'innovation culinaire, de la chaire cuisine du futur de l'Université Paris-Saclay et fondateur de Cuisine Mode d'Emploi(s), de Frédéric Violleau, directeur de la recherche de l'école d'ingénieurs de Purpan et de Paul-Hector Oliver, fondateur de la start-up Orius. Cette inauguration concrétise la signature d'un partenariat entre le Grand Marché, l'école Cuisine Mode d'Emploi(s), l'école d'ingénieurs de Purpan, l'Université Paris-Saclay et Orius, pour une alimentation embarquée innovante, qualitative et inclusive. Ce partenariat inédit a pour objectif de rapprocher la recherche, l'innovation, la médiation scientifique, les producteurs locaux, les chefs et les élèves autour de projets innovants au service de l'alimentation dans l'espace. Il réunit un collectif d'acteurs qui, d'habitude, fonctionnent en silo et là, vont collaborer, du choix de la variété à l'élaboration des recettes en passant par le procédé de production, afin de mener des essais concrets pour concevoir une alimentation à destination des astronautes présents sur le sol lunaire, dans la perspective des premières missions humaines sur la Lune prévues à l'horizon 2024.

En collaboration avec le CNES, la start-up Orius conçoit des équipements de haute précision pour la production d'organismes vivant dans un espace restreint. Lors de l'inauguration, elle avait installé au Grand Marché « des potagers embarqués », un démonstrateur des solutions possibles pour l'exploration lunaire. L'Université Paris-Saclay participe également au projet, notamment sur le recettage avec la chaire Cuisine du futur de l'Université pilotée par Raphaël Haumont et le chef Thierry Marx. Les élèves éloignés de l'emploi des écoles Cuisine Mode d'Emploi(s), à Grigny et à Toulouse, participeront à l'élaboration et la réalisation des recettes. Enfin, l'école d'ingénieurs de Purpan apportera une expertise en amont sur les variétés les mieux adaptées et permettra aux producteurs locaux de participer à ce projet.



De g. à dr. : Frédéric Violleau (E.I Purpan), le chef Thierry Marx (Centre français de l'innovation culinaire), Dominique Batani (Grand Marché), Caroline Laurent (CNES), Maguelone Pontier (Grand Marché) et Paul-Hector Oliver (Orius).

Après la signature du partenariat, quatre ateliers ont eu lieu : la machine de production présentée par Orius ; un focus sur la mission MDRS fait par les étudiants de l'ISAE SUPAERO ; un atelier sur la chimie moléculaire animé par les élèves du collège Louis-Pasteur et un atelier sur les recherches embarquées avec le chef Thierry Marx.

« L'innovation, c'est une priorité qui a été donnée pour le MIN et c'est assez rare. Un MIN, c'est un

lieu qui peut être vu comme un lieu de tradition, et pas forcément comme un lieu d'innovation. On a voulu changer les lignes et bousculer un peu les choses », affirme Maguelone Pontier. « On est face à beaucoup de défis pour l'alimentation de demain et le MIN doit accompagner une partie de ces changements. On aimerait que le Marché soit un véritable labo des tendances de demain », précise-t-elle.

Clémentine Cabrol

La start-up Hoope au salon du Made in France 2022 à Paris

La start-up toulousaine Hoope, qui fabrique des produits pour le petit-déjeuner et le goûter à base de spiruline, a participé pour la première fois au salon du Made in France, qui s'est déroulé du 10 au 13 novembre 2022 au Parc des expositions, porte de Versailles, à Paris. Le salon du Made in France, dont c'était la 10^e édition cette année, est le plus grand événement célébrant la fabrication française. Une belle occasion pour la start-up créée en 2018 et installée au Grand Marché de faire connaître ses produits et rayonner sa marque. Durant les quatre jours, l'équipe Hoope a pu faire déguster aux visiteurs ses biscuits en-cas et petit-déjeuner, ses mueslis croustillants et sa pâte à tartiner à la spiruline, une microalgue très riche en protéines, vitamines, minéraux et antioxydants. Les produits Hoope sont tous fabriqués en France, bio, 100 % végétal, sans huile de palme ni additifs, et en majorité Nutriscore A. Ils sont vendus en grande distribution.



L'équipe Hoope a participé pour la première fois au salon du Made in France, du 10 au 13 novembre 2022.

CONFÉRENCE WUWM 2022

« Agir ensemble pour garantir des systèmes alimentaires résilients et durables »



Une grande diversité d'acteurs de la chaîne d'approvisionnement en aliments frais s'est réunie pour la première fois au Moyen-Orient.

L'Union mondiale des marchés de gros (WUWM *) a tenu sa conférence annuelle du 19 au 21 octobre à Abu Dhabi devant plus de 500 dirigeants et experts de l'industrie mondiale des aliments frais.

C'était la première fois que la conférence annuelle de la WUWM se déroulait dans la région MENA (Moyen-Orient et Afrique du Nord). Pendant ces journées, les participants ont pu échanger sur le thème retenu pour ce rendez-vous : « La sécurité alimentaire mondiale au XXI^e siècle : risques, défis et solutions pour garantir un approvisionnement en aliments frais résilient et durable ». L'objectif de la conférence était de rassembler pour la première fois une grande diversité d'acteurs de la chaîne d'approvisionnement en aliments frais, des logisticiens tels que AD Ports, aux agriculteurs, en

passant par les chercheurs et les commerçants, afin de trouver des voies innovantes pour assurer et accélérer la transition du système alimentaire à chaque étape de la chaîne de valeur des aliments frais. Les participants ont souligné la nécessité d'une réponse coordonnée et urgente pour assurer la sécurité alimentaire au niveau national, mais aussi international. Les débats ont montré comment une approche systémique peut aider à surmonter les défis majeurs comme la logistique, le stockage, la chaîne du froid et a montré le potentiel que cette approche multiacteurs peut avoir pour accélérer les changements dans les pratiques actuelles de la chaîne de valeur des aliments frais.

La conférence était organisée en partenariat avec le groupe AD Ports et la participation de nombreuses autorités et entreprises du pays d'accueil : ministère du Changement

climatique et de l'Environnement des Émirats arabes unis ; le Département du développement économique d'Abu Dhabi (ADDED) ; le Département de la culture et du tourisme ; Abu Dhabi Agriculture and Food Safety Authority (ADAFSA) ; Groupe Ghassan About ; Etihad Cargo ; et SILAL. « Nous sommes ravis de voir une telle représentation des Émirats arabes unis au WUWM Abu Dhabi 2022, reflétant le rôle important que nos hôtes jouent en faveur de la sécurité alimentaire mondiale, a déclaré Stéphane Layani, président de l'Union mondiale des marchés de gros. L'événement a été une réelle opportunité pour tous les principaux acteurs de la chaîne d'approvisionnement mondiale des aliments frais. En travaillant ensemble, nous pourrions construire une nouvelle "architecture alimentaire" durable, de la ferme à la fourchette, qui peut assurer une meilleure production, de meilleures chaînes d'approvisionnement, une meilleure nutrition, un meilleur environnement et une meilleure vie pour tous. »

* World Union of Wholesale Markets.

« Créer une architecture alimentaire durable »

« Je crois sincèrement qu'ensemble, nous pouvons créer une architecture alimentaire durable, de la ferme à l'assiette, en travaillant ensemble de manière audacieuse et en prenant des mesures concrètes pour garantir une meilleure production de meilleures chaînes d'approvisionnement et un meilleur environnement où chacun, à tout moment, a accès à des aliments sûrs, nutritifs et abordables pour mener une vie active et saine! »
Stéphane Layani, président de la WUWM

La WUWM accueille
de nouveaux adhérents

L'Union mondiale des marchés de gros a accueilli 3 nouveaux adhérents en 2022. Il s'agit du Abu Dhabi Food Hub (Abu Dhabi, Émirats arabes unis) ; du ASWAQ Food Facilities (Qatar) ; et du Shenzhen Agricultural Products Co.

Les viandes à l'heure du terroir

La période festive sonne l'heure de gloire des viandes et des volailles d'exception. C'est l'occasion de (re-) découvrir les pépites des terroirs que des éleveurs et bouchers français sont de plus en plus nombreux à vouloir préserver et protéger, notamment via les appellations d'origine protégée.

Dossier réalisé par Bruno Carlhian



Poulet du Bourbonnais AOP
aux saveurs d'automne.

« Il y a 25 ans, très peu de gens croyaient que le terroir pouvait marquer de son empreinte le caractère d'une viande, comme il signe l'origine d'un vin ou d'un fromage. Avoir réussi à établir ce lien, parfois contre vents et marées, c'est en soi une grande fierté », explique Jean-François Ravault, ancien président du syndicat des producteurs de bœuf de Charolles. L'éleveur bourguignon et la poignée de producteurs à l'origine du projet de reconnaissance de la viande issue du berceau historique de la race charolaise – entre Charolais et Brionnais – ont mis près de 20 ans à parvenir à leurs fins. En 2010, ils obtenaient la consécration avec la création de l'AOP bœuf de Charolles, l'INAO authentifiant ainsi la corrélation entre la célèbre race à robe blanche, les particularités de son engraissement dans les prés d'embouche et les qualités de cette viande « à la couleur rouge vif, marbrée et finement persillée ».

Aux quatre coins de la France, des éleveurs ont ainsi engagé ces dernières années avec la même détermination des procédures d'identification de leur terroir et de leurs pratiques agricoles en vue d'obtenir ce précieux sésame : l'AOC. « La première appellation d'origine dans le secteur de la viande, la volaille de Bresse, remonte à 1957. Mais elle est longtemps restée isolée, puisqu'il a fallu attendre 1996 pour voir une deuxième filière obtenir une appellation, le taureau de Camargue », précise Michel Oçafrain, président de l'AOP Kintoa et de la jeune fédération des viandes AOP (Fevao) créée en 2019.

Depuis, le rythme des dépôts de dossiers sur les bureaux de l'INAO s'est considérablement accéléré, dans toutes les filières. En viande bovine, outre le taureau de Camargue et le bœuf de Charolles, la viande de Maine Anjou a obtenu l'AOP en 2004. En viande ovine, on recense désormais le mouton de Barèges-Gavarnie et les agneaux de prés-salés de la baie de Somme et du Mont-Saint-Michel. En viande porcine, ce sont les salaisons corses (jambon, coppa, lonzo), le Noir de Bigorre et le Kintoa basque qui ont décroché la distinction. En juillet dernier, le ministère de l'Agriculture homologuait le cahier des charges de l'AOP poulet du Bourbonnais (lire encadré p. 17), celle-ci rejoignant la volaille de Bresse dans le cercle très fermé des volailles AOC. Au total, 12 appellations d'origine ont pris leur place parmi le gotha des viandes d'exception.

L'effervescence bien réelle autour de ces filières locales d'élevage à l'authenticité reconnue constitue une bonne nouvelle pour le patrimoine gastronomique français. « Les

démarches engagées par les producteurs ont parfois permis de sauver des productions et des savoir-faire en péril », a justifié Michel Oçafrain lors de l'assemblée générale de la Fevao en septembre dernier. La filière Noir de Bigorre, qui accueillait ses homologues à Castelnau-Magnoac, en est un exemple spectaculaire. « En 1981, il restait seulement 34 truies et deux mâles de porc noir gascon, chez une vingtaine d'éleveurs, situés sur le territoire des Hautes-Pyrénées », témoigne Sophie Deffis, présidente des éleveurs de porcs noirs de Bigorre. Alors que la race porcine Gasconne menaçait de disparaître, la constitution de l'association des éleveurs de porcs noirs de Bigorre en 1994, celle de la Société Le Porc noir qui réalise la découpe, la transformation des carcasses et la fabrication des différents produits en 2001, et enfin la reconnaissance de l'AOP en 2015 ont non seulement permis de sauver la souche, mais aussi de faire prospérer une filière entière.

DES VIANDES DE QUALITÉ, DES PROJETS DURABLES

Au-delà du patrimoine génétique, les éleveurs engagés dans ces filières ont la satisfaction d'œuvrer à des activités durables, répondant aux aspirations actuelles des citoyens et de la société. « Ce qui nous rassemble, c'est la passion de défendre nos terroirs et donc nos territoires », argumente Michel Oçafrain. Nombre des activités d'élevage s'exercent au sein de sites naturels remarquables, qu'il s'agisse des moutons sillonnant le cirque de Barèges-Gavarnie, des agneaux paissant sur les prés-salés de la baie du Mont-Saint-Michel ou de la baie de Somme, des bœufs Fin gras s'ébatant sur le massif Mézenc-Gerbier ou des porcs Kintoa sillonnant la Vallée des Aldudes.

Soucieuse de préserver ces patrimoines naturels auxquels leur production est intimement liée et qu'elle a parfois contribué à façonner, la fédération des viandes AOP a encouragé les différentes productions pourtant déjà très vertueuses à engager de nouveaux chantiers d'amélioration en matière de durabilité. « Pour ce qui concerne le porc Kintoa, nous nous sommes fixé pour priorité de trouver les moyens de préserver la ressource en eau et de développer l'agroforesterie pour disposer de zones d'ombre plus importantes pour abriter les cochons élevés en plein air, témoigne Michel Oçafrain. Face à la crise climatique, nos filières ont le devoir de conforter leur socle et de s'élever encore plus haut. » Les viandes issues de ces différents terroirs n'ont pas tardé à trouver leur public. « Au début de l'AOP noir de Bigorre, je pensais que si le jambon serait facile à vendre, ce serait

Le poulet du Bourbonnais AOP, déjà à Rungis

La dernière-née des AOP du secteur de la viande est le poulet du Bourbonnais, consacré en juillet 2022 par l'homologation de son cahier des charges. La race bourbonnaise serait née de la rencontre entre la poule blanche, présente depuis des siècles dans l'Allier, et le coq Brahma, importé d'Asie au milieu des années 1800. Elle se distingue par un plumage blanc herminé, une ponte précoce et abondante, une aptitude à l'engraissement, la finesse de sa chair et sa rusticité. Cette volaille d'exception est élevée pendant plus de 100 jours, avec une alimentation finie au lait et une production limitée à 500 poulets pour 3 000 m² sur une zone clairement limitée, essentiellement concentrée sur le département de l'Allier. À ce jour, Allier Volailles est le seul abattoir à proposer le poulet du Bourbonnais. Il est distribué à Rungis par Courtin-Hervouet, Alvidis et Reilhe. Il est facilement identifiable par son étiquette cartonnée de couleur bleue, avec des lys et un ruban bleu, blanc, rouge.





Carré de côtes Kintoa. AOP, distribué à Rungis par Porcgrors.



Agneau de prés-salés de la baie du Mont-Saint Michel AOP.

●●● *beaucoup plus difficile pour la viande fraîche. Ce n'est pas du tout le cas. Lors des dégustations que j'ai pu proposer à l'Académie culinaire ou aux Disciples d'Escoffier, les chefs ont été conquis. Les pièces de porcs noirs, que je travaille comme celles de bœufs, bénéficient aujourd'hui d'une forte demande et nous ne sommes pas toujours en mesure d'y répondre* », témoigne Pierre Sajous, l'un des principaux transformateurs du porc pyrénéen. Quant au jambon de Bigorre, il constitue – comme le Kintoa ou le Corse – une alternative bienvenue aux grands jambons produits par le voisin espagnol.

L'ensemble de ces filières représente, bien entendu, des volumes très modestes à l'échelle de la production nationale de viande, avec un cumul d'environ 4 600 tonnes commercialisées, pour un chiffre d'affaires estimé à 30 M€. Mais, dans la période morose que traverse l'élevage actuellement, leur bilan économique

« L'objectif n'est pas de faire entrer à tout prix de nouveaux éleveurs, mais qu'ils vivent principalement ou complètement de cette production. »

Nicolas Duboe,
technicien du Consortium
(porc de Bigorre)

est plutôt flatteur. La douzaine d'AOP françaises fait vivre environ 700 producteurs et entreprises, assure aux éleveurs des prix rémunérateurs et offre de réelles perspectives d'installations à de jeunes agriculteurs.

Le cas du porc noir de Bigorre est là encore éclairant. En quelques années, le nombre de

carcasses commercialisées est passé de 1 800 à presque 10 000, sans pour autant provoquer de baisse des prix. L'année prochaine, au moins deux nouveaux éleveurs rejoindront les rangs de la petite soixantaine de producteurs actuelle, permettant à la filière de poursuivre une croissance raisonnée. « L'objectif n'est pas de faire entrer à tout prix de nouveaux éleveurs, mais qu'ils vivent principalement ou complètement de cette production », souligne Nicolas Duboe, technicien du Consortium, qui se réjouit « des 45 ans de moyenne d'âge » des éleveurs.

L'engagement et la rémunération des éleveurs constituent également la priorité de l'AOP bœuf de Charolles. « Les volumes globaux commercialisés par l'appellation progressent lentement », observe Jean-François Ravault. En revanche, le nombre d'animaux AOP vendus par éleveur engagé dans la démarche est en croissance régulière. En moyenne, ils en vendent ●●●

Les viandes Label Rouge et IGP distinguent leurs clients

Dix bouchers fortement impliqués dans la promotion et la commercialisation de viandes sous signes officiels de qualité Label Rouge et IGP ont été récompensés en septembre dernier à Pau (Pyrénées-Atlantiques) lors de la 15^e édition du Trophée national des viandes d'excellence, organisée conjointement par la fédération interprofessionnelle des viandes Label Rouge et IGP (Fil Rouge) et le syndicat des Labels porcs et charcuterie (Sylaporc). À noter que dans la catégorie Agneau Label Rouge et IGP, c'est un boucher artisan francilien, Alexandre Aufradet à Nemours qui a été récompensé.



De l'Or rouge dans l'assiette

La marque Or rouge déployée par l'entreprise Beauvallet-Plainemaison cultive l'excellence de la race Limousine depuis sa création en 2013. Obligatoirement issus de zones agricoles situées en haute valeur naturelle (HVN) caractérisées par leur biodiversité, les animaux sont nés, élevés et abattus en Haute-Vienne, Corrèze, Creuse et cantons limitrophes et doivent non seulement respecter le cahier des charges du Bœuf limousin Label Rouge mais aussi répondre à des critères plus exigeants. Après abattage, les carcasses sont ensuite maturées sur os en suspension pelvienne, un procédé qui, par un meilleur étirement des muscles, améliore la tendreté. Chaque année, 2 000 bovins sont commercialisés sous la marque Or rouge. Soucieuse de valoriser au mieux le travail de ses éleveurs, l'entreprise organise chaque année ses propres ventes aux enchères, lors des Journées limousines Or rouge, à Limoges (Haute-Vienne). La 8^e édition qui



Le chef Nicolas Sale était cette année le parrain des Journées Limousines Or rouge, à Limoges (Haute-Vienne).

s'est déroulée en octobre était parrainée par le chef doublement étoilé Nicolas Sale. Celui-ci a notamment présidé un Concours des élèves cuisiniers qui ont eu pour tâche

de sublimer un jarret et un faux-filet de bœuf Or rouge. En 2021, la vente aux enchères avait battu tous les records avec une vache partie pour... 34 000 €!



Faites place IL EST GRAND TEMPS DE LA RETROUVER !

*Aussi bonne
à croquer
qu'à cuisiner*

*Une pomme
100% française*



DE RETOUR SUR VOS ECRANS



+ de
40 M
de contacts

POUR 8 SEMAINES DES MI-JANVIER

CULTIVONS LE BON !
Les producteurs
BlueWhale

••• une douzaine chaque année, soit près d'un tiers de leur production. Cela veut dire qu'ils y trouvent leur intérêt et qu'ils sont déterminés à faire vivre l'appellation, c'est un point essentiel. »

Compte tenu des faibles volumes disponibles, certaines productions sont essentiellement vendues au niveau local ou régional, comme le Fin gras du Mézenc, l'agneau de la baie du Mont-Saint-Michel ou le mouton de Barèges-Gavarnie. Mais certaines ont de longue date trouvé le chemin des grandes tables et des boucheries d'excellence. C'est le cas, bien sûr, du poulet et de la dinde de Bresse, que le chef étoilé Georges Blanc a fait rayonner partout en France et dont on se dispute les plus beaux représentants sous le pavillon de la volaille en fin d'année.

La volaille de Bresse n'est pas la seule de ces appellations à s'être frayé son chemin jusqu'au Marché de Rungis. « Nous travaillons régulièrement avec les grossistes du Marché », signale Jean-Julien Durand, représentant du porc noir de Bigorre en région parisienne, qui cite notamment Le Delas, mais aussi LPN Volailles, Le Marché des fromagers, Seguin ou encore Huguenin. « Il est très important pour nous de bien connaître nos clients car nos quantités sont limitées et nous avons à cœur que nos produits soient bien valorisés auprès des clients finaux, qu'ils soient restaurateurs, bouchers ou épiceries », poursuit Jean-Julien Durand.

L'appellation voisine de Bigorre, celle du porc et du jambon Kintoa, a elle aussi trouvé sa place à Rungis, plus précisément chez le grossiste du pavillon du porc Porcroc. « Ce partenariat est né de ma rencontre avec Pierre Oteiza, éleveur, producteur et artisan charcutier implanté aux Aldudes au Pays basque », indique le grossiste, qui a passé une partie de son enfance à Hasparren (Pyrénées-Atlantiques). Le courant passe bien entre le directeur général de Porcroc et l'inlassable ambassadeur du porc basque, initiateur, au début des années 2000, du séchoir collectif de la vallée des Aldudes.

Depuis quatre ans, Porcroc distribue ainsi les salaisons régulièrement primées d'Oteiza (saucissons, Jésus, chorizo et saucisse sèche) mais aussi de la viande fraîche de Kintoa. « C'est une très grande fierté d'être les ambassadeurs d'un terroir exceptionnel et de pratiques exemplaires en matière d'élevage, se félicite Olivier Pelloso. L'un de nos clients restaurateurs nous prend chaque semaine une demi-carcasse – sans le jambon – et “met le couteau” dans la viande pour tout valoriser au mieux. C'est une vraie chaîne de respect du produit », conclut le grossiste rungissois.

Viandes d'ailleurs



© Bruno Carhian

L'Argentine mise sur la durabilité

La réputation de la viande bovine d'Argentine n'est plus à faire. Mais la qualité gustative ne suffit plus aujourd'hui à emporter l'agrément des consommateurs. Il faut aussi que l'élevage réponde aux exigences actuelles de contribution à l'environnement et de respect du bien-être animal. Lors du récent Sial, l'Institut de la promotion de la viande bovine argentine (IPCVA) a ainsi présenté les engagements des éleveurs argentins en faveur d'une agriculture « soutenable ». « Nous avons mené une étude sur l'analyse du cycle de vie de la viande d'Argentine avec l'équivalent chez nous de l'INRAE qui a émis de multiples recommandations pour renforcer la compétitivité environnementale de la viande d'Argentine », témoigne Juan José Grigera Naón, président de l'Institut de promotion de la viande de bœuf argentine. Très extensif, l'élevage bovin en Argentine est basé sur le pâturage, malgré la finition en enclos pendant les trois ou quatre mois d'engraissement. « Nous ne constituons pas une menace pour les éleveurs français, avec lesquels nous partageons de nombreuses problématiques, notamment celle des émissions de carbone », insiste Juan José Grigera Naón, qui souhaite développer la coopération avec les agriculteurs européens. Après avoir connu un pic en 2019 avec 50 000 tonnes, les exportations argentines de viande bovine vers l'Europe ont subi de plein fouet les conséquences de la crise du Covid, la viande d'Argentine étant beaucoup consommée dans le secteur de la restauration. Effectuées pour l'essentiel en frais, elles se sont stabilisées autour de 35 000 tonnes.

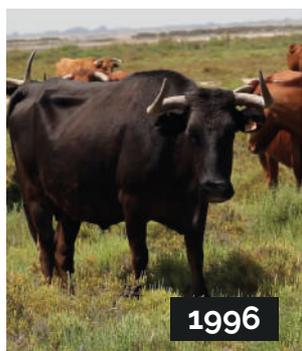


Le Wagyu japonais à l'affiche

Le centre de promotion des aliments japonais à l'étranger (JFOODO) lance actuellement une opération de promotion de la fine fleur de la viande japonaise : le bœuf Wagyu. Du 8 novembre au 24 décembre 2022, les restaurants partenaires à Paris, Fontainebleau et Lyon proposent une carte spéciale mettant en valeur cette viande d'exception, caractérisée par son abondant persillage blanc qui lui confère douceur et arômes proches de la noix de coco. Les chefs des cinq restaurants porte-drapeaux (Enyaa, Kiyooji, le 116, l'Arche et Aida, tous à Paris) proposent à la carte de leur restaurant des mets à base de Wagyu travaillés au travers de techniques spécifiques de découpe et de cuisson. Pour accompagner cette opération, des restaurants étoilés, des restaurants japonais haut de gamme et des boutiques spécialisées, proposant déjà habituellement du Wagyu japonais, sont chargés de présenter et de conseiller le grand public sur cette viande.



1957



1996



2003



2004



2006



2007



2009



2010



2012



2015



2016



2022

Les viandes AOP en chiffres

Date de reconnaissance
en appellation d'origine/
Produits AOP/Tonnages

1957 - Volaille et dinde de Bresse
1300 tonnes commercialisées (*)

1996 - Taureau de Camargue
251 tonnes (*)

2003 - Mouton de Barèges-Gavarnie
12,2 tonnes (**)

2004 - Maine-Anjou / 288 tonnes (*)

2006 - Fin gras du Mézenc
453 tonnes (*)

2007 - Prés-Salés de la baie de Somme
39,4 tonnes (*)

2009 - Prés-Salés du Mont-Saint-Michel /
27 tonnes (*)

2010 - Bœuf de Charolles
533 tonnes (*)

2012
Jambon sec de Corse,
Coppa de Corse, Lonzo de Corse
Environ 23 tonnes (*)

2015
Viande fraîche de Noir de Bigorre et
Jambon Noir de Bigorre
1146 et 181 tonnes (*)

2016
Kintoa et Jambon de Kintoa
416,5 tonnes et 22,8 tonnes (**)

2022
Poulet du Bourbonnais
26 000 poulets abattus par an

*: en 2019 - **: en 2020



Olivier Paris

53, rue Notre-Dame-de-Lorette, 75009 Paris et
66, rue Condorcet, 75009 Paris

Tél. : 0144520363

Mail : contact@olivier.paris

Site internet : www.olivier.paris

Instagram : @olivier_fleuriste

12 employés

15 et 20 variétés
de fleurs coupées par saison

L'histoire

Encouragé par ses parents, Olivier Gental fait une école de commerce. Une fois son diplôme en poche, il est embauché chez Truffaut, pour une ouverture à Bordeaux, où il découvre notamment la logistique. Peu de temps après, il retourne sur les bancs de l'école pour suivre un cursus d'un an au CNPH-Piverdière à Angers où il apprend le métier d'artisan-fleuriste. Pendant plusieurs années, Olivier Gental travaille en tant que fleuriste chez Gil Boyard, Christian Tortu ou encore Pascal Mutel. Il fait un passage à Monaco où il gère trois magasins avec une forte activité événementielle de luxe. Une expérience qu'Olivier qualifie de formatrice mais également de déterminante pour la suite. En 2015, il ouvre son premier magasin au 53, rue Notre-Dame-de-Lorette, suivi en 2017 de la seconde adresse rue Condorcet.

« Grâce aux prestataires de Rungis qui se sont adaptés et qui m'envoient une sélection personnalisée par e-mail ou par WhatsApp, je gagne un temps précieux. »



OLIVIER GENTAL, ARTISAN FLEURISTE – OLIVIER PARIS

L'élégance au naturel, la promesse de la maison

Afin d'offrir à sa clientèle avisée toujours plus de produits locaux, Olivier Gental n'a pas hésité à entreprendre un important travail de sourcing. Il propose ainsi une gamme de fleurs coupées triées sur le volet et issue d'une production française entre 80 % et 90 %.

Au 53, rue Notre-Dame-de-Lorette, dans le 9^e arrondissement de Paris, Olivier Gental nous accueille dans sa boutique qu'il s'amuse à appeler « *la version fantasmée de son jardin* ». Les fleurs fraîches et de saison y sont les « *stars de la maison* ». Dans ce quartier, où il possède également une seconde adresse rue Condorcet, Olivier Gental et son équipe côtoient une clientèle éduquée à l'élégance et connaisseuse de fleurs. « *Nos clients le savent : pour avoir des fleurs de saison, et qui tiennent, il faut mettre le prix* », précise Olivier.

Chez Olivier Paris, le travail de composition du bouquet demeure essentiel au même titre que le choix des fleurs : « *Je souhaite que mes clients aient le sentiment que nous venons d'aller ramasser les fleurs dans notre jardin avant de les travailler en bouquet devant leurs yeux* », ajoute le commerçant. En outre, la qualité des fleurs est toujours au rendez-vous, grâce aux liens privilégiés que le gérant a tissés avec les fournisseurs de Rungis et quelques producteurs en direct. « *Aujourd'hui, je ne peux me permettre d'aller plusieurs fois par semaine à Rungis. En effet, la circulation en voiture est devenue impossible et nous perdons trop de temps dans les embouteillages* », justifie Olivier. Toutefois, l'artisan fleuriste s'y rend une fois par semaine pour faire des découvertes et récupérer les commandes qu'il a effectuées sur photos et vidéos. « *Grâce aux prestataires qui se sont adaptés et qui m'envoient une sélection personnalisée par e-mail ou par WhatsApp, je gagne un temps précieux* », affirme-t-il.

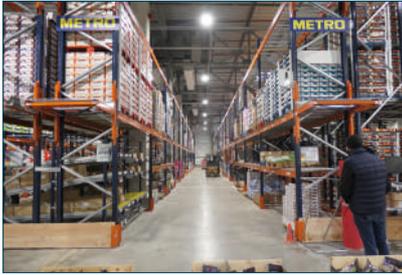
Il travaille de cette façon non seulement avec Deco Feuillages, mais aussi avec AVO ou encore Brossard. Olivier Gental se fournit également chez Feuillazur et pour les accessoires de Noël au Comptoir des fleuristes et Plantassistance. « *À compter du 10 novembre, on se met en mode petits lutins et on installe toute la gamme de Noël avec les sapins, les couronnes et les accessoires* », sourit Olivier. Du côté des fleurs d'hiver, les grandes vedettes sont les anémones,



Olivier Gental.

les renoncules et les tulipes du Var. Par ailleurs, depuis 2019, l'entreprise Olivier Paris se développe en ligne en passant par un site marchand avec des bouquets livrables partout en France. « *Grâce au lourd travail de communication réalisé par notre agence, le site performe bien et nous avons pour ambition de continuer à le faire grandir* », précise Olivier. Enfin, cette année post-Covid a fortement relancé les affaires d'Olivier Gental sur le volet événementiel. En effet, il pourrait représenter d'ici à la fin de l'année environ 30 % du chiffre d'affaires de l'entreprise.

Laura Margis



Metro France

1, avenue de l'Europe
Marché international de Rungis
94150 Rungis

15 000 m²
c'est la surface de la nouvelle
plateforme à Rungis

45 collaborateurs travaillent
sur le site Metro France du MIN

L'histoire

La société Metro, créée en 1964, est une chaîne allemande spécialisée dans la vente en gros de produits de grande consommation. Elle s'installe en France dès 1971, à Villeneuve-la-Garenne (Hauts-de-Seine), où elle devient une enseigne incontournable pour les professionnels de la restauration et de nombreux commerçants. Aujourd'hui, Metro affirme être « le premier fournisseur de la restauration indépendante en France ». Avec 99 points de vente répartis sur l'ensemble du territoire hexagonal, le grossiste offre la possibilité de venir dans ses halles ou de se faire livrer. Présent au MIN de Rungis depuis 1996, Metro a déménagé sa plateforme en fin d'année 2022. Celle-ci alimente ses halles du quart nord-est de la France, et regroupe en un même lieu (sur 15 000 m²) les activités fruits et légumes, crèmerie, fromages et charcuteries.

Aujourd'hui, le point fort de Metro est de proposer un assortiment unique sur le Marché [...]. Nos halles présentent en moyenne 300 à 400 produits par jour, mais les chefs de rayon ont la possibilité, sur commande, de choisir et faire des compléments de gamme.

BERTRAND MOULINS

Metro France s'agrandit et se modernise à Rungis

La nouvelle plateforme de Metro, au MIN, a été inaugurée le mois dernier. Celle-ci s'inscrit dans une démarche responsable et offre un cadre plus confortable pour ses collaborateurs. Bertrand Moulines, chef de groupe fruits et légumes pour Metro, est témoin de cette évolution.

Il a commencé sa carrière au Marché de Rungis en 1992. À la suite de plusieurs passages dans différentes entreprises du MIN, Bertrand Moulines rejoint le grossiste allemand, en tant que chef de marché, seulement quelques années plus tard. « Je suis rentré à Metro le 10 juin 1996, le jour où notre ancienne plateforme a été ouverte. Je suis arrivé avec les premières palettes », se remémore ce fils d'agriculteurs du Loir-et-Cher. Si l'idée de reprendre l'exploitation familiale s'est posée un temps, il décide de suivre des études commerciales après un parcours dans le secteur agricole. Hormis deux années à entreprendre « un projet personnel autour du locavore » dans le cadre d'une association, il n'a pas quitté la maison Metro France depuis 1996. Toutefois, son expérience associative et ses attaches au monde agricole lui servent aujourd'hui dans sa fonction de chef de groupe fruits et légumes. « Cela m'a fait mûrir plein de choses sur la manière d'aborder les achats à Metro. Je connais la difficulté de produire, et donc j'essaie de faire des justes arbitrages dans la manière de négocier. Pour moi, une bonne négociation est une négociation dont deux personnes sortent satisfaites. Et aujourd'hui plus que jamais, il faut arriver à aider nos producteurs à trouver le bon niveau de tarification pour qu'ils s'en sortent, et que nous soyons positionnés vis-à-vis de nos clients », détaille Bertrand Moulines.

Depuis quelques semaines, la plateforme de Metro à Rungis a déménagé de 500 m mais a surtout triplé de volume. Inauguré en novembre dernier en présence du ministre de l'Agriculture, Marc Fesneau, ce bâtiment de 15 000 m² s'inscrit dans une stratégie de Responsabilité sociétale des entreprises (RSE). « L'ambition de cette plateforme est d'avoir un outil plus ergonomique, un meilleur confort pour notre prestataire (Delanchy), de meilleures conditions pour nos équipes achats et logistiques, ainsi qu'un outil qui réponde à des normes environnementales. Mais elle doit également accompagner la croissance de Metro qui a des objectifs



Bertrand Moulines.

forts de développement », liste Bertrand Moulines. Cette nouvelle plateforme regroupe en un même lieu, à Rungis, les produits frais et les fruits et légumes, et facilite le travail d'approvisionnement grâce aux 39 portes de quais dont elle dispose.

Sur le plan environnemental, ce hub logistique possède 1 ha de panneaux photovoltaïques sur son toit, un système de chauffage par incinération des déchets et un circuit frigorifique au CO₂ avec pompes et éjecteurs. Après Nantes, en 2018, et Générac, en 2020, Metro poursuit son processus de modernisation de ses plateformes avec ce déménagement au sein même du MIN. Une démarche qui permet, finalement, de proposer une meilleure offre aux clients, note Bertrand Moulines : « Plus il y a de confort, plus la préparation est bien faite et plus nous respectons le produit. »

Jérémy Denoyer



Salaisons des Roches Blanches

1, avenue Maximiliansau
76450 Cany-Barville

Tél. : 02 35 97 78 11

Site : www.roches-blanches.fr

38 salariés

700 tonnes produites

L'histoire

L'histoire de Roches Blanches est liée à celle de la pêche à la morue à Terre-Neuve. Bouchers charcutiers et salaisoniers de père en fils à Fécamp, les arrière-grands-parents et grands-parents de Stéphane Malandain fournissaient les salaisons des marins, ce dont le Saucisson du marin, marque déposée, conserve le souvenir. Dans les années 1960, le père de Stéphane Malandain démarre une activité dédiée au saucisson sec et crée en 1976 la société Roches Blanches, un nom inspiré des falaises crayeuses de la région. L'entreprise se développe et quitte Fécamp en 1981, pour un atelier situé à 20 km de là, à Cany-Barville. Après le décès de son frère et associé Thierry en 2020, le neveu de Stéphane Malandain, Gauthier, prend des responsabilités dans la production avec l'ambition de poursuivre l'aventure familiale de l'entreprise, l'une des dernières indépendantes en matière de salaisons.

Nous ne cherchons pas à développer les volumes, mais à bien faire ce que nous faisons. Moi qui ai été le relais de mes parents, grands-parents et arrière-grands-parents, mon ambition, c'est de passer le relais à la génération suivante dans de bonnes conditions.



STÉPHANE MALANDAIN, SPÉCIALISTE DU SAUCISSON SEC

Roches Blanches, une famille au service du bon

À la tête de l'entreprise familiale de salaison depuis 2011, Stéphane Malandain a préservé le savoir-faire de l'entreprise et a poursuivi résolument le virage vers les secteurs traditionnels, plus valorisants.



Stéphane Malandain : « Nos saucissons de 200 g sont séchés huit semaines contre trois dans l'industrie et perdent la moitié de leur poids, contre un quart. »

Roches Blanches, c'est l'histoire d'une entreprise artisanale qui a choisi de le rester. « *Le tournant a eu lieu à la fin des années 90* », explique Stéphane Malandain, qui pilote aujourd'hui la société de salaisons située à Cany-Barville, à une vingtaine de kilomètres à l'est de Fécamp (Seine-Maritime). « *À l'époque, les volumes étaient en croissance régulière tirée par les ventes en grande distribution. Nous nous sommes alors rendu compte que nous étions en passe de devenir des industriels alors que nous voulions au contraire maintenir un savoir-faire artisanal et préserver la qualité de l'ensemble du processus.* » Les parents de Stéphane Malandain, qui tiennent alors les rênes du spécialiste régional du saucisson sec, commencent par sécuriser leur approvisionnement en matière première « *car une bonne fermentation passe par une viande de qualité* », assure leur fils. De véritables filières sont mises en place, sur laquelle l'atelier s'appuie toujours : une de porc normand pour une gamme de saucissons secs, une autre de porcs Label Rouge en provenance de Normandie, Pays de la Loire et Bretagne et enfin une en bio. Pour le Saucisson du marin, produit star de Roches Blanches à base d'échine frottée au sel et affinée huit mois, l'entreprise se fournit exclusivement en découpes de porc français. Depuis qu'il a repris l'affaire en 2011 (d'abord aux côtés de son frère Thierry, décédé en 2020, et désormais avec son neveu Gauthier et l'une

de ses sœurs), Stéphane Malandain a mis toute son énergie à préserver les process de fabrication qui font la différence. « *Chez nous, toutes les salaisons sont fabriquées à base de viande fraîche, en boyau naturel (à l'exception des produits tranchés), en fleur et fermentation naturelles, sans talc, ni arômes, ni poudre de lait, parfois avec un peu de nitrates mais sans nitrites. Nos saucissons de 200 g sont séchés huit semaines, contre trois dans l'industrie et perdent la moitié de leur poids, contre un quart* », affirme le patron.

Depuis qu'il est à la tête de l'entreprise, Stéphane Malandain a également eu à cœur de redéployer les ventes vers le secteur traditionnel. « *Alors que nous étions presque exclusivement vendus en GMS, le secteur traditionnel représentera cette année plus de la moitié de nos ventes, entre la restauration, la boucherie-charcuterie artisanale et l'épicerie fine* », précise-t-il. « *Cette clientèle valorise au mieux notre travail* », poursuit le Normand, heureux de constater l'engouement de la restauration de type bistrot pour son Saucisson du marin et sa rosette. À Rungis, le salaisonier a établi de longue date des relations de confiance avec les grossistes Le Delas et Dispéré, dont il a connu les dirigeants Fernand Berson puis son fils Yann. « *Entre traditions familiales, on se comprend* », conclut Stéphane Malandain, qui aimerait « *encore se développer à Rungis* ».

B. C.

PRODUITS TRIPIERS

Le cinquième quartier s'étend à l'Europe

Le Championnat d'Europe des produits tripiers, concours culinaire organisé à Rungis, a pris cette année une dimension résolument internationale et connu un retentissement inédit.



Rémy Mariolles, au centre, l'a emporté devant Joseph Doverman (à g.) et Sylvain D'Avico (à dr.).
La recette vainqueur à droite : ris de veau en deux façons, légumes acidulés pomme Granny.



© Didier Venom



© Didier Venom

Jeudi 17 novembre, les cuisines de Chaud Devant ! l'école de formation du groupe Louvre Hôtels située au sous-sol du Campanile du Marché de Rungis, a affiché complet toute la journée. Vingt et un chefs se sont succédé aux fourneaux pour élaborer sur place leur création originale à base d'abats de bœuf, de veau, de porc ou encore d'agneau à l'occasion du 5^e championnat d'Europe des produits tripiers, organisés par la Confédération nationale de la triperie française (CNTF).

D'Europe, il aura été beaucoup question lors de ce concours, devenu un événement phare de la communication du secteur. Cette année, la liste des compétiteurs comptait en effet, outre les concurrents français, des chefs de nationalité belge, italienne, roumaine et pas moins de deux Irlandais venus ferrailler pour succéder à Vincent Cugnet, le chef du restaurant le Veau qui tête à Rungis, qui remettait sa couronne en jeu.

Pour le duo irlandais, l'épreuve nécessitait d'autant plus de brio que le cinquième quartier ne fait guère partie de la culture culinaire de l'Île. « Les produits tripiers, j'ai surtout appris à les accommoder depuis que je suis arrivé en

France il y a six ans », a expliqué l'un des deux représentants du pays, Joseph Doverman, à Rungis Actualités. « Ce sont des spécialités particulièrement appréciées à Lyon où j'exerce actuellement comme chef adjoint de la Cour des loges, au cœur de la ville. » Le jeune cuisinier originaire de Tipperary, au sud du pays, a particulièrement brillé lors de la compétition, avec une création aux saveurs typiquement irlandaises. Sa « langue de bœuf braisée servie avec de l'orge maltée, des oignons confits et une sauce à base de whiskey irlandais » lui a valu de décrocher la deuxième place du concours.

UN IRLANDAIS MÉDAILLE D'ARGENT

La présence remarquée des Irlandais lors de la compétition avait une valeur symbolique pour les professionnels français de la triperie. Peu consommés dans l'Île, les abats de bœuf et d'agneau sont massivement exportés hors de l'île, notamment vers la France. Une grande partie des onglets et autres joues de bœuf issus du cheptel irlandais se retrouvent ainsi sous le pavillon de la triperie de Rungis où ils font le bonheur des clients, qu'ils soient détaillants ou bien cuisiniers. « Les grossistes en produits

triers commercialisent 7 500 tonnes d'abats et de viande irlandaise par an », affirme Bord Bia, l'organisme de promotion des produits irlandais.

Malgré cette édition très cosmopolite, la médaille d'or est restée en France. C'est Rémy Mariolles, le chef du Cheval Blanc à Ferrières-en-Gâtinais (Loiret) qui a remporté le premier prix avec une recette aussi détonnante que délicate de « Ris de veau en deux façons, légumes acidulés pomme Granny ». Meilleur apprenti de France 2018, ce maître-restaurateur s'est notamment fait connaître du grand public lors de sa participation à « Objectif Top Chef » en 2019. Sylvain d'Avico, chef et professeur de cuisine au lycée hôtelier Poullart des Places à Thiais (Val-de-Marne) complète le podium avec une « queue de bœuf croustillante parfumée à la menthe et à la coriandre ». La remise officielle des prix aura lieu le lundi 27 février sur le stand d'Interbev au Salon international de l'agriculture 2023. Une nouvelle occasion pour la filière de célébrer l'Europe des produits tripiers en cours de constitution !

B. C.

CHEZ JULIEN

1, rue du Pont-Louis-Philippe

75004, Paris

Tél. : 01 42 78 31 64



© Jérémy Denoyer

Helmi Derbal

Depuis six ans aux fourneaux de Chez Julien, Helmi Derbal propose une cuisine française traditionnelle s'accordant au cadre de ce bistrot chic. De plus, passionné par le travail de la truffe, le chef met à l'honneur ce champignon sur sa carte.

L'amoureux de la truffe

Les 15 années passées à La Truffe noire lui ont laissé des traces. C'est dans ce restaurant de Neuilly-sur-Seine, aux côtés de Jenny Jacquet, que le chef d'origine tuniso-libanaise s'est pris de passion pour ce tubercule. De la « melano » à la truffe de Bourgogne, Helmi Derbal travaille différemment ce produit en fonction des saisons.

« Depuis mon apprentissage, puis avec les différents chefs que j'ai eus, je suis resté sur le même rythme et la même cuisine traditionnelle. » C'est une présentation assez simple que le chef Helmi Derbal fait de lui. Pourtant, son parcours personnel se révèle plus complexe.

Né en Tunisie au début des années 1980, il arrive en France à l'âge de 6 ans, avant de retourner dans son pays natal durant trois années, pour y apprendre l'arabe. Une langue qu'il a également pratiquée au Liban, où il a vécu deux ans, et dont l'une de ses grand-mères est originaire. « Mon père est né Maltais, ma mère vient du Liban – sa mère est libanaise et son père tunisien – mais je dis que je suis tunisien, ça va plus vite », reconnaît l'intéressé. C'est aux côtés des femmes de sa famille qu'il découvre d'ailleurs son attrait pour la

préparation des repas : « Avec mes grands-mères et ma mère, on faisait des pâtes maison, des boulettes et des petites choses. J'ai toujours aimé faire ça. Et pendant les vacances, j'ai ensuite découvert les épices que ma grand-mère libanaise faisait sécher avant de les passer au moulin. Un travail à l'ancienne ! J'ai aussi appris à faire le poisson : l'encornet ou le poulpe, que l'on tapait avec des bâtons pour qu'il soit plus onctueux à la cuisson », se rappelle le cuisinier.

De retour en France, Helmi Derbal commence son apprentissage professionnel de la cuisine à l'âge de 13 ans. Il est alors pris en main par un chef, dont l'approche de la profession le marque encore aujourd'hui. « C'est Monsieur Jenny Jacquet qui m'a appris ce métier. J'ai fait quelques restaurants à droite et à gauche, mais je suis toujours retourné chez lui après qu'il m'a



Tartare de veau aux perles de truffe.

© Jérémie Denoyer

envoyé chez des collègues pour faire des stages. Monsieur Jacquet a été mon maître d'apprentissage, j'ai commencé chez lui en 1996. Puis il m'a envoyé chez Faugeron – qui était une table trois étoiles à l'époque – où j'ai fait six mois », détaille l'actuel chef de Chez Julien (Paris, 4^e). Entre Jenny Jacquet et Henri Faugeron, il existe une passerelle commune : l'art et la passion pour la truffe. C'est avec le premier, évidemment, qu'il découvre ce produit d'exception, au sein du bien-nommé restaurant La Truffe noire (Neuilly-sur-Seine). Mais son exploration du diamant noir se poursuivra aussi durant son passage chez le second. Henri Faugeron, chef corrézien dont le restaurant Faugeron (Paris 16^e) avait conquis deux étoiles au Michelin dès 1978, est connu notamment pour « l'intrigant et fameux parmentier de truffes aux fines épices », évoqué par le critique Jean-Claude Ribaut (*Le Monde*, 14 janvier 1998, « La Truffe »).

UNE AVENTURE EN BOULANGERIE...

Helmi Derbal est passé par une autre maison renommée, L'Ambroisie*** (Paris 4^e) de Bernard Pacaud, et des restaurants comme Lily de Neuilly (Neuilly-sur-Seine) ou le Carpe Diem (Paris 1^{er}). Il exerce aussi pendant deux ans Au rendez-vous des camionneurs (Paris 1^{er}), un bistrot détenu par un certain Patrice Hardy, qui avait auparavant succédé à Jenny Jacquet... à La Truffe noire. Le natif de Sfax (Tunisie) décide de se lancer, peu de temps plus tard, dans une aventure boulangère. Il ouvre son propre commerce à la porte des Lilas et, en parallèle à cette expérience, reprend ponctuellement sa toque de chef dans un bistrot chic faisant face à l'île Saint-Louis : Chez Julien.

« Alexandre Chapon [le propriétaire] cherchait un cuisinier. Je devais faire un remplacement le temps qu'il trouve quelqu'un d'autre, j'avais la boulangerie et j'étais vraiment de passage. Mais ensuite, j'ai commencé à faire les cartes une fois par mois... Et finalement j'ai laissé tomber la boulangerie et je suis revenu en cuisine », explique le chef de 40 ans. Cela fait aujourd'hui six ans que Helmi Derbal tient les cuisines de Chez Julien, pour le plus grand plaisir d'une clientèle distinguée, composée notamment de touristes étrangers ainsi que de personnalités politiques et médiatiques.

... ET EN TÉLÉVISION

Bien qu'il ait participé à quelques émissions télévisuelles – à l'instar du programme À vos recettes sur Direct 8 – la notoriété médiatique ne semble pas intéresser particulièrement le cuisinier. « J'ai fait plein de choses avec Benjamin Castaldi. C'était un habitué de La Truffe noire et nous avons fait des émissions ensemble. Benjamin vient ici maintenant, mais pour moi la télé... c'est marrant, c'est sympa mais c'est bien pour les jeunes », tempère Helmi Derbal.

Fidèle aux restaurateurs pour lesquels il a travaillé, le chef semble partager une bonne relation avec Alexandre Chapon, ami proche de son attaché de presse, mais surtout propriétaire de Chez Julien et de deux autres établissements du 4^e arrondissement : L'Enoteca et Vins des Pyrénées. « Je travaille aussi pour différents restaurants de Monsieur Chapon, où je m'occupe du recrutement des chefs ou parfois de faire les cartes », confie Helmi Derbal, dont l'avenir en cuisine (ou ailleurs) reste aujourd'hui incertain : « Il n'y a que le temps qui peut nous dire la suite. »

Jérémie Denoyer



Crème glacée maison à la truffe.



Belle Époque et cuisine traditionnelle

Dotée d'un haut plafond peint et de miroirs tachetés, la salle de Chez Julien offre un décor typique de la Belle Époque. « C'est un restaurant qui a une histoire, il faut que la cuisine garde cette histoire, estime Helmi Derbal. Les produits que l'on utilise sont des produits classiques, légèrement modernisés, mais qui restent sur les bases de la cuisine française. Nous faisons des plats avec ou sans truffes, donc je ne peux pas user de toutes les nouvelles sauces. » Les ravioles aux cinq fromages, la daurade royale, la purée de pommes de terre ou le poulet fermier sont des plats – parmi tant d'autres – où la truffe est incorporée. Si le chef tunisien ne considère pas être à l'origine d'un « plat signature », son tartare de veau aux perles de truffe est une inspiration qu'il propose depuis des années Chez Julien. « Ces perles sont faites en Espagne, à partir d'un jus de truffe qui est gélifié. C'est peut-être le seul plat que les autres ne font pas », reconnaît Helmi Derbal. Habitué du Marché de Rungis, le chef y conserve les mêmes fournisseurs mais son fonctionnement a évolué. Ses déplacements hebdomadaires ont laissé place à la livraison : « J'y vais pour les fleurs et des choses précises que je veux voir. Je m'y rends lorsque je change de carte, mais sinon je n'y vais pas personnellement. Je commande chez nos fournisseurs et un chauffeur va chercher les marchandises toutes les semaines. »

Ses fournisseurs

À RUNGIS

Amara

Les halles Trottemant

Les Vergers St Eustache

Le coq Saint-Honoré

Maison Médelys



Les Ardennes

Diversification toute !

En traversant les Ardennes sur l'A34,
le plus grand sanglier du monde :
50 t, 10 m de haut,
13 m de long et 5 m de large.
Woinic apparaît, fièrement campé
sur ses pattes.

Dans ce département, les agriculteurs font face à la baisse du revenu agricole. Après le tournant de la baisse des prix du lait, en 2016, beaucoup se sont reconvertis ou diversifiés. Certains se sont engagés dans des circuits courts, d'autres se sont lancés dans la transformation.

Reportage de Jean-Michel Déhais

Les Ardennes présentent trois visages. C'est sans doute pour cette raison que, en 1790, les révolutionnaires ont choisi de baptiser ce département avec un nom pluriel. Mais en réalité, le massif Ardenne qu'il partage dans sa partie nord avec trois autres pays, la Belgique, le Luxembourg et l'Allemagne, s'affirme comme un nom singulier.

Au sud du département, on retrouve une géographie proche de celle de la Marne avec de grandes plaines légèrement vallonnées favorables à la betterave et aux céréales. Au-delà de Reithel, la polyculture partage l'espace avec les élevages. Puis c'est seulement au-delà de Charleville-Mézières que l'on pénètre vraiment dans le massif forestier montagneux ardennais qui culmine à 500 m d'altitude. Dans cette partie, on compte des prairies dédiées à l'élevage.

Les Ardennes se positionnent d'ailleurs comme le premier département d'élevage du Grand Est. Y vivent des volailles, quelques ovins, un petit cheptel porcin, mais surtout 256 000 bovins. « *Le troupeau laitier et le troupeau allaitant étaient jusqu'à ces dernières années équilibrés, mais avec les problèmes du secteur laitier, certains éleveurs ont basculé leur*

troupeau vers le secteur allaitant », observe Claire Pignon, chargée de mission à la chambre d'agriculture départementale.

Le département reste très agricole. Cette activité accapare 5 % des emplois. Toutefois, le secteur se concentre. 12 % des exploitations ont disparu entre 2010 et 2020. Aussi, la plupart des agriculteurs ardennais ont-ils dû adapter leur production pour retrouver des marges. Ces dernières années, beaucoup d'exploitants ont créé des circuits courts. En effet, 13,7 % des entreprises sont déjà engagées dans cette démarche. Deux drives fermiers ont été créés avec l'appui de la chambre d'agriculture, l'un à Charleville-Mézières en 2014 et l'autre à Vouziers en 2017. Ces structures ont connu un développement prometteur avec une activité qui s'est nettement accentuée durant la crise sanitaire. Ainsi, Claire Pignon note un léger reflux des ventes directes car « *l'inflation pousse les consommateurs à arbitrer leur budget* ». Il faut enfin noter que le bio est très présent dans le département : 8 % des exploitations sont certifiées ou en conversion.

SANS GLUTEN

Mais depuis 2016, date du tournant de la politique laitière, beaucoup d'exploitations ont entamé des diversifications spectaculaires. Vincent Contal en est l'exemple. À la fin des années 1980, cet homme, aujourd'hui âgé de 56 ans, s'est installé dans une ferme de 148 ha à Banogne-Recouvrance. Il y a 12 ans, il n'hésite pas à investir 2 M€ dans son exploitation pour produire et commercialiser des farines sans gluten. Le créneau est pointu. « *Les vraies intolérances au gluten, celles qui provoquent la maladie de cœliaque, ne concernent que 2 % de la population*, indique Vincent Contal. *Ces personnes ont donc absolument besoin de produits totalement exempts de gluten.* » C'est ainsi qu'il s'est lancé dans la production de farine de sarrasin et de lentilles, deux variétés exemptes de gluten qu'il broie dans un moulin à pierre afin de proposer une farine la plus authentique possible. ● ● ●

L'agriculture dans les Ardennes en chiffres

2 623 exploitations
4,5% d'emplois direct et
11% d'emplois indirects
59% de la surface du département
 Une production de valeur de **580 M€**
 soit **8%** du PIB
265 millions de litres de lait
250 000 tonnes de blé
256 000 bovins
18 000 tonnes d'équivalent
112 000 ha de céréales
10 000 ha de betteraves

●●● Ce cultivateur a placé très haut la barre de ses exigences. Alors que la mention qui définit le sans gluten tolère une marge d'erreur de 20 PPM (particule par million), il s'impose un seuil maximal de 5 PPM. Ce niveau de rigueur a contraint l'agriculteur à investir dans une coûteuse trieuse optique qui analyse la graine et rejette systématiquement tout gravier étranger et surtout toute graine non conforme. « Dans un champ, il arrive qu'on récolte des particules de gluten issues d'une plantation antérieure », précise Vincent Contal. De même, l'atelier de conditionnement est protégé à la manière d'une salle blanche afin de prévenir l'introduction de la moindre particule de gluten.

Autre exigence de l'Atelier Contal, tous les produits sont bio, de la farine aux biscuits en passant par l'huile de sarrasin. 48 ha de l'exploitation sont ainsi convertis en bio et la surface dédiée à ce type de culture augmente au fur et à mesure des besoins de l'entreprise. La croissance est d'ailleurs rapide. L'Atelier emploie désormais sept personnes dont Frédérique, l'épouse de Vincent, mais aussi les deux fils du couple, Rodolphe et Camille. Pour commercialiser ses produits, Vincent Contal fait feu de tout bois, grâce à son site marchand, mais aussi avec la marque Contal Farmer, destinée à alimenter le réseau de grossistes et d'épicerie fine ainsi que les restaurants. La famille se rend également sur des salons spécialisés comme Marjolaine pour y animer des stands. La qualité organoleptique fait aussi partie des arguments de vente. Les biscuits, par exemple, sont confectionnés avec de la farine, mais agrémentés de produits haut de gamme, comme le chocolat Cluizel, ou le beurre d'Isigny. D'ailleurs, Philippe Mille, célèbre chef des Crayères, à Reims, recommande les gaufrettes et a même mis au point une mousse de fruits rouges.

En outre, l'entreprise est reconnue pour son caractère innovant car elle a été distinguée cet été par le grand prix du jury de l'innovation agroalimentaire Innoval 2022, pour ses « cuillères à croquer » à la farine de lentilles vertes pour accompagner les apéritifs dînatoires et les desserts.

LES BONBONS DE LA FERME

Il faut croire que cette volonté d'entreprendre est localement contagieuse. À 100 m de l'Atelier Contal, on trouve une confiserie, A Les Champs, elle aussi logée dans une ferme. Elle a été fondée en 2018 par les propriétaires de cette exploitation de 160 ha, Sophie et Sébastien Lorient. Depuis de nombreuses années, Sophie avait trouvé l'opportunité de



Frédérique et Vincent Contal, créateurs de l'Atelier Contal.



Les cuillères à croquer de l'Atelier Contal ont reçu le Prix du jury de l'innovation agroalimentaire Innoval 2022.

se diversifier en créant un gîte pour touristes. Elle a souhaité aller plus loin en s'engageant dans la transformation des produits de la ferme. « Le blé contient du glucose alors que la betterave est riche en saccharose. Originaires des Vosges, département célèbre pour ses bonbons, j'ai tout de suite compris que j'avais sous la main les ingrédients de base pour en fabriquer. »

Le couple a investi 130 K€ pour installer cette confiserie dans un bâtiment autrefois destiné à abriter les vaches allaitantes. Tous deux livrent leurs betteraves et leur blé à une coopérative qui en extrait du glucose et du saccharose. Pour la fabrication, Sophie commence par cuire le saccharose à 112° dans un four spécial. Elle ajoute ensuite le glucose et porte

la température à 135° et mélange les deux ingrédients. C'est aussi le moment où elle incorpore des colorants et des arômes entièrement naturels. À la sortie du four, la pâte se loge dans un moule à bonbon rotatif qui maintient la sucrerie à 80°. Une fois refroidis, les bonbons passent dans une centrifugeuse qui les débarrasse de leurs aspérités.

Comme Sophie Lorient, Anaïs et Romain Soudant, un autre couple d'agriculteurs installés à Brécy-Brière, apprécie aussi le sucré, mais pour diversifier leur exploitation, en 2017, ils ont préféré utiliser le lait de leurs vaches pour faire des glaces. C'est ainsi qu'est née la marque Au bon lait de Marguerite. Aujourd'hui, 130 000 litres de lait, soit près du quart de ce qui est produit annuellement par leurs 70 vaches laitières sont transformés en 8 à 10 t de spécialités glacées. Cette ferme de 230 ha présentait une activité orientée aux deux tiers vers la culture et au tiers vers l'élevage. Mais avec la crise laitière, Romain Soudant, 31 ans, a souhaité mieux valoriser le produit de ses vaches holstein. Par ailleurs, son épouse Anaïs qui exerçait dans une maison de retraite, aspirait à travailler à la ferme. L'installation de cette fabrique de glaces et de sorbets a aussi permis la création de deux autres emplois dans le laboratoire de fabrication intégré dans la ferme. L'entreprise présente ainsi une vingtaine de parfums différents. « Désormais, explique Romain, nous avons plutôt tendance à resserrer la gamme, en revanche, nous nous sommes lancés dans la fabrication de gâteaux glacés et d'esquimaux qui permettent de mieux valoriser nos ventes. » La zone de chalandise va jusqu'à Reims. Les bacs de 2 à 4 litres sont achetés par des



Sophie Lorient fabrique les bonbons A les champs dans sa ferme.



Romain Soudant fabrique les glaces Au bon lait de Marguerite avec le lait de sa ferme.



Grâce à Cyriaque Godefroy, la dinde rouge des Ardennes n'est pas rayée de la carte.

associations ou par le secteur événementiel et les restaurants comme la Table de Sandrine, à Reithel. La renaissance de la dinde rouge Grâce à son initiative, Cyriaque Godefroy a apporté une belle contribution à la sauvegarde de la biodiversité. Désormais, la dinde rouge peut croire à son avenir. Elle avait pourtant pratiquement disparu des poulaillers de la région, car cette race a besoin d'une croissance lente pour arriver à maturité. Il faut en effet six à huit mois d'élevage alors que trois à quatre mois suffisent pour les dindes communes. Les éleveurs avaient vite fait leurs comptes et avaient abandonné ce volatile au plumage marron. Personnage haut en couleur, Cyriaque Godefroy fait partie des éleveurs qui

se sont entêtés à sauvegarder cette espèce à croissance lente, mais qui offre une qualité organoleptique exceptionnelle. Il produit 6000 spécimens par an en élevage plein air. D'ailleurs, on recense aujourd'hui une douzaine d'éleveurs de dindes rouges, la plupart dans les Ardennes, mais également dans d'autres départements français. Un autre éleveur passionné, Jean-Michel Daubresse, avait relancé cette volaille qu'on croyait disparue en 1985. Faisant des recherches dans les poulaillers du département, il a retrouvé deux femelles et un mâle de l'espèce. À partir de là, grâce aux conseils de généticiens, il est parvenu à reconstituer un cheptel. Cyriaque Godefroy reconnaît qu'il s'est fait tirer l'oreille

avant de se lancer dans l'aventure. « Je m'étais déjà diversifié dans l'élevage des poulets quand Jean-Michel Daubresse est venu en 1998 me demander d'élever des dindes rouges. Cela ne me tentait pas, mais j'ai tout de même accepté pour dépanner et finalement j'ai adoré cet élevage. Comme je ne suis pas bon commerçant, il faut que le produit m'intéresse pour que cela fonctionne. » Désormais inspiré par cette volaille, cet agriculteur de 59 ans exploite depuis 1988 une ferme de 157 ha en grande culture, et ne tarit pas d'éloge sur cette viande « qui n'est pas sèche contrairement à celle de la dinde commune. On reçoit beaucoup de messages de clients très satisfaits ».

À Rocroi, Claudine Lenoir exploite avec son mari Jérôme le Gaec de la Croix de fer. Elle a choisi de relancer la spécialité fromagère qui porte le nom de la petite ville. Ce rocroi, spécialité à faible teneur en matière grasse, n'était plus fabriqué que par quelques producteurs. Il y a 15 ans, cette femme venue de Belgique, a quitté son emploi d'éducatrice pour aider son mari à reprendre la ferme de 80 ha qui élève 49 vaches laitières. Pour apporter un revenu supplémentaire, elle s'est investie dans la fabrication ce fromage. Elle transforme ainsi 55 000 des 312 000 litres de lait produits annuellement par l'exploitation. Historiquement, le rocroi est un fromage pauvre, réalisé avec du lait déjà écrémé. Elle récupère ainsi la crème du lait pour en faire du beurre, du caramel ou du fromage blanc et transforme le reste en un fromage qui fait moins de 5 % de matière grasse. Une fois caillée, la pâte est tranchée. Le rocroi est ensuite placé dans des moules en métal durant une nuit avant d'être vieilli pendant un ●●●

Ardwen, le brasseur des Ardennes

Difficile de parler des Ardennes sans évoquer la bière. Rappelons que la célèbre abbaye de Leffe se trouve à une vingtaine de kilomètres de la frontière, du côté belge. Plusieurs petites brasseries se sont développées du côté français. La plus ancienne et la plus importante, Ardwen, a été fondée en 2006, à Launois-sur-Vence. Charles-Antoine Clabaux, biochimiste de formation, l'a rachetée en 2017, au gré d'une opportunité et en a assuré le développement. Assez peu disert sur son activité, le jeune entrepreneur ne veut pas évoquer ses volumes, mais Ardwen et le restaurant attenant emploient 10 personnes. La bière est commercialisée dans les bars et restaurants du département, mais elle est aussi présente dans la GMS, notamment dans le bassin parisien. Reconnaisable par son logo représentant Arduina, la déesse protectrice des Ardennes chevauchant un sanglier, la brasserie s'est spécialisée dans les bières de fermentation haute. Elle décline une gamme de sept bières et présente une spéciale à Noël. La dernière née de la gamme est une red hop aux fruits des bois qui titre 8°.

mois en étant soigneusement brassé et retourné deux fois par semaine. Claudine vend sa production non seulement dans la ferme, mais aussi aux fromagers et restaurants du secteur. Le rocroi qui offre une apparence translucide présente en effet le défaut de mal voyager. Localement, il a le surnom de « *pue la doye* », sachant que dans le patois des Ardennes, la *doye* signifie le doigt de pied.

DEUX IGP

Trop confidentiel, le rocroi ne fait pas l'objet d'une AOP. Du reste, les Ardennes ne disposent pas d'Appellation d'origine protégée (AOP). Cela dit on recense deux Indications géographiques protégées (IGP), l'une concernant le jambon des Ardennes et l'autre le boudin de Rethel. Cette dernière est très largement confectionnée par la maison Demoizet, une charcuterie qui fait la fierté de Rethel. D'autres petits artisans peuvent toutefois fabriquer cette spécialité, mais ils restent rares et Marie Thewys-Demoizet, une des responsables de cette entreprise familiale, ne craint pas la concurrence locale : « *Nous avons mis en place cette IGP pour protéger la recette et éviter qu'un industriel breton ne s'en empare.* » Selon cette



Jérôme et Claudine Lenoir, fabricants de rocroi.



Le rocroi.

charcutière, la recette remonterait au XVII^e siècle et aurait été imaginée par un charcutier local en l'honneur du cardinal Mazarin en visite dans son château de Rethel. « *À l'époque, poursuit-elle, l'élevage porcin était une spécialité de la région comme en témoigne le nom de certains villages voisins : Château-Porcien, Novion-Porcien... Ce charcutier aurait ainsi conçu une recette de boudin avec*

uniquement de la viande de porc (gorge et poitrine), du lait et des œufs. » Contrairement à ses cousins, le boudin blanc de Rethel contient ni volaille ni mie de pain.

La recette aurait ainsi été transmise de génération en génération dans cette charcuterie jusqu'à Mme Chamarande qui, en 1939, a cédé le magasin à René Demoizet. Ce sont ses arrière-petits-enfants, Alban et sa sœur Marie

La Filature prend son destin en main

En 2017, le Gaec de la Basse Warby, dans le village éponyme, comptait quatre associés et un employé. Il mobilise aujourd'hui 20 personnes. Entre-temps, le Gaec a investi les vestiges d'une filature créée en 1820 pour y implanter une boutique et un atelier de transformation. « *L'idée était de valoriser notre production agricole à travers cet outil, confie l'un des associés, Jean-Dominique Robert. Nous avons déjà maîtrisé en amont la production de céréales de l'élevage pour pouvoir commercialiser nos viandes en toute transparence.* » Les quatre agriculteurs disposent de 360 ha, dont 160 ha de prairie et 200 ha de céréales avec lesquelles ils nourrissent 150 vaches, dont une moitié d'allaitantes, ainsi que 160 truies.

De fait, chaque semaine, l'atelier transforme 15 à 20 porcs, un demi-bovin, mais aussi un peu de veau. Près de la moitié de la production est commercialisée par le magasin qui décline parallèlement de nombreux produits du terroir locaux fabriqués par des tiers. 160 références sont proposées. L'autre moitié des produits sont vendus sur les marchés de Sedan, Charleville-Mézières ou Reims. « *Nous avons connu pendant des années une croissance à deux chiffres, puis à un chiffre aujourd'hui, assure Baptiste Robert. La demande reste très forte, mais l'inflation a rogné nos marges. Nous ne sommes pas assez chers et nous allons devoir augmenter nos prix, mais nous resterons compétitifs.* »



Baptiste et Jean-Dominique Robert, associés à la Filature.



L'atelier de découpe de la Filature.



Le magasin de la Filature.



Salaisonniers à Haybes, Frédéric Lorriette fabrique des jambons et des noix de jambon.



Didier Vuillemin et son gendre, Jordan Migneaux, dans le restaurant d'Aux saveurs d'Ardennes.



Gabriel Charlier s'est diversifié en lançant un élevage de porcs sur paille.

qui dirigent cette maison devenue en 2016 Entreprise du patrimoine vivant. Aujourd'hui, elle emploie une cinquantaine de personnes qui se répartissent entre la charcuterie de Rethel et un vaste atelier situé dans le village voisin de Barby. Chaque année, près de 6 000 tonnes de boudin de Rethel y sont produites et commercialisées vers des enseignes de distribution ou des revendeurs comme Mas. « C'est un produit soumis à une forte saisonnalité, rappelle Marie Thewys-Demoizet, avec les fêtes, au mois de décembre, les ventes sont multipliées par trois ou quatre. » Mais cette charcuterie des Ardennes possède d'autres atouts avec de nombreuses spécialités comme ses tourtes, ses rillettes et ses boulettes qui attirent jusqu'à Rethel une importante clientèle rémoise.

L'autre IGP du département concerne le jambon et la noix de jambon de Rethel. Mais peu de fabricants ont recours à ce signe de qualité. À Haybes, au nord du département, dans la forêt des Ardennes, dans les méandres de la Meuse, Frédéric Lorriette dispose d'un vaste atelier de charcutier salaison où il fabrique ces spécialités, mais aussi des recettes comme le boudin blanc à l'oignon. Né dans une famille où l'on est charcutier de père en fils, il a racheté en 2013 cette entreprise et travaille avec des grossistes, mais aussi les centrales d'achat telles que Metro. Près de 2 000 jambons secs sortent de son atelier chaque année. Il travaille avec des pièces fraîches de 10 kg qui, après salaison et séchage, pèsent près de 5 kg à la vente. Pourtant, il s'est rapidement détourné de l'IGP et s'en explique : « Elle n'est pas assez restrictive et permet à certains de travailler avec des porcs qui viennent de l'autre bout du pays alors que moi je privilégie le local. » Ainsi, il ne voit pas l'intérêt de payer le coût d'une certification dont le cahier

des charges n'est pas assez rigoureux. Il travaille spécifiquement avec des éleveurs de viandes locaux, via l'abattoir de Charleville-Mézières. « Il s'agit de porc de 120 kg, soit des carcasses de 80 kg », précise le charcutier. L'opération de séchage dure 12 mois et passe par trois étapes durant lesquelles les jambons sont soumis à des températures différentes dans les chambres froides.

AUX SAVEURS D'ARDENNES, LOCOMOTIVE DU TERROIR

Autre acteur important du jambon sec des Ardennes, Didier Vuillemin, créateur d'Aux saveurs d'Ardennes, produit en partie sous IGP. Cet homme de 58 ans est la locomotive du terroir ardennais. Il s'est installé il y a 15 ans à Francheville, au sud de Charleville, dans un atelier flanqué d'un magasin de 40 m². Située à la croisée des grands axes routiers du département, l'entreprise a connu le succès en fabriquant ou en revendant les produits authentiques locaux. Ce patron vient même en septembre dernier d'agrandir son magasin dans un nouvel espace de 600 m², intégrant un restaurant.

L'entreprise qui a débuté avec trois employés compte aujourd'hui 50 salariés. Aux saveurs d'Ardennes fabrique entre autres 4 000 jambons qui, une fois séchés pèsent 6 kg. En outre, 6 000 noix sortent de l'atelier. Depuis huit mois, avec l'aide de son gendre, Jordan Migneaux, il a monté une filière porc de paille grâce à un partenariat avec Gabriel Charlier. Cet agriculteur de 34 ans est un des quatre associés d'un Gaec, localisé à Rumigny et exploitant 400 ha et 200 vaches. « Jusqu'en 2018, nous ne faisons que du lait et des céréales, raconte Gabriel. Nous avons décidé de ne plus mettre tous nos œufs dans le même panier. Nous nous sommes engagés dans la méthanisation

pour vendre de l'électricité. Puis en récupérant l'eau chaude de la méthanisation, nous avons chauffé des serres maraîchères. Au total, nous avons créé quatre emplois. » Le dernier emploi a été créé à l'occasion de la mise en place sur la ferme de l'élevage de porcs sur paille. Les animaux sont élevés sur un sol où la paille est régulièrement renouvelée. Ils bénéficient de surfaces plus vastes que dans les élevages traditionnels. Chaque semaine, 15 porcs de haute qualité sortent du Gaec pour être exclusivement livrés Aux saveurs d'Ardennes qui en assurent la transformation.

LE SANGLIER DES ARDENNES

On trouve également Aux saveurs d'Ardennes du jambon et de la noix de sanglier, car Didier Vuillemin est le dernier artisan du département à bénéficier d'un agrément. « J'ai longtemps fait la tournée des chasses pour récupérer biches, sangliers et chevreuils, pour les dépecer, les découper et les travailler en viande, en salaison ou en bocaux, rappelle Didier Vuillemin. Mais c'est un travail épuisant. Il y a quelques années, j'ai concédé cette activité à l'entreprise belge, le fumet des Ardennes qui collecte et me livre les carcasses ».

Mais bientôt, en collaboration avec la fédération de chasse des Ardennes, et la communauté de communes de Charleville-Mézières, un autre dispositif va être mis en place. En effet, un investissement important devrait permettre d'équiper l'abattoir Socavi d'un atelier agrémente pour dépecer et découper. Aux saveurs d'Ardennes récupérera ensuite la viande pour la travailler. Déjà deux remorques réfrigérées, équipées pour accueillir le gibier mort ont été mises en service. Les chasseurs y déposent les animaux. Le sanglier des Ardennes n'a pas fini de grommeler dans les assiettes.



Le crabe royal du Kamtchatka, un « or rouge » invasif

Introduit dans l'Atlantique Nord par des scientifiques russes sous l'ère soviétique, ce crustacé géant prolifère aujourd'hui aux larges des eaux norvégiennes. Le crabe royal du Kamtchatka est un produit très rentable, mais son impact sur l'écosystème marin reste problématique.

Pouvant peser jusqu'à 15 kg et mesurer 2 m d'envergure, le crabe royal du Kamtchatka est le plus gros crustacé au monde. De son nom scientifique *Paralithodes camtschaticus*, il est également surnommé « crabe de Staline ». Originaire du Pacifique Nord, il a été introduit dans l'Atlantique Nord par des scientifiques russes dans les années 1960, afin de développer une pêche de valeur. Depuis cette période, son abondance et sa zone de distribution n'ont cessé de croître. Le crabe royal est actuellement présent au sud-est de la mer de Barents (Russie) et au nord de la Norvège, où les premiers fruits de mer ont été capturés dès 1979. Sa pêche a commencé dans l'Atlantique Nord-Est en 1994, avec un quota de 11 000 crabes partagés entre Russes et Norvégiens.

Espèce invasive, le crabe royal n'a pas de prédateurs dans les mers d'Europe du Nord et bien que les conséquences de son introduction en Atlantique Nord soient difficiles à évaluer, « *un appauvrissement des fonds marins est constaté en Norvège* », révèle Ethic Ocean, une organisation environnementale dédiée à

la préservation des ressources halieutiques. En effet, ces immenses crabes rouge brunâtre ratissent le fond de l'océan et dévorent de nombreux poissons, bousculant ainsi l'écosystème marin. Ils pullulent aux larges des côtes norvégiennes et leur reproduction est démesurée en mer de Barents : les femelles de l'espèce peuvent pondre jusqu'à 300 000 œufs par an. Le crabe royal du Kamtchatka prolifère vers l'ouest et « *si on ne fait rien, c'est tout à fait possible qu'il atteigne un jour les côtes françaises* », notait Sergey Kuzmin, scientifique russe, dans un sujet de Brut.

Sous l'ère soviétique, la Russie souhaitait améliorer les ressources des pêcheurs pauvres en développant la production de ce crabe, qui est aujourd'hui une aubaine pour l'économie russe... mais aussi norvégienne. Véritable « or rouge » à la chair très appréciée, il peut se vendre jusqu'à 60 € le kg. En 2016, la Norvège a exporté 55 M€ de crabe royal. Comme le constate le scientifique norvégien Jan H, ce crustacé géant est donc « *à la fois une catastrophe et une précieuse ressource naturelle* ».

Jérémy Denoyer



Le vin qui lui va bien...

Le millésime 2021 du Domaine Masson (AOP Coteaux-Varois-en-Provence), propose un bel équilibre et un bon compromis pour accompagner du crabe royal. Ce vin blanc s'ouvre sur un nez riche composé d'agrumes et de fruits blancs. En bouche, c'est une explosion de fruits et de notes florales.

Délice de Bourgogne, un crémeux au grand cœur



Onctueux et gourmand, le Délice de Bourgogne régale depuis plus d'un siècle les gourmets. Aux antipodes d'un régime hypocalorique, ce fromage compte près de 40 % de matière grasse. Un produit rustique, idéal pour préparer l'hiver.

Amis de la diététique, passez votre chemin. Originaire de la région éponyme, le Délice de Bourgogne est un fromage triple crème. Lors de son processus de fabrication, le lait est enrichi de crème avant la coagulation, ce qui lui confère un taux élevé de matière grasse (environ 40 %). En 1930, le crémier parisien Henri Androuët commercialise pour la première fois ce fromage venu d'une zone géographique où la viticulture est reine. Il lui donnera alors le patronyme de Brillat-Savarin, en référence au célèbre gastronome du XVIII^e siècle, Jean Anthelme Brillat-Savarin. Fabriqué dans l'Yonne à partir de lait de vache pasteurisé, ce produit à pâte molle bénéficie d'un affinage en cave, de sept jours au minimum à quatre semaines. Cette période de maturation permet de développer une croûte fleurie, blanche, duveteuse et régulière. Plébiscité par les amateurs de produits rustiques, le Délice de Bourgogne se présente sous deux formats. Le premier pèse entre 100 g et 500 g et correspond à l'IGP brillat-savarin (créée en 2017), tandis que le second excède les 500 g et se nomme simplement Délice de Bourgogne.

Considéré comme le plus ancien fromage à pâte enrichie de matière grasse, il fut très recherché durant l'entre-deux-guerres. À cette

période, il était même décrit comme le « *foie gras des fromages* ». Principalement produit par la société Lincet, le Délice de Bourgogne côtoie aujourd'hui les AOP chaource ou encore époisses sur les lignes de production. Gustativement, ce fromage bourguignon promet une expérience onctueuse et douce. Avec des arômes lactiques, sa texture de beurre est très fraîche lorsqu'il est jeune. Mais avec un peu d'affinage, ce produit acquiert des arômes de sous-bois, puis devient plus épicé et persistant en bouche. Les fromagers conseillent de le consommer de juin à décembre, sa période optimale de dégustation. Très prisé en France, il a également conquis les palais internationaux. Lors de l'édition 2022 de l'international Food & Wine Festival, la cheffe Genie Kwon a déclaré que le Délice de Bourgogne est le fromage avec lequel elle « *préfère travailler* ». Dans ses recettes, la cuisinière met en valeur la polyvalence du Délice de Bourgogne en combinant son parfum de « *champignon* » avec des mets salés comme sucrés. Tantôt consommé *a cappella* sur une tranche de pain frais ou associé à de la truffe noire ou encore du miel, le Délice de Bourgogne apporte sa touche de générosité au pays des 300 fromages.

Lise Gaeta



Le vin qui lui va bien...

Un mets aussi gourmand et fondant que le Délice de Bourgogne s'accordera à merveille avec un costières-de-nîmes, et plus particulièrement la cuvée Sainte-Cécile du Château l'Ermitte d'Auzan. Ses notes persistantes et savoureuses font la part belle à la pêche blanche et au miel. Ce vin propose une bouche toute en rondeur.



Le kiwi de l'Adour fait le plein de vitamines

Produit dans le bassin aquitain, ce fruit hivernal, source importante de vitamine C, est plébiscité par les sportifs pour son apport énergétique. Il possède deux signes officiels de la qualité : Label Rouge et IGP.

Originaire de Chine, le kiwi a aussi élu domicile au pied des Pyrénées depuis les années 1960. Dans le bassin de l'Adour, qui lui donne son nom et où il est cultivé par 150 producteurs (des Pyrénées-Atlantiques, du Gers et des Landes), ce fruit est le seul kiwi au monde à posséder une double labellisation : Label Rouge (depuis 1992) et IGP (depuis 2009).

Le kiwi de l'Adour est caractérisé par une peau claire et un goût mélangeant le sucré et l'acidité. Fruit d'hiver consommé – en fonction des conditions météorologiques – de décembre à mai, c'est une source incontournable d'énergie et de vitamines pour les athlètes. Le kiwi de l'Adour est effectivement le fruit « santé » du début de l'année. Sa teneur en vitamine C (94 mg/100 g) est sept fois plus importante que celle de l'orange, ce qui permet de renforcer le système immunitaire. Son pouvoir antioxydant aide, lui, à lutter contre le vieillissement cellulaire. Et grâce à sa teneur en cuivre, magnésium et potassium, le kiwi de l'Adour se révèle également un allié de poids pour le renforcement des os. Par ailleurs, ses

qualités organoleptiques se prêtent à toutes les variantes culinaires, que ce soit en dessert, en entrée ou en apéritif. Il peut se marier notamment avec de la truite fumée pour concocter un pain surprise, être farci de fromage frais ou agrémenter des huîtres lors des réveillons. Le kiwi de l'Adour peut aussi facilement se fondre dans un poke ou buddha bowl.

Cueilli à la main, ce kiwi se distingue par sa tenue, sa belle couleur verte et son jus délicatement sucré. Cultivé sur des parcelles de 2,5 ha en moyenne, le kiwi de l'Adour représente un quart de la production nationale de kiwis. Chaque année, la zone « Adour » produit 21 800 t de kiwis, dont 4 180 t sont certifiées IGP-Label Rouge. « *Le secret du kiwi de l'Adour réside dans la patience nécessaire à sa culture, et aussi à sa récolte tardive, à maturité optimale, grâce au climat doux et tempéré du terroir, à ses sols limoneux et au savoir-faire des producteurs qui font pousser, depuis trente ans, ce petit fruit* », confie Jean-Marc Poigt, président de l'association de promotion du kiwi de l'Adour.

Jérémy Denoyer



Le vin qui lui va bien...

La sucrosité et la chair goutueuse du Kiwi de l'Adour sont des saveurs qui ne trouvent leur pareil dans aucun autre fruit. Pour répondre à ce déluge de plaisirs, nous suggérons un mariage heureux aux côtés de la cuvée Confidentielle, du domaine Figuière (AOC côtes-de-provence). Cette dernière est constituée à 100 % de Rolle et délivre des notes d'agrumes qui, disons-le, désarçonnent.



La volaille de Bresse

Jusqu'à l'obtention très récente de l'AOP par le poulet du Bourbonnais, le poulet de Bresse était la seule volaille qui bénéficiait de la très prestigieuse appellation d'origine contrôlée (AOC), qu'il a obtenue en 1957 (et l'AOP depuis 1996). Il est rejoint en 1976 par la dinde de Bresse.

La zone d'appellation des volailles de Bresse s'étend sur trois départements : l'Ain, la Saône-et-Loire et le Jura. Une centaine d'éleveurs (131 en 2021) produisent environ 800 000 volailles par an (814 220 en 2021). L'Ain est le premier département en nombre d'éleveurs (53,67 %), mais les élevages sont plus modestes et ne représentent que 44,05 % de la production. La Saône-et-Loire est devant avec 52,18 % de la production pour 43,51 % des éleveurs. Enfin, le Jura pèse 3,78 % de la production pour 3,82 % d'éleveurs. Ces chiffres de production concernent la « mise en place » des poussins. Mais ils ne sont pas loin du volume de production finale. En effet, grâce à des conditions d'élevage optimales, le taux de mortalité des volailles de Bresse est parmi les plus faibles de l'ensemble de la filière avicole : 10 %, et cette mortalité est quasi exclusivement le fait de la prédation. La poule de Bresse est issue d'une race ancienne à croissance lente : la Gauloise de Bresse blanche. Élevée dans le bocage bressan, la volaille de Bresse est facilement reconnaissable par ses codes couleurs précisément répertoriés par le décret d'appellation : plumage entièrement blanc, y compris le camail ; pattes bleues fines, entièrement lisses ; crête rouge, simple, à grandes dentelures, barbillons rouges, oreillons blancs ou sablés de rouge ; peau et chair blanches. Elle est élevée selon un cahier

des charges rigoureux qui lui garantit un minimum de 15 m² de prairie par tête ce qui lui permet de trouver un tiers de son alimentation : vers de terre, mollusques et herbe grasse. Ce régime est complété par du maïs et du blé, et ces céréales doivent être produites sur la zone AOP de Bresse. « *Le reste de son alimentation consiste en produits laitiers* [seule volaille à qui on donne du lait tout au long de sa croissance] », précise avec fierté le Comité interprofessionnel de la volaille de Bresse (CIVB). Sa durée de vie minimale est également hors normes : quatre mois pour les poulets, cinq mois pour les poulardes, neuf mois pour les chapons et sept pour les dindes. La volaille de Bresse est un des produits recherchés pour les fêtes de fin d'année. « *Les poulardes, dindes et chapons de Bresse bénéficient, pour les repas festifs de décembre, d'une préparation qui optimise la tendreté de leur chair : ces volailles fines sont en effet,*

après abattage, roulées et serrées dans un corset de toile végétale. » Les poulets de Bresse représentent 93 % de la production ; les poulardes 4 % ; les dindes 2 % et les chapons 1 %.

La filière se compose de 130 éleveurs. Une trentaine abat et commercialise à la ferme et six volaillers abattent et commercialisent en France ainsi qu'à l'étranger la volaille de Bresse par le biais des détaillants, bouchers, restaurateurs... L'exportation absorbe 5 % des volumes commercialisés, 30 % sont vendus à Paris et en région parisienne, le solde, soit 65 %, concerne le reste du territoire.

Le commerce traditionnel : bouchers (30 %), les grossistes (24 %), la restauration (18 %), les magasins spécialisés (12 %), et les épiceries fines (4 %) constituent le principal circuit de distribution, les GMS ne représentant que 12 % des ventes.

Olivier Masbou

En chiffres

- Plus de **800 000** volailles de Bresse sont commercialisées chaque année
- Paris et la Région parisienne absorbent **30 %** de la production
- **88 %** de cette production passe par les circuits traditionnels



1
PRODUITS LAITIERS
**Skyr, le plein
de protéines**

La Ferme de la Vieille Abbaye est une marque bien connue des habitués des pavillons des produits laitiers du Marché de Rungis, notamment pour ses yaourts fermiers « *au lait du jour* ». La ferme située à Barbery dans le Calvados se distingue encore une fois en proposant une gamme du premier « *Skyr Fermier* ». Inspiré d'une recette islandaise, le skyr est un laitage situé entre le yaourt et le fromage. Avec ses 0 % de matière grasse et sa richesse en protéines, c'est un aliment particulièrement diététique et recommandé pour les sportifs. Le skyr fermier, proposé nature ou sur « *sur lit des fruits* », dispose du label Bleu-Blanc-Cœur.

Le Delas-Desailly

2
CONDIMENTS
**Un oignon
sans larmes**

« 0 % larmes, 100 % douceur ! », c'est la promesse d'Orion, le nouvel oignon lancé par le semencier Bejo. Cet oignon est le fruit de la collaboration entre Bejo et cinq producteurs français : Ferme des Arches, Ferme de la Motte, Val Légumes-Ferme de Fontenay, Beauce Champagne Oignons et Allium Beauce Company. Orion se distingue des autres oignons sans larmes car ses propriétés sont disponibles dès la récolte : pas besoin de le stocker. La durée de commercialisation est bien plus longue. La variété est également parfaitement adaptée aux zones de production françaises, permettant ainsi de garantir une origine France à 100 %.

Pavillons des fruits et légumes

3
CLÉMENTINES
**En vert
pour les fêtes**

Originellement connu pour sa production de raisins, le groupe Peruzzo, implanté à Châteaurenard, innove régulièrement en élargissant sa gamme. Après le kiwi rouge Rossy, la clémentine de Calabre, le melon Bo & Bon, le raisin Italia Lucas Oro et les oranges Chocolat et Vanille, Peruzzo lève le voile sur la clémentine vert lemon, idéale pour des fêtes de fin d'année. Cultivées sur les terres de Sorrento, non loin d'Amalfi, les clémentines vert lemon se démarquent par leur goût sucré avec un taux de brix de 13° ! Cette année, 700 tonnes de ces clémentines originales arrivent sur le marché français.

Secteur fruits et légumes

4
SIGNE DE QUALITÉ
**Le Label Rouge
pour le Nougat**

Grand événement dans l'univers des gourmandises : le Nougat est la première confiserie reconnue en Label Rouge par l'INAO. Il est décliné en nougat blanc et nougat noir. Il est fabriqué à partir d'amandes non émondées et torrifiées (35 % au minimum pour le blanc et 55 % au minimum pour le noir), issues de la récolte de l'année en cours ou de l'année précédente. Le deuxième ingrédient principal est le miel de Provence IGP de lavande, souvent associé au Label Rouge « *Miel de lavande et de lavandin* », pour la touche sucrée et une saveur intense. Le nougat Label Rouge sera commercialisé sous forme de barres ou de bonbons de nougat emballés individuellement.

Produits traiteurs

SIRHA+ LYON

DU 19 AU 23
JANVIER 2023

EUREXPO
LYON FRANCE

WELCOME TO OUR TABLE



SIRHA LYON, RENDEZ-VOUS GLOBAL DU FOOD SERVICE MONDIAL, ANTICIPE ET ACCOMPAGNE LES GRANDS MOUVEMENTS DU SECTEUR.

RÉFÉRENCE INTERNATIONALE, SIRHA LYON ACCUEILLE 4 000 EXPOSANTS ET MARQUES DE 40 PAYS AU CŒUR DE L'INNOVATION PRODUIT ET TECHNOLOGIE.

VOTRE BILLET D'ACCÈS GRATUIT
AVEC CE CODE UNIQUE

PPACV

SUR SIRHA-LYON.COM

(Valable pour 1 personne, 2 jours au choix)

SIRHA FOOD FORUM

Talks et conférences

SIRHA MÉTIERS DE BOUCHE BAKE & PASTRY COFFEE SHOW

3 grandes scènes, 20 concours

SIRHA INNOVATION

Espace des nouveautés
et prix Sirha Innovation Awards

SIRHA CUISINE

Resto-concept du Sirha Lyon

SIRHA MEAT & GRILL

Nouveau restaurant dédié à la viande

SIRHA ESPACE DES CHEFS

International Catering Cup
Coupe du Monde de la Pâtisserie
Bocuse d'Or

Salon réservé aux professionnels



@sirha_lyon - sirha-lyon.com



TÉLÉCHARGEZ
L'APPLI
SIRHA FOOD

Soutenu par



SIRHA+ FOOD
A WORLD OF CUISINE AND HOSPITALITY





Le marché des algues alimentaires est encore restreint, il connaît cependant un développement certain avec la mise en marché de produits innovants.

Les algues comestibles s'invitent à la table des Français

Connues et consommées depuis des millénaires en Asie, les algues ne sont arrivées que depuis quelques décennies sur les tables européennes. Désormais, la laitue de mer ou le wakamé sont rentrés dans les habitudes de nombreux amateurs. Une filière d'algoculture est en train d'émerger.

La quasi-totalité (99 %) de la production française de macroalgues (qui s'élève environ à 75 000 t) est issue de la récolte en milieu naturel, soit de la pêche en mer, soit de la cueillette en rives. Ces algues ont plusieurs usages : fertilisations agricoles, nourriture du bétail et, très marginalement, l'alimentation humaine. Mais cette récolte ne suffit pas à satisfaire l'ensemble des besoins. Et la France est ainsi un gros importateur d'algues en provenance essentiellement de Norvège et du Chili. Le développement des cultures d'algues est récent, les premières structures s'étant installées au début des années 1980. Mais la

demande d'algues comestibles pour l'alimentation humaine d'origine locale et souvent bio a soutenu la création d'une filière française. Un rapport du ministère de l'Agriculture* recense 13 entreprises cultivant et commercialisant des algues, neuf d'entre elles font de cette culture leur activité principale. Ensemble, elles produisent un peu moins de 100 t d'algues par an (93 t en 2021). L'essentiel de cette activité est situé en Bretagne. « La production se fait majoritairement sur des concessions en mer, le développement des unités de production à terre étant récent et souvent en lien avec une autre activité, qui est le plus souvent prépondérante :

production de coquillages ou de crustacés, la plupart du temps », écrit le CGAER*. Il s'agit majoritairement de cultures en mer. Mais des projets de culture à terre en bassins se développent pour produire notamment de la laitue de mer. Au total, 22 macroalgues sont autorisées à la consommation en France, mais la commercialisation se concentre sur six d'entre elles. Les statistiques concernant les différentes variétés produites sont rares. Tout au plus, estime-t-on, les deux tiers du tonnage produit sont du wakamé, et presque un tiers du kombu royal. « La culture du wakamé est donc aujourd'hui bien implantée et répond à un marché porteur en France et en Europe »,

considère le rapport. La production ne suffit pas à combler la demande et d'autres espèces très demandées telles que le nori, la dulse, la laitue de mer, le haricot de mer ou l'aonori offrent une production très marginale, les conditions de cultures étant encore « *le plus souvent expérimentales* ».

Le secteur des microalgues (ou spirulines) est encore plus réduit. Il y aurait en tout et pour tout sept entreprises qui produiraient 23 t d'algues. Deux espèces domineraient cette production : les chlorelles et les odontelles. « *Les entreprises productrices de microalgues se situent, pour partie seulement, en bordure du littoral. En effet, les microalgues pouvant se développer en eau douce, l'enquête recense également des producteurs en Auvergne-Rhône-Alpes. La région des Pays de la Loire, quant à elle, joue un rôle structurant au sein de la filière avec en particulier la plateforme de recherche et développement Algosolis implanté à Saint-Nazaire* », constate le CGAER.

Autre grande catégorie dans l'univers de l'algue, la spiruline. Sa production est en plein développement. Elle est évaluée à 222 t issues de près de 180 « fermes ». L'enquête du service de la statistique et de la prospective recense 177 producteurs de spirulines, tous à titre principal, employant 290 ETP, soit en moyenne 1,6 ETP par unité de production. Les entreprises sont donc là aussi de très petite taille. La production est évaluée à 222 t. Un syndicat, la Fédération des spiruliniers de France (FSF), a été créé. La spiruline se cultive dans des bassins d'eau douce sous serre. La fédération revendique un système de production durable : « *Aucun produit phytosanitaire n'est nécessaire à la culture de spiruline. Pas de pesticide, herbicide, fongicide, OGM ou autres ne sont utilisés pour la culture paysanne de spiruline en France* », explique la FSF. La Fédération gère une marque collective « Spiruline paysanne française ».

Le marché des algues alimentaires restant encore restreint, il connaît cependant un développement certain avec la mise en marché de produits innovants (tartare, thé, condiments...) qui visent à créer des aliments adaptés à la culture culinaire française. « *Les producteurs de macroalgues et de spirulines disent ne pouvoir valoriser correctement leurs productions que par des circuits courts, en assurant eux-mêmes la vente sur les marchés locaux ou sur internet, ou via des réseaux de magasins spécialisés dans lesquels le label AB s'avère quasiment obligatoire.* » **Olivier Masbou**

* Présentation et développement de l'algoculture en France, rapport du Conseil général de l'alimentation, de l'agriculture et des espaces ruraux (CGAAER), juillet 2022.

Un vivier pour les start-up

Cela a été un des événements du dernier Sial. Une entreprise bretonne, Zalg, créée en 2021 à Vannes, a remporté le Grand prix Or Sial Innovation 2022, toutes catégories. Les produits Zalg, notamment les IO'DÉS qui prennent la forme de dés d'algues à poêler, ont d'ores et déjà séduit plus d'une cinquantaine de restaurateurs dont plusieurs étoilés au *Guide Michelin* comme Laetitia et Stéphane Cosnier ou encore Clément Raby. Zalg revendique de participer au développement de l'algoculture française, responsable et durable. « *Cette nouvelle récompense conforte l'ambition de Zalg de développer la consommation alimentaire d'algues en France à travers de nouveaux produits innovants* », précise la société qui annonce travailler au développement d'une gamme adaptée à la grande distribution pour 2024. Alvyn Séverien, Cofondateur d'Algama, expliquait sa vision de l'engouement pour la consommation des algues le 6 octobre dernier aux Entretiens de Rungis : « *Les algues ont de nombreuses vertus ; elles sont durables, résistantes, il y a en a partout, surtout des microalgues. Ce sont des usines qui peuvent fabriquer beaucoup de choses protéines, acides gras polyinsaturés, vitamines, minéraux. On les utilise encore en compléments alimentaires. On va les sourcer, chercher à les optimiser pour trouver des portions fonctionnelles.* » Alvyn Séverien raconte également comment il a été convaincu par ce produit : « *j'étais consommateur de microalgues, ça fonctionnait bien sur moi, je me suis demandé comment aller plus loin. Quand on disait que l'on pouvait apporter de nouvelles ressources pour l'agroalimentaire, on nous prenait pour des ovnis et on se demandait pourquoi. Aujourd'hui, on le perçoit beaucoup mieux, on voit que les ressources sont limitées, qu'on utilise très peu de ressources différentes dans le monde pour se nourrir. La diversité y a peu de place. On a voulu apporter quelque chose de nouveau.* »

Autre start Up, Neptune éléments, fondée en octobre 2021 par Victoire de Lapasse et Cécile Bury. La société propose des algues à saupoudrer, du chocolat aux algues... Elle vient d'annoncer le succès de sa première levée de fonds pour un montant de 1 M€. La production d'algues, peu consommatrice d'espaces, profite également de la tendance favorable à l'agriculture urbaine. C'est le cas, par exemple, avec Etika Spirulina, la « ferme urbaine éthique » qui s'est installée à proximité de Lille. Elle cultive, transforme et commercialise toutes sortes de spirulines : fraîches, glacées et sèches. Cette ferme « *allie low-tech et équipement de qualité en proposant des techniques de culture innovantes pour une spiruline Made In France, 100 % naturelle, sans additif ni conservateur* », revendique ses promoteurs. Elle propose notamment, de la spiruline glacée en tablette, un miel de fleurs et spiruline, ou encore une bière à la spiruline. **O. M.**





Une réputation toujours au sommet

L'image du Marché de Rungis ne s'est jamais aussi bien portée, tant en notoriété qu'en appréciation positive. C'est ce qui ressort de l'étude Ifop pour la Semmaris, réalisée au printemps dernier. Depuis une vingtaine d'années, une enquête est menée à intervalles réguliers.

Qui ne connaît pas le Marché de Rungis ? À vrai dire, bien peu de Français. En matière de notoriété, le premier marché de produits frais au monde fait carton plein, à en faire pâlir de jalousie bien des grandes marques. En effet, 88 % des personnes interrogées par l'Ifop dans son enquête menée au printemps dernier en ont déjà entendu parler, dont 68 % affirment précisément savoir ce qu'il s'agit. Toutes les catégories d'âge répondent majoritairement par l'affirmative, y compris les 18-24 ans, à 56 %. Le « nuage de mots », établi à partir des verbatims issus de la question ouverte « *quelle serait votre définition du Marché de Rungis ?* », permet de préciser le « ressenti » des Français. À l'évocation de Rungis, le mot « *immense* » revient le plus souvent devant celui de « *grossistes* », puis de « *professionnels* ».

La connaissance des Français concernant Rungis dépasse ainsi le seul oui-dire. Pour preuve, les personnes interrogées citent correctement les produits commercialisés,

presque dans l'ordre de leur représentation sur le Marché. L'échantillon représentatif cite ainsi d'abord les fruits et légumes, devant les produits de la mer, les produits carnés, les fleurs et plantes, les produits exotiques, les produits laitiers, les produits d'épicerie fine et les boissons alcoolisées. De la même manière, les sondés ont une idée assez précise de la population fréquentant le Marché de Rungis. Les premières personnes citées sont les restaurateurs (88 %), devant les petits commerçants détaillants (81 %), loin devant les collectivités (cantines scolaires et d'entreprises, hôpitaux) et les grandes surfaces. Le Marché de Rungis est bien identifié comme un marché de professionnels, moins d'un quart des sondés estimant que les particuliers peuvent fréquenter le Marché.

95 % D'IMAGE POSITIVE !

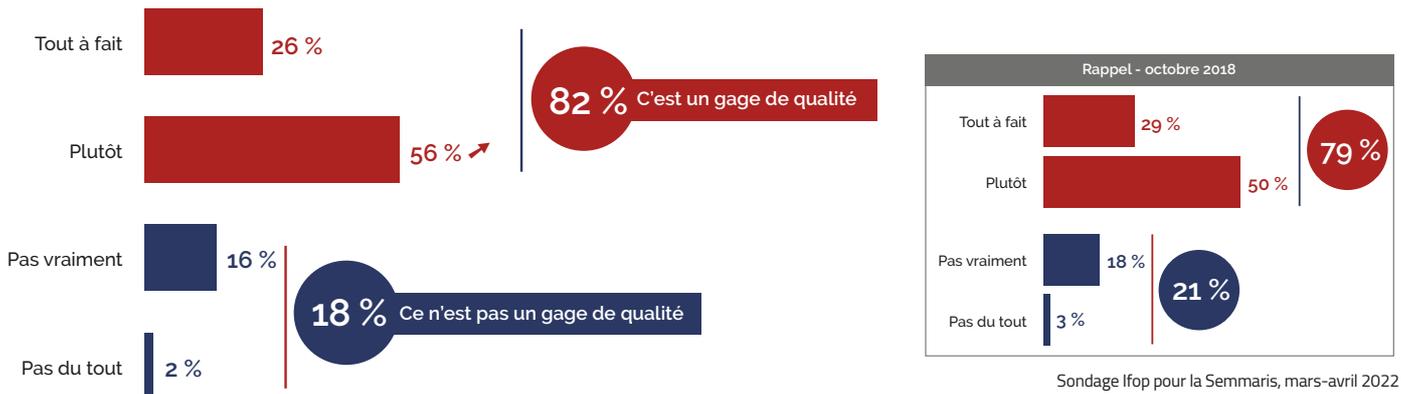
Si l'activité du Marché de Rungis est désormais bien connue des Français – les reportages qui lui sont consacrés par les différents

médias, notamment en fin d'année, y sont sans doute pour beaucoup –, son image est également très positive. Avec 95 % des personnes ayant une bonne image du Marché (38 % très bonne et 57 % assez bonne), le Marché de Rungis figure plus que jamais parmi les services les plus appréciés de France. Sa popularité a même encore progressé, de 3 points par rapport à l'enquête précédente de 2018, une performance lorsqu'on part de tels sommets ! Le Marché dispose d'une image particulièrement flatteuse chez les plus de 50 ans, près d'un sondé sur deux de cette classe d'âge exprimant un avis « *très positif* » à propos du Marché. Un vrai plébiscite.

Le jugement qualitatif que portent les Français sur Rungis n'est pas moins instructif. Pour 82 % des personnes interrogées, le fait qu'un produit frais (comme la viande, le poisson, les fruits et légumes ou le fromage) vienne de Rungis « *est un gage de qualité* ». Là encore, le pourcentage de réponses positives est en progression de 3 points par rapport à la dernière enquête d'octobre 2018. De la même manière, 95 % des personnes interrogées pensent que les produits vendus à Rungis « *respectent les normes de sécurité sanitaire de façon satisfaisante* », un chiffre en hausse d'un point. L'adhésion des sondés à différentes affirmations concernant le Marché de Rungis

Rungis, un gage de qualité des produits frais

Question : Pour vous, le fait qu'un produit frais (comme la viande, le poisson, les fruits et légumes ou le fromage) vienne de Rungis est-il un gage de qualité ?



L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 2006 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 31 mars au 5 avril 2022.

montrent un public particulièrement informé des caractéristiques essentielles de ce lieu, témoignage que les « messages » de l'autorité du Marché et des grossistes portent leurs fruits. Les assertions les plus partagées sont en effet que le Marché international de Rungis « propose une très grande variété de produits » (96 %), « bénéficie d'une très bonne réputation » (94 %), « permet à la France d'être approvisionnée en produits frais de qualité » ou encore « est un acteur important du commerce de produits frais au niveau international ». 90 % d'entre eux reconnaissent même que le MIN

de Rungis « appartient au patrimoine culturel et gastronomique français ». Signe également que le Marché de Rungis a su renouveler son image, seulement un tiers des personnes sondées estiment qu'il est « un peu vieillot », l'assertion la moins bien partagée. L'enquête de l'Ifop permet également de mesurer que les Français ont confiance dans la capacité du Marché de Rungis à s'adapter. 84 % des personnes interrogées estiment que le MIN de Rungis « s'adapte bien aux nouvelles attentes et aux nouveaux besoins des consommateurs », 84 % que c'est « un acteur important de la

défense de la production agricole française » et 80 % « qu'il se comporte de façon éthique et responsable ». Une majorité sait qu'il propose une offre bio (68 %), qu'il dispose d'un pavillon spécifique pour les producteurs de la région (51 %) et « qu'il agit pour la lutte contre le gaspillage alimentaire en redistribuant les invendus » (50 %). En revanche, seuls 23 % savent que le MIN de Rungis accueille un incubateur de start-up. Mais celui-ci a été créé il y a moins de deux ans. Et il faut bien trouver quelques aspects que le Marché de Rungis doit mieux faire connaître ! **B. C.**

Des valeurs partagées par les consommateurs

Comme le Marché de Rungis, les Français partagent « la valeur du bon ». L'échantillon sélectionné par l'Ifop pour donner son avis sur le Marché de Rungis a également été interrogé sur ses propres comportements d'achat en matière de produits frais. Il en ressort que le prix est le premier critère d'achat (34 %), un réflexe assez attendu dans la période actuelle. Pour autant, les critères qualitatifs ne sont pas oubliés. Le fait que le produit soit « de saison » arrive immédiatement après (31 %) parmi les critères de choix. Le fait que le produit soit « fabriqué localement » (23 %) arrive ensuite, devant le fait que le produit soit « issu de l'agriculture biologique ». L'esthétique et le fait que le produit soit attractif n'arrivent que très loin derrière (4 %), ce qui peut paraître plus surprenant. Les



questions portant directement sur la provenance des produits alimentaires confirment que cette préoccupation reste centrale pour les Français. 88 % des personnes interrogées disent y être attentives, un chiffre en hausse de deux points par rapport à l'enquête d'octobre 2018. La crise du Covid et la crise climatique ont, semble-t-il, eu également un effet sur les comportements d'achat. 49 % disent « avoir changé leurs habitudes

de consommation depuis deux ans » pour aller vers des produits plus responsables (bio, labellisés, plus rémunérateurs pour le producteur) et 26 % envisagent de le faire. Dans leur volonté de changement, 59 % de ceux qui n'ont pas changé leurs habitudes de consommation ont été dissuadés par le prix des produits.

Table des Fêtes

Simple mais élégante

La fin de l'année 2022 se présente sous les auspices d'une sobriété chic, avec une mise en avant du blanc, évoquant la pureté, l'hiver et la neige. D'autres pistes sont toutefois possibles pour davantage de fantaisie, mais toujours dans la tradition ou la douceur.

Sur le Marché de Rungis, la période de Noël est toujours l'occasion d'une débauche de décorations, sapins, guirlandes, boules et autres fleurs scintillantes. Mais pour la table, la tendance réside dans une certaine sobriété chic.

À la Corpo, les recommandations de Karim, responsable du magasin, se révèlent assez simples. « Pour cette année, déclare-t-il, professionnels comme particuliers doivent miser sur le blanc pour la vaisselle. Pas de beige, du blanc ! Et des assiettes rondes, traditionnelles, le carré et le rectangulaire ne sont plus vraiment à la mode. » Retour à la tradition donc pour mettre en valeur les plats festifs en toute simplicité. La verrerie, quant à elle, fait un judicieux retour en arrière : « La grande tendance nous vient des années 1930, avec des verres gravés de motifs délicats ou ciselés qui renvoient la lumière, les mêmes que ceux de nos grand-mères. Ces modèles font leur grand retour pour les fêtes. » Le magasin en propose de nombreux modèles, pour habiller de façon raffinée une table de fête sans en faire trop. Bien entendu, la nappe

unie est de rigueur, blanche si possible. En outre, les motifs sont prohibés si on ne souhaite pas que les clients, les convives et le Père Noël passent leur chemin.

Plus original et très à la mode cette année, le grès. *A priori* rustique et suranné, ce matériau est aujourd'hui sur toutes les tables des restaurants branchés parce qu'il a su trouver une réelle modernité avec une nouvelle version vernie, des formes originales comme des assiettes à bords verticaux, et des couleurs vives ou minérales, apportant de la texture et de la présence à toutes les préparations culinaires, à disposer sur une belle nappe en lin pour valoriser le côté authentique de la table. La Corpo présente tout une gamme de vaisselle en grès verni, avec du rouge, du vert... et un beau gris neige liseré d'or pour les fêtes. « Le top des ventes du moment », selon Karim.

LA TRADITION, TOUJOURS UN SANS-FAUTE

Bien sûr, les couleurs traditionnelles de Noël, le vert et le rouge, sont toujours une bonne idée. Tout le monde connaît ces repères depuis

l'enfance et c'est une excellente façon de créer une ambiance festive qui fonctionne à tous les coups. Chez SoBo à Rungis, on fait la part belle à cette tradition avec des rubans de diverses matières, des boules aux formes variées, des figurines de Père Noël en habit traditionnel et à longue barbe blanche, des petits personnages de la forêt en bois, en paille. Le doré reste aussi un incontournable de la fête en 2022 avec des branches naturelles peintes en guise de chemin de table, associées à des photophores en verre blanc garnis d'une miniguirlande lumineuse dorée pour l'effet bling-bling à cette occasion.

Déjà très prisées depuis un ou deux ans, les herbes de la Pampa en version plus petites sont un incontournable des fêtes à venir. On peut choisir de rester sur une couleur beige naturelle qui s'assortit très bien avec le doré et le blanc pour une ambiance Hygge inspirée de l'art de vivre à la nordique, avec quelques branches d'eucalyptus pour parfumer le tout. On dispose ce bouquet au centre de la table ou, mieux, on l'accroche tête en bas au-dessus de la table, grâce à un support dédié (chez SoBo) ou directement au lustre si c'est possible. Effet garanti !

Si on ose la nouveauté pour la couleur, alors c'est un rose poudré qu'il faut choisir. Cette couleur, que l'on retrouve en bonne place dans le magasin Feuillazur à Rungis, fait partie des



Le magasin Feuillazur ose la nouveauté avec le rose poudré et ses décorations aux herbes de la Pampa, fleurs séchées ou artificielles, boules, nœuds, rubans...



Chez SoBo, on a fait la part belle à la tradition des figurines de Père Noël en habit traditionnel et à longue barbe blanche, aux petits personnages de la forêt en matériaux naturels.



dernières tendances de la fête. Elle apporte de la douceur et de la convivialité aux tables et aux décorations : herbes de la Pampa, fleurs séchées ou artificielles, boules, nœuds, rubans... la proposition est aussi large que l'inspiration des décorateurs.

Toujours dans un esprit de proposer des matériaux bruts et nobles, le cuivre, dans la lignée du rose gold, opère un retour en grâce sur les tables de 2022 avec sa couleur chaude et brillante. Pour un esprit campagne, on utilisera des assiettes en grès vernis coloré sur des sets en paille tressée, directement sur le bois d'une belle table, ornée de feuillages naturels. Le cuivre pourra créer l'ambiance sous forme de petits et grands chandeliers, assortis à des couverts et des verres à eau de couleur cuivre, dans l'air du temps actuellement.

OSEZ LE GRAND CHANDELIER

Il n'y a pas de table de fête sans bougies. Cette année, les petits photophores à disséminer partout opèrent un recul au profit de chandeliers majestueux présentés chez Feuillazur, du classique à cinq branches au surdimensionné à multiples étages et plusieurs dizaines de branches.

Quel qu'il soit, le chandelier 2022 se doit d'être sur un pied de bonne hauteur, et bien entendu orné de dorure, paillettes et autre givre de saison. Les spécialistes du Marché de Rungis en proposent des dizaines, de toutes les tailles, de quoi satisfaire toutes les aspirations créatives. Les bougies, longues, lisses ou cannelées peuvent rester immaculées, dorées, ou prendre de la couleur comme le bordeaux ou le rose, pour davantage de modernité.

La dernière touche d'une table de fête, c'est la personnalisation. Du simple carton nominatif qui évite de placer chaque personne, à la serviette brodée au nom de l'invité, en passant par un petit cadeau différent dans chaque assiette, un petit personnage attribué à chacun, un petit mot, une carte, de bienvenue... Les idées et les possibilités ne manquent pas et ce petit plus constitue un véritable élément de satisfaction, un gage de fidélité future, que ce soit dans un restaurant, un hôtel ou à la maison, de la part d'un artisan comme son traiteur, primeur, fromager, poissonnier, volailler, caviste...

Caroline Maréchal



À la Corpo, on met en valeur les plats festifs en toute simplicité. Et pour la verrerie, la grande tendance nous vient des années 1930, avec des verres gravés de motifs délicats ou ciselés.

Le DIY, toujours plus d'adeptes

Les « antigaspi » et autres écolos qui souhaitent assortir leur table de Fêtes à leur cuisine locavore et zéro déchet ne peuvent pas se sentir démunis. Avec les nombreux tutos disponibles sur Internet, il est possible de faire briller Noël avec quelques idées vertueuses. Il suffit, par exemple, de récupérer dans une brocante de belles assiettes blanches (même dépareillées), des couverts simples (l'argenterie passera son tour), une belle nappe en coton (bio ?) et de disposer quelques marqueurs de la fête sur la table, vite fait et bien fait. Ballons

gonflés puis recouverts de papiers cadeaux de seconde main, confettis maison réalisés avec du vieux bolduc, belles feuilles colorées par l'automne ramassées dans la rue et pochées à la peinture dorée, bougies (dépareillées et déjà entamées) posées sur des rondelles en liège, petits miroirs, boules de coton, branches de sapin naturelles attachées en couronne, pommes de pin, petites baies... les idées ne manquent pas pour une table à la fois gaie et conviviale, en accord avec des principes de vie plus durables.



Dino de Naïo est un robot de désherbage entièrement autonome pour les producteurs de légumes.

Agriculture

La révolution robotique est en marche

Des robots autonomes sont aujourd'hui utilisés en routine en agriculture. Selon les premiers utilisateurs, ce n'est sans doute que les prémices d'une révolution en profondeur dans les champs.

C'était incontestablement la tendance dominante du SIMA, le salon géant du matériel agricole qui s'est tenu à Paris du 6 au 10 novembre 2022 : l'arrivée spectaculaire des robots agricoles dans les champs. Après des années de mise au point technique et en dépit d'un environnement réglementaire encore contraignant, des machines autonomes désherbent, traitent, sèment, plantent ou binent désormais dans les cultures et ont même commencé à récolter fruits et légumes, à titre expérimental.

« Le déclin de la robotique agricole m'est venu il y a près de 15 ans lors d'une rencontre avec des producteurs d'asperges des Landes », a expliqué Gaëtan Severac, cofondateur de Naïo technologies, start-up de robotique agricole fondée en 2011, lors d'un forum établi par

l'organisation d'équipementiers (FIRA). « Ces agriculteurs rencontraient déjà d'importantes difficultés à recruter en raison de la difficulté du travail de récolte... » Pour réduire la pénibilité mais aussi les maladies professionnelles (TMS) et les risques d'accidents du travail, encore nombreux en agriculture, la jeune entreprise toulousaine a développé depuis dix ans une gamme de robots aux noms familiers (Ted, Jo, Oz ou Orio) adaptés à différentes actions dans les cultures.

La réduction de la pénibilité est l'un des arguments qui a convaincu le géant des vins et spiritueux haut de gamme Moët Hennessy d'investir dans ces technologies. « Conduire dans les vignes un tracteur avec un moteur thermique de 160 chevaux à 3 km/h, cela induit une nuisance sonore et un stress important pour l'opérateur »,

souligne Joseph Malfait, responsable des achats viticoles robotique et innovation de la division de LVMH. L'entreprise, propriétaire de près de 5 000 ha dans les deux hémisphères, s'est notamment dotée de robots de désherbage légers pourvus de chenilles, en alternative à de puissants tracteurs.

L'apparition des appareils autonomes pourrait changer en profondeur l'organisation du travail dans certaines exploitations agricoles. Une idée en est donnée par la ferme maraîchère que dirige le Français Alain Pincot en Californie, à Santa Maria. Le directeur et associé de Bonipak, qui produit salades et choux pour les grandes surfaces (dont 20 % en bio), fait figure de précurseur, y compris aux États-Unis, puisqu'il a introduit les premiers engins autonomes sur la ferme dès 2009. « Aujourd'hui, nous disposons de toute une flotte de robots, spécialisés dans chaque culture et qui opèrent tous les jours en plein champ », précise l'ingénieur agricole passé par le producteur Chiquita. L'arrivée de ces travailleurs mécaniques a considérablement allégé la charge de travail manuel des employés



En haut, un véhicule autonome Oz de Naïo de désherbage en démonstration dans le Morbihan. En bas, le Village de la robotique au Sima de Villepinte cette année.

de l'exploitation. « Les équipes qui parcouraient les champs tous les jours avec des binettes pour contrôler les mauvaises herbes – et que nous avons de plus en plus de mal à trouver et à former – ont été considérablement allégées », reconnaît Alain Pincot. Dans le même temps, ce dernier a formé une partie du personnel et intégré des ingénieurs mécaniciens capables de faire des diagnostics rapides des machines, voire de les réparer eux-mêmes.

UN ÉCOSYSTÈME EN ÉVOLUTION

« Le passage aux robots autonomes implique l'évolution de tout un écosystème technologique et humain », confirme Gaëtan Severac, le cofondateur de Naïo. « Quand on est passé du cheval au tracteur, le maréchal-ferrant a laissé la place aux mécaniciens et aux stations-service. C'est pareil aujourd'hui. Pour réussir la transition robotique, les agriculteurs comme le personnel chargé de la distribution et de la maintenance doivent s'adapter. C'est une évolution qui redessine aussi les profils des métiers. »

Dans les vignes de Moët Hennessy, l'apparition des robots a ainsi conduit à redéfinir la conduite des travaux. « C'est toute l'activité au vignoble qu'il a fallu repenser. Le personnel est amené à faire de la "coactivité". Pendant que les robots travaillent – toujours sous surveillance –,

on peut faire de l'observation de la vigne, notamment de la détection de maladie », souligne Joseph Malfait. Infatigables – certains engins peuvent fonctionner sur de très grandes amplitudes horaires –, les robots peuvent contribuer à une agriculture plus vertueuse en permettant une moindre utilisation de produits phytosanitaires, une meilleure gestion des couverts et un moindre piétinement des sols.

La révolution robotique ne fait cependant que commencer, juge de son côté Alain Pincot. « Les nouvelles générations de robots vont permettre d'automatiser une étape stratégique : la récolte, qui constitue une tâche pénible et gourmande en main-d'œuvre. » Les pistes de développement sont aujourd'hui d'autant plus nombreuses que les machines doivent être adaptées aux configurations très différentes d'un fruit ou d'un légume à l'autre. La société israélienne Tevel Aerobotics a ainsi conçu des robots volants autonomes pour la récolte de fruits dans les vergers ! L'utilisation des robots agricoles reste également sévèrement encadrée par la loi. « La réglementation européenne limite aujourd'hui l'usage des robots 100 % autonomes aux parcelles totalement privées. Les demi-tours sur les chemins et voies publics ne sont donc pas encore autorisés, ce qui peut constituer un facteur limitant dans certaines zones », précise Gaëtan Severac. Cela ne devrait cependant guère freiner leur prolifération. « Il est même probable que le perfectionnement de ces outils amène à faire évoluer les modes de culture. Pour faire passer les engins dans les vignes, on est passé de vignes plantées en foule à des vignes palissées en rang. De la même manière, il faudra peut-être à l'avenir adapter nos méthodes à la robotique et non l'inverse », conclut Joseph Malfait, de Moët Hennessy.

B. C.

RUNGIS & CO

Les « nouveaux intermédiaires » au menu

Près de 50 acteurs de l'alimentation durable se sont réunis le 17 novembre dernier pour échanger sur de nouvelles façons de structurer les circuits alimentaires à Rungis & Co, l'incubateur du Marché de Rungis. Après une présentation des enjeux par Adrien Delepelaire, P-DG de FoodBiome, dont la jeune entreprise développe notamment des projets de territoire pour les acteurs des filières agroalimentaires, une table ronde animée par la directrice de Rungis & Co Coline Schmitt a permis à quatre porteurs de projets de la chaîne alimentaire et logistique d'exposer leur vision des liens à tisser entre le monde agricole et les metteurs en marché : Julien Chiche de Collectiv Food, Claire Caillaud de Résalis, Tristan Daspre-Guilhem de Califrais et Florent Hayoun de Natoora. La réunion a été l'occasion d'échanges fructueux mais aussi d'aller à la rencontre de la nouvelle promotion d'incubés de Rungis & Co (16 nouveaux projets sur 24 en cours d'incubation). Parmi les nouvelles start-up accompagnées, on relève notamment Balenti, qui souhaite faire les « superaliments » africains, Broko, une solution logistique et digitale innovante pour permettre aux restaurateurs de s'approvisionner auprès de producteurs en circuits courts ou encore Tracklab, un logiciel permettant aux acteurs de la chaîne agroalimentaire de garantir que leurs fournisseurs respectent leurs engagements sociaux et environnementaux.



Table ronde sur les « nouveaux intermédiaires » à Rungis & Co le 17 novembre dernier.

Ce Connect Kombi Flexifuel présente un énorme avantage: il roule à l'E85, plus de deux fois moins cher que l'essence.



Ford Connect Flexifuel. Rouler à l'E85, c'est rouler à l'économie !

Ce Ford Transit Connect est vraiment très économique: il roule au Superéthanol, le fameux E85 plus de deux fois moins cher que l'essence. Et même s'il consomme beaucoup, cet utilitaire reste très intéressant.

★ POINTS FORTS

Fourgonnette roulant à l'E85
Moteur 100 chevaux
Deux longueurs
à partir de 24 180 € HT

Comment dépenser moins en consommant plus ? Il suffit de rouler avec de l'E85, autrement dit le Superéthanol. C'est le cas de ce Ford Transit Connect Kombi Flexifuel, qui roule avec ce carburant pas tout à fait comme les autres puisque composé principalement de bioéthanol et d'une part de sans-plomb 95. Outre que le bioéthanol est produit en France, ce carburant présente l'avantage d'être beaucoup moins cher. Plus de deux fois moins cher que l'essence ! Et pas de risque de panne sèche par manque de pompe. Non seulement, la France compte plus de 3000 stations fournissant de l'E85, mais aussi un tel véhicule peut sans problème rouler avec du SP95.

Le Ford Transit Connect Kombi Flexifuel est motorisé par le 3 cylindres 1.0 développant 100 chevaux à 6000 tr/min et un couple maximal de 240 Nm dès 1400 tr/min. Le couple apporte de la vivacité et de la souplesse même à bas régime, ce qui est un vrai plus pour la circulation en ville. Sur la route, même constat, ce Connect se révèle vélocé, performant et plutôt silencieux. Mais ce Ford Transit Connect Kombi Flexifuel est tout de même très gourmand. Ce véhicule s'affichant à 1,7 t sur la balance consomme en moyenne plus de 8 litres aux 100 sur un parcours mixte. En fait, la consommation s'avère supérieure d'environ 25 % avec l'E85 par rapport à l'essence. C'est beaucoup, mais tant que les prix de l'essence se maintiendront à des sommets tarifaires, rouler au

Superéthanol restera très économique. Le Transit Connect Kombi Flexifuel existe en deux longueurs. Le L1 s'affiche à 4,46 m de long. Le volume de chargement minimal est de 1,3 m³ mais il atteint 2,2 m³ avec les sièges arrière et la grille de séparation rabattus. Sur le L2, la longueur est de 4,86 m, ce qui lui confère un volume utile allant de 1,5 à 2,8 m³. La charge utile sur ce L2 est d'environ 700 kg. Les sièges arrière sont composés d'une banquette trois places rabattable et escamotable 1/3-2/3, c'est en fait celle du Tourneo Connect.

Un seul niveau de finition est proposé. Il est dénommé Active et se révèle plutôt complet. L'air conditionné bizona, les deux portes latérales coulissantes, les portes arrière battantes, les sièges conducteur et passager chauffants sont ainsi de série tout comme le système audio Sync 3 DAB avec notamment l'écran tactile, les commandes au volant et deux prises USB avec connexion Bluetooth.

Bien sûr, la liste des options possibles est longue, allant des phares au Xénon à 450 € jusqu'à l'attelage détachable à 400 €, en passant par quelques aides à la conduite comme le régulateur de vitesse adaptatif (500 €), le détecteur d'angle mort (400 €) ou encore l'aide au stationnement Active Park Assist (400 €).

Ce Ford Connect Flexifuel est venu à partir de 24 180 € en version L1 et 25 280 € HT en L2.

Richard Pizzol

Le Renault Trafic électrique se dévoile

240 km d'autonomie et 120 chevaux pour le Renault Trafic électrique, qui sera commercialisé dans quelques semaines.

Renault complète sa gamme d'utilitaires électriques avec le Trafic Van E-Tech Electric. Ce nouveau Trafic conserve le même style que la version thermique récemment renouvelée, et Renault promet la même diversité de versions, les mêmes niveaux de prestations et les mêmes adaptations aux besoins des clients professionnels.

Côté mécanique, le Trafic E-Tech Electric adopte le moteur électrique d'une puissance de 90 kW, soit 120 chevaux, que l'on retrouve sur le Kangoo Van Electric. La batterie a une capacité de 52 kWh, c'est donc celle qui équipe le Master E-Tech Electric. Renault annonce pour ce Trafic



Le Renault Trafic Electric vient compléter la gamme des utilitaires de Renault.

une autonomie de 240 km en cycle WLTP. Pour la recharge, trois types de chargeurs sont proposés. Le premier est un 7 kW monophasé, plus

particulièrement destiné à la charge domestique, le deuxième est un 22 kW pour une recharge plus rapide sur les bornes publiques. Quant au troisième,

c'est un chargeur courant continu 50 kW qui permet de passer de 15 % à 80 % de charge en 50 min. Du point de vue utilitaire, le nouveau Renault Trafic Electric sera présenté en deux longueurs, L1 à 5,08 m et L2 à 5,40 m, et deux hauteurs, H1 à 1,97 m et L2 à 2,50 m. Ces données combinées apporteront des volumes utiles allant de 5,8 m³ pour le plus petit des Trafic et 8,9 m³ pour le plus grand. Sur la version L2, la longueur de chargement au plancher atteindra 4,15 m avec la trappe de charge longue. La charge utile sera un peu supérieure à une tonne et la capacité de remorquage est annoncée à 750 kg. Signalons également que le Trafic existera aussi en châssis cabine. Le nouveau Trafic Electric devrait être commercialisé d'ici à la fin de l'année. Les prix n'ont pas encore été communiqués.

R. P.

500 km d'autonomie pour ce Nikola Tre



Un nouveau camion tout électrique, le Nikola Tre.

Résultat concret du partenariat entre Iveco et Nikola, le Nikola Tre BEV est un camion électrique à batterie, qui va être très prochainement commercialisé en Europe. Fondé sur l'Iveco S-Way, ce tracteur 4x2 à empattement de 4,02 m dispose de neuf batteries d'une capacité totale pouvant aller jusqu'à 738 kWh, ce qui lui apporte une autonomie d'environ 500 km. Avec une recharge à 175 kW, il faut un peu plus de deux heures et demie pour recharger les batteries de 10 à 90 %. Une recharge à 350 kW est attendue un peu plus tard. Avec son énergie totale et sa puissance de 480 kW, soit environ 650 chevaux, le Nikola Tre BEV dispose de la puissance, du couple et de l'autonomie nécessaires pour effectuer un large éventail de missions régionales. Ces performances « s'accompagnent de faibles coûts de détention totaux, ce qui en fait une solution zéro émission viable sur le plan opérationnel et financier », expliquent les concepteurs de ce camion.

FONDS DE COMMERCE

Vends beau bar ancien
avec 2 retours ,
1925 Chêne massif,
bon état avec beau
« zinc » d'époque.
Évier , glacière 4 portes,
avec table marbre,
banquettes, tabourets,
beau matériel bar
publicitaire ancien.
Nombreuses pub.
et accessoires.
Largeur 2 m.
Prof. : 66 cm.

Autre photos sur demande.
Visible Yvelines. 5500 €
Contact 06 60 06 14 85



APPEL A PROJET

pour l'exploitation d'une restauration gastronomique /
bistronomique -

Restaurant avec VUE - La Rotonde du Lac à VICHY -
site emblématique posé sur le Lac d'Allier

La ville recherche une offre haut de gamme avec la possibilité
de développer des activités connexes.

Dans le cadre d'une procédure de mise en concurrence avant
de conclure une convention d'occupation du domaine public
pour 10 ans la ville attend des offres pour le 23 décembre 2022
afin de permettre l'ouverture au public de la Rotonde du Lac
avec un nouvel exploitant en Mai 2023.

Toutes les informations :
<https://www.ville-vichy.fr/la-rotonde-du-lac>



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 EBE 104000€
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



Très belle opportunité de reprise d'un restaurant situé au Perreux
près des bords de Marne à l'historique gastronomique
Les Magnolias, image qualitative par excellence depuis 30 ans
CA 2021 : 573K€ CA 2022 : 700K€ -
résultats nets très positifs (7 ans)
Fermeture S midi +D+L

Possibilité de « coaching » par l'ancien chef si besoin
Bail 2026 – loyer 2868€ avec appartement 3 p inclus.
Pas de travaux à prévoir en dehors
d'une éventuelle personnalisation des lieux
Net de commission -450K€
Contact PH & J Morel - 0621563005

À LOUER



À la Garenne-Colombes 92250 Proche de la Défense Arrêt du T1

En vue de la création d'une **BRASSERIE-RESTAURANT**
Située Place de Belgique

Nombreuses entreprises aux alentours
Prochainement l'installation du siège social
de **ENGIE** d'une surface de **120 000 m²**
(8 000 à 10 000 salariés)

Local RDC d'une surface de **280 m²** dans un immeuble neuf
de **HAUT STANDING**

- 1 parking double
- Terrasse extérieure de 60 m²
- Stockage en sous-sol de 40 m² et bac à graisse
- Brut de béton, fluides en attente, eau, gaz et électricité
- Gaines techniques (évacuations en toiture : tourelle, VMC, climatisation)



Livraison février 2023

Contact : M. Corbière
jerome@corbiere.fr
Tél. : 06 61 49 63 00

Secrets D'AFFINEURS

DES TERROIRS D'EXCEPTION



MORBIER SÉLECTION
AOP

VEVY



MASSIPOU VIEILLE RÉSERVE

LONS



BRIE DE MEAUX
AOP, affiné dans la paille de seigle

BIENCOURT



MUNSTER FERMIER
AOP

ROSHEIM



ROQUEFORT LA PASTOURELLE
AOP

MONTLAUR



FOURME D'AMBERT
AOP

SAINT-FLOUR

Savoir-Faire - Sélection - Affinage spécifique