

REPORTAGE

L'Yonne, le pays
des terroirs

OUI CHEF!

Naoëlle d'Hainaut,
l'étoile du Val-d'Oise

PORTRAIT

Charly Hanafi, le héraut
de la poissonnerie

RUNGIS

actualités

Depuis 1969

N° 792 – février 2023 – 1,50 €

DOSSIER

CARBONE

**L'agriculture vise
la neutralité**

Dispéré

RUNGIS

CHARCUTERIE • TRAITEUR • ÉPICERIE FINE • BOISSONS



A CHAQUE
PROBLÈME
SON SAUCISSON

Dispéré

7 avenue de Normandie
Bât F5c
RUNGIS MIN

di spéré *bio*
terroir & innovation

2-8 rue de Rennes
Bât D6
RUNGIS MIN



Dossier : Fermes « bas carbone », l'agriculture participe à l'effort national

14



Oui, chef !
Naoëlle d'Hainaut

22



Reportage
L'Yonne : une diversité heureuse

24



34 Focus Compostage, une nouvelle vie pour les biodéchets



36 Nouveaux marchés
Les box repas à l'épreuve de la croissance



38 Digital & innovation
Chaîne alimentaire, les « nouveaux intermédiaires » misent sur la transparence

au sommaire

L'édito	Dossier	Ensemble	Tendances du marché	Véhicules utilitaires
<p>5 de Mickaël Rolland</p> <p>Sur le vif</p> <p>6 Actualités</p> <p>11 Instantanés</p> <p>12 Toulouse- Le Grand Marché</p> <p>13 Nouvelles des marchés</p>	<p>14 Fermes « bas carbone », l'agriculture participe à l'effort national</p>	<p>19 Opérateur</p> <p>20 Producteur</p> <p>21 Acheteur</p> <p>22 Oui, chef ! Naoëlle d'Hainaut</p> <p>Reportage</p> <p>24 L'Yonne, une diversité heureuse</p>	<p>29 Un produit en chiffres Le jambon sec</p> <p>30 Produits de saison</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le « Vedelou » • Grana padano • Poires de Savoie <p>33 Nouveaux produits</p> <p>34 Focus Compostage, une nouvelle vie pour les biodéchets</p>	<p>36 Nouveaux marchés Les box repas à l'épreuve de la croissance</p> <p>38 Digital & innovation Chaîne alimentaire, les « nouveaux intermédiaires » misent sur la transparence</p> <p>Petites annonces</p> <p>42 Fonds de commerce Demandes d'emploi Offre d'emploi</p>



**FOOD
HOTEL
TECH**

14 & 15 MARS 2023
PARIS EXPO • PORTE DE VERSAILLES

Le Salon des Innovations **TECHNOLOGIQUES** **& ÉCO-RESPONSABLES** Hôtellerie Restauration

Nos partenaires PREMIUM



BIG MAMMA



deliveroo

Meta

Google

Les solutions présentes à **FOOD HOTEL TECH**

- Anti-gaspillage
 - Réduction empreinte carbone
 - Économie d'énergie et d'eau
 - Gestion des avis en ligne
 - Systèmes de paiement
 - Gestion des stocks
 - Solutions HACCP
 - Fidélisation du staff
- ...et bien d'autres !*

Votre badge offert par
foodhoteltech.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 adjoint :

Mickaël Rolland

Rédacteurs en chef délégués :

Bruno Carlhian, Olivier Masbou

Secrétaire de rédaction :

Martine Favier

Création maquette :

Stanislas Chevara

Rédacteur graphiste :

Richard El Mestiri

Ont collaboré à ce numéro :

Clémentine Cabrol

Jérémy Denoyer

Francis Duriez

Caroline Maréchal

Richard Pizzol

Montage de couverture :

© Matthias Heyde et Lukasz Szmigiel/

Unsplash

Directrice de publicité :

Audrey Combeau Hauch

Tél. : 33 (0)1 42 36 56 75

a.combeau@aucoeurdesvilles.fr

Responsable petites annonces :

Naima Mazurier

n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr

ABONNEMENT

Au Cœur des Villes

16, rue Saint-Fiacre,

75002 Paris

Tél. : 33 (0)1 42 36 70 64

E-mail : abonnement@

aucoeurdesvilles.fr

Périodicité : 11 numéros par an

Prix de vente au numéro : 1,50 €

Abonnement :

Abonnement « Intégral » 2 ans

(papier + mobilité) :

France : 31 € TTC

Union européenne : 41 € TTC

Reste du monde : 51 € TTC

Rungis Actualités est publié
par Au Cœur des Villes
Société par actions simplifiée
au capital de 64 541 euros
RCS n° 825 299 068 RCS Paris

Direction

Président : **Nelson Burton**

Secrétaire de direction : **Anne Caro**

Dépôt légal : à parution

N° Commission paritaire :

1024 T 82406

Impression :

ILD-Imprimerie Léonce-Deprez

ZAC Artois Pôle

Allée de Belgique

62128 Wancourt

Tél. : 33 (0)3 21 52 96 20

Certifié PEFC 70 %

N° COC : BVC/CDC/1969087

Rungis Actualités décline toute

responsabilité pour les documents

qui lui sont envoyés.

Les manuscrits non insérés

ne sont pas rendus.

Infographies : tous droits réservés

Copyright : Rungis Actualités.



L'édito  de Mickaël Rolland

L'agriculture française et l'ambition de la neutralité carbone

À l'heure où le dérèglement climatique est sur toutes les lèvres et que la décarbonation s'est imposée comme un enjeu majeur pour les États, la France vise la neutralité carbone à l'horizon 2050. Un objectif ambitieux auquel l'agriculture française apporte déjà des réponses depuis les années 1990. Si le secteur agricole était à l'origine de 86 millions de tonnes de CO₂ en 2017, ce volume connaît en effet une baisse régulière depuis plusieurs décennies : -7,6 % entre 1990 et 2017. L'agriculture tricolore va même plus loin avec la notion de Ferme « bas carbone », qui dispose d'ailleurs d'un label dédié. Ainsi, le label bas-carbone (entre autres), lancé en 2018, permet de certifier des projets de réduction d'émissions de gaz à effet de serre dans tous les secteurs (forêt, agriculture, transport, bâtiment, déchets, etc.). Il contribue à l'atteinte des objectifs climatiques de la France. Car l'agriculture, outre sa

dimension nourricière, est porteuse de solutions pour mener à bien la décarbonation du pays. Sa capacité à séquestrer le carbone, grâce aux zones humides ou aux prairies permanentes notamment, en est une bonne illustration. Le secteur agricole s'inscrit ainsi progressivement dans la stratégie nationale « bas carbone » qui vise à réduire de 18 % ses émissions de CO₂ en 2030 et de 46 % à l'horizon 2050. Le Gouvernement est bien conscient des contraintes du monde agricole et se montre déterminé à accompagner cette transition, comme l'assurait déjà l'ancien ministre de l'Agriculture, Julien Denormandie, en 2022 : « *Les agriculteurs sont de véritables soldats du climat dans la lutte contre le changement climatique, tout en rendant de nombreux autres services environnementaux. Il faut donc encourager le stockage carbone dans les sols, et en particulier dans les sols agricoles.* »

L'image du mois



C'est par un doublé scandinave que s'est conclue la 19^e Grande Finale du Bocuse d'or à Lyon, le 23 janvier.

Le Danemark représenté par Brian Mark Hansen et son commis Elisabeth Madsen a remporté l'épreuve, succédant ainsi au Français Davy Tissot, Bocuse d'or 2021. L'équipe de la Norvège arrive à la 2^e place devant la Hongrie.

La France incarnée par Nais Pirollet arrive, elle, à la 5^e place.

CITÉ DE LA GASTRONOMIE PARIS-RUNGIS

Le coup d'envoi est donné !

C'est dans un endroit chargé de symboles qu'a été dévoilé le projet retenu pour la Cité de la gastronomie Paris-Rungis, étape décisive sur le chemin de son ouverture prévue en 2027.

Le syndicat mixte qui porte le projet (les mairies de Chevilly-Larue, Rungis et Thiais, Région Île-de-France, Département du Val-de-Marne, Métropole du Grand Paris, EPT Grand-Orly Seine Bièvre, Paris) avait en effet choisi pour cadre la halle du pavillon Baltard de Nogent-sur-Marne, vestige des Halles de Paris et clin d'œil au Marché de Rungis auquel la Cité de la gastronomie sera accolée. La future Cité sera en effet située immédiatement à l'extérieur du MIN de Rungis, le long du centre commercial de Thiais Belle Épine auquel elle sera connectée par une passerelle.

Le nouveau quartier, desservi par la future station de métro de la ligne 14 sud, s'organisera autour de cinq bâtiments dédiés à des activités complémentaires autour de la gastronomie. Le « Cœur » assurera le volet culturel et s'articulera autour de différents expositions et ateliers immersifs et d'un jardin pédagogique. Le « Campus » proposera aussi bien des ateliers ludiques pour le grand public que des cours pratiques et théoriques destinés aux étudiants et professionnels du secteur. Les « pavillons » constitueront la vitrine des métiers de la gastronomie française et permettront aux visiteurs de découvrir le meilleur des produits régionaux. Le « Lab » sera pensé comme un pôle dynamique d'accueil où se mêleront bureaux modernes et espaces d'agriculture urbaine. Enfin, le « hub » se composera d'un centre de conférences, d'un auditorium et d'une offre hôtelière.



Vue d'artiste de la Cité de la gastronomie Paris-Rungis.

Selon Stéphanie Daumin, maire de Chevilly-Larue et présidente du syndicat mixte d'études depuis 2017, les missions de la Cité de la gastronomie Paris-Rungis seront de « penser une gastronomie responsable à la fois goûteuse et économe en ressources », de « faire vivre la culture culinaire et l'art de la table », et enfin de « construire ensemble l'avenir autour d'une bonne table ».

Le maire de Rungis Bruno Marcillaud, qui vient de lui succéder à la tête de la structure, a estimé que l'investissement total s'élèverait autour de 70 M€.

Le groupement retenu à l'issue de la consultation lancée en 2021 est composé des promoteurs Pitch Immo, marque du groupe Altarea, Gaïa Promotion et des foncières Hybrid et

Ametis group. Gaïa Promotion et la foncière Hybrid sont notamment réputés pour leur savoir-faire en matière de halles, marchés et « tiers lieux ». Quant à Altarea, géant de la transformation urbaine, c'est un acteur bien connu du Marché de Rungis, puisqu'il a été actionnaire de la Semmaris pendant une décennie.

L'autorité du Marché de Rungis, si elle n'est pas directement partie prenante du syndicat mixte, constituera néanmoins un des piliers de la prochaine cité avec un projet de Halle des saveurs gastronomiques de 3000 m² située immédiatement à la sortie du MIN. Stéphane Layani, le président du Marché de Rungis a également évoqué la création d'une Maison des innovations de 4000 m².

EN CHIFFRES

La Cité de la gastronomie Paris-Rungis sera déployée sur un ensemble immobilier de **53 000 m² dont 12 000 m² au sol.**

57 ha

c'est la dimension totale du site de la future Cité

5

bâtiments associeront culture gastronomique pour le grand public et espaces professionnels et de formation

80 %

des déchets de construction devront être valorisés

UN EXEMPLE DANS LA BRESSE

Le porc renoue avec les filières locales

Si l'élevage de porcs en France est autosuffisant, sa production s'est concentrée dans l'ouest de la France, en particulier en Bretagne, au détriment des autres régions. Pour redynamiser l'élevage sur les territoires, mettre en lumière le travail des éleveurs et maintenir des traditions gastronomiques, des entreprises de transformation misent sur des partenariats avec des éleveurs locaux. C'est le cas de la filière « Porc de Bresse », qui a ouvert ses portes à la presse en novembre dernier à l'initiative de l'interprofession porcine, Inaporc. Portée par la charcuterie la Bresse, située près de Bourg-en-Bresse (Ain), elle est née à l'initiative d'éleveurs désireux de porter la valeur de leur production jusqu'au consommateur final au travers d'une marque régionale figurant sur les produits locaux (jambons persillés, Civier bressan, saucissons à cuire, etc.). La démarche prend en compte l'amélioration de vie et de travail des éleveurs, le bien-être des porcs et la valorisation du terroir bressan.

Soutenus par un meilleur prix de vente de leurs cochons « locaux », Jean-Vincent Chapaton et Alexis Pugliese, dont la ferme est implantée à Confrançon (Ain), ont investi en



Les truies peuvent occuper l'espace de 6 m² durant la phase d'allaitement des porcelets, prévu à cet effet.

2021 plus de 2,60 M€ dans un élevage aux normes environnementales et de bien-être les plus récentes. Pourvu d'un système de filtration d'air qui épargne les odeurs au voisinage, le bâtiment est doté de deux « maternités liberté » de 48 places chacune où les truies peuvent se déplacer librement au sein d'un espace de 6 m² durant la phase d'allaitement des porcelets. La filière Bresse ne représente à ce jour que 200 porcs par semaine. « *L'objectif est de passer à 500 porcs pour atteindre un niveau significatif avec une certaine visibilité sur le marché* », précise Jean-Vincent Chapaton.

DES FORMATIONS POUR LES RESPONSABLES DE CUISINE

Le bœuf d'Île-de-France valorisé à la cantine

La démarche visant à valoriser la viande bovine produite en Île-de-France, dont le plus gros des volumes est aujourd'hui « exporté » hors du territoire, se poursuit. Une opération pilote, encadrée par Interbev Île-de-France, a permis de proposer l'année dernière de la viande locale à des lycéens de Meaux, d'Osny et de Monsault, une initiative très appréciée par les premiers intéressés, les usagers des cantines de ces établissements. « *Pour des raisons économiques et logistiques, il est cependant important que les restaurants valorisent des carcasses entières et non des pièces, et donc que les chefs de cuisine apprennent à découper et à préparer toutes les pièces* », souligne Thierry Gibilaro, le directeur

d'Interbev Île-de-France. Dans le cadre de la convention partenariale entre la métropole du Grand Paris et la Chambre régionale d'agriculture, une journée « viande bovine » a ainsi été organisée le 15 décembre dernier, à destination de directeurs de la restauration de collectivités, des chefs cuisiniers, des agents de la restauration ou responsables d'achat alimentaire. Une dizaine d'entre eux ont ainsi été initiés pendant toute une journée par les enseignants de l'École professionnelle de la bouche à la découpe et à la préparation de grillades, bourguignons, émincés, hachés, etc., mais aussi à l'achat de viande française ou encore aux cuissons longues basse température.

NOMINATIONS



Jeanne Dromer est depuis décembre dernier la nouvelle directrice de cabinet, de la communication et de la marque du Marché

international de Rungis. Elle succède ainsi à Bérengère Banquey. Spécialiste de la communication et familière des organismes publics (elle a notamment travaillé à la communication de la Direction générale du Trésor et construit et organisé le sommet « Choose France », le rendez-vous dédié à l'attractivité de la France), Jeanne Dromer est entrée à la Semmaris en août 2021 comme directrice de la stratégie de marque et des événements. C'est donc déjà une figure familière de nombre d'acteurs et parties prenantes du Marché de Rungis.

Martine Leguille-Balloy sera la nouvelle présidente de la Fédération des entreprises françaises de charcuterie traiteur (FICT) à compter du 1^{er} mars 2023. Elle succédera à Bernard Vallat, qui continuera à gérer certains dossiers en appui à la nouvelle présidente (lien Homme-animal, affaires européennes...). Avocate de formation, spécialisée dans l'agroalimentaire et le droit de la santé animale, Martine Leguille-Balloy est députée sortante de Vendée (2017-2022). La nouvelle présidente travaillera avec l'appui du délégué général, Fabien Castanier.

EN BREF

Rungis en force au SIRHA

Le Marché de Rungis et ses entreprises étaient très bien représentés au SIRHA 2023, qui s'est tenu à la fin de janvier à Lyon (Rhône). Pas moins d'une trentaine d'entreprises du MIN de Rungis disposaient de stands, avec une assistance particulièrement fournie des secteurs produits carnés (Arterris, Avigros, Bigard, CooperL, Dawn Meats, LeNaja et Prodal, Reilhe Martin, etc.). Sur son espace, le Marché de Rungis a mis en avant les services de Rungis Accueil et son incubateur Rungis & Co ou encore la Rungis académie.

ACTEUR MAJEUR DE LA VIANDE À RUNGIS

Arterris fédère ses filières viande

À l'occasion du Sirha, la coopérative du sud-ouest Arterris a annoncé une réorganisation de ses filiales dans le secteur viande. Une nouvelle structure, Arterris Viandes, se



Dans les ateliers Ovimpex à Rungis.

substitue à Arterris Vision, avec la volonté de fédérer sous une seule bannière ses quatre sociétés Alpes Provence Agneaux, Canu, Ovimpex et Vianov, les trois dernières opérant depuis le Marché de Rungis et la première à Lyon-Corbas (Rhône), Grillon (Vaucluse) et Sisteron (Alpes-de-Haute-Provence). Cette réorganisation permettra à Arterris Viandes de s'affirmer comme référent des métiers de la viande, et notamment de capitaliser sur son réseau de partenaires pour développer ses volumes en GMS et RHF, indique Arterris dans un communiqué. La holding, qui représente près de 300 M€ de chiffre d'affaires, vise « à proposer une viande de qualité à travers une démarche d'avenir ». L'entité dirigée par Ricard Riu mettra davantage en lumière « le savoir-faire des agriculteurs de la filière » et favorisera « les échanges et les synergies entre eux ». À terme, l'ambition d'Arterris Viandes est également d'intégrer de plus en plus de volumes de viandes issues des producteurs de la coopérative Arterris, et notamment de l'agneau français via sa filiale Alpes Provence Agneaux.

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Un référentiel RSE proposé aux opérateurs

C'est une nouvelle étape dans le déploiement de la politique RSE du Marché de Rungis. Pour faire progresser l'offre alimentaire durable sur le site, un Référentiel Rungis « offre durable », développé par AFNOR Certification, est en cours d'élaboration, informe la Semmaris. Les opérateurs pourront candidater à l'obtention de ce référentiel qui sera labellisable et permettra de valoriser et de faire évoluer la durabilité des pratiques et produits des entreprises.

En amont du lancement officiel de cette offre, la direction RSE et Innovation du Marché de Rungis souhaite constituer un panel d'entreprises volontaires, engagées et représentatives du MIN de Rungis pour tester le produit avant son déploiement définitif. Les entreprises candidates à tester ce référentiel, en

avant-première et à tarif privilégié, sont priées de se rapprocher de Nadège Collet, cheffe de projet RSE à la Semmaris.

Le parcours Initiation, développé par le cabinet de conseil environnemental et sociétal Greenflex, vise à permettre aux entreprises de définir « une stratégie RSE cohérente et opérationnelle ». Le programme permet de « comprendre les grands enjeux du développement durable et d'une démarche RSE », « évaluer la maturité de son entreprise et d'identifier comment améliorer son impact », « définir le positionnement et les axes d'engagement de son entreprise en matière de développement durable », « d'identifier les actions prioritaires à mener pour déployer votre stratégie RSE » et enfin de « passer à l'action » sur ses enjeux prioritaires à travers des ateliers pratiques.

CARNET



Paul Le Puy aux côtés de son fils Christian.

Décès de Paul Le Puy

Fondateur du célèbre restaurant À La Marée sur le Marché de Rungis Paul Le Puy est décédé en décembre dernier. Monté à Paris pour y ouvrir un petit bar brasserie dans le quartier des Halles, rue de la Ferronnerie, il avait rejoint le Marché de Rungis dès son ouverture et repris le restaurant À La Marée en septembre 1972. Il en avait fait dès les années 1980 une adresse renommée, bien au-delà du MIN de Rungis puis transmit l'affaire à son fils Christian, qui en fait toujours briller la réputation. Rungis Actualités adresse ses sincères condoléances à Christian Le Puy et à sa famille.

Décès d'Henri Nadaud

Nous avons appris le décès le mois dernier d'Henri Nadaud, ancien patron de l'entreprise Nadaud-Delahaye, au Pavillon de la triperie. Né en 1937, il avait fait prospérer l'affaire de triperie familiale d'abord aux Halles de Paris puis sur le Marché de Rungis. Fondateur de la société LeNaJa (acronyme des noms de ses trois fondateurs, Le Prince, Nadaud et Jardin), Henri Nadaud avait quitté l'entreprise en 1997, non sans avoir surmonté la première crise de l'ESB. Son fils Serge dirige désormais l'entreprise aux côtés de Yann Delahaye. Rungis Actualités adresse ses sincères condoléances à Serge Nadaud et à sa famille.

LOGISTIQUE URBAINE

Une mission pour Philippe Barbier

La Confédération des grossistes de France (CGF) a participé au Comité interministériel de la logistique (Cilog), qui s'est tenu le 12 décembre au port de Gennevilliers (Hauts-de-Seine). La réunion a permis à Clément Beaune, ministre délégué chargé des Transports, et à Roland Lescure, ministre délégué chargé de l'Industrie, de dévoiler la stratégie nationale logistique pluriannuelle du Gouvernement, largement inspirée du Livre blanc de France Logistique. Plusieurs points d'actualités ont été abordés : la planification foncière et le zéro artificialisation nette (ZAN), la planification de la transition énergétique, la logistique urbaine avec les zones à faibles émissions (ZFE). Au cours de cette journée Clément Beaune a annoncé avoir confié à Philippe Barbier, président de la CGF, la mission de préfiguration du Comité technique de liaison de la logistique urbaine des professionnels. Ce futur Comité de liaison, à dimension multimodale, sera ainsi une des pièces maîtresses de la stratégie nationale de logistique urbaine durable. Pour Philippe Barbier, « la confiance que nous accorde le ministre nous honore. Elle reconnaît le travail de fond et l'engagement qui ont été ceux de la Confédération des grossistes de France sur ces dernières années, en particulier avec le programme pionnier InTerLUD. Nous avons l'expérience adéquate pour avancer et fonder les bases d'une logistique urbaine à la fois efficiente et durable. Il convient désormais d'approfondir, d'accélérer, de structurer, de pérenniser ». Cette réflexion devra être remise au ministre le 1^{er} mars prochain.

ÉLECTION

Christelle Lhiguinen, nouvelle présidente de Stratégie Gourmet

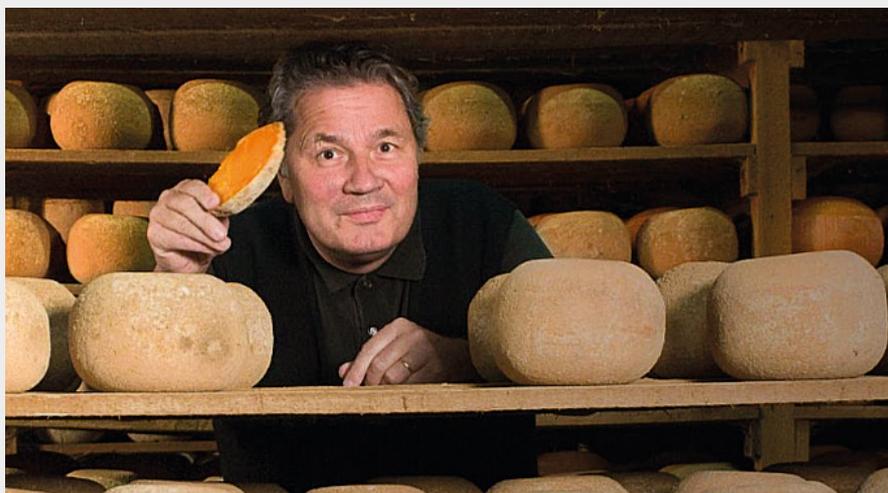


L'assemblée générale de Stratégie Gourmet s'est réunie le 8 décembre dernier. Après avoir dressé un bilan extrêmement positif des animations de l'année 2022, où l'agenda intersectoriel a permis de mettre en avant l'ensemble des secteurs, l'AG a élu en son sein un nouveau bureau. Christelle Lhiguinen, représentante du Sycopla, le secteur des produits laitiers et avicoles, et attachée de direction des sociétés SAFF et Maison Bruel, a été élue présidente pour un mandat de deux ans. Elle succède à Caroline Fauchere, qui n'était pas candidate à sa réélection. Le nouveau bureau est composé de sept vice-présidents : Jean-Jacques Arnoult, Maria Catena, Foed Chakir, Olivier Cougouliégne, Thierry Gioan, Fatima Guillou, Martine Maisonneuve ; et d'une trésorière : Caroline Fauchere. Christelle Lhiguinen s'est engagée à poursuivre la fédération des différents secteurs du Marché autour des projets portés par Stratégie Gourmet et à développer les animations intersectorielles initiées lors du précédent mandat.

CARNET

DÉCÈS DE PHILIPPE OLIVIER

Président de la Fédération des fromagers de France de 2010 à 2015, Philippe Olivier est décédé le 15 décembre à l'âge de 72 ans. Il avait commencé sa carrière en 1974 à Boulogne-sur-Mer (Pas-de-Calais). « Le fromage était sa passion, sa raison de vivre et nous l'écouions en parler pendant des heures, écrit Fromagers de France. Philippe Olivier a œuvré toute sa vie à la promotion de notre profession et à faire monter en compétences les crémiers-fromagers à travers un grand plan d'actions lancé lors des Assises de la profession en 2012. Grâce à lui et à son amour profond du commerce de proximité et des bons fromages, la fédération a pris une dimension nouvelle et a su créer un esprit de corps autour de l'artisanat et de l'exigence. Hautement estimé par tous les acteurs de la profession, il a œuvré pendant toute sa vie pour faire vivre le fromage et l'élever au rang d'art. Actif et soucieux de poursuivre les valeurs qui l'animaient, il a toujours privilégié les petits producteurs situés dans un



environnement naturel et préservé, pour faire en petite quantité, du bon, tout simplement. » Au cours de cette carrière bien remplie, il a reçu de nombreuses distinctions. Maître Honoris Caseus et Maître fromager diplômé de la Guilde internationale des fromagers, Philippe Olivier a été élu Meilleur fromager de France en 1996. Il fut également

membre fondateur du Cercle des fromagers affineurs. Il était aussi chevalier dans l'ordre de la Légion d'honneur, officier du Mérite agricole et chevalier dans l'Ordre national du mérite. Son fils Romain a repris la fromagerie familiale et est administrateur de la FFF et président de la délégation des Hauts-de-France.

COMMERCE

Un MOF Primeur persévérant



Yanick Fressenon, primeur sur les marchés lyonnais, vient de remporter le titre tant convoité « Un des meilleurs ouvriers de France ». Persévérant, Yanick participait pour la troisième fois au concours. « Ne lâchant rien, il a su se renouveler à chaque nouvelle session, valoriser son expertise du métier de primeur et

partager sa passion des fruits et légumes », souligne Saveurs Commerce dans un communiqué. Ce titre est une consécration pour Yanick mais aussi pour son entourage, au sein de l'entreprise familiale La Maison Fressenon, 100 ans cette année. « Chaque jour, nous veillons à la recherche de l'excellence dans notre métier, que ce soit dans la qualité des produits que nous proposons à nos clients, dans les relations avec nos fournisseurs avec lesquels nous créons de réels partenariats ou dans la transmission de notre savoir à nos équipes. Je suis fier et heureux du travail accompli lors de cette finale et je pense avoir retranscrit la diversité de notre métier. Tout au long de cette épreuve j'ai souhaité apporter de la modernité et de l'élégance à mes réalisations avec des produits saisonniers afin d'en saisir la beauté et le goût. Aujourd'hui, je savoure cet accomplissement personnel en famille, avec mes proches et tous ceux qui m'ont soutenu et j'ai à cœur de faire valoir notre savoir-faire de primeur au sein d'une filière fruits et légumes en constante évolution », a déclaré le nouveau lauréat.

ADMINISTRATION

INAO, une directrice nommée

Carole Ly est la nouvelle directrice de l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO). Après un début de carrière en coopération en Afrique, elle rejoint en 2000 le ministère de l'Agriculture, au bureau de l'orientation économique et de l'environnement des entreprises de la direction générale des politiques économiques et internationales.

Elle est nommée au Vietnam sur un projet de coopération en 2003, et rejoint en 2006 la direction générale de la Forêt et des Affaires rurales en tant qu'adjointe au chef de bureau d'appui à la régionalisation et la contractualisation, puis comme cheffe du bureau du développement agricole et de l'action territoriale au sein de la direction générale des politiques agricoles, alimentaires et des territoires.

De 2011 à 2017, elle est conseillère aux affaires agricoles auprès de l'ambassade de France à Pékin. De 2017 à août 2020, elle est cheffe de la mission des Affaires européennes et internationales de FranceAgriMer.



Elle est conseillère économie agricole et agro-alimentaire au cabinet du ministre Julien Denormandie de 2020 à 2022. Elle est nommée directrice adjointe de l'INAO de mai à août 2022. Elle assurait la direction de l'INAO par intérim depuis le départ en retraite de Marie Guittard.

POMMES DE TERRE

Nouveau président du CNIPT



Francisco Moya, directeur de la société Vitalis et représentant de Fedepom (la fédération du négoce en pommes de terre) a été élu, le 11 janvier, président du Comité national interprofessionnel de la pomme de terre (CNIPT). Il succède à Luc Châtelain, président durant les trois dernières années. Le nouveau bureau du CNIPT est également constitué d'Antoine Peenaert, producteur de pommes de terre et représentant de l'UNPT (la fédération des producteurs) vice-président; de David Deprez, représentant de l'UNPT, trésorier, et de Dominique Père (Fedepom), secrétaire. « Dans une filière en pleine mutation, avec de nombreux changements impactant directement la pomme de terre vendue sur le marché du frais, j'ai conscience des enjeux pour la filière et je suis prêt à y faire face. Les chantiers sont nombreux et ne peuvent pas être tous ouverts en même temps même s'il conviendra de s'attaquer à chacun d'entre eux », a déclaré Francisco Moya après son élection.



© Semmaris

06

DÉCEMBRE

Pour la deuxième édition du Rungis Challenge « primeurs », la mission des candidats était de réaliser le plus bel étalage de fruits, légumes et fruits secs. Quatre candidats se sont affrontés sous les pavillons du Marché de Rungis à cette occasion : Sofiene Krouna (Les primeurs d'excellence, Paris 1^{er}); Nabil Lansab (Mille Saveurs fruitées); Sameh El Said El Sayed (Le panier bio 94) et Cindy Levy (Planète fruits, Paris 17^e). C'est finalement cette dernière qui a gagné pour son étal très coloré, original et créatif et a remporté 500 € à dépenser sur le Marché de Rungis. Le jury, composé notamment de Sonia Fistola de Vinas, Fatima Guillou de Butet Rungis et des primeurs Rémi Langlois de Natur'Halles, Atef Barbouche de La Ferme de Longchamp Primeur, Selim Gabsi de Atelier du primeur, Lionel Exbrayat de Lionel Primeurs et Catherine Soliman, a eu du mal à départager des candidats tous très méritants.



12

DÉCEMBRE

Littérature et gastronomie étaient à l'honneur dans le site majestueux du Réfectoire des cordeliers. Ce jour-là, cinq prix ont été remis : Guy Savoy avec Anne Martinetti et Alexis Voisenet pour le prix Antonin Carême avec *Guy Savoy cuisine les écrivains du XVI^e siècle*, éditions Herscher; Yannick Alleno et Yasunari Okazaki, photographies Simon Détraz, pour le Prix spécial du jury Pierre-Christian Taittinger avec *L'Abysses*, éditions Glénat; Yves Camdeborde primé par le Prix Rungis des gourmets avec *Conservez, cuisinez!*, éditions Albin Michel; Anne Etorre pour le Prix spécial des produits de Rungis avec *Le Grand Livre des agrumes*, éditions Flammarion; Guillaume Gomez pour le Prix WUWM international pour *Le Club des chefs des chefs*, éditions Le Cherche Midi.



15

DÉCEMBRE

L'Académie de la viande, qui réunit une cinquantaine de membres de tous horizons et œuvre à la connaissance de la viande et de ses métiers et à l'information du public et des autorités compétentes sur les résultats de ses travaux, a remis ses prix 2022 dans un salon du Sénat. Stéphane Layani, président du Marché de Rungis, et Jean-Luc Angot, vice-président de l'Académie de la viande, ont remis le Prix de la vulgarisation à Tristan Sicard pour son *Atlas pratique des jambons et saucissons* (Ed. Marabout). Le Grand Prix a été remis par le sénateur de l'Aveyron Jean-Claude Anglars à Christopher Thomson, réalisateur du film *Tendre et saignant*, et à Fabrice Roger Lacan, coauteur, et Jean Cottin, producteur. Enfin, le Prix scientifique a été accordé à un article rédigé par Philippe Cayot, professeur des Universités à l'institut Agro Dijon sur la formulation et l'analyse comparée des « substituts à la viande ».



06

JANVIER

« Les épreuves, les succès, les réalisations et les projets ne seraient pas les mêmes à Rungis, NDLRI sans les liens humains sincères et solides qui nous unissent », a assuré le président du Marché international de Rungis dans un message vidéo adressé aux opérateurs à l'occasion de la présentation de ses vœux. « La solidarité et l'unité sont des marqueurs forts de notre Marché », a-t-il ajouté à destination des grossistes à qui il a fait part de son optimisme pour 2023. « Nous sommes en avance sur les investissements prévus sur le Marché et d'autres sont à venir », a indiqué le président de l'autorité du Marché, citant notamment « l'installation de 17 000 m² de panneaux photovoltaïques, la restructuration de la Marée, celle des produits laitiers et avicoles ou encore le nouveau terminal ferroviaire ». « Permettre à tous d'accéder à une alimentation abordable, plus durable et de qualité est plus que jamais notre challenge quotidien », a-t-il lancé aux grossistes.



Oh my Cacao rejoint la Pépinière alimentaire du Grand Marché

La jeune pousse Oh my Cacao, qui propose des produits à base de fèves de cacao moulues et torréfiées, a remporté le premier prix du concours Les Pépites de la food en décembre 2022 et a rejoint la Pépinière alimentaire du Grand Marché.

Au commencement de l'entreprise Oh my Cacao : un voyage et une découverte culinaire. Après un BTS commerce international et un master à l'INSEEC Bordeaux spécialité management international, Laëtitia Le Flanchec, sa fondatrice, fait un voyage au Mexique, où elle découvre la boisson chocolatée infusée aux fèves de cacao, pour laquelle elle a un véritable coup de cœur. Elle ramène alors des fèves de cacao crues et décide de les torréfier dans son four, puis de les mouliner au blender. Avec ce procédé, elle parvient ainsi à reproduire les recettes des infusions au cacao, du chocolat au piment et aux épices, et autres mets traditionnels mexicains qu'elle a appréciés. Désireuse de partager à son tour sa passion pour cette boisson chocolatée au goût unique, Laëtitia Le Flanchec s'interroge sur la possibilité de commercialiser en France des fèves de cacao moulues et torréfiées comme un « substitut de café ». Oh my Cacao naît alors en mars 2022 et présente une gamme de produits à base de fèves de cacao moulues, sélectionnées auprès de producteurs et dont la fabrication est issue du commerce équitable. La jeune dirigeante s'approvisionne auprès de Cacao de Colombie, qui travaille au plus près des petits producteurs. « Le but, avec Oh my Cacao, est de faire découvrir le goût authentique du cacao et de commercialiser un produit sain, de qualité, gourmand et adapté au régime vegan », précise Laëtitia Le Flanchec. Les fèves de cacao sont en effet riches en antioxydants, en magnésium et en vitamines. Elles sont également connues pour améliorer la santé cardiaque et la circulation sanguine. La fondatrice développe ses recettes à partir de cacao sous toutes ses formes : sucrées, en infusions chocolat-épices ou chocolat-cannelle et en smoothies, mais aussi salées, comme les bricks poulet-cacao. Deux produits sont actuellement en cours d'élaboration : des boules au chocolat à base d'amandes et de noisettes et un peu de sucre, à tremper dans de l'eau pour faire un chocolat chaud ; et des tisanes à base



« Le but, avec Oh my Cacao, est de faire découvrir le goût authentique du cacao et de commercialiser un produit sain, de qualité, gourmand et adapté au régime vegan », explique Laëtitia Le Flanchec (à g.)

d'écorces et un peu de fèves de cacao, d'épices et de fruits. Du 28 au 30 octobre 2022, la jeune pousse innovante a participé au Salon chocolat et gourmandises à Toulouse et, en fin d'année, elle était présente sur des marchés de Noël, pour les dégustations de ses recettes. Véritable entreprise innovante, Oh my Cacao a remporté le premier prix du concours Les Pépites de la food, organisé en décembre 2022 par le Grand Marché MIN de Toulouse Occitanie et Les Pépites, la communauté des acteurs de l'alimentaire sur Toulouse ; concours qui visait à soutenir les projets innovants à fort ancrage local participant à renforcer la durabilité de

notre alimentation (voir encadré). Elle rejoint l'incubateur de la Pépinière alimentaire du Grand Marché pour un accompagnement d'une durée d'un an. Prochaines étapes : Laëtitia Le Flanchec prévoit de suivre une formation *Bean to Bar* (« de la fève à la tablette »), méthode de production et fabrication artisanale du chocolat à partir de la fève de cacao, pour apprendre à connaître le cacao, à transformer et à torréfier les fèves, dans l'objectif de posséder son atelier. Elle prévoit aussi de continuer à développer des recettes et de lancer des demandes de financement pour développer son projet.

Clémentine Cabrol

Les Pépites de la food : un concours pour soutenir les projets innovants à fort ancrage local

Le Grand Marché et l'association Les Pépites, la communauté des acteurs de l'alimentaire sur Toulouse, ont organisé la première édition du concours Les Pépites de la food, dédié à l'alimentation de demain. En partenariat avec BNP Paribas, Invest in Toulouse, le Medef 31, La Dépêche Events et soutenu par Toulouse Métropole et la Région Occitanie, ce concours visait à soutenir les projets innovants à fort ancrage local qui participent à renforcer la durabilité de notre alimentation. Lors de la finale du concours, qui s'est déroulée jeudi 8 décembre 2022 sur le salon Régat Pro Sud de France à Toulouse, Oh my Cacao, entreprise spécialisée dans la commercialisation de fèves de cacao moulues sélectionnées auprès de producteurs et à la fabrication issue du commerce équitable, a remporté le premier prix. Le deuxième prix a été attribué à Qualinoa, qui présente des aliments sans gluten à haute valeur nutritionnelle à base de quinoa. PimpUp, solution de paniers de fruits et légumes antigaspillage en circuit court, s'est vue décerner le troisième prix. Enfin, le Prix Coup de cœur a été remis à l'entreprise Foliz Kombucha, qui propose des boissons bio à base de thé, de fruits et plantes. Une nouvelle édition du concours est prévue pour 2023!

SOLIDARITÉ

Solaal Pays de Loire et le MIN d'Angers facilitent le don agricole

Le 18 janvier, à l'occasion du salon Sival d'Angers et sur le stand du MIN Angers Val de Loire, Solaal Pays de la Loire a présenté son plan d'action 2023 ainsi que les actions solidaires mises en place lors de ce salon. En effet, Solaal souhaite développer sa démarche de rencontres auprès des entreprises agricoles et les actions solidaires telles que des opérations de glanage. Durant le Sival, deux actions sont déployées, la collecte des produits mis en avant par les exposants, la collecte via des promesses de don pour les visiteurs. Yves Gidoïn, président du MIN Angers Val de Loire, a ainsi



De gauche à droite : Jean-Baptiste Mantienné, directeur général du MIN ; Isabelle Leroy, vice-présidente du Conseil régional ; Franck Bourasseau, directeur du MIN ; Pierre Beaujean, administrateur Solaal Pays de la Loire ; Angélique Delahaye, présidente de Solaal ; Ludovic Cadeau, secrétaire général du Secours Populaire de Maine-et-Loire ; Jérémie Guemas, vice-président de Solaal ; Clémentine Chauveau, déléguée Solaal Pays de la Loire.

lancé un appel aux exposants pour donner leurs produits en fin de salon. Plus de 600 kg de fruits et légumes ont pu être redistribués. Isabelle Leroy, 4^e vice-présidente du Conseil régional Pays de la Loire, en charge notamment de la vie associative, du bénévolat, et des solidarités, a profité de la présence des acteurs agricoles pour lancer sa démarche « Pays de la Loire : Ma Région antigaspi ». « Cette action s'inscrit dans la continuité de la chaîne alimentaire solidaire réalisée durant la crise Covid », précise l'élue. Elle compte réunir les acteurs de l'antigaspi alimentaire afin de faire connaître les initiatives existantes auprès des intéressés pour valoriser les invendus alimentaires. Solaal est le premier partenaire de cette opération. Ce projet a pour objectif d'augmenter les volumes de don auprès des associations caritatives, pour lesquelles, comme l'a souligné Ludovic Cadeau, secrétaire général du Secours Populaire, « les besoins sont présents, nous accueillons de nouveaux publics, des travailleurs pauvres, des étudiants en plus des personnes déjà accueillies ». Les associations ont besoin de nouveaux partenaires pour trouver des denrées alimentaires ; l'action « Ma Région antigaspi » vise à répondre à ces besoins.

O. M.

LES MARCHÉS EN BREF

SIRHA 2023 : Corbas à domicile

Le Marché de Lyon Corbas jouait à domicile lors du salon SIRHA qui s'est déroulé dans la capitale des Gaules du 19 au 23 janvier derniers. Christian Berthe, président du Marché de gros Lyon Corbas, a multiplié les rencontres sur son stand, comme ce 21 janvier avec les responsables et enseignants du campus de Groisy, le centre de formation de l'artisanat situé en Haute-Savoie qui accueille depuis 2022 le CAP primeur. Pour l'occasion, Laurent Grandin, le président d'Interfel avait fait le déplacement. Le Marché de Lyon Corbas accueille 23 grossistes et commercialise 305 000 tonnes de fruits et légumes par an.

B. C.

MARCHÉ MARSEILLE
MÉDITERRANÉE

Première Régalade du MIN



Le Marché Marseille Méditerranée a organisé, les 10 et 11 décembre derniers, la première opération intitulée « La Régalade du MIN ». Exceptionnellement et pendant deux jours, les portes du Marché étaient ouvertes au public. Cet événement a pour ambition de promouvoir une alimentation tournée vers le local, en valorisant les producteurs de la région qui distribuent, chaque jour sur le MIN, leurs produits frais et de qualité. Un Grand Marché paysan était établi sur le carreau des producteurs qui accueillent jusqu'à 300 agriculteurs qui viennent quotidiennement vendre leur récolte aux restaurateurs et aux détaillants de Marseille et sa région. Autre animation, la ferme provençale. Cet espace à vocation pédagogique a présenté, à un jeune public, toutes les facettes de l'agriculture et de l'élevage régional. Les jeunes Marseillais avaient ainsi rendez-vous avec chèvres du Rove, lapins, moutons Mérinos et agneaux, porcins, bovins, chevaux de trait, ânes... et leurs éleveurs. Cette ferme éphémère a pu sensibiliser les petits et les grands sur les enjeux du monde agricole. Les grossistes ont également ouvert leurs entrepôts pour faire découvrir aux visiteurs le « ventre » de Marseille. Enfin, quatre grands chefs des maîtres cuisiniers de France ont animé des ateliers de démonstration et de dégustation culinaires. 15 000 visiteurs ont répondu présent à ce premier rendez-vous.

O. M.



© iStock-vpopovic

FERMES « BAS CARBONE »

L'agriculture participe à l'effort national

Dès 2015, la France s'est dotée d'une stratégie de « bas carbone ». L'objectif est ambitieux : atteindre la neutralité carbone à l'horizon 2050. L'agriculture est partie prenante de cette stratégie.

Dossier réalisé par Olivier Masbou

L'agriculture est émettrice de carbone. Les émissions liées au secteur agricole représentaient 86 millions de tonnes de CO₂ en 2017, soit 18,5 % des émissions totales de gaz à effet de serre de la France*. Elles ont baissé de -7,6 % entre 1990 et 2017, ce qui démontre que ce sujet est une préoccupation ancienne du monde agricole (grâce notamment à diverses techniques de production comme l'agriculture durable, l'agriculture de conservation des sols, l'agriculture biologique, que l'on peut englober dans ce que l'on appelle désormais l'agroécologie). Quant à la consommation d'énergie, les émissions liées au secteur agricole ne représentent que 11,2 % du total national.

Mais l'agriculture, contrairement à d'autres activités économiques, détient aussi une grande partie de la solution pour atteindre l'objectif de neutralité carbone. Grâce notamment aux prairies permanentes, aux zones humides, le secteur peut séquestrer du carbone dans les sols. Il absorbe du CO₂ de l'atmosphère via la photosynthèse et peut le séquestrer dans le sol ou dans la biomasse aérienne. « *Après la mer, le sol est le premier puits de carbone sur Terre* », rappelait Julien Denormandie, lorsqu'il était ministre de l'Agriculture. Enfin, les productions agricoles non alimentaires peuvent aider à réduire les émissions totales du pays en se substituant à d'autres produits, en fournissant énergie et matériaux renouvelables, chimie

biosourcée, etc. L'État n'ignore pas les contraintes qui pèsent sur l'agriculture. « *Le secteur est soumis à des enjeux multiples : nourrir les populations, fournir de l'énergie et des matériaux, assurer la pérennité des paysages et de la biodiversité, répondre aux exigences croissantes en matière de qualité sanitaire et environnementale de la production, faire face à une pression sur les terres, tout en réduisant les émissions de gaz à effet de serre [GES] et de polluants atmosphériques, et ce, dans des conditions économiques et sociales satisfaisantes* », constate le ministère de l'Environnement. Et il n'est pas possible de s'affranchir de toutes les sources d'émissions. Les plantes ont besoin d'azote pour croître et l'apport de fertilisants s'accompagne ●●●

Le label bas-carbone



Lancé en 2018, le label bas-carbone permet de certifier des projets de réduction d'émissions de gaz à effet de serre et de séquestration du carbone dans tous les secteurs (forêt, agriculture, transport, bâtiment, déchets, etc.). Il a pour objectif de contribuer à l'atteinte des objectifs climatiques de la France. Pour bénéficier du « *label bas-carbone* », les projets agricoles doivent se référer à une des six méthodes approuvées par le ministère de la Transition écologique. Développée par l'Institut de l'élevage (Idele), la méthode Carbon'Agri concerne les projets de réduction d'émissions de gaz à effet de serre en élevage bovin et en grandes cultures. Il repose sur plusieurs leviers comme la gestion de l'alimentation animale ou la gestion des cultures. La méthode grandes cultures propose d'atténuer les effets du changement climatique en agissant sur les pratiques culturales, par exemple d'augmenter les légumineuses fixatrices d'azote dans la rotation des cultures ou de réduire la consommation de combustibles

fossiles. En arboriculture, la Compagnie des amandes a développé une méthode de plantation de vergers : il s'agit d'installer une culture fruitière pérenne sur une terre initialement non cultivée à cet usage. Cela permet de séquestrer du carbone dans la biomasse des arbres.

La méthode « Haies » encourage la séquestration du carbone dans les haies bocagères (composées de plusieurs essences d'arbres), gérées durablement.

Autre solution, l'écométhane spécifique aux projets de réductions des émissions de méthane d'origine digestive par l'alimentation des bovins laitiers. Développée par l'association Bleu Blanc Cœur, elle préconise l'ajout de composants riches en acide alphalinoléique dans l'alimentation animale. Sixième méthode retenue, issue d'une société privée, la méthode « Sobac'Eco TMM » est dédiée aux projets agricoles de réduction d'intrants de synthèse organiques.

forcément d'émissions de GES. La rumination de certains animaux d'élevage, notamment les bovins, entraîne aussi des émissions qui sont inévitables, même si elles peuvent être limitées par une alimentation plus appropriée (cf. encadré sur la filière laitière).

La stratégie nationale « bas carbone » vise une réduction de 18 % des émissions du secteur agricole en 2030 par rapport à 2015 et de 46 % à l'horizon 2050.

La stratégie pour le secteur agricole part des pratiques existantes. Il s'agit de poursuivre et d'amplifier les actions liées au projet agro-écologique et à l'agriculture de précision, afin de renforcer les systèmes moins émetteurs de GES : agriculture biologique, Haute Valeur Environnementale, optimisation de la gestion des surfaces en prairies, optimisation de la gestion de l'azote, innovation, renforcement de l'autonomie protéique en élevage, bouclage des cycles du carbone et des éléments minéraux, cultures de légumineuses...

La stratégie nationale se préoccupe aussi de la consommation agricole et alimentaire. Elle prend en compte la question du gaspillage alimentaire. Des sujets que l'on retrouve dans

la politique française de l'alimentation rassemblée dans plusieurs programmes dont le programme national nutrition santé (PNNS). Enfin, « le maintien d'une base agricole nationale solide est nécessaire à une transition bas-carbone équilibrée et acceptée, une relocalisation de productions en France pourrait permettre de mieux maîtriser l'empreinte carbone de la France », précise le ministère de l'Environnement. Ce qui rejoint la demande croissante des consommateurs pour les produits locaux.

DES CRÉDITS CARBONE CERTIFIÉS

La stratégie nationale a été présentée le 31 janvier 2022 par Julien Denormandie, alors ministre de l'Agriculture. « En chérissant les sols ou en entretenant nos haies et nos prairies, les agriculteurs sont de véritables soldats du climat dans la lutte contre le changement climatique, tout en rendant de nombreux autres services environnementaux. Il faut donc encourager le stockage carbone dans les sols, et en particulier dans les sols agricoles. » L'État a notamment mis en place le label bas-carbone. En dégageant des crédits carbone certifiés, les agriculteurs peuvent les mettre à disposition sur le marché de la compensation

volontaire de carbone. « C'est une véritable avancée qui concilie création de valeur environnementale et création de valeur économique », justifie le ministère de l'Agriculture. Mais tout reste à faire : en 2020, moins de 0,1 % des crédits carbone échangés sur le marché mondial étaient générés par le secteur agricole.

Plusieurs leviers sont désormais activés pour atteindre l'objectif. Deux gaz, le méthane et le protoxyde d'azote, représentent plus de 85 % des émissions du secteur (digestion d'aliments par les bovins et les ovins, stockage de fumiers bovins et porcins, épandage de fumiers ou d'engrais chimiques et les déjections au champ des bovins...). Le CO₂ de son côté représente 13 % des émissions (culture des sols drainés, changement d'affectation des prairies permanentes...). Pour réduire ces émissions, il faut développer toutes les pratiques disponibles. Ainsi, une gestion adaptée du bétail et des effluents associés permet de diminuer les émissions de méthane des cheptels, par exemple par la modification de l'alimentation des ruminants, la diminution des périodes improductives ou encore la couverture des fosses. Pour les

L'implication des entreprises

Le projet d'agriculture « bas carbone » est porté principalement par l'État et les filières. Mais de nombreuses entreprises s'engagent aussi dans la démarche. Ainsi le groupe Pernod-Ricard a annoncé récemment son ambition de certifier 100 % de ses terroirs stratégiques en agriculture durable ou régénératrice d'ici à 2030 dans le cadre de son programme « Ensemble et Engagés ». Trois productions sont principalement concernées, le fenouil, la gentiane, et la betterave sucrière. Dans les grandes cultures, l'entreprise Carbone Farmers a validé au début de janvier 2023 un projet dans la région Grand Est. Il s'agit de celui d'un agriculteur installé sur 344 ha dans la Marne. L'essentiel des actions déployées vise le stockage de carbone et la réduction des émissions. La Poste est cofinanceur de ce projet, qui porte sur 1600 tonnes de carbone. La filière chanvre se lance également dans l'aventure. Elle a décidé de créer son propre outil de certification carbone. L'ambition de l'interprofession est que l'ensemble des producteurs de chanvre soit rémunéré pour leur action de stockage de carbone d'ici à la fin de 2023. Les malteries Soufflet ont présenté récemment la création de la première filière orge bas carbone tracée. « Celle-ci s'appuie sur des pratiques agronomiques qui contribuent à réduire de 20 % l'empreinte carbone de la culture de l'orge brassicole », précise la société. Cet orge décarboné est également tracé « du champ à la bouteille ». La filière viticole n'est pas en reste. Elle a de fortes ambitions en matière de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre et de lutte contre le réchauffement climatique. La méthode



© iStock

vigne du label « bas-carbone » a été déposée au printemps 2022. « La filière souhaite ensuite élargir la méthode vigne à l'ensemble de la chaîne de valeur du vin et proposer une méthode sur l'élaboration des vins, leur conditionnement, leur distribution et la production des plants », mentionne le Comité national des interprofessions des vins (CNIV) à appellation d'origine et à indication géographique. Dernier exemple, parmi tant d'autres, la construction en région Bourgogne-Franche-Comté, par l'Alliance BFC d'une unité de méthanisation à laquelle 150 céréaliers sont associés. Ce projet qui permet la production par les agriculteurs d'énergie renouvelable fait partie des leviers à la fois efficaces et rentables pour réduire l'empreinte carbone de l'agriculture.

La filière laitière, pionnière de la ferme « bas carbone »

En France, c'est certainement au sein de la filière laitière qu'est arrivée la préoccupation de l'impact carbone de l'agriculture. Tout commence en 2013 quand l'Institut de l'élevage lance le projet Life Carbon Dairy en partenariat avec l'interprofession laitière (Cniel). Ce projet pilote visait à réduire de 20 % les émissions de gaz à effet de serre de 3900 exploitations laitières réparties dans six régions. Il a permis de développer l'outil de diagnostic environnemental. À la suite du succès de cette expérimentation régionale, le Cniel et ses partenaires décident d'étendre la démarche à l'ensemble du territoire à partir de 2015 : c'est le lancement de la Ferme laitière « bas carbone ». À ce jour, plus de 17 000 éleveurs laitiers ont déjà choisi de s'engager dans la Ferme laitière « bas carbone ». Si les 50 000 exploitations laitières françaises s'engagent dans la démarche Ferme laitière « bas carbone », c'est l'émission de deux millions de tonnes de CO₂ qui sera évitée d'ici à 10 ans. Pour y parvenir, le Cniel et ses partenaires s'attachent à la promotion du dispositif. Ainsi, l'interprofession a lancé en juillet 2022, la websérie Ferme laitière « bas carbone ». Elle se compose de neuf épisodes présentant des éleveurs engagés dans la démarche et les leviers mis en œuvre pour réduire leurs émissions de gaz à effet de serre.



Caroline Le Poulter, directrice générale du Centre national interprofessionnel de l'économie laitière (Cniel) présente la websérie Ferme laitière « bas carbone » en compagnie d'un éleveur.



Entrez
en connexion
avec votre écosystème,
votre technologie,
votre marché

KONNECT'AGRO



Depuis l'achat des matières premières et marchandises jusqu'à l'expédition des produits finis, Konnect'Agro assure pleinement son rôle : **gestion, exploitation et pilotage de l'ensemble de votre activité.**

Du produit brut au client
**LOGICIEL DÉDIÉ
À LA FILIÈRE
AGROALIMENTAIRE**



© iStock-TeamDAF

- ● ● terres cultivées, les leviers permettant de réduire les émissions de protoxyde d'azote peuvent être l'optimisation de la fertilisation azotée, l'introduction de légumineuses dans les rotations ou encore la sélection variétale.

La stratégie nationale repose également sur le développement de puits de carbone agricoles. Les sols agricoles ont un rôle essentiel à jouer car ils permettent de compenser les

réductions d'émissions incompressibles. Le ministère de l'Agriculture met en avant plusieurs pratiques reconnues pour leur capacité à maintenir et à accroître la captation de carbone : le maintien et le développement des haies, des prairies permanentes et des zones humides ; l'insertion de cultures intermédiaires, intercalaires et de bandes enherbées ; l'introduction et l'allongement des prairies temporaires dans les rotations culturales ;

l'implantation d'agroforesterie intraparcélaire et de haies ; l'apport de composts ou produits résiduels organiques, notamment grâce à l'extension du pâturage plutôt que la fauche, ce qui favorise le retour au sol de résidus et de déjections.

Ainsi, la ferme France est bien engagée dans la démarche bas carbone. Mais elle doit aller plus vite et plus loin. Pour le Haut Conseil pour le climat (HCC), qui a rendu son rapport annuel le 29 juin 2022, l'agriculture doit davantage s'investir et « doubler son objectif de réduction ». Le HCC regrette par ailleurs que « les bonnes pratiques de stockage de carbone organique dans les sols agricoles [soient] peu soutenues » et que leurs soutiens financiers « manquent d'ambition ». Pour atteindre les objectifs de réduction des GES, le dispositif devra « être complété par l'accès à des écorégimes des pratiques augmentant le stockage du carbone organique dans les sols (prairies temporaires, cultures intermédiaires notamment) ».

* La plupart des infos et données publiées dans ce dossier sont tirées de « La transition écologique et solidaire vers la neutralité carbone », ministère de la Transition écologique, mai 2020.

Cognac, du gaz renouvelable pour décarboner la production

Maison Boinaud, plus grand vignoble indépendant de l'appellation Cognac avec 550 ha, a annoncé une initiative originale en fin d'année dernière pour décarboner son activité. En partenariat avec la start-up française Carbonloop, elle va se lancer dans l'installation et l'exploitation d'une unité de production d'énergies renouvelables qui viendra se substituer à une partie de la consommation actuelle de gaz naturel du site de l'entreprise, permettant ainsi la réduction des émissions de gaz à effet de serre. Cette solution valorisera également les résidus de biomasse des sociétés constituant le groupe Boinaud qui se compose de copeaux de cœur de chêne et des résidus issus de la taille et de l'entretien du domaine viticole. Première entreprise à mission de l'appellation Cognac, Boinaud pourra acheter à Carbonloop du biochar, coproduit de la production de gaz

renouvelable de l'installation, pour amender les sols du domaine viticole dans le cadre de son objectif « Zéro produit phytosanitaire » d'ici à 2030. Le biochar, reconnu par le GIEC comme une solution qui contribue à retirer durablement du CO₂ de l'atmosphère, permettra également de

faire bénéficier à Maison Boinaud de crédits carbone. Un modèle de circuit court dans le domaine de l'énergie et de la décarbonation. Maison Boinaud maîtrise toute la chaîne de production de cognac, de la grappe au verre.

B. C.





Fruidor Rungis

38, rue du Séminaire
94626 Rungis

Tél. : 01 48 90 35 20

34 000 tonnes
de bananes par an

34 employés

63% de bananes antillaises

L'histoire

Fruidor Rungis s'est installé en 2008 à Rungis, dans un entrepôt précédemment occupé par Pomona. Sur ses 12 mûrisseries, le groupe Fruidor traite 215 000 tonnes de bananes chaque année. 63 % de ces quantités proviennent des Antilles et la proportion est même plus élevée à Rungis. Fruidor est en effet une filiale d'Ugpban regroupement de deux coopératives bananières, Banamart (Martinique) et LGP (Les Producteurs de Guadeloupe), qui elles-mêmes évoluent dans le groupe Solveg.

Nous contrôlons tout le processus, de la plantation à la distribution. Tout doit être anticipé, c'est pourquoi c'est un métier particulier qui exige beaucoup de rigueur.

Lina Rénel, directrice qualité

ÉRIC FONTAINE, RESPONSABLE DE FRUIDOR

Des bananes en direct des Antilles

Spécialisée dans la banane, l'antenne Fruidor de Rungis est une des 12 mûrisseries du groupe dans l'Hexagone. Filiale de deux coopératives antillaises, l'entreprise privilégie le traitement et la vente de produits de ces îles.

Permettre à une banane de franchir des milliers de kilomètres et d'arriver dans l'assiette du consommateur dans les meilleures conditions représente un tour de force à la fois dans la maîtrise de la logistique et dans l'art du mûrissement. Poids lourd de ce marché, Fruidor bénéficie de 12 mûrisseries réparties dans l'Hexagone pour assurer cette tâche. Car ces entrepôts très spéciaux doivent être proches des zones de chalandises afin que le produit arrive en parfait état chez les grossistes ou dans les plateformes de la grande distribution.

Éric Fontaine a pris les commandes de la mûrisserie de Rungis il y a un peu plus d'un an. Il dirigeait précédemment l'entrepôt de Tours. Fruidor Rungis traite 34 000 tonnes de bananes par an. Ce n'est pas la plus importante antenne de Fruidor qui possède à Nantes un entrepôt récemment rénové, capable d'absorber 46 000 tonnes/an.

Une fois récoltées en Guadeloupe ou en Martinique, les bananes sont expédiées par bateau dans des conteneurs Zestia. « Ces conteneurs présentent une consommation électrique inférieure à celle d'un fer à repasser », explique Lina Rénel, directrice qualité chez Fruidor. Ils ont l'avantage de maintenir la banane dans une plage de température qui se situe entre 13,5 °C et 14 °C ; ce qui permet de bloquer le mûrissement durant les dix jours de traversée maritime. « En général, hors aléas climatiques comme une tempête, les bateaux arrivent le lundi à Dunkerque et leur contenu est aussitôt convoyé vers les différentes mûrisseries du groupe », précise Éric Fontaine.

Toujours sous température contrôlée de 13 °C, les bananes parviennent sur l'antenne de Rungis. Elle traite 600 à 800 tonnes selon les semaines. En fonction des commandes, Éric Fontaine établit avec son équipe trois plans : l'un pour les ventes, le deuxième pour le chargement et le troisième pour un planning de mûrissement qui s'effectue dans des chambres adaptées. À ce stade, les bananes sont vertes, dures, impropres à la consom-



Éric Fontaine.

mation. Le travail de Fruidor consiste à déclencher et à contrôler le processus de transformation de l'amidon en sucre. Les cartons de bananes sont placés durant 10 h dans des chambres où la température passe de 14 °C à 18 °C. Ensuite, pendant 10 h, un gaz, l'éthylène, va être injecté. Ce gaz est aussi dégagé naturellement par la banane pendant son mûrissement. L'adjonction supplémentaire d'éthylène va permettre d'homogénéiser le processus. Une ventilation est alors enclenchée pour extraire l'éthylène et apporter de l'oxygène. Au total, il faut ainsi près de 5 à 6 jours en France pour faire évoluer la banane vers une colorimétrie souhaitée qui s'étend d'une échelle de 2 (vert) à 6 (jaune moucheté). « En réalité, l'essentiel du marché repose sur une fourchette de colorimétrie de 3 à 4.5 », précise Éric Fontaine. La banane est alors prête à être convoyée vers ses différents marchés.

Jean-Michel Déhais

**Réo**

1, rue des Planquettes,
50430 Lessay

Tél.: 02 33 46 41 33

Site: www.reo.fr

50 ans de carrière dans le fromage, dont 18 dans l'artisanat et 32 ans dans le commercial

19 ans chez Réo, « le camembert à part »

L'histoire

Jean-Marc Normand est un fils d'artisans crémiers-fromagers-volaillers installés depuis 1955 sur les marchés des Hauts-de-Seine. Après un apprentissage à l'école de la crèmerie, il travaille avec ses parents pendant près de 18 ans, avant de rejoindre le Roquefort Papillon, puis Réo comme cadre commercial en 2003. La fromagerie implantée depuis 1931 à Lessay, dans la Manche, est aussi le produit d'une riche histoire familiale. Créée par la famille Réaux, elle a été longtemps dirigée par Bertrand Gillot, un inlassable défenseur du camembert « au lait cru, moulé manuellement à la louche », tel qu'il a été inventé par Marie Harel en 1791. Rachetée en 2016 par Maîtres laitiers du Cotentin, la fromagerie Réo transforme aujourd'hui environ 23 millions de litres de lait, majoritairement issus de vaches normandes élevées entre mer et bocage.

Pendant 50 ans, je suis venu à Rungis, comme acheteur puis comme fournisseur. J'y ai connu beaucoup de fortes personnalités, qui font tout le charme de cet endroit. Ici, ce n'est pas un monde lisse et insipide!

JEAN-MARC NORMAND, FROMAGERIE RÉO**L'ambassadeur du camembert a fait ses adieux à Rungis**

Représentant des camemberts Réo depuis près de 20 ans, Jean-Marc Normand a été une figure du secteur des produits laitiers de Rungis pendant un demi-siècle. Il vient de prendre sa retraite.

Le 31 décembre dernier, Jean-Marc Normand, figure du secteur des produits laitiers du Marché de Rungis, a pris officiellement sa retraite de cadre commercial en charge des crémiers-fromagers au sein de la fromagerie Réo. La conclusion d'une vie professionnelle de plus d'un demi-siècle, tout entière dédiée aux fromages de terroir et dont le fil conducteur aura été ces allées des pavillons de Rungis qu'il a longuement arpentées. « Je suis, pour ainsi dire, né dans un bidon de lait ! », plaisante Jean-Marc Normand. Enfant d'artisans crémiers sur marchés de la banlieue ouest de Paris, ce natif de Saint-Cloud rejoint le commerce familial en 1972 avant d'entamer une carrière de représentant commercial. « En 1990, j'ai été sollicité pour entrer dans une maison prestigieuse de Roquefort Papillon, pour m'occuper déjà du marché traditionnel », raconte le jeune retraité.

En 2003, il rejoint la fromagerie normande Réo, célèbre pour ses camemberts au lait cru, chez qui il terminera son parcours. « C'est une figure du métier, Christian Room, qui fut Grand Maître de la Confrérie du Taste fromage qui m'y a fait entrer », se souvient l'ancien artisan. Alors qu'il est sur le point de se retirer, l'agent commercial, instigateur du Gaslonde, marque de Réo dédiée aux clients crémiers-fromagers, souhaite transmettre la clientèle d'artisans qu'il a peu à peu constituée.

Embauché comme cadre commercial, Jean-Marc Normand sera dès lors l'ambassadeur des produits Réo auprès des détaillants mais aussi des grossistes de Rungis, dont un grand nombre sont ses clients. « Le principe mis en place avec eux est celui de la précommande, qui nous permet d'avoir un contact direct avec nos clients crémiers, tout en garantissant des ventes aux grossistes qui assurent la livraison et la facturation. C'est un travail de collaboration dans lequel chacun trouve son compte et qui nous permet d'apporter une réponse sur mesure aux clients avec une très grande réactivité. » « Pendant toutes ces années, j'ai bien évidemment défendu bec et ongles le camembert au lait



Jean-Marc Normand.

cru, qui constitue l'ADN de Réo et n'a jamais été aussi sûr qu'aujourd'hui d'un point de vue sanitaire », assure Jean-Marc Normand. Ce dernier développe les ventes de cet emblème de la gastronomie française jusqu'en Belgique et en Allemagne mais assure aussi la commercialisation des autres produits de la gamme que sont crème fraîche, fromages frais et beurre de baratte, « tous issus de méthodes de fabrication traditionnelle », insiste-t-il.

La fromagerie Réo est rachetée en 2016 par la coopérative voisine, les Maîtres Laitiers du Cotentin, qui dispose de filiales de distribution dans toute la France à travers le réseau France Frais, dont Odéon, Delon ou Fromagerie des Neiges à Rungis. « Mais cela n'a cependant pas du tout changé l'état d'esprit de l'entreprise, ce qui m'a incité à prolonger un peu l'aventure », poursuit Jean-Marc Normand.

Maintenant que la page est tournée, l'expert en fromage compte s'investir dans la Confrérie du taste-fromage de France. C'est Christine Loeuillet (elle aussi passée par Papillon) qui a succédé à Jean-Marc Normand. **B. C.**



Au poisson volant

12, avenue de la Liberté
92400 Courbevoie
Tél. : 09 73 88 41 89

86, rue du Commerce
75015 Paris
Tél. : 09 73 89 46 60

www.aupoissonvolant.com

6 personnes en réinsertion sont encadrées par trois responsables

L'histoire

C'est une figure de la poissonnerie parisienne que Thibaud Bergasse a choisie pour encadrer ses salariés en réinsertion à Paris, puis à Courbevoie. Charly Hanafi, 60 ans, s'est fait connaître en créant et en dirigeant pendant 20 ans un commerce haut en couleur situé rue Oberkampf, à la fois poissonnerie, mais aussi lieu de vie très impliqué dans son quartier. Sacré meilleur poissonnier de Paris 2008 par *Gault et Millau*, Charly a également été primé au concours des meilleurs écaillers européens, entre autres titres de gloire. Heureux de participer à la formation de personnes de milieux très divers, cet homme de cœur leur transmet notamment son exigence en matière durable – « nous ne faisons que de la pêche de petit bateau » –, de lutte contre les emballages plastiques – « je voudrais mettre en place des plats pour emporter consignés » – mais aussi son goût pour le contact avec la clientèle. « Dans le commerce, il faut savoir donner avant de recevoir », estime-t-il.

Nous nous approvisionnons exclusivement à Rungis, auprès de Reynaud et Demarne. Certains produits sont ensuite retravaillés par les employés sous forme de produits traiteur de la mer : paella maison, salade du pêcheur, brandade de morue, saumon farci, etc.

AU POISSON VOLANT

La poissonnerie comme une nouvelle chance

Thibaud Bergasse est à l'origine d'Au poisson volant, une entreprise d'insertion qui a ouvert deux commerces à Courbevoie (Hauts-de-Seine) et à Paris. Pour ce projet social et solidaire, il s'est adjoint les services d'une figure du métier, Charly Hanafi.



Marie, Charly Hanafi et Thibaud Bergasse.

Il y a tout juste un an, une nouvelle poissonnerie ouvrait ses portes dans la très commerçante avenue de la Liberté à Courbevoie (Hauts-de-Seine), à deux pas de la gare de Bécon-les-Bruyères. Sa particularité ? « *Le Poisson volant est une entreprise d'insertion* », explique son fondateur, Thibaud Bergasse, un entrepreneur à la fibre solidaire. « *La société opère dans le secteur marchand, mais sa finalité est avant tout sociale : proposer à des personnes en difficulté une activité productive pour construire avec elles un parcours d'insertion socioprofessionnel durable.* » Ancien consultant et préalablement fondateur d'une société de tisanes fabriquées en France, Thibaud Bergasse a jugé que la poissonnerie artisanale, en forte tension en matière d'emploi, pouvait offrir à des personnes en difficulté une occasion de se relancer. « *C'est certes un travail qui a des contraintes, mais il y a de nombreuses opportunités d'embauche, souvent bien mieux payées que la moyenne d'autres métiers. Près d'un millier d'offres d'emploi ne sont pas pourvues sur la seule région Île-de-France* », souligne l'entrepreneur, qui remercie l'Organisation des poissonniers écaillers de France (OPEF) de son soutien.

Les personnes embauchées dans l'entreprise au titre de l'insertion (jeunes en difficulté, chômeurs de longue durée, bénéficiaires de minima sociaux, etc.) bénéficient d'un CDD pour une période maximale de deux ans et

sont encadrées et formées par des responsables de magasin expérimentés. « *La plupart d'entre eux ont vocation, lorsqu'ils sont suffisamment formés et autonomes à rejoindre des confrères poissonniers* », indique Thibaud Bergasse. « *Je sais déjà que certains vont s'arracher nos profils, car ils ont reçu ici une bonne formation.* »

Conformément à son plan de développement initial, le Poisson volant a ouvert une deuxième adresse trois mois après celle de Courbevoie, en mai 2022, dans la rue du Commerce à Paris 15^e, un autre « emplacement n° 1 » pour un détaillant alimentaire. « *Cette ouverture a été un succès, notamment grâce au dynamisme et à la notoriété de Charly Hanafi, qui nous a rejoints entre-temps (lire encadré).* » En outre, l'endroit a reçu la ministre Olivia Grégoire ainsi que le maire et le député de l'arrondissement !

L'inflation des prix du poisson et de l'énergie a quelque peu ralenti la trajectoire du Poisson volant. Les nouvelles ouvertures, initialement prévues en 2023, pourraient être reportées à 2024. Une conjoncture difficile qui n'entame pas la détermination du dirigeant et de ses équipes. « *C'est très gratifiant de voir des personnes en difficulté être structurées par le retour au travail, gagner en autonomie et retrouver le sourire* », conclut Thibaud Bergasse, heureux d'avoir choisi « *d'entreprendre en y mettant du sens* ».

B. C.

L'OR Q'IDÉE

14, rue Marcel Rousier

95 300 Pontoise

Tél. : 01 34 35 47 10



© Jérémy Denoyer

Naoëlle d'Hainaut

La cheffe de L'Or Q'idée est une passionnée de son métier, qu'elle compare volontiers à de la haute couture. Victorieuse de la quatrième édition de « Top Chef » (2013) et titulaire d'une étoile Michelin depuis 2019, Naoëlle d'Hainaut est une femme de défis.

Étoile du Val-d'Oise

Originnaire de Rantigny, Naoëlle d'Hainaut est une enfant de l'Oise. Mais c'est dans le Val-d'Oise qu'elle vit en famille et exerce désormais depuis 2017. Avant de prendre les commandes de son établissement à Pontoise, la cheffe sentait que les Valdoisiens « attendaient du nouveau ». Grâce à elle, le département compte maintenant une deuxième table étoilée.

La cuisine n'a pas tout de suite été une évidence pour Naoëlle d'Hainaut. Tout au moins professionnellement. Car c'est dès le plus jeune âge qu'elle commence à mettre la main à la pâte. « Ce sont mes plus beaux souvenirs. Être en contact avec le produit et voir le résultat derrière, ça fait partie de mon enfance », confie la cheffe, âgée de 40 ans aujourd'hui.

D'origine algérienne de par sa mère, c'est avec elle qu'elle apprend à faire des beignets, à travailler la pâte filo et à prendre goût pour la patience. L'univers de la cuisine (familiale) lui semble « plutôt relaxant », sans l'envisager comme une voie d'avenir. « Je voulais être décoratrice d'ameublement, l'art me plaisait beaucoup. Mais je n'étais pas faite pour l'école, et à 14 ans, je savais très bien qu'il me fallait un métier. Mon deuxième vœu est né grâce à Cyril Lignac.

Il faisait ses premières émissions de télé et je me suis rendu compte qu'il n'existait pas uniquement la cuisine de Maité », lance-t-elle. Naoëlle d'Hainaut commence donc un CAP de cuisine et entame son apprentissage dans des maisons traditionnelles. Celles-ci ne correspondent pas réellement à sa vision du métier, et recherche alors de nouvelles adresses à Paris, afin de poursuivre sa formation dans des établissements plus modernes et luxueux.

LES ANNÉES ÉPICURE AU BRISTOL

Attirée par la hiérarchie et la rigueur, le cadre d'une brigade ne la rebute pas. Au contraire. L'Armée aurait même pu lui correspondre, « mais il n'y aurait pas eu le côté artistique de la chose », ajoute-t-elle. C'est au sein d'un des plus grands palaces parisiens, au Bristol



© L'Or Q'idée

Merlan de ligne.

(Paris 8^e), que Naoëlle d'Hainaut découvre l'exigence de la haute gastronomie. Elle n'a alors que 18 ans, mais son acharnement et sa passion l'installent comme un élément clé du restaurant Epicure***, où elle s'imposera dix ans. « C'est une cuisine qui reste dans mon cœur et dans mon âme. Quand je suis rentrée, je me suis dit que si je restais deux ans, je serais balèze. C'était vraiment très dur, se remémore la cheffe de L'Or Q'idée. J'ai gravi tous les échelons et finalement je me suis pris à ce que j'aime au fond de moi : me donner des objectifs. » Des objectifs qu'elle atteint aux côtés du chef Éric Frechon, qui lui donne alors cette possibilité d'évoluer. Naoëlle d'Hainaut quitte le palace de la rue du Faubourg Saint-Honoré en tant que second, avec le sentiment du devoir accompli. « C'est une très belle maison, avec des produits d'exception, une rigueur... J'en parle encore avec beaucoup d'émotion parce que j'y ai appris beaucoup de choses », précise-t-elle, les yeux humides. L'exigence, cette obligation d'être pointilleux, son rapport minutieux à la cuisine – qu'elle rattache à « la haute couture » – définissent la volonté de la cheffe. Cette pression qu'elle s'astreint lui permet de se réaliser. Et c'est certainement grâce à cette pugnacité qu'elle remporte la quatrième saison de l'émission « Top Chef » (M6), en finale face à Florent Ladeyn, en 2013. Ce programme télévisuel lui offre une nouvelle notoriété. Elle devient cheffe du restaurant gastronomique de la marque Ventes Privées, où elle dispose d'une carte blanche pour confectionner sa carte destinée à 15 convives au quotidien. Une étape qui précédera l'ouverture de son propre restaurant. « Lorsque je faisais mes courses, les gens voulaient savoir où j'allais

m'installer et me disait : "il faut venir ici, il n'y a qu'un étoilé dans le Val-d'Oise [Le Chiquito, à Méry-sur-Oise, NDLR], c'est ici qu'il faut s'installer". Je me suis posé les bonnes questions, en me disant que c'était peut-être ici que j'allais pouvoir prendre du plaisir à travailler », explique Naoëlle d'Hainaut, à la tête de L'Or Q'idée, dans le centre-ville de Pontoise. Mère de deux garçons, la cheffe travaille avec son mari (le sommelier Matthieu d'Hainaut) et réside à seulement quelques minutes en voiture de son restaurant. Un vrai changement après avoir passé « 1 h 15 de transports » par jour pour rejoindre la capitale, durant des années. Soucieuse avant tout de « la qualité des produits », elle travaille avec un maraîcher local de Neuville-sur-Oise, Laurent Berrurier. Mais la cheffe de l'établissement pontoisien s'approvisionne majoritairement à Rungis. « Ils sont réguliers dans ce qu'ils font. Je travaille avec Armara pour tout ce qui est poissons : ils ont des produits de qualité et viennent tôt le matin. Cela devient rare d'avoir un service de livraison », soutient-elle. Naoëlle d'Hainaut fait appel également à Primeurs Passion, pour les légumes qu'elle ne trouve pas chez Laurent Berrurier, et à Avigros pour le choix des viandes. L'exigence de sa table s'accorde avec « un gage de qualité » au niveau des produits. « Nous travaillons uniquement des produits de saison, donc il y a un échange avec le commercial afin de pouvoir tenir le trimestre, ou deux mois s'il le faut. Un produit comme la Saint-Jacques, on sait que c'est du court terme », note la cheffe. Tout le travail fourni par Naoëlle d'Hainaut, afin de conserver son étoile Michelin, obtenue en 2019, se révèle parfois épuisant. « Je ne dis pas qu'on se gâche la vie. Mais c'est tellement la recherche de la perfection, qu'on se fait parfois un peu mal », admet-elle, sans pouvoir retenir quelques larmes. Témoignant d'un contexte difficile, la détermination de la cheffe reprend malgré tout rapidement le dessus sur la sensibilité : « Nous visons la deuxième (étoile) ! »

Jérémy Denoyer



Rouget barbet.

© L'Or Q'idée



© L'Or Q'idée

L'or Q'idée, un aboutissement

Ce restaurant gastronomique est la réalisation d'un rêve pour cette jeune cheffe issue, selon ses termes, « d'un milieu un peu défavorisé ». Cette table, ouverte à Pontoise depuis 2017, a une résonance toute personnelle pour Naoëlle d'Hainaut.

Le nom de son établissement étoilé fait référence à sa fleur préférée (l'orchidée), tandis que « L'or » est un parallèle avec la grande qualité des produits qu'elle choisit, alors que « l'idée » fait directement référence à [ses] recettes, [ses] envies culinaires, l'idée de travailler en équipe », afin de transmettre sa passion de la gastronomie. Ses origines algériennes l'amènent à travailler de nombreux produits secs, comme la datte, l'amande, la noisette ou l'huile d'argan. « Ce sont des choses qui rentrent dans ma cuisine mais je me suis également beaucoup inspirée de l'Asie », précise-t-elle.

L'Or Q'idée propose un menu dégustation (95 €) en six services (deux entrées, un poisson, une viande, un fromage cuisiné et un dessert), s'appuyant sur des produits frais de saison... et l'humeur de la cheffe. « J'aime les trois saveurs dans l'assiette mais j'aime avant tout le produit. J'ai une cuisine relativement franche. Je respecte tellement le travail des gens qui ont travaillé sur un produit, que je ne veux pas le cacher. J'aime l'effet de surprise, il faut que ce soit surprenant mais pas délirant. »

Ses fournisseurs

À RUNGIS

Armara
Primeurs Passion
Avigros

L'Yonne



Une diversité
heureuse

L'agriculture icaunaise est riche de diversité. Foie gras, truffes, vins de Chablis, élevage de cerfs, viande bovine bio, cohabitent avec des activités agricoles plus traditionnelles. Une diversification réaliste qui permet d'échapper au déclin de certaines activités comme celui de la production laitière.

Reportage et photos de Jean-Michel Déhais

En matière d'agriculture et d'élevage, les Icaunais font preuve d'originalité. Dans la Vallée de l'Armançon, à Briennon, Hervé Moreau conduit depuis 1989 un élevage de cerfs. « Nous avons obtenu des terres supplémentaires qui ne pouvaient être exploitées qu'en pâturage et en raison des quotas, nous ne pouvions accroître notre troupe de vaches allaitantes. » Il a alors choisi d'acquérir en Autriche des cerfs élaphe. Sur une vingtaine d'hectares, Hervé élève une centaine de cerfs dont 35 biches reproductrices. Près d'un tiers du troupeau est abattu chaque année à la carabine. Une fois éviscérées et dépecées, les carcasses sont emmenées à l'abattoir pour y obtenir un agrément vétérinaire. La viande est ensuite découpée et mise sous vide dans le laboratoire de la ferme afin d'être commercialisée en direct sur place ou sur les foires et les marchés de la région. Désormais, Hervé Moreau travaille seul avec sa fille Juliette. Il a abandonné l'élevage laitier pour consacrer ses 200 ha à la culture. 10 % de cette surface est dédiée à la culture de la luzerne et du tritical, nécessaires pour assurer le complément d'alimentation des cerfs.

LA VOLAILLE TRÈS PRÉSENTE

Le cerf reste cependant anecdotique dans le département. C'est sans conteste le secteur volailler qui apparaît comme le plus visible avec la présence de Duc, né sur les cendres du groupe Bourgoin et qui évolue depuis 2017 dans le groupe néerlandais Plukon. La production des 110 éleveurs de volailles de l'Yonne est loin d'être assez importante pour assouvir les appétits du gigantesque abattoir de Chailley qui abat actuellement plus de 150 000 volailles par jour. Plukon veut encore accroître sa capacité d'abattage de cet outil industriel pour la porter à 270 000 poulets par jour.

Le 15 décembre, le préfet a autorisé le projet malgré l'avis défavorable du Conseil départemental de l'environnement. À cette époque,

Damien Calandre, P-DG de Duc s'étonnait de cette opposition locale à son projet et déclarait à *L'Yonne républicaine*. « Ces gens ne sont pas contents, pourtant on développe un modèle vraiment local. Tout est produit de A à Z à Chailley, les œufs, les poussins, le poulet, les céréales qui les nourrissent. »

C'est, semble-t-il, le mode local de l'industriel qui pose question. Pour assurer son approvisionnement, Duc veut encourager les éleveurs à la création de 80 poulaillers géants en Champagne et en Bourgogne. La construction d'un de ces poulaillers industriels de 1 800 m², capable d'accueillir 40 000 volailles, a été autorisée sur la commune de Sérigny (Orne) avec un investissement de 600 K€. Duc soutient le projet à hauteur de 54 K€. Cette création a toutefois suscité une pétition qui a recueilli près de 40 000 signatures. Les opposants s'étonnent notamment que la production de ce poulailler soit destinée à un autre abattoir de Duc, à Saint-Bauzély (Gard).

Côté volaille, Jérôme Rabuat, installé à Méré, préfère les canards. Cet ancien pâtissier du Palais de l'Élysée est revenu au pays il y a quelques années, pour relancer la production de foie gras initiée par ses parents en 1980. Il est l'un des deux derniers fabricants du



Hervé Moreau élève une centaine de cerfs élaphe pour commercialiser leur viande.



Jérôme Rabuat, producteur de foie gras, attend que les couveries puissent à nouveau approvisionner sa ferme en canetons.

département. Agriculteur, il cultive 27 ha de céréales diverses et achète le maïs. Son élevage est en mesure d'accueillir simultanément jusqu'à 2 000 canards mulards et de produire jusqu'à 5 000 palmipèdes gavés. Cinq mois d'élevage, dont 15 jours de gavage sont nécessaires pour obtenir un foie gras.

Le modèle économique mis en place par ses parents continue de fonctionner. Les foies gras sont vendus 55 €/kg aux particuliers dans la boutique, sur les salons et sur les marchés. Jérôme peut aussi compter sur des revendeurs locaux. Outre les foies gras, il transforme dans son laboratoire la viande des canards en casoulet, en confits ou en magrets. Son passé de cuisinier pâtissier lui a permis de développer de nouvelles recettes originales comme la terrine au chablis ou le saucisson de foie gras. Il pourrait facilement développer son entreprise, mais se heurte à un problème de recrutement et doit se contenter de deux salariés. Mais surtout, en ce début d'année, son élevage est vide car les couveries, mises à l'arrêt par les autorités sanitaires, ne sont plus en mesure de le fournir en canetons. Un inconvénient qui bloque le fonctionnement d'un élevage évoluant pourtant dans une zone exempte de grippe aviaire.

CONCENTRATION DE LAITIÈRES

Trois acteurs laitiers importants ont élu domicile dans le département : Yoplait, à Auxerre, le groupe Eurial qui a repris les activités laitières de Senoble, à Jouy, et enfin la fromagerie Lincet. La présence sur le territoire de quatre AOP fromagères (brie de Meaux, brie de Melun, époisses, chaource) et de deux IGP (brillat-savarin et soumaintrain), explique cet intérêt industriel. Mais aujourd'hui, les ●●●

●●● besoins de ces laiteries représentent trois fois le volume de production départementale. En effet, au fil des années les agriculteurs icau-nais se sont progressivement détournés de la production laitière. Les laiteries ont donc tendance à collecter le lait dans les départements voisins. La fromagerie Lincet emploie 200 personnes sur ses différents sites.

Née en 1895 à Gaye dans la Marne, elle s'est repliée en dans les années 1980 à Saligny. «*Mon grand-père a revendu les installations de Gaye à Lactalis, mais mon père, Didier, a conservé le petit site de l'Yonne pour y développer la production de chaource*», explique Mathilde Lincet, directrice de marketing. Didier Lincet a ainsi démarré l'entreprise à Saligny avec une trentaine d'employés. Aujourd'hui, le groupe familial mobilise 200 personnes et collecte 38 millions de litres de lait. «*Pour sécuriser les approvisionnements*, précise Mathilde, *mon père a ainsi racheté deux laiteries, la première à Vaudes (Aube) et la seconde à Brochon (Côte-d'Or)*.» Ce faisant, le groupe se retrouve ainsi avec un excédent moyen annuel de 10 millions de litres de lait annuel qu'il a longtemps été contraint de revendre à bas prix. Mais depuis quelques années, il commercialise avec succès dans les



Didier Lincet a relancé sa fromagerie familiale à Saligny.

© Fromagerie Lincet

réseaux de boulangerie-pâtisserie ce lait entier en brique sous la marque Tradition. Ses excédents laitiers lui permettent de garantir une politique de qualité, l'atout de l'entreprise familiale. «*Nous faisons cailler le lait entre 12 et 16 heures avec peu de fraisure*, précise Mathilde Lincet, *d'où le cœur crayeux caractéristique de nos chaources, époisses et brillat-savarin*.» Elle mise aussi sur le soumaintrain, fromage à croûte

lavée, proche de l'époisse. Il y a enfin la marque de la maison, le Délice de Bourgogne, déposée par le grand-père de Mathilde. Ce fromage présente toutes les caractéristiques du brillat-savarin, mais s'affranchit de certaines contraintes commerciales de l'IGP. Il peut, par exemple, être vendu truffé.

À Leugny, la famille Agly a préféré éviter l'élevage laitier pour miser sur l'allaitant, plus prometteur. Sur sa ferme de 230 ha, dont deux tiers de prairies, elle élève près de 200 bovins. Ce troupeau, d'abord constitué de charolais, s'est progressivement orienté vers les nivernaises, jugées plus qualitatives avec une viande plus persillée. Visionnaire, le père, Gilles, s'est très tôt tourné vers la vente directe. Pour garantir ce projet, il a converti son exploitation en bio en 2016. Un choix qui implique des rendements plus faibles, mais aussi une croissance moins rapide des animaux. Ces derniers sont exclusivement nourris à l'herbe, au blé, au foin et à la luzerne. Aujourd'hui, seulement 30 % des ventes d'animaux passent par le circuit des marchands de bestiaux. La vente directe, assurée à la ferme, en livraisons, mais aussi dans les collectivités désormais demandeuses d'approvisionnements bio,

Chablis, un vignoble connu dans le monde

Dans l'Yonne, la vigne sort du lot. Elle n'occupe que 15 % des surfaces, mais réalise un bon tiers du CA de l'agriculture. Le département ne dispose ni de la notoriété vinicole ni des volumes de ses voisins, la Côte-d'Or et la Saône-et-Loire. Mais la production est loin d'être confidentielle grâce à la présence de cinq vignobles, Joigny au nord, l'Auxerrois, Chablis, Tonnerre et enfin Vézelay au sud. Ces vins ont le vent en poupe. Avec près de 6 000 ha de vignes, Chablis s'affirme sans conteste comme le poids lourd des AOP départementales. Il est connu dans le monde entier et près des deux tiers de la production sont exportés. La famille Durupt qui détient 208 ha fait partie des incontournables. C'est Jean Durupt, père de l'actuel propriétaire, Jean-Paul, qui a développé cette entité à partir des 2 ha que lui avaient légués ses parents. Il a acquis successivement les vignes, puis le château de Maligny et constitué le prestigieux Domaine de l'Églantière. «*Il avait fait arracher des églantiers sur un coteau très abrupt pour planter de la vigne*, se souvient Jean-Paul. *À l'époque, tout le monde le prenait pour un fou*.» Le formidable essor du vignoble lui a donné raison. Aujourd'hui, Jean Durupt père et fils est largement présent sur cinq premiers crus : Fourchaume, L'Homme mort, Vaudevey, Montée de Tonnerre et Montmain. Le style de la maison se caractérise par un rejet du bois. À l'exception d'une cuvée confidentielle, l'ensemble des chardonnays de la maison est élevé dans de l'inox afin de



Jean-Paul Durupt se charge des chablis au château de Maligny tandis que son épouse, Stéphanie Durupt-Colinot, vinifie les rouges dans un autre chai.

préservé la minéralité, la vivacité et la fraîcheur des vins. Depuis quelques années, les rouges commencent à avoir droit de cité dans la famille. Stéphanie, l'épouse de Jean-Paul, vinifie à proximité de Maligny les quelques hectares de vignes qu'elle possède à Irancy. Elle décline ainsi quatre cuvées parcelaires. Certaines sont entièrement dédiées au pinot noir. D'autres intègrent moins de 10 % de césar, un cépage autorisé dans l'AOP qui offre un profil plus tannique aux vins. Fille de Jean-Pierre Colinot, l'un des plus célèbres vignerons d'irancy, Stéphanie souhaite développer sa production de rouges et réfléchit actuellement à la manière dont elle pourrait s'implanter dans l'AOC Bourgogne Epineuil.



Mallorie et Océane Ably ont investi 400 K€ pour compléter leur élevage de vaches allaitantes par une fromagerie fonctionnant avec du lait de brebis.

permet de garantir le modèle économique. Ces conditions favorables ont permis à Gilles Ably de transmettre le flambeau à ses filles Mallorie et Océane dans de bonnes conditions. Toutes deux ont repris l'exploitation en association et ont investi l'année dernière 400 K€ pour doter la ferme d'une fromagerie. La ferme qui avait déjà un troupeau ovin destiné à la vente de viande a décidé de le reconvertir. Des brebis lacaunes sont ainsi venues



Gaëlle Hoefman, dirigeante de la charcuterie Marc Colin réputée pour ses andouillettes de 1 m, estampillées 5A.

remplacer les suffolks et la production de fromage de brebis, dirigée par Mallorie, a ainsi pu débiter.

TRADITION CHARCUTIÈRE

La tradition charcutière est forte dans le département avec notamment un produit local phare, le jambon persillé. La charcuterie Marc Colin, à Chablis, est connue pour sa part dans la région pour ses célèbres andouillettes d'une

longueur de 1 m, estampillées 5A. Gaëlle Hoefman a désormais pris la succession de Marc Colin et dirige avec son conjoint, Adrien de Loew, les cinq personnes qui travaillent dans l'atelier de la zone industrielle. Chaque semaine, une bonne partie de l'équipe consacre ainsi près de trois jours à la seule préparation des andouillettes. Selon les saisons, 500 kg à 1,5 tonne sont fabriqués chaque semaine. La charcuterie est aussi une affaire d'agriculteurs. À Sièges, Sébastien Meunier a repris l'élevage de porcs initié par son père à la Ferme du chaudron. L'exploitation produit les céréales nécessaires à la nourriture des animaux. Pour mieux valoriser sa production, l'éleveur s'est engagé dans une démarche Porc fermier sur paille avant d'aboutir à une conversion bio en 2018. Un choix lourd de conséquences, comme il l'explique : « *La production en céréales descend de 80 à 40 q/ha et pour produire 1 kg de viande, il faut 3 kg de céréales.* » L'agriculteur s'est également lancé il y a six ans dans la vente directe en expédiant d'abord des colis de viande via son site. Encouragé par le succès de la démarche, il a décidé en 2020 de créer un laboratoire de charcuterie, moyennant un investissement de 140 000 €. Il ●●●


Angys®
POIRE D'EXCELLENCE

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



www.angys.fr  

Faites entrer
L'excellence
dans votre rayon !



••• emploie trois charcutiers professionnels qui transforment intégralement les carcasses en viandes, mais aussi en terrines, jambons persillés, jambonneaux, andouillettes, saucisses. Il commercialise lui-même sa production via son site ainsi que sur des marchés tels que celui de Joigny. Cette initiative rencontre un succès important. Sébastien vend de plus en plus de viandes en direct et négocie de moins en moins avec la coopérative qui lui assure des prix moins rémunérateurs.

QUATRE TRUFFES POUR UN TERROIR

Parmi les joyaux du terroir icaunais, la truffe figure en bonne position. Une Association des producteurs de truffes de Bourgogne fédère les producteurs des différents départements. Parmi les acteurs de l'Yonne, Bertrand Beaucamp est l'un des plus actifs. Ce vigneron de 53 ans a repris l'exploitation de Quenne après avoir suivi de longues études de physique. Il a agrandi les truffières que son père avait commencé à planter. Mais il a décidé d'aller plus loin en mycorhizant lui-même les plants d'arbres. Désormais, il est également pépiniériste et revend des plants mycorhizés au prix de 15 € l'unité. Bertrand dispose aujourd'hui de 5 ha de truffières, largement mycorhizées en truffe noire (*Tuber melanosporum*) alors que la truffe de Bourgogne (*Tuber uncinatum*) est plus



Bertrand Beaucamp pratique le cavage des truffes avec sa chienne Belle.

largement présente dans la région. Il concède une erreur de jeunesse : « *Je me voyais récolter 100 kg de truffes noires au bout de dix ans. Finalement, j'ai trouvé la première au bout de 13 ans.* »

Ses plantations mycorhizées en truffes de Bourgogne offrent en effet un bien meilleur

rapport, même si le vigneron rappelle qu'il a réalisé un prélèvement record de 15 kg de *Tuber melanosporum* durant la campagne 2017-2018. Avec le recul, il reconnaît que le climat de l'Yonne, n'est pas tout à fait adapté au « *diamant noir* ». « *Il nous manque 150 heures de soleil par an. Mais je n'ai peut-être pas non plus choisi le meilleur sol. Pour la truffe noire, il faut des terrains mieux exposés et des terres pauvres en argile* ». Pour ce vigneron, la truffe représente un complément de revenu, mais surtout une passion. Non seulement, il pratique régulièrement le cavage avec ses deux chiennes labrador, Belle et Rosalie, dans ses truffières, mais il loue aussi le droit d'étendre sa quête à des forêts où il trouve également des truffes.

Au cours de ses pérégrinations, il ramasse de la *Tuber melanosporum*, de la *Tuber uncinatum*, de la brumale ainsi que de la truffe mésentérique, proche en apparence de la truffe de Bourgogne, mais reconnaissable à l'odeur de phénol qu'elle dégage. Ce trufficulteur fut l'année dernière un des plus importants apporteurs de truffes de Bourgogne sur le marché de Noyers-sur-Serein. Même si la valeur de cette variété (650 €/kg) n'est pas négligeable, elle reste en dessous de la *Tuber melanosporum* (près de 1000 €/kg).

Il n'empêche, un parfum de truffes commence à flotter sur l'Yonne.

Dominique Rouyer mise sur l'escargot gris

Ancien conducteur de train, Dominique Rouyer suivait une formation pour accéder aux commandes des TGV lorsqu'il a décidé de tout plaquer pour s'intéresser au symbole animal de la lenteur : l'escargot. En 2009, l'Atelier de l'escargot a ainsi vu le jour à Armeau. L'éleveur a misé sur un vaste élevage en plein air. Sur deux parcelles, il dispose de 10 parcs qui lui permettent de commercialiser chaque année 1,5 million d'escargots qui arrivent en maturité en un mois.

« *Contrairement à ce que certains prétendent, il serait possible d'élever de l'escargot de Bourgogne*, rappelle-t-il. *Mais avec une croissance qui dure trois ans, ce serait difficilement rentable.* »

Cette activité n'est pas de tout repos. D'abord, Dominique Rouyer doit faire face à 50 % de mortalité. Ensuite, s'il emploie en permanence un ou deux employés, il doit faire appel au début de l'automne à une dizaine de saisonniers pour la récolte. Il va même garder une partie de l'équipe jusqu'aux fêtes pour assurer la transformation. Chaque année, il faut démonter les nombreuses planches qui abritent les escargots et les remettre en place après les premières gelées. Il convient également d'assurer la commercialisation qui est effectuée à 98 % en direct, dans la boutique, sur les salons et marchés.

« *Nous avons calculé que la vente représente 51 % du travail,*



Dominique Rouyer devant un parc.

détaille-t-il. *La transformation accapare 35 % de notre temps. L'élevage, cela ne constitue finalement que 14 % de nos occupations.* » L'éleveur est satisfait de ce modèle économique qui fonctionne régulièrement. Il ne veut cependant pas entendre parler de développement, essentiellement pour des questions de difficultés de recrutement de plus en plus insolubles.

Le jambon sec

Le porc est la première viande consommée par les Français. Et le jambon sec y tient une bonne place.

La consommation française de viande s'est élevée à 5,7 millions de tonnes équivalentes carcasse (tec) en 2021, en croissance de 0,7 % par rapport à 2020, du fait de la progression de la viande porcine (+ 0,6 %) et de celle de volaille (+ 1,5 %).

La viande de porc, y compris sous forme transformée, reste la viande la plus consommée en France, malgré son recul constaté depuis presque 20 ans (baisse de 13 % de la consommation individuelle de porc entre 2001 et 2021). En 2021, la consommation de porc s'élève à 31,5 kg par an et par personne. « *Le porc bénéficie d'un prix comparativement peu élevé ainsi que d'une importante diversité de produits, ce qui peut expliquer son maintien en tant que première viande consommée en France* », indique FranceAgriMer*. Environ les trois quarts de la consommation de viande de porc le sont sous forme de charcuterie.

En 2021, pour le jambon et les autres charcuteries, on observe de façon globale un recul des volumes (- 4,2 %), et une faible progression des prix (+ 0,4 %). Si l'on distingue par type de produit, le jambon (cuit et sec), après des années de reflux, puis une légère reprise en 2020, connaît un nouveau recul des quantités achetées (- 3,9 %). Ces volumes se trouvent même en

baisse par rapport à 2019 (- 0,8 %). Sur les autres charcuteries, la demande est également en recul (- 4,8 %), mais progresse néanmoins par rapport à 2019 (+ 2,5 %). En augmentation depuis plusieurs années, le prix moyen du jambon marque une pause (- 0,4 %), alors que celui des autres charcuteries poursuit sa hausse (+ 1,3 %). Le jambon, sous toutes ses formes, est le produit de charcuterie le plus consommé : près de 3 millions de tonnes en 2021, sur un total de charcuterie de 7,9 millions de tonnes. Toutefois, l'essentiel de cette consommation concerne le jambon cuit (2,357 millions de tonnes), le jambon cru ou sec pèse près de 600 000 tonnes, ce qui le place derrière les saucissons secs et le salami (plus de 1 million de tonnes) et la catégorie « lardons, poitrine et bacon » (860 000 tonnes). Avec un prix moyen autour de 20 € le kg, le jambon sec est la charcuterie la plus chère, devant les saucissons secs et le salami et les andouilles et andouillettes (autour de 14 € le kg).

Le jambon sec (comme le cuit) est uniquement préparé avec la cuisse du porc. Il est salé par frottage. On le fait ensuite sécher pendant plusieurs mois ou même plusieurs années. En France, les jambons secs sont le plus souvent issus de régions montagneuses (Massif central, Pyrénées, Alpes...). Le climat est propice à l'élevage et favorable à un séchage plus ou moins lent. De nombreux « jambons de pays » bénéficient de signes d'origine et de qualité, que ce soit l'AOP (jambon du Kintoa, jambon noir de Bigorre, jambon sec de Corse) ou l'IGP

(jambon d'Auvergne, jambon de Bayonne, jambon de l'Ardèche, jambon de Lacaune, jambon de Vendée, jambon sec des Ardennes). Il y a aussi de nombreux Label Rouge. La différence entre le jambon cru et le jambon sec, si elle n'est pas gravée dans le marbre, tient essentiellement au temps de séchage. Le jambon cru doit avoir un temps de séchage de quatre mois au minimum, alors que le jambon bénéficiera d'un temps de séchage beaucoup plus long. Il aura des qualités organoleptiques supérieures car son temps de séchage rallongé lui permet de révéler toutes ses saveurs. L'amateur privilégiera le jambon de cochon, c'est-à-dire la truie reproductrice de plus de 250 kg, soit plus du double que la moyenne des porcs. La chair est beaucoup plus riche et plus goûteuse.

Olivier Masbou

* La consommation des produits carnés en 2021.

En chiffres

- Près de **600 000 tonnes** de jambon sec sont consommées annuellement.
- Son prix moyen se situe autour de **20 € le kg**.
- Chaque Français consomme en moyenne **30 kg** de charcuteries par an.

Le « Vedelou », un veau de lait raffiné



Un groupe d'éleveurs, originaire de la région d'Yssingeaux (Haute-Loire), est constitué en association depuis 1989, afin de promouvoir leurs veaux des monts du Velay-Forez. Depuis l'an 2000, cette viande de qualité a obtenu un Label Rouge, commercialisé sous la marque Vedelou.

Les conditions d'élevage des veaux des monts du Velay et du Forez relèvent d'une pratique ancestrale, suivie aujourd'hui par 350 agriculteurs, implantés principalement en Haute-Loire, Loire, Rhône et Puy-de-Dôme. « *Il faut savoir que dans les années 1965-1970, la Haute-Loire était le premier producteur de veau sous la mère. On appelait cela le veau gras, aujourd'hui on appelle ça un veau de lait. Les veaux sont alimentés uniquement avec du lait de leurs mères, ou avec du lait d'une autre vache, c'est ce qu'on appelle une tante. Il n'y a aucun autre complément alimentaire* », explique Éric Planchette, président de l'association pour la promotion et la production du veau des monts du Velay et Forez. Cette structure est la coopérative qui commercialise ces veaux de lait, labellisés Label Rouge depuis l'an 2000. Ce signe officiel de la qualité garantit la provenance de la viande – issue également de quelques exploitations en Ardèche, dans le Cantal, la Lozère et l'Allier – et un élevage des veaux sur paille, nourris exclusivement au lait entier. Le « Vedelou », l'appellation de ce Label Rouge,

signifiant « *joli petit veau* » en patois du Velay, offre une viande moins grasse, très tendre et avec une meilleure jutosité. « *C'est une viande fine, raffinée et qui a beaucoup de goût* », soutient Aurélien Vidal, chef à Saint-Julien-Chapteuil (Haute-Loire). La couleur rosée de la viande de veau de lait des monts du Velay-Forez peut varier au cours de l'année, en raison de l'alimentation de la mère. « *Une vache ne mange pas la même chose en hiver, au printemps ou en été. La composition du lait que les veaux tètent varie donc aussi* », précise le Label Rouge. Chaque année, environ 5 000 veaux sont commercialisés sous les marques Veaux des monts du Velay-Forez et Label Rouge Vedelou. Les éleveurs de ces veaux envoient leurs bêtes dans l'un des trois abattoirs habilités par l'ODG de la filière, qui réalise en amont des contrôles qualité imposés par le cahier des charges. Par ailleurs, l'association affirme que l'intégration à cette filière « *est l'assurance de revenus réguliers sur l'année, grâce à des cours stables par rapport à ceux du lait* ».

Jérémy Denoyer



Le vin qui lui va bien...

Le veau du Velay et du Forez est une viande d'une subtilité rare. Nous avons choisi de rehausser ses saveurs grâce à un vin volcanique auvergnat. Il s'agit de la cuvée Le Clos des amoureux du Domaine Auzolle. Cette cuvée fait la part belle à des arômes de fruits mûrs : la bouche se révèle ample avec des tanins soyeux.



Grana padano, l'AOP la plus consommée au monde

Il agrmente facilement les pâtes, s'incorpore au risotto et à différents plats. Mais, à l'inverse du parmesan, le grana padano passe parfois sous les radars de la gastronomie italienne. Pourtant, ce fromage au lait cru est le produit AOP le plus vendu à travers le monde.

L'origine de ce fromage est héritée d'une tradition du Moyen Âge. Ce sont les moines bénédictins de la plaine du Pô, au nord de l'Italie, qui ont créé le grana padano autour de 1135. Sa recette novatrice « consistait à transformer le surplus de lait en un fromage exquis au goût intense et qui pouvait être conservé de façon prolongée », précise le consortium de protection du grana padano, dont l'Appellation d'origine protégée (AOP) a été accordée en 1996. La structure granuleuse de sa pâte lui vaut le nom de *grana*, tandis que *padano* est une référence à sa zone de production : la Pianura Padana (la vallée du Pô). « C'est un produit de grande valeur et assez abordable pour tout le monde. Cela fait de lui le produit AOP le plus consommé au monde », affirme Carlo Costa, directeur financier du consortium de protection du grana padano, l'organisation qui rassemble les producteurs et les affineurs de ce fromage AOP, afin de le protéger et le promouvoir. En 2021, plus de 5,2 millions de meules de grana padano ont été produites, et plus de 2,2 millions d'entre elles étaient destinées à l'exportation. La France est le deuxième

marché exportateur de ce fromage transalpin (256 645 meules exportées en 2021), reconnaissable par son goût fruité et sa texture friable et granuleuse. Le grana padano peut être consommé râpé, coupé en copeaux ou cassé en morceaux. Ses déclinaisons en trois affinages lui permettent de s'accorder à diverses préparations culinaires. Son affinage minimal – de neuf mois – est adapté aux crèmes et aux sauces, mais peut aussi accompagner des salades ou des carpaccios. Le caractère d'un grana padano affiné 16 mois est parfait pour assaisonner des pâtes, des risottos ou des soupes. Enfin, la complexité du grana padano riserva (20 mois d'affinage) peut également lier un risotto et s'inviter sur un plateau de charcuterie. Il sera idéal aussi en association avec un vinaigre balsamique âgé. Le grana padano AOP est un fromage riche en micronutriments, en vitamines A, B2 et B12, mais surtout et essentiellement en calcium. Par ailleurs, Il s'avère que son mode de production et son vieillissement font de lui un produit sans lactose. Une aubaine pour les personnes intolérantes à ce glucide.

Jérémy Denoyer



Le vin qui lui va bien...

L'intensité du grana padano trouvera un bel accompagnement avec le champagne blanc de blancs Grand Cru de la maison Pierre Mignon. Constituée à 100 % de chardonnay, cette cuvée d'exception présente un nez aux notes florales ainsi qu'une bouche d'une grande tonicité. On note une belle persistance avec des saveurs de fruits mûrs et de pain d'épices.

Poires de Savoie, une production en altitude



Les poires et les pommes de Savoie ont été les premiers fruits à pépins à obtenir une Indication géographique protégée (IGP), en 1996. Il existe six variétés de poires reconnues par ce signe de qualité. Elles sont commercialisées de septembre à la fin de février.

Tout comme la pomme, la culture de la poire s'est développée en véritable filière en Savoie et Haute-Savoie, dans les années 1930, alors qu'elle était jusqu'ici une pratique traditionnelle et complémentaire de l'élevage. La structuration de cette commercialisation s'est amplifiée après la Seconde Guerre mondiale, afin de répondre aux attentes des consommateurs. Dans les années 1960, les arboriculteurs savoyards et haut-savoyards se sont regroupés au sein de la Fédération des producteurs de fruits de Savoie, instaurant par la suite des pratiques respectueuses de l'environnement et garantant d'une qualité gustative. En 1996, tous ces efforts aboutissent à l'obtention – pour les pommes également – d'une Indication géographique protégée (IGP), la première pour des fruits à pépins.

Aujourd'hui, 24 producteurs de poires sont certifiés Savoie IGP et cultivent jusqu'à six variétés de fruits reconnus par la certification : Williams, Passe-Crassane, Doyenné du Comice, Conférence, Général Leclerc et Louise Bonne. « La Williams est la plus connue mais la Doyenné du Comice est la plus prisee,

notamment à Rungis. Elle est très fine, pas granuleuse et non boisée. Cette Comice a une belle robe, des notes très fraîches et une face rosée », détaille Frédéric Bergin, vice-président du Syndicat des fruits de Savoie, organisme de défense et de gestion de l'IGP.

Produites entre 400 et 800 m d'altitude sur 110 ha des départements de Savoie et Haute-Savoie, ces poires se révèlent souvent « plus fermes à la récolte, avec un taux d'acidité supérieur à la moyenne », ajoute Frédéric Bergin. Mais le taux de sucre des poires de Savoie augmente lorsque le tonnage de production est limité par les agriculteurs. « À cause des aléas climatiques, la tendance de production a diminué ces deux dernières années. En avril 2021, le gel a causé la perte de presque toutes les poires sur la partie savoyarde. Quant à 2022, nous avons subi la sécheresse », relate Alice Delattre, conseillère en arboriculture de la chambre d'agriculture Savoie Mont-Blanc. L'an dernier, environ 4 200 tonnes de poires IGP ont été récoltées, contre 5 000 tonnes en moyenne habituellement.

Jérémy Denoyer



Le vin qui lui va bien...

Nous aurions pu faire preuve de classicisme et associer la poire de Savoie avec un vin blanc. Il n'en est rien. Ainsi, nous vous proposons la cuvée Lou Daro de l'AOC saint-chinian. Le millésime 2021 fait la part belle aux fruits mûrs et la finale, tout en fraîcheur, vient percuter la sucrosité de la poire.



1
BOISSONS
Le cidre des grandes tables

Producteurs de jus et de nectars de fruits haut de gamme depuis 25 ans, Alain Milliat se lance dans le cidre. Son projet est « d'apporter une réponse gastronomique à ce breuvage qui prend aujourd'hui une part belle sur les cartes de vins ». Il s'est associé avec un jeune producteur avec qui il partage une vision commune non seulement du verger, du fruit, mais aussi de l'engagement pour le choix intransigeant d'un produit propre. Ensemble, ils ont élaboré la cuvée Juliette, un cidre fermier, bio et sans sulfites, 100 % pur jus et bénéficiant de l'IGP cidre de Normandie. Elle est disponible en deux formats : demi-sec en 33 cl et brut en 75 cl.

Produits traiteurs et caves

2
L'AUTRE JAMBON IBÉRIQUE
Du jambon, mais d'agneau !

C'est un jambon sec pas comme les autres qui a été distingué au prix de l'Innovation du Sirha 2023. Salt'n lamb est une marque de gigot d'agneau en salaison, affiné de manière naturelle et artisanale, dans la région de Teruel en Espagne, comme ses prestigieux cousins de porc ibérique. Nées principalement dans les provinces d'Aragon et de Castille, ces races ovines sont élevées en plein air et en liberté. L'affinage dure entre 6 et 18 mois, en altitude, dans le village de Cantavieja. Ce jambon sans nitrites offre un bon équilibre entre sel et viande, puissant et fondant, avec une persistance aromatique intense. Il est uniquement vendu entier à l'os.

En cours de référencement

3
FABRIQUÉES EN BRETAGNE
Rillettes de langoustine au safran

La conserverie Groix et Nature, située sur l'île de Groix en Bretagne, et Entreprise du Patrimoine Vivant, font perdurer le savoir-faire insulaire de l'île de Groix à travers la confection de recettes authentiques. Présentées au dernier Sirha de Lyon, ces rillettes de langoustine au safran breton sont cuisinées sur l'île située au large de Lorient de manière artisanale. Riche de 35 % en chair de langoustine, cette recette est confectionnée avec une pointe de safran bio breton certifiée en agriculture biologique, cultivée et récoltée à la main dans le Finistère.

Secteur traiteur

4
ORIGINE ET QUALITÉ
L'AOP pour la châtaigne des Cévennes

La « Châtaigne des Cévennes », production historique des châtaigneraies cévenoles, est officiellement reconnue en Appellation d'origine protégée (AOP). La production de châtaignier s'étend sur le massif des Cévennes : Gard, Lozère et Hérault et quelques communes de départements périphériques. Les fruits destinés à l'élaboration de la « Châtaigne des Cévennes » proviennent d'une trentaine de variétés et de cultivars locaux. Elle prend alors le nom de châtaignon. La filière regroupe plus de 70 opérateurs : arboriculteurs et ateliers de transformation. La production est estimée à 120 tonnes en 2022.

Pavillons des fruits et légumes

Compostage

Une nouvelle vie pour les biodéchets

Depuis l'été dernier, l'association Andes fait fonctionner un composteur électromécanique mis à disposition par le Marché de Rungis. Une technologie qui permet de valoriser sur place les biodéchets issus des fruits et légumes et ouvre des perspectives d'économie circulaire autour du Marché.

« Cet équipement offre un débouché à des produits qui n'en avaient pas, mais nous a aussi ouvert de nouvelles perspectives d'économie circulaire ! », s'enthousiasme Nathan Bardin, le directeur du Potager de Marianne dont l'entrepôt est situé au cœur du secteur des fruits et légumes de Rungis. L'atelier et chantier d'insertion de l'association Andes, qui récupère les invendus des grossistes afin de les distribuer dans les structures d'aide alimentaire et dans les épicerie de son réseau, accueille depuis le mois de juillet 2022 un composteur électromécanique conçu par l'entreprise innovante Upcycle (lire encadré). Acquis par le Marché de Rungis dans le cadre d'un projet expérimental de compostage sur place des biodéchets, il a été mis à disposition de l'association en vue d'évaluer ses capacités à donner une nouvelle vie aux fruits et légumes qui ne peuvent être remis dans le circuit alimentaire car trop dégradés. « Aujourd'hui, environ 30 % des fruits et légumes que nous collectons doivent être jetés dans une benne avant d'être transportés par une entreprise gestionnaire de déchets, poursuit le successeur de Cédric Pécharde à la tête du Potager de Marianne. Pour nous qui traitons environ 1 500 tonnes de fruits et légumes chaque année, la destination de ces produits non valorisés est donc un enjeu très important. » Après six mois, le bilan de l'expérimentation est très positif.



Nathan Bardin, directeur du Potager de Marianne, chantier d'insertion des épicerie Andes à Rungis.

« Le procédé est très bien adapté à notre activité et à nos besoins. Il permet de transformer en une quinzaine de jours nos biodéchets en compost frais, en réduisant le volume de matière de moitié », observe Nathan Bardin. Introduits à l'avant de la machine dans la cuve du composteur, les biodéchets, mélangés à des déchets de cagettes en bois et cartons, sont brassés toutes les deux heures par des pales afin d'optimiser la population bactérienne recherchée et d'accélérer la décomposition. Poussé par une vis sans fin, le compost une fois obtenu est évacué et doit mûrir huit semaines avant de pouvoir être distribué, une fois passé les analyses obligatoires.

Nathan Bardin tire également un bilan positif de l'insertion de l'équipement dans son environnement. « Les machines sont équipées d'un

flux d'air contrôlé qui permet de contrôler les odeurs », assure-t-il. Peu gourmand en énergie (« l'équivalent de deux ampoules électriques », selon ses concepteurs), il est également peu bruyant. « Le composteur électromécanique cumule les avantages du compostage local, qui n'utilise pas de transport, et du compostage industriel, rapide et sécurisé », résume Grégoire Bleu, le patron d'Upcycle, qui suit de près les performances de cette machine pilote. « À ce jour, le composteur a d'ores et déjà permis de traiter une bonne vingtaine de tonnes de biodéchets et d'obtenir une dizaine de tonnes de compost », détaille Nathan Bardin devant la rangée de palox d'engrais naturel qui se dresse devant son entrepôt. Tandis qu'en phase de test, le composteur électromécanique transformait à peine 150 kg/jour de déchets

Upcycle, le retour aux sources

L'installation d'un composteur électromécanique par Upcycle au cœur du Marché de Rungis constitue une sorte de retour aux sources pour l'entreprise solidaire d'utilité sociale (Esus) dédiée à la revalorisation des biodéchets. Créée en 2011, la société fondée par Cédric Péchard – qui dirigera ensuite le pôle de l'association Andes sur le MIN de Rungis – a fait partie des premières start-up hébergées par l'incubateur Rungis & Co. C'est aussi sur le marché de gros francilien que l'entreprise a fait croître son projet de valorisation des résidus de marc de café par la production de pleurotes en s'installant dans une ancienne mûrserie à bananes du Marché, avant de rejoindre la Ferme de Gally.

Présidée depuis 2014 par Grégoire Bleu, l'entreprise est sollicitée dès 2016 par des clients restaurateurs pour trouver des solutions afin de valoriser leurs déchets de cantine. Convaincu à la suite de plusieurs expérimentations par l'intérêt du compostage électromécanique pour des structures de cette taille, Upcycle se lance en 2020 dans la conception et la fabrication de son propre matériel, et le déploiement de services associés. La croissance conduit Upcycle à céder en 2021 la Boîte à Champignon, son activité de valorisation du marc de café à Kropstek, dont il reste actionnaire et partenaire. Pour faire face à la demande, Upcycle ouvre la même année sa propre usine de fabrication dans



Grégoire Bleu, cofondateur d'Upcycle.

l'Aveyron, près de Rodez, avec son partenaire Fabtec. À ce jour, Upcycle a déjà commercialisé une centaine de composteurs, dont une quarantaine pour des stations d'autoroute de Total, dont elle suit en temps réel l'activité.

alimentaires, l'objectif final est de transformer jusqu'à 330 kg de biodéchets par jour. En vitesse de croisière, l'association pourrait ainsi transformer 120 tonnes de fruits et légumes inutilisables, pour 60 tonnes de compost produites chaque année.

ADAPTER LA MACHINE AUX BESOINS

L'expérience acquise par les utilisateurs de la machine a même permis de l'adapter aux besoins de l'association et aux ressources disponibles sur le MIN de Rungis. « *Le composteur a été couplé à un broyeur innovant conçu spécifiquement par Upcycle et capable de déchiqueter des caquettes, du carton, et de remplacer le broyat de bois nécessaire à la recette du compost* », souligne Nathan Bardin. « *De nombreux MIN, supermarchés, marchés, ne savent pas quoi faire de leurs caquettes ou de leurs cartons souillés. Pourtant, ce sont des matériaux idéaux pour le compostage, en mélange avec les déchets alimentaires* », renchérit Grégoire Bleu, le président d'Upcycle.

L'accueil du composteur sur son site a ouvert de nouvelles possibilités au chantier d'insertion. « *La mise au point, le réglage et l'utilisation en routine de cet équipement réclament des compétences que nous avons peu à peu acquises en interne, ce qui répond à notre vocation de chantier d'insertion* », explique Nathan Bardin, dont l'association accueille et teste pour Upcycle depuis le début de l'année un composteur de nouvelle génération. Une expertise que le directeur du site aimerait partager avec des partenaires au sein du Marché de

Rungis. « *Nous sommes en discussion avec plusieurs grossistes en vue de gérer nous-mêmes leurs biodéchets et de développer les volumes traités* », indique Nathan Bardin, qui souligne que l'enlèvement des biodéchets représente un coût élevé pour les entreprises. Selon le directeur du site d'Andes, le chantier d'insertion pourrait même jouer un rôle central dans l'hypothèse de la création d'un projet collectif à l'échelle du marché de Rungis.

L'atténuation de l'impact des biodéchets – environ 7 000 à 8 000 tonnes collectées chaque année sur le MIN de Rungis pour les seuls fruits et légumes – constitue un défi pour la Semmaris, qui s'est fixé pour objectif ambitieux la réduction de 30 % de l'empreinte carbone du Marché de Rungis d'ici à 2030. Le compostage sur site, très sobre en émission

carbone, constitue une solution particulièrement prometteuse par rapport au mode traditionnel de collecte par camion et de traitement par incinération ou méthanisation. « *En outre, elle s'inscrit parfaitement dans le développement de l'économie circulaire* », insiste Nathan Bardin. Le chantier d'insertion est en effet en négociation avancée pour faire bénéficier de son engrais local, naturel et éligible à l'agriculture biologique les terres agricoles de la plaine de Montjean situées à quelques kilomètres à peine. Des terres dont une partie sera mise à disposition des élèves du CFPPA formés à Rungis et dont les produits maraîchers qui en seront bientôt issus devraient se retrouver... sur les étals des grossistes de Rungis ! On ne peut guère imaginer une boucle mieux bouclée.

B. C.



À gauche, le prototype de broyeur et le composteur électromécanique installé à Andes. À droite, les palox de compost prêts à être distribués.





Les *box repas* à l'épreuve de la croissance

Les paniers repas continuent de séduire les Français. La multiplication des opérateurs sur ce marché a été suivie d'une vague de rachats et de concentration des acteurs. Tandis que le secteur se rationalise après la crise sanitaire, Hello Fresh, le leader mondial, continue sa route sans ralentir.

L'origine de la tendance des « *meals kits* », c'est-à-dire des repas en kits ou box repas, est attribuée à la Suède, avant que les États-Unis ne s'en emparent et la démocratisent. Le concept repose sur la livraison de recettes à cuisiner avec tous les ingrédients frais nécessaires. Favorisée par la crise sanitaire, la box repas a aujourd'hui le vent en poupe en France et a attiré de nouveaux opérateurs. Le marché mondial des box repas, estimé en 2019 à 5,1 Md\$, devrait approcher les 20 Md\$ en 2027. Une progression essentiellement portée par les *millénials*, peu enclins à se déplacer pour faire des courses tout en restant soucieux de manger plus sain et fait maison. Les plateformes en ligne sont les plus nombreuses sur ce marché qui devient plus exigeant, avec davantage de personnalisations souhaitées : des box « solo », grandes

familles, vegan, sans gluten, keto (moins de glucides), paléo (à base de protéines, végétaux et oléagineux)... les opérateurs doivent sans arrêt remettre en question leur offre pour qu'elle soit la plus appropriée possible à l'évolution rapide de la demande. Quelques restaurateurs se sont également essayés à ce type de concept, notamment à la faveur de la pandémie du Covid, mais aucun à ce jour ne peut rivaliser avec les plateformes en place en matière de réseau et de logistique.

QUITOQUE CROQUÉ PAR LA GRANDE DISTRIBUTION

Quitoque, le panier à cuisiner, a été lancé en France en 2012 sur la base de recettes simples et une livraison gratuite de produits frais assortis de fiches recettes. Quitoque a même été élu « *Le panier à cuisiner préféré des Français en 2020* », dans une étude BVA.

Racheté en 2018 par le groupe Carrefour alors que l'entreprise avait atteint les 100 000 repas par semaine, Quitoque a lancé de nouvelles initiatives attendues par les consommateurs : ouverture aux foyers de quatre personnes, lancement de recettes express à cuisiner en 20 min, extension du choix de recettes, développement de l'offre de vins, extension de 160 à 370 communes, des créneaux de livraison de deux heures, et ajout du week-end en région parisienne... Avec bien sûr, mise à disposition possible des paniers dans les magasins Carrefour.

RUTABAGO DANS LE GIRON DES COMMIS

Le Français Rutabago se positionne sur le bio. Dès ses débuts en 2016, la start-up fait le choix de repas simples et faits maison, pour soulager la charge mentale des foyers français. « *Faciliter la corvée des courses,*



« Les box ont de beaux jours devant elles ! »

Le leader mondial Hello Fresh est présent dans 14 pays dont la France, après 12 ans d'existence. En 2020, le groupe a annoncé avoir commercialisé plus de 600 millions de repas livrés. Thomas Avoirte, expert culinaire HelloFresh France, nous en dit plus sur cette « success story » allemande.

Rungis Actualités : Comment est né HelloFresh, quel constat, de quelle réflexion ?

Thomas Avoirte : HelloFresh est né à Berlin en 2011 dans la tête de trois jeunes entrepreneurs, Dominik Richter, Thomas Griesel et Jessica Nilsson, ayant pour motivation de rendre l'alimentation fraîche et saine accessible à un maximum de personnes. Déchargés de la contrainte des courses, les clients HelloFresh se concentrent uniquement sur le plaisir de cuisiner et de partager un bon repas. Ils choisissent parmi une sélection de 21 recettes variées, et planifient leurs repas à l'avance. Ils reçoivent ensuite chez eux tous les ingrédients frais et de qualité, dans les bonnes quantités, pour réaliser les recettes choisies, accompagnés de fiches recettes détaillées.

Comment sont créées les recettes, en fonction de quels critères ?

Chaque semaine, les recettes de nos Box sont conçues par notre équipe d'experts culinaires et créateurs de recettes, pour qu'elles soient aussi savoureuses qu'équilibrées. Le premier critère qui entre en compte, c'est le plaisir. Viennent ensuite les autres critères : saisonnalité, localité, économiques... Le processus de création d'une recette dure une dizaine de jours. Parfois, nous prenons des recettes « connues » pour les « re-twister » version HelloFresh, comme la blanquette

de saumon au lieu du veau. Nous avons également la chance de pouvoir nous appuyer sur notre présence dans 19 pays pour identifier les plats les plus populaires et les adapter aux goûts locaux. Grâce à notre veille permanente et à l'analyse des milliers de retours de nos clients, nous pouvons, en l'espace de quelques mois seulement, adapter notre offre et améliorer les recettes existantes. Nous avons par exemple remarqué qu'en 2022, 25 % de nos nouveaux consommateurs voulaient recevoir des recettes familiales ainsi que davantage d'options végétariennes. Nous avons également mené une étude avec le cabinet de prospective NellyRodi, pour évaluer les tendances alimentaires à l'horizon 2025 et nous projeter sur ce que les Français voudront vraiment manger.

Combien avez-vous d'abonnés en France ? Quels profils ?

Nous ne communiquons pas sur notre nombre d'abonnés, mais en ce qui concerne leur profil, ils sont à 87 % de sexe féminin, plus de la moitié ont moins de 44 ans et sont des familles, 34 % sont des couples. Ils vivent un partout en France : un tiers dans les grandes villes, un tiers en banlieues et un tiers à la campagne. Leurs motivations principales pour souscrire à HelloFresh sont la praticité (plus besoin de faire les courses ni de réfléchir aux menus), la qualité des produits et la variété des recettes.

Ce concept est-il amené à se déployer encore ?

Tout à fait, et les niveaux de déploiement sont multiples : de nouvelles recettes, comme les « CO2 Smart » qui aident nos clients à adopter une alimentation plus responsable, une offre de produits et recettes pour toute la journée (petit déjeuner, déjeuner, dîner) et autres moments festifs, une offre de pairing pour associer une soupe avec un fromage par exemple... L'année 2023 sera une année riche en nouveautés, mais nous ne pouvons pas encore tout vous révéler !

Est-ce que votre secteur souffre beaucoup de la conjoncture actuelle ?

Nous n'avons pas échappé à l'inflation, notamment en ce qui concerne les denrées alimentaires et le transport. Nous avons mené de nombreuses initiatives pour limiter cet impact (par exemple, privilégier les recettes à base de riz si le prix des pâtes augmente, etc.), sans transiger sur la qualité. Cependant, l'évolution de la situation nous a obligés à reporter une partie de l'inflation sur nos tarifs et à augmenter le prix de nos Box. Cette augmentation reste contrôlée et très inférieure à l'inflation actuelle sur les produits alimentaires constatée dans les supermarchés, et nous permet de proposer un même niveau de service sans trop impacter nos clients.

d'accord, mais, tout en engageant la future communauté à renouer avec une consommation plus saine et plus responsable. » Pour Rutabago, depuis le début, cela se traduit par des ingrédients 100 % bio, par des invendus redistribués aux personnes les plus démunies, par une vraie gestion des emballages jusque dans les bureaux où le zéro déchet est à l'honneur, par des livraisons écologiques à domicile et par une gouvernance éthique et responsable. En 2022, Rutabago est racheté par Les Commis, une autre entreprise hexagonale de box repas créée en 2012, davantage positionnée sur la gastronomie. Les Commis et Rutabago mutualisent ainsi leurs forces « pour atteindre l'équilibre économique

dans un marché très concurrentiel, et pérennisent ainsi leur activité tout en restant un acteur indépendant ».

FOOJETTE SE MAINTIENT GRÂCE À DES RACHATS SUCCESSIFS

Foodette, livraison de paniers de saison à cuisiner a été lancée quant à elle en 2013 pour « éviter la fastidieuse tâche de faire le tour des supermarchés ». Le principe reste simple : les clients consultent les six recettes de saison, qui changent chaque semaine, sur le site Internet de Foodette. Ils sont livrés, chez eux ou en point relais, de tous les produits frais nécessaires (environ 50 % en bio) et en juste quantité pour réaliser ces recettes sans

rien jeter. La livraison est possible dans toute la France via Chronopost. Contrairement à ses concurrents précédemment cités, Foodette a misé sur la croissance externe pour se développer. En 2019, elle avait déjà racheté six de ses concurrents : 4Jours4Dîners, L'Épicier toqué, Les Popotes, Comptoir des recettes, Caisse qu'on mange et, dernier en date, en janvier 2019, Mealizy. « Chaque rachat nous a amenés entre 5 et 10 % d'activité en plus », a expliqué le fondateur de Foodette. En attendant d'autres acquisitions, Foodette joue à fond la carte des collabs avec les Sources de Caudalie lors des dernières fêtes, le champagne Lanson pour la Saint-Valentin 2022...

C. M.

Chaîne alimentaire

Les « nouveaux intermédiaires » misent sur la transparence

« Néogrossistes », « facilitateurs de circuits courts » et autres « marketplaces de proximité » tentent de réinventer le métier de grossiste, en jouant sur la transparence de l'approvisionnement, sur la proximité ou encore sur une logistique décarbonée. Le tout à partir de la technologie.

Quel rôle entendent jouer les « nouveaux intermédiaires » dans la chaîne de valeur alimentaire ? C'est la thématique qu'avait retenue l'incubateur Rungis & Co le 30 novembre dernier pour sa deuxième rencontre « Meet Up », organisée en partenariat avec SmartFoodParis et Foodbiome, société qui développe des infrastructures physiques et numériques pour les chaînes alimentaires de proximité. Une occasion de faire le point sur l'évolution des attentes et des pratiques en matière de commerce *b to b* des produits frais mais aussi d'entendre des nouveaux acteurs bien décidés à se faire leur place.

Mais qui sont ces intermédiaires de nouvelle génération et à quels besoins tendent-ils à répondre ? « Leur émergence s'inscrit dans la tendance de la restauration collective publique, privée, commerciale mais aussi de la distribution traditionnelle ou bio à vouloir se sourcer régulièrement en produits locaux et identifiés », précise Adrien Delepelaire, directeur général délégué de Foodbiome, auteur d'une note d'introduction sur le sujet. « Or les freins à ce sourcing sont multiples », a-t-il indiqué, mentionnant « la méconnaissance de l'offre locale de la part des acheteurs », « le surplus de gestion administrative et comptable qu'implique l'approvisionnement en direct » ou encore « la complexité et le



Si de nouveaux modèles voient le jour, Rungis reste en pointe en matière de traçabilité, d'image et d'efficacité logistique.

coût des logistiques amont et aval ». Les acteurs traditionnels que sont les grossistes répondent à ces attentes, avec la consolidation de catalogues intégrant les produits locaux au bénéfice de leurs clients, affirme Adrien Delepelaire. « Mais on voit également émerger d'autres modèles » plus ou moins complémentaires ou concurrents, a-t-il observé, en retenant trois catégories. Les « facilitateurs de circuit court », des projets souvent créés à l'initiative du monde agricole, « qui visent à permettre la distribution locale de produits agricoles, souvent à la restauration collective, en massifiant l'offre ». « Dans ce cas, le producteur reste propriétaire de sa marchandise, l'intermédiaire étant là pour organiser la logistique amont en particulier »,

remarque Adrien Delepelaire, citant notamment pour exemple « *Produit sur son 31* », une plateforme locale de distribution en Haute-Garonne.

Autre modèle, celui des « néogrossistes ». Cette catégorie revisite le métier en capitalisant sur les forces traditionnelles des grossistes, à savoir une offre fournie et la simplification de la gestion commerciale et administrative de ses clients, mais en apportant des garanties supplémentaires de transparence, de traçabilité, de relation directe aux producteurs et, souvent, la digitalisation la plus poussée possible au niveau de la prise de commande et de la gestion des stocks pour les producteurs. Cette famille d'entreprises était représentée lors du débat

du « Meet Up » par Natoora, qui dispose d'une implantation sur le Marché de Rungis et par Collectiv food, société fondée à Londres et qui a ouvert une filiale à Paris en 2021.

Les « marketplaces de proximité » complètent ce panorama. Elles contribuent à massifier l'offre locale et les ordres de transport et ciblent le plus souvent des grands clients professionnels comme les GMS. Les producteurs, qui restent généralement propriétaires de leurs marchandises, y mettent à disposition leur catalogue de produits. NectarGo ou encore Kuupanda constituent quelques exemples de ces plateformes de nouvelle génération.

La plupart des nouveaux intermédiaires misent donc sur la promesse d'une offre en produits locaux, issus de producteurs bien identifiés, dont le travail est valorisé. C'est bien sûr le cas chez Résalis, association qui regroupe une quarantaine de producteurs de Poitou-Charentes (principalement des Deux-Sèvres) et dessert une centaine de clients, en particulier de la restauration collective. « *La transparence est totale entre les adhérents et les clients à qui nous proposons de visiter les fermes* », souligne Claire Caillaud, la coordonnatrice de Résalis. Avec le prestataire web nantais Socleo, l'association a mis sur pied une traçabilité partagée donnant accès à toutes les informations techniques sur les producteurs.

La sélection des producteurs figure au sein de la stratégie du « néogrossiste » en fruits et légumes Natoora, qui milite pour « *un changement radical et continu du système alimentaire, plus juste envers la terre et ses acteurs* ». « *Nous recherchons des produits en phase avec nos valeurs, en matière de goût, de terroir et de pratiques agricoles* », indique Florent Hayoun, le directeur général de l'entreprise créée au Royaume-Uni en 2004. « *Une fois que nous nous sommes mis d'accord sur les conditions de production, nous nous engageons sur un volume ou une fréquence d'achat, et nous n'hésitons pas à les aider à passer des moments délicats financièrement.* »

INTÉGRATION DE LA CHAÎNE DE VALEUR

L'entreprise, désormais présente à Londres, New York, Santa Barbara, Melbourne, Copenhague, Milan et... Rungis, a la volonté d'intégrer peu à peu l'ensemble de la chaîne de valeur, à commencer par la production. Créatrice d'une ferme en agriculture biologique de 120 ha dans les Cornouailles et d'une production de variété rare de tomates Datterino en Sicile, l'entreprise qui fournit des restaurateurs mais aussi, entre autres, les magasins Monoprix pour la livraison à domicile, « *est en train de mettre en place des programmes de culture en*



L'objectif de Natoora est d'intégrer l'ensemble de la chaîne de valeur.

Occitanie », a indiqué Florent Hayoun, qui s'attelle à internaliser la logistique amont de Natoora France. Fondée en 2018, Collectiv food entend aussi recréer du lien de la ferme à l'assiette par la transparence et la traçabilité des produits. Mais cet autre fournisseur « *nouvelle génération* » mise également sur une logistique du dernier kilomètre décarbonée. « *À Londres, nous avons créé des espaces de stockage mobiles, sous forme de conteneurs réfrigérés qui permettent d'acheminer des produits pendant les périodes de bas trafic puis en mobilité douce le matin pour livrer des restaurateurs* », a expliqué Julien Chiche, chargé du développement de l'entreprise en France, et notamment à Paris. « *Ces méthodes permettent de réaliser jusqu'à 70 % d'économie sur le bilan carbone* », a justifié Julien Chiche, qui propose des indicateurs « *carbone* » par clients et livraisons. La recherche de l'optimisation des flux constitue une préoccupation commune. « *L'amélioration des opérations logistiques est au cœur de la promesse de*

Rungismarket.com », a affirmé Tristan Daspre-Guilhem directeur des opérations de Califrais, qui assure depuis 2021 le développement de la plateforme implantée au Marché de Rungis. « *En passant par nous, un restaurateur ne mobilise qu'une livraison, à la place de cinq ou six. Nous travaillons également en étroite collaboration avec notre partenaire Stef pour améliorer le remplissage des camions, réduire les kilomètres parcourus, voire de remplir les camions sur les trajets retour.* » Les prochaines années, Rungismarket.com compte améliorer son impact grâce au développement d'outils algorithmiques permettant de mieux prédire les demandes et les volumes commandés pour éviter le surstockage et le gaspillage. Quant à Natoora, il vise un objectif de zéro émission carbone, notamment par la méthanisation dans les fermes, la polyculture ou l'utilisation d'emballage recyclables. Chez les « *nouveaux intermédiaires* », la RSE fait partie du modèle.

B. C.

Nouvelles arrivées à Rungis & Co

Une nouvelle promotion a intégré à l'automne dernier Rungis & Co. Parmi les start-up accueillies par l'incubateur animé par Schoolab, on note en particulier la présence de Balenti (<https://balenti-baobab.com>), qui souhaite faire connaître la puissance des aliments africains à forte valeur nutritionnelle, des « *superaliments* » comme la poudre de pulpe de fruit de baobab. Une autre arrivée remarquée, celle de Broko (<https://broko.fr>), une solution logistique et digitale innovante pour permettre aux restaurateurs de s'approvisionner auprès de producteurs en



circuits courts. Enfin, on peut citer aussi Tracklab (www.tracklab.co), un logiciel offrant aux acteurs de la chaîne agroalimentaire la garantie que leurs fournisseurs respectent leurs engagements sociaux et environnementaux.

Totalement électrique, l'ID. Buzz Cargo dispose d'une bonne autonomie et d'un incontestable capital sympathie.



ID. Buzz Cargo un fourgon très séduisant

L'ID. Buzz Cargo est la version utilitaire du Volkswagen ID. Buzz. Totalement électrique, ce fourgon moyen bénéficie de prestations de très bon niveau, doublé d'un capital sympathie incontestable.

C'est certain, le Volkswagen ID. Buzz Cargo est un excellent et très sympathique fourgon. Unique et d'un attrait incontestable, avec cette face avant qui reprend « l'esprit Combi », cet ID. Buzz est un vrai véhicule électrique, et non un véhicule existant électrifié. L'ID. Buzz Cargo reste un fourgon moyen de dimensions classiques. Il mesure 4,71 m de long et plus d'1,90 m de haut. L'espace de chargement est de 4 m³ et la longueur utile au plancher est de 2,23 m avec les portes battantes. Mais la charge utile n'est que de 648 kg. Les batteries, d'une capacité nette de 77 kWh, sont installées dans le soubassement. Pour les recharger, plusieurs solutions : la classique avec le chargeur 11 kW en courant alternatif pour faire le plein à la maison, sur le lieu de travail ou sur les bornes publiques. Il faut alors un peu plus de 7 h pour recharger complètement. Il y a également la solution courant continu. Sur les bornes de recharge rapide, la puissance peut aller jusqu'à 170 kW et la charge passe alors de 5 à 80 % en une demi-heure, explique le constructeur.

204 CHEVAUX!

Une seule motorisation sur cet ID. Buzz. D'une puissance de 150 kW, soit 204 chevaux, il développe un couple immédiat de 310 Nm. C'est bien et suffisant pour un utilitaire de ce gabarit. Comme toujours sur un électrique, la puissance instantanée rend tout démarrage très dynamique.

Mais ce dynamisme se perd sur les relances, le poids du véhicule (près de 2,4 tonnes) freinant les ardeurs du moteur. L'ID. Buzz Cargo reste globalement efficace en toutes circonstances. Pas de roulis malgré la hauteur du véhicule. Avec sa vitesse maximale de 145 km/h, il est à l'aise sur voies rapides. Il l'est aussi en zone urbaine, et c'est presque une surprise sur un véhicule de cette dimension. Pour l'autonomie, Volkswagen annonce pour ce Cargo entre 402 à 424 km.

UN CONFORT INÉGALÉ

L'un des points forts de cet ID. Buzz Cargo est son confort, jamais atteint sur un fourgon de notre point de vue. S'installer au volant en donne déjà un avant-goût. Le siège conducteur, facile à régler, offre une bonne assise et un bon maintien, et la position de conduite permet une excellente vision périphérique. Les premiers tours de roues confirment les impressions : le silence domine ; pas de vibration, peu de bruit divers, facilité de conduite et d'usage. Mais toutes ces qualités ont un prix. Déjà, point de double couleur carrosserie qui participe beaucoup au charme du véhicule, sur les versions standard. De base, il est tout blanc. Le bicolore est en option, toujours bleu marine et blanc, à 1 520 € HT. Même avec des prestations de haut niveau et un agrément général unique, l'ID. Buzz Cargo est cher : 47 990 € HT le premier prix.

Richard Pizzol

★ POINTS FORTS

Fourgon électrique
204 chevaux
648 kg de charge utile
à partir de 47 990 € HT

Fuso eCanter

Le petit camion tout électrique

Le Fuso Canter, l'un des rares petits camions encore disponibles sur le marché hexagonal, passe en mode tout électrique, tout en conservant son offre très vaste.

Après un prototype voici déjà quelques années, c'était en 2013, et des préséries au fil des ans, voici enfin le Fuso eCanter définitif et de série... Ce petit camion Fuso, marque du groupe Daimler, se lance sur le marché avec une gamme très large. Les PTAC vont de 4,25 tonnes, accessibles au permis B, à 8,5 tonnes en passant par 6 tonnes et 7,49 tonnes. Le moteur électrique est intégré sur l'essieu arrière et les packs de batteries sont installés sous le châssis. De un à trois packs de batteries sont proposés : un pack



De un à trois packs de batteries sont proposés sur le Fuso eCanter électrique.

apporte 70 km d'autonomie, deux packs 140 km et trois packs 200 km au maximum. Chacun pourra donc faire son choix selon ses usages. La recharge du

véhicule passe par un chargeur 11 kW/h pour le pack à batterie unique, et de 22 kW/h pour les autres. En courant continu, avec un chargeur en option allant

jusqu'à 104 kW/h, il est possible de faire le plein entre une trentaine de minutes et un peu plus d'une heure, en fonction de la configuration.

Comme son frère thermique, le Fuso eCanter peut à peu près tout faire tant les possibilités de carrossages et d'équipements sont vastes. De la nacelle aux véhicules de collectivités en passant bien entendu par les caisses frigorifiques, le Fuso eCanter garde tous ses avantages : compact, costaud et très maniable. Un petit camion électrique idéal en milieu urbain ! Mais les amateurs devront se montrer patients : si les commandes sont ouvertes, les premières unités ne seront produites qu'au printemps prochain.

R. P.

Iveco et Izivia s'unissent pour la recharge



Iveco et Izivia entendent faciliter l'électrification du transport de marchandises.

Iveco et Izivia, filiale à 100 % d'EDF, viennent de s'associer pour accompagner les transporteurs dans l'électrification de leur flotte de véhicules utilitaires et de poids lourds. Les deux acteurs proposent une solution clés en main intégrant la fourniture, l'installation et l'exploitation des infrastructures de recharge adaptées à ses véhicules. Izivia sera garante du bon fonctionnement des bornes grâce à une équipe d'exploitation et une hot line technique dédiée aux utilisateurs et disponible 24h/24 et 7j/7 en cas de besoin. Les infrastructures offriront une puissance de recharge allant de 22 kW à 200 kW, en fonction des usages des véhicules. « Une borne de faible puissance pour une recharge lente de nuit ? Une borne de forte puissance pour une recharge rapide entre deux tournées effrénées ? Tout est envisageable grâce à une offre de chargeurs et de services pouvant répondre à tous les besoins des opérateurs du transport et de la distribution, de jour comme de nuit », expliquent les nouveaux partenaires.

FONDS DE COMMERCE

Recherche d'un partenaire, ou d'unrepreneur en plan de cession, pour une société exploitant un fonds de commerce de restauration marocaine situé à Paris 17ème :
Enseigne : L'ETOILE DE TAROUDANT
Localisation du fonds : Rue d'Héliopolis à Paris 17ème (proche Porte de Champerret et place Pereire)

Superficie : 120 m²

Capacité d'accueil : 70 places assises et une dizaine en terrasse

Bail commercial 3,6,9 jusqu'en décembre 2026

Destination : Restauration (dont vente à emporter)

Chiffre d'affaires au 31/12/2021 :
58 k€ (plus de 200 k€ avant le Covid)

Nombre de salariés : 1

Date d'ouverture du Redressement

Judiciaire : 1er juillet 2022

Date limite de dépôt des offres :

lundi 6 février 2023 à 16h00

Pour accéder à la data room, et signer un engagement de confidentialité en ligne, adresser un courriel à paris@cbfassociés.com

Contact : CBF ASSOCIÉS, Jean Baron,
4, Place de Wagram à Paris (17ème),



Vends fonds de bar brasserie restaurant préfecture de Lozère .
70 places assises intérieurs et de 110 places en terrasse.
Beaucoup de potentiel et possibilité d'augmentation de chiffres d'affaires, actuellement ouvert 245 jours par an maximum.
Pour avoir plus renseignements 1er contact par mail en m indiquant toutes vos coordonnées je vous recontacterais ensuite par mail ou par téléphone.
Aucun documents ne sera envoyer si les garanties ne sont pas sérieuses et sans échange avant.
Moyenne du CA les 3 dernières années 360KE EBE entre 85 et 110kE éligible à la ZRR
Possibilité gérance vente si personne sérieuse et avec des garanties sérieuses .
Soit vente du fond seulement et sinon possibilité achat des murs aussi.

Contact : irishpub.jmv@gmail.com
Tél : 0610792191

Vends murs et fonds situé dans centre-ville sur une place centrale dans une ville de Lozère de 5 000 habitants, aux portes de l'Aubrac, de la Margeride et des Cévennes, très belle affaire tenue depuis 40 ans, convient à un couple.
Contact 06 33 51 75 09

VENTE AUX ENCHÈRES PUBLIQUES

Vente aux enchères publiques, le Jeudi 2 mars 2023 à 14 H 00 au Tribunal Judiciaire de PARIS, Parvis du Tribunal, à PARIS 17 ème

UNE CHAMBRE à PARIS 17 ème

9 rue Brunel de 7,14 m². Bâtiment sur cour, au 6 ème étage, face gauche, d'une pièce d'un seul tenant, avec bac à douche et w.-c. Sanibroyeur. LIBRE

À vérifier lors de la visite

MISE A PRIX : 38.000 Euros (outre les charges)

Pour consulter le cahier des conditions de vente, s'adresser au Greffe du Juge de L'Exécution
« Ventes immobilières »

du Tribunal Judiciaire de PARIS, où il a été déposé sous la Référence : Greffe 22/00202, à Maître Vanessa GRYNWAJC, membre de l'AARPI DGS - GRYNWAJC - STIBBE, Avocat à PARIS 8 ème , 40 rue de Monceau
www.dgs-avocats.com
E-mail : v.grynwajc@dgs-avocats.com

VISITE sur place le Vendredi 17 février 2023 de 11 H 00 à 12 H 30

DEMANDES D'EMPLOI

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

Serveuse bonne
présentation dynamique
expérimentée, sérieuse
ponctuelle, véhiculée
cherche extra dans
restaurant gastronomique le
soir et le week-end Sur Paris
Disponible de suite
Tél : 07 77 28 05 53

OFFRE D'EMPLOI

Recherche
pour le marché extérieur
de Levallois
Pompidou du samedi :
un boucher, charcutier,
un volailler et
autres produits alimentaires.

Place gratuite et quittance
à la quinzaine de 30€.

Me contacter au
06 19 95 24 49

POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONTACTEZ

NAÏMA MAZURIER

AU 01 42 36 56 74

OU ENVOYEZ UN E-MAIL À :

n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr

SPÉCIALISTE DE LA VITRINE RÉFRIGÉRÉE PLIANTE DEPUIS PLUS DE 25 ANS



PRATIQUE

Montage en - de 2 minutes,
sans outil

Tout inox

Froid ventilé

3 tailles : 97, 145 ou 192 cm

Jumelables entre elles

90 cm de profondeur d'exposition

45 cm de largeur pliée

Vitres indépendantes pour
charger par devant et pour un
nettoyage facile

EFFICACE

Un groupe frigorifique puissant, adapté aux canicules estivales
Nouveau gaz écologique R290
Fermeture arrière et éclairage LED, en option

ENTREPRISE FAMILIALE AU SERVICE APRÈS-VENTE RÉACTIF

NOUVEAU !

Vitrines sur mesure

Tout inox au meilleur prix
Froid ventilé très puissant

Pour toute demande, n'hésitez pas
à nous contacter !



WWW.ELITE-FROID.COM

01.48.49.55.36 / arctica2010@hotmail.fr



GOUVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Depuis le 1^{er} janvier, c'est 1 site et 1 seul !

formalites.entreprises.gouv.fr

Le seul et unique site pour réaliser
toutes les formalités de votre entreprise,
avec une assistance en ligne et de proximité.



SAISISSEZ

vos informations
une seule fois



REMP LISSEZ

un seul formulaire
quel que soit votre besoin



SUIVEZ

vos formalités