

**REPORTAGE**

Le Haut-Rhin,  
le charme de la tradition

**OUI CHEF !**

Alexandre Marchon,  
ici et ailleurs

**NOUVEAUX MARCHÉS**

Le végétal ornemental  
vise la haute qualité

# Ruagis

actualités

Depuis 1969

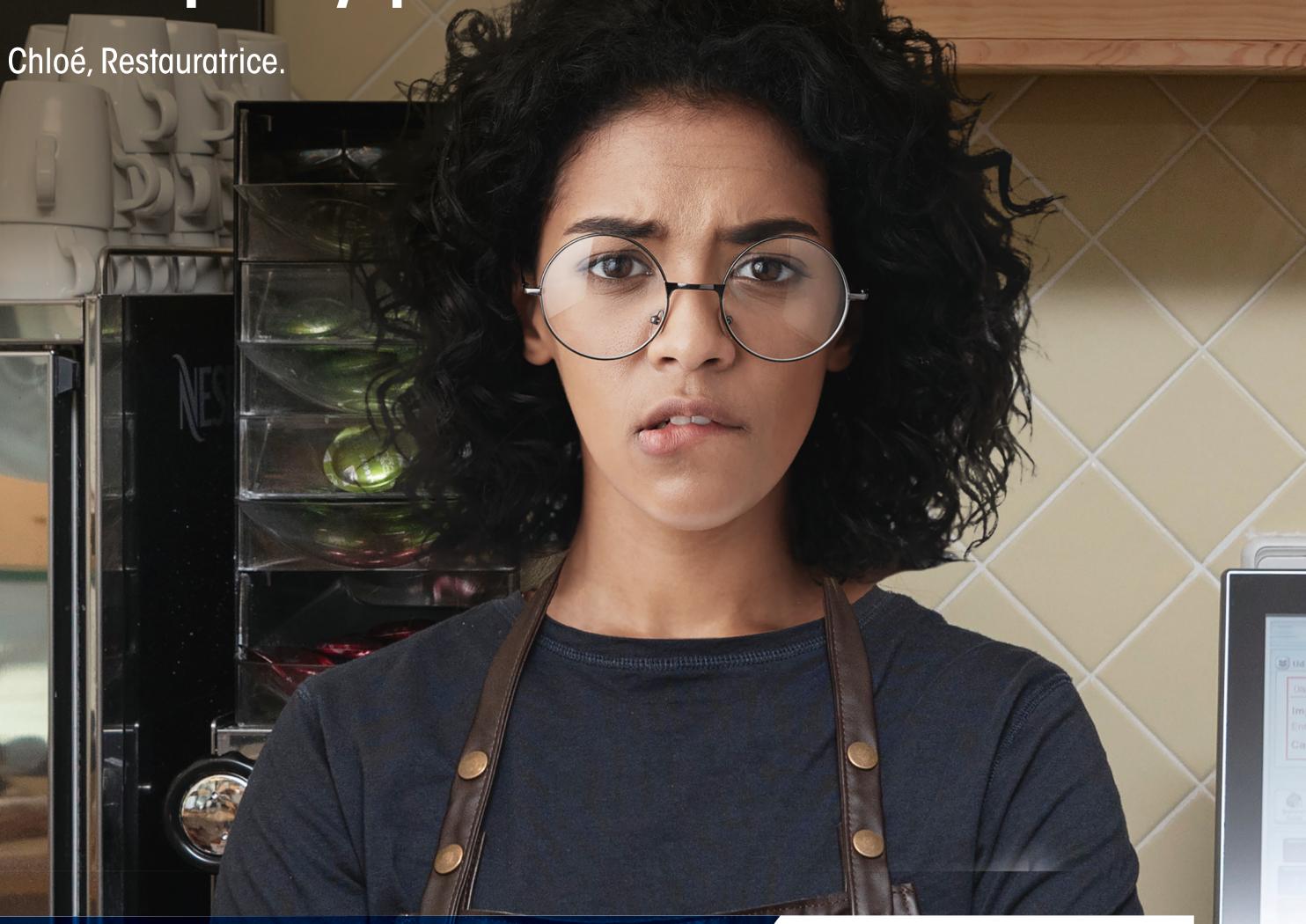
N° 798-799 – janvier-février 2024 – 1,50 €

DOSSIER

ÎLE-DE-FRANCE  
Un territoire  
dynamique

# « Ma retraite ? Pourquoi y penser maintenant ? »

Chloé, Restauratrice.



**Justement**, plus tôt vous vous y intéressez, mieux vous pouvez compenser la baisse de revenus au moment de partir en retraite. Par exemple, avec le Plan d'Épargne Retraite de Médicis, vous épargnez à votre rythme, presque « sans y penser ». Le jour venu, vous percevrez, selon votre choix, une rente mensuelle versée à vie ou un capital, ou encore un mixte des deux solutions.

**médicis**  
Votre mutuelle retraite  
Groupe malakoff humanis

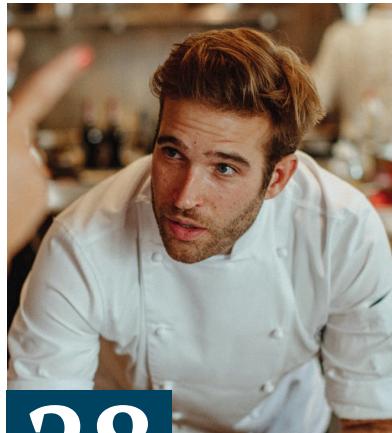
[mutuelle-medicis.com](http://mutuelle-medicis.com)





Dossier Île-de-France,  
un territoire agroalimentaire

18



28

Oui, chef !  
Alexandre Marchon



30

Reportage Le Haut-Rhin,  
le charme de la tradition



42

Nouveaux marchés  
Le végétal ornemental  
vise la haute qualité



44

Digital & innovation  
« L'impact positif »,  
une notion d'avenir



46

Focus  
Communale Saint-Ouen,  
nouvelle place du village

**RUNGIS** actualités

N° 798-799 – janvier-février 2024

# au sommaire

L'édito	Dossier	Ensemble	Tendances du marché	Véhicules utilitaires
<b>5</b> de la rédaction	<b>18</b> Île-de-France, un territoire agroalimentaire	<b>24</b> Opérateur <b>25</b> Producteur <b>26</b> Acheteur <b>28 Oui, chef !</b> Alexandre Marchon	<b>36</b> Produits de saison • Le taureau de Camargue • La bergamote • Le mont d'or <b>40</b> Un produit en chiffres L'endive	<b>42</b> Nouveaux marchés Le végétal ornemental vise la haute qualité
<b>Sur le vif</b>		<b>Reportage</b>	<b>41</b> Nouveautés	<b>44</b> Digital & innovation « L'impact positif », une notion d'avenir
<b>6</b> Actualités <b>14</b> Instantanés <b>16</b> Toulouse- Le Grand Marché		<b>30</b> Le Haut-Rhin, le charme de la tradition		<b>46</b> Focus Communale Saint-Ouen, nouvelle place du village
				<b>48</b> • Renault Master, la nouvelle référence • Mercedes Vans et ZEborne • Renault Trafic E-Tech
				<b>50-51</b> Fonds de commerce Particulier à particulier
				<b>Petites annonces</b>

# MERCEDES-BENZ APRÈS-VENTE UTILITAIRES

SEULS LES ATELIERS MERCEDES-BENZ PRÉSERVENT  
L'EXCELLENCE DE VOTRE VÉHICULE UTILITAIRE AVEC  
EXPERTISE, FIABILITÉ ET PRÉCISION.



Retrouvez votre Réparateur Agréé Mercedes-Benz Utilitaires sur [www.mercedes-benz.fr](http://www.mercedes-benz.fr)

Au quotidien, pensez à covoiturer.  
#SeDéplacerMoinsPolluer

© Mercedes-Benz : Marques déposées de Mercedes-Benz Group AG, Stuttgart, Allemagne.  
Mercedes-Benz France - Société par actions simplifiée unipersonnelle - Capital 75 516 000 € - Siren 622 044 287 RCS - Versailles. Siège social : 7 avenue Niepce - 78180 Montigny-le-Bretonneux.

Mercedes-Benz



**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**

Directrice adjointe des rédactions:

**Pauline de Waele**

Rédacteurs en chef adjoints:

**Jérémie Denoyer, Alice Mariette**

Rédacteurs en chef délégués:

**Bruno Carlhian, Olivier Masbou**

Secrétaires de rédaction:

**Martine Favier, Évelyne Kerfant**

Création maquette:

**Stanislas Chevara**

Rédacteur graphiste:

**Richard El Mestiri**

Ont collaboré à ce numéro:

**Céline Cabrol**

**Francis Duriez**

**Élisa Hendrickx**

**Caroline Maréchal**

**Victoria Mbéle**

**Richard Pizzol**

Photo de couverture:

© Île-de-France Nature - JL Aubert

Directrice de publicité:

**Audrey Combeau Hauch**

Tél. : 33 (0)1 42 36 56 75

a.combeau@aucœurdesvilles.fr

Responsable petites annonces:

**Naïma Mazurier**

n.mazurier@aucœurdesvilles.fr

#### ABONNEMENT

Au Cœur des Villes

16, rue Saint-Fiacre,

75002 Paris

Tél. : 33 (0)1 42 36 70 64

E-mail : abonnement@

aucœurdesvilles.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 Wanquetin  
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*.

Ce magazine comprend un encart jeté de  
2 pages pour le Salon du fromage et des  
produits laitiers au format A5 présent pour  
une partie de la diffusion.

# L'édito de la rédaction

## Un territoire à défendre

À l'heure où le fonctionnement en circuit court est plébiscité par de nombreux chefs, restaurateurs et responsables politiques, qu'en est-il dans notre région ? L'Île-de-France dispose d'un bassin de consommateurs sans égal dans l'Hexagone et compte plus d'un millier d'entreprises évoluant dans le secteur de l'agroalimentaire. Si la région francilienne offre une diversité importante de produits – carnés, légumiers, viticoles, laitiers et boulanger –, elle reste portée essentiellement par « *l'image de Paris et du Marché international de Rungis* », ainsi que par « *les métiers de bouche haut de gamme* », note la Direction régionale interdépartementale de l'alimentation et de la forêt (DRIAF). Impacté par des charges foncières supérieures à ses voisins, l'agroalimentaire régional fait face à des difficultés pour s'agrandir et recruter une main-d'œuvre suffisamment qualifiée. Comme l'ajoute la DRIAF, en région parisienne, cette filière

reste méconnue « *du grand public et du secteur de l'emploi* ». Pour autant, les démarches locales pour promouvoir l'artisanat et la production agroalimentaire existent bel et bien.

La marque « *Produit en Île-de-France* », certifiant l'ancrage territorial de ses adhérents, fédère plus de 500 entreprises, tandis que 60 produits alimentaires (de la bière au pain d'épice, en passant par le jambon) ont été récemment labellisés « *Fabriqué à Paris* » par la ville capitale. Comme l'AOP brie de Meaux ou L'IGP brillat-savarin, une cinquantaine de produits franciliens bénéficient d'un signe officiel d'origine et de qualité. L'enjeu est désormais pour eux de gagner en notoriété. Et nul doute que le Marché international de Rungis et ses futurs développements joueront un rôle important pour accompagner cet objectif. On pense notamment à Agoralim, projet de plateforme agricole et alimentaire, qui doit voir le jour au nord de Paris.

### L'image du mois



2024, c'est l'année des JOP de Paris. Enfin ! Pour la première fois depuis 100 ans, le plus grand événement sportif mondial est de retour dans la capitale. Les entreprises du Marché international de Rungis auront fort à faire pour contribuer à nourrir les milliers d'athlètes et les millions de visiteurs. Nul doute qu'elles seront au rendez-vous et qu'elles sauront relever le défi en s'inspirant de la devise olympique « *Plus vite, plus haut, plus fort* ». Quant au Marché, il sera le théâtre d'un événement exceptionnel avec le passage de la Flamme olympique le 21 juillet, quelques jours avant la cérémonie d'ouverture.

COMMERCE

# Le primeur, un « artisan » du frais

**Le métier de primeur est en évolution perpétuelle. Il a obtenu une première reconnaissance avec la création d'un CAP Primeur. Désormais, la profession aspire à obtenir le statut d'artisan primeur.**

Le commerce de détail spécialisé reste un maillon essentiel pour la distribution des fruits et légumes frais. On compte à ce jour 11 711 primeurs, dont 6 589 en magasins, et 5 122 sur les marchés. Cela représente 35 000 actifs, dont un peu plus de 23 000 salariés. Ensemble, ils pèsent près de 30 % du commerce des fruits et légumes frais : 16,5 % pour les magasins spécialisés (primeurs, grandes surfaces frais, magasins bio...) ; et 9,5 % pour les spécialistes sur marchés\*. Ils réalisent ainsi un chiffre d'affaires évalué à 5,7 Md€\*.

Installés au cœur des villes et des villages, les primeurs revendent une offre de fruits et légumes à taille humaine, accompagnée de conseils et de services. Le primeur sélectionne et achète ses produits auprès du réseau des grossistes, sur les marchés de gros, ou/et directement auprès des producteurs. « *C'est parce qu'il étudie, sélectionne et goûte lui-même les fruits et légumes qu'il propose que le primeur est à même d'offrir des produits de qualité, mûrs à point et au goût de ses clients* », précise la fédération Saveurs Commerce.

Le métier de primeur est également en évolution perpétuelle. Plusieurs activités sont désormais souvent abritées sous un même toit ou sur un même étal. Ainsi, le primeur est en mesure de proposer des fruits et légumes frais, prêts à consommer et à cuisiner, déjà épluchés, découpés et lavés. Il peut aussi élaborer des préparations à base de fruits et légumes frais comme des salades traiteur, des smoothies, des



Les primeurs proposent une offre de fruits et légumes à taille humaine.

Les primeurs sont également bien intégrés au sein de la famille du commerce de détail alimentaire et travaillent avec l'ensemble de leurs collègues à l'amélioration des conditions d'exercice de ces métiers de bouche. C'est ainsi que, à l'occasion du dernier Salon des maires, Christel Teyssèdre a signé au nom de la CGAD\*\*, dont elle est vice-présidente, avec l'Association des maires de France et la Fédération nationale des marchés de France le nouveau « *règlement type de marché* ». Désormais, les maires d'un côté et les commerçants de l'autre pourront s'appuyer sur un seul et même document national pour réglementer la vie des marchés. Fort de ces expertises et de ces acquis, les primeurs ont décidé de franchir une nouvelle étape en se positionnant en faveur de la reconnaissance de leur profession dans la liste des métiers éligibles au titre de l'artisanat. De nombreuses raisons objectives militent en faveur de cette reconnaissance comme la prise en compte d'un savoir-faire unique et artisanal ; des usages et règles « *garantis par l'exigence de la profession* » ; ou encore la qualité de la formation initiale et continue.

« *Pour favoriser la reconnaissance de ce métier de longue tradition, encourager les vocations et rejoindre la grande famille des artisans de bouche aux côtés des poissonniers, des bouchers et dernièrement des fromagers, la profession souhaite obtenir le statut d'artisan primeur* », écrit Saveurs Commerce. La demande de la profession, qui nécessite une modification du décret qui recense toutes les activités couvertes par le statut d'artisan, est à l'étude.

**Olivier Masbou**

\* « Les flux de la filière fruits et légumes frais », Infos CTIFL n° 377, décembre 2021.

\*\* Confédération générale de l'alimentation en détail.

## EN CHIFFRES

Pour favoriser la reconnaissance de ce métier de longue tradition, encourager les vocations... la profession souhaite obtenir le statut d'artisan primeur

**11 711**

primeurs, dont 6 589  
en magasins et 5 122 sur  
les marchés

**5,7 Md€**

de chiffre d'affaires  
réalisé par les primeurs

**15**

Meilleurs ouvriers de France  
« Primeur »

4<sup>e</sup> COMITÉ INTERMINISTÉRIEL DE LA LOGISTIQUE

# La décarbonation de la logistique en marche

Le 4<sup>e</sup> Comité interministériel de la logistique (Cilog), présidé par le ministre chargé des transports, Clément Beaune, s'est tenu le 22 décembre. Ce Cilog s'inscrit dans la démarche initiée en 2020 pour établir une gouvernance de la filière des transports de marchandises et de la logistique associant les pouvoirs publics et les acteurs privés, et dans le suivi de la stratégie nationale adoptée par le Gouvernement sur proposition de France Logistique en décembre 2022. À l'occasion de ce Cilog, France Logistique appelle à la montée en puissance des moyens de financement pour la transition énergétique des poids lourds et souligne que la décarbonation de la logistique doit faire l'objet de planifications concernant toute l'économie productive. Le Gouvernement a annoncé une enveloppe budgétaire revue à la hausse en 2024 avec 130 M€ pour soutenir l'électrification des poids lourds. « *Depuis 2022, la stratégie nationale logistique s'est déclinée dans de multiples travaux et le Cilog vient marquer la poursuite d'un dialogue à haut niveau entre l'État et les acteurs économiques, qui est très important. Les acquis des dernières années nous rendent collectivement exigeants pour l'avenir* »,



© Cilog

Clément Beaune (à g.) a présidé le 4<sup>e</sup> Comité interministériel de la logistique.

a déclaré Anne-Marie Idrac, présidente de France Logistique, à l'issue de ce Cilog. France Logistique rassemble les principaux acteurs de ce secteur, dont la Confédération des grossistes de France (CGF).

## Mouvement

### Maxime Forest, nouveau directeur général de France Logistique



Maxime Forest est le nouveau directeur général de France Logistique. Âgé de 37 ans, cet ingénieur en chef des ponts, des eaux et des forêts, est également ingénieur diplômé de l'École polytechnique et de l'École des ponts ParisTech. C'est un spécialiste du génie industriel. Il a commencé sa carrière dans l'exploitation ferroviaire internationale avant de rejoindre le secteur des télécoms et de l'aménagement numérique du territoire. Enfin, depuis 2021, recruté par l'Inspection générale des finances (IGF), il pilotait des missions de conseil et d'évaluation à destination des membres du Gouvernement. Maxime Forest succède à Constance Maréchal-Dereu, directrice générale de 2020 à 2023, qui a été nommée cheffe du service de l'industrie à la Direction générale des entreprises, au ministère de l'Économie.

## RENDEZ-VOUS

### Convivialité et business au Salon des fromages et des produits laitiers

Organisé tous les deux ans à Paris, le Salon des fromages et des produits laitiers tiendra sa 18<sup>e</sup> édition du 25 au 27 février à la porte de Versailles, pendant les premiers jours du Salon international de l'agriculture. Durant trois jours, plus de 290 exposants de différentes zones de production fromagère, et de différents pays, dévoileront leurs nouveautés et feront découvrir ou redécouvrir leurs produits à 8 000 professionnels français et étrangers : crémiers-fromagers, affineurs, distributeurs, importateurs, exportateurs, et chefs. La Fédération des fromagers de France, l'interprofession laitière (CNIEL) et le Comité national des appellations d'origine laitières (CNAOL) seront présents pour proposer des conférences et rencontrer la filière. « *L'objectif est de satisfaire les professionnels en trois jours. Un cocktail d'opportunités de rencontres, de business, de découverte de nouvelles pratiques professionnelles, et une explosion de saveurs à déguster. Cet événement est emblématique de la filière ; c'est une célébration du savoir-faire dans une ambiance conviviale qui rend le monde du fromage et des produits laitiers si passionnant* », explique Chantal de Lamotte, directrice du salon. Plusieurs concours seront organisés, dont celui de la Lyre d'Or ou encore le Concours Coups de Cœur.



Le Salon des fromages et des produits laitiers tiendra sa 18<sup>e</sup> édition du 25 au 27 février, Porte de Versailles, à Paris.

OUTRE-MER

## Lancement du grand projet de Hub Antilles



Le futur « hub portuaire » des Antilles sera la porte d'un nouveau corridor maritime vert entre l'Europe et la Caraïbe.

Philippe Vigier, ministre délégué chargé des Outre-Mer, Clément Beaune, ministre délégué chargé des Transports, et Hervé Berville, secrétaire d'État chargé de la Mer, ont concrétisé, le 19 décembre, avec Rodolphe Saadé, président-directeur général du groupe CMA CGM, l'accord pour la mise en place du grand projet de Hub Antilles. Les

deux grands ports et les deux territoires de Guadeloupe et de Martinique ont décidé d'unir leurs forces pour développer un projet de « hub portuaire » aux Antilles, porte d'un nouveau corridor maritime vert entre l'Europe et la Caraïbe, au plus proche du canal de Panama et des Amériques. « *La décarbonation est en effet le grand défi du secteur maritime, avec comme objectif le navire zéro émission* », précise le document diffusé à cette occasion. Le groupe CMA CGM, qui vise le Net Zéro Carbone à échéance 2050, a commandé une nouvelle flotte de sept navires, pouvant notamment être propulsés au biogaz permettant de réduire significativement les émissions de CO<sub>2</sub>. Ces porte-conteneurs desserviront la Guadeloupe et la Martinique. L'extension et l'adaptation des infrastructures des deux grands ports maritimes programmés contribueront à l'augmentation des volumes traités dans les grands ports maritimes des Antilles françaises (environ 300 000 EVP supplémentaires par an pour les deux îles) et permettront également de répondre aux enjeux de la décarbonation et de se positionner comme hub majeur dans la zone Caraïbe. CMA CGM accompagnera la mise à niveau des infrastructures portuaires de ces deux îles, pour accueillir à quai ces nouveaux navires et traiter efficacement les flux croissants de marchandises.

VIE DES ENTREPRISES

## Bonne retraite Monsieur Gerbaud

Depuis plus de 20 ans, à partir du mois de novembre, Pierre Gerbaud manifestait une certaine impatience. Ce n'était pas pour l'arrivée imminente du beaujolais nouveau (même si ce rendez-vous était rituellement marqué comme il se doit dans son bureau de la Tour). Ce n'était pas non plus l'attente du Père Noël (même si l'homme à la barbe de Viking ne peut cacher un cousinage éloigné mais certain avec le célèbre pilote de traîneau). Non, la raison de cette agitation était le démarrage prochain de la campagne de litchis. Alors, il fallait courir les ports du nord de l'Europe (Anvers, Rotterdam...), les entrepôts de Rungis pour procéder à l'agrément du petit fruit de Madagascar, de Maurice ou de la Réunion. Car le litchi est, avec la mangue, la grande spécialité de Pierre Gerbaud. Diplômé de l'université de la Sorbonne en Géographie et aménagement rural en milieu tropical, il a commencé sa carrière dans le commerce international des fruits et légumes. Il intègre ensuite le COLEACP (Comité de liaisons UE/ACP pour la promotion des produits horticoles). Et c'est en 2001, qu'il devient consultant indépendant. Il propose alors aux

professionnels de l'exportation de pays tropicaux de leur fournir des informations commerciales, des études de marché... C'est ainsi qu'il est amené à suivre les évolutions du marché européen des fruits tropicaux, et plus particulièrement de la mangue, du litchi et des produits vivriers. Il participe aussi régulièrement à la publication de l'Observatoire des marchés pour *Fruitrop*, la revue du Cirad. Pierre Gerbaud a pris sa retraite le 31 décembre dernier. Bonne retraite Monsieur Pierre !



Expert des fruits tropicaux, Pierre Gerbaud a pris sa retraite le 31 décembre dernier.

### Dans les filières

## Un nouveau site pour Restau'Co

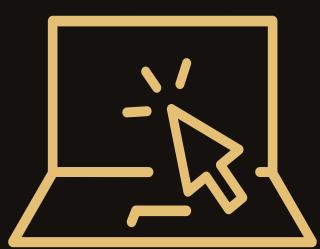
Le site internet de Restau'Co fait peau neuve. Le nouveau site est repensé pour faciliter la navigation et mettre en avant les actualités du réseau, les actions et projets menés ainsi que tous les outils créés au service des adhérents. « *L'objectif de cette refonte était simple : disposer d'un site plus dynamique et plus révélateur de la nature et de l'engagement du réseau Restau'Co. Dans sa nouvelle version, [restauco.fr](http://restauco.fr) est une immersion au cœur du réseau* », précise Céline Emelin, responsable communication. Restau'Co, représente les acteurs de la restauration collective en gestion directe, soit 60 % de l'ensemble du secteur. [www.restauco.fr](http://restauco.fr)



# Au Fromager de Rungis

PARIS

La SÉLECTION  
des fromages de SAISON  
en direct de RUNGIS !



Je me connecte



Je sélectionne



Je suis livré/e

**[www.aufromagerderungis.com](http://www.aufromagerderungis.com)**



Nous sommes là pour répondre à vos questions :  
+33 (0)1 46 87 35 62  
[aufromagerderungis@prodilac.com](mailto:aufromagerderungis@prodilac.com)



LES JEUX SE PRÉPARENT

# Six athlètes des JO en visite à Rungis



© FD

De g. à d. : Luka Mkheidze, Cédric Olivar, Marjorie Delassus, Stéphane Layani, Capucine Viglione, Sofyane Mehiaoui, Kylian Portal...

Six athlètes sélectionnés pour les Jeux olympiques de Paris 2024 ont visité le Marché de Rungis au petit matin, le 23 novembre dernier. Cette visite scelle l'engagement du Marché de Rungis d'accompagner ces sportifs de haut niveau dans leur préparation aux épreuves olympiques,

en fournissant deux paniers de produits frais de qualité chaque mois à chacun d'eux, provenant des secteurs du Marché de Rungis. Cet approvisionnement répondra à leurs besoins nutritifs et gastronomiques nécessaires à leur préparation sportive. Par ce partenariat, le Marché de Rungis s'engage une nouvelle fois en faveur du « bien manger » et souligne le lien entre alimentation saine et équilibrée et performances sportives. Ces six athlètes, Luka Mkheidze (judo, -60 kg), Kylian Portal (natation handisport), Sofyane Mehiaoui (basket fauteuil), Marjorie Delassus (canoë-kayak), Capucine Viglione (escalade vitesse), Cédric Olivar (judo, -100 kg), ont été reçus par Stéphane Layani, président du Marché de Rungis, pour un petit déjeuner rungissois au restaurant Chez Antoine - Le Quercy, la remise d'un premier panier et une montre Rungis. « *Nous avons voulu mettre en avant les vertus et bienfaits d'une alimentation de qualité afin d'accompagner ces sportifs dans leurs préparations et leurs réussites* », s'est félicité Stéphane Layani. « *Une alimentation de qualité est essentielle pour les sportifs...* ». À ce partenariat, s'ajouteront les festivités prévues pour le passage de la flamme olympique dans les allées du Marché de Rungis au matin du 21 juillet 2024.

## JCDECAUX DÉCROCHE L'APPEL D'OFFRES DU MARCHÉ DE RUNGIS

# Un affichage publicitaire en voie de modernisation

À la suite d'un appel d'offres remporté par le n° 1 mondial de la communication extérieure, le Marché international de Rungis a signé un contrat avec JCDecaux pour la refonte complète de son offre d'affichage publicitaire. Cet accord va permettre de déployer un dispositif « puissant et rationalisé » composé de mobiliers de 8 m<sup>2</sup> rétroéclairés, indique un communiqué commun des deux partenaires. D'ores et déjà présent dans des MIN français (Bordeaux, Montpellier, Rouen et Angers), JCDecaux va repenser le parc actuel de mobiliers publicitaires du MIN « en prenant en compte les enjeux environnementaux grâce à une gestion efficace des dépenses énergétiques et l'utilisation de mobiliers reconditionnés », précise le communiqué.

Une sélection des emplacements les plus performants a été réalisée « favorisant les zones de ralentissement et des espaces à forte visibilité ». Les mobiliers seront placés aux abords du Marché international de Rungis et dans son enceinte, ce qui permettra de couvrir les points clés de contacts et d'audience. Une stratégie pour créer de



l'animation au sein du MIN sera également mise en place. Elle permettra aux marques de déployer une communication sur mesure, avec des espaces d'animation de grande envergure pour la présentation et le test de produits, des opérations de distribution ou d'échantillonnage, ou encore « l'événementialisation » de certains bâtiments du MIN à travers leur habillage publicitaire.



## EN BREF

### Unigros renforce sa communication

Unigros, l'organisation professionnelle, qui regroupe les associations et syndicats sectoriels du Marché d'intérêt national de Rungis, a annoncé le lancement de ses propres réseaux sociaux sur Facebook et Instagram et la refonte de son site Internet.

« *Cela va nous permettre d'augmenter notre visibilité, de développer notre notoriété, de communiquer et de mobiliser* », se félicite le président d'Unigros Gino Catena.

**L'union fait la force**

## UN COLLOQUE À AURILLAC

## Le lait cru sort de la défensive

Des producteurs fermiers, des transformateurs, des chercheurs et des représentants de l'administration, soit près de 500 personnes, se sont retrouvés à Aurillac (Cantal) les 16 et 17 novembre 2023 autour du lait cru. Preuve s'il en est que les fromages au lait cru, emblèmes du patrimoine gastronomique français, passionnent toujours. « *Sur les 51 appellations d'origine protégée laitières, 28 sont exclusivement au lait cru et 18 acceptent un traitement thermique pour une partie de leur production* », a rappelé Hubert Dubien, le président de la fourme de Montbrison, et actuel président du CNAOL, le Conseil national des appellations d'origine laitières. « *Les fromages au lait cru représentent ainsi les trois quarts des plus de 200 000 tonnes produites chaque année sous AOP* ». La principale préoccupation des 53 000 personnes engagées dans cette filière est, bien évidemment, le risque sanitaire. En effet, 6 000 contrôles sont effectués chaque année, ils représentent 16 % du prix de revient en tenant compte de la destruction des lots contaminés.

Pourtant, souvent vilipendés, les microbes sont passés « *du statut d'ennemis à combattre à celui d'alliés avec lesquels il faut composer* », selon l'expression de l'un des scientifiques du « RMT Fromages de terroirs » appelé à s'exprimer. « *On a trop regardé les risques sanitaires et pas assez les bénéfices pour la santé* », a résumé Philippe Mauguin, le président de



Outre leur valeur organoleptique, les fromages au lait cru présentent un intérêt en matière de défense immunitaire.

l'INRAE. « *Le microbiote intestinal joue un rôle dans la prévention des allergies et de certaines maladies* », a-t-il déclaré.

La présentation de l'étude « *Pasture* », menée depuis 15 ans dans cinq pays européens, a apporté une pierre intéressante à ce débat. L'enquête, portant sur deux cohortes de 500 personnes, l'une vivant à la ferme, l'autre en zone urbaine, a permis de déterminer que les personnes vivant à la ferme, au contact des animaux et des étables, se nourrissant, même pendant la grossesse, et ensuite dès le plus jeune âge, de lait cru, de yaourts et de beurre « *de la ferme* », étaient moins sensibles aux infections respiratoires, aux rhino-pharyngites et aux otites, que l'autre groupe. Des résultats, présentés par Dominique-Angèle Vuitton, médecin et professeur d'immunologie à l'université de Besançon, qui ont de quoi dérouter les partisans de l'hygiénisme.

## LA CONSOMMATION REBONDIT

## Le camembert fait de la résistance

C'est un sursaut notable dans la longue histoire du camembert. Après 15 ans de déclin régulier, au rythme de -3 % par an en moyenne, les ventes du fromage rond à pâte molle ont connu



Le camembert a su diversifier ses moments de consommation.

l'année dernière un rebond de +3,8 %, à 43 000 tonnes (à fin octobre 2023), selon des données Circana rendues publiques par la marque Président (groupe Lactalis). Une progression que le n°1 des ventes impute notamment au prix très compétitif du camembert par rapport à la moyenne des fromages, à 9,60 € le kg, contre 12 €, la marque Président se situant encore en dessous (7,60 €). L'année dernière, la marque créée par Michel Besnier en 1968 a vu ses ventes de camembert 250 g progresser en volume de 18,8 %, soit 37 millions de camemberts dans l'année, confortant sa position de leader avec 21 % de parts de marché.

## Nominations



**Emmanuel Perier** a été nommé directeur de l'apprentissage de Médéric, l'école hôtelière de Paris, dont le CFA est membre de la Rungis Académie. Ancien enseignant à Ferrandi, il aura la responsabilité de l'ensemble des programmes éducatifs en veillant à ce qu'ils soient en phase avec les besoins du secteur de l'hôtellerie et de la restauration.



**Loïc Thomas**, 60 ans, vient d'être élu président du Syndicat national des industriels et professionnels de l'oeuf (SNIPO), représentant les centres d'emballage d'œufs et les fabricants d'ovoproduits français. Il succède à Loïc Coulombel, à la tête du SNIPO depuis sept ans, qui prend la vice-présidence de la fédération européenne du secteur: European Egg Packers and Traders Association (EEPTA).

## En bref

Rungis Accueil propose un coffret « Rungis Prestige », un coffret cadeau pour une visite inoubliable du Marché de Rungis. Il comprend **un chèque-cadeau** valable pour une visite Premium du Marché avec un guide spécialisé de l'agence Visite Rungis, **un livret descriptif de la visite** et de son organisation, **une dégustation de produits** d'exception, **un mâchon rungissois**, **une médaille souvenir**, etc. Validité de deux ans. **Prix: 149 € TTC.**



## Carnet

**Bernard Merhet**, président emblématique de la Fédération de la boucherie et des métiers de la viande de Paris et Région parisienne est décédé le 21 décembre 2023 à l'âge de 85 ans. Il avait dirigé cette fédération pendant presque un quart de siècle.

## LES 40 ANS DE L'ACADEMIE DE LA VIANDE

# Pour « un débat éclairé et apaisé » sur la viande

L'Académie de la viande a célébré son quarantième anniversaire le 12 décembre dernier. Au bœuf couronné, dans le quartier de la Villette (Paris 19<sup>e</sup>). Parrainée par Christiane Lambert, présidente du Comité des organisations professionnelles agricoles européennes, mais aussi éleveuse de porc, la cérémonie a notamment vu l'introduction de Gino Catena, directeur général d'Avigros. C'est Véronique Langlais, présidente des bouchers de Paris et vice-présidente de l'Académie de la Viande, qui a accueilli le grossiste au sein de cette assemblée d'une cinquantaine de membres composée de professionnels, experts scientifiques, économistes, écrivains et journalistes, présidée par Bernard Greffeuil. En outre, quatre autres personnalités ont été intronisées : Agnès Mallet de Chauny, directrice du Veau d'Aveyron, Joël Merceron, directeur de l'Institut de l'Élevage, Pierre Oteiza, éleveur de porc basque et artisan charcutier et enfin Daniel Rizet, président du bœuf Charolais. L'Académie a profité de cette occasion pour rendre public un « manifeste » appelant « à un débat éclairé et apaisé sur la viande ». Dans ce texte de quelques pages, les sages répondent à deux questions devenues récurrentes : « Peut-on élever des animaux et les tuer pour les manger ? » et « Faut-il continuer à manger de la viande ? ». Dans son argumentaire, l'institution relève que les injonctions à supprimer l'élevage des animaux domestiques ou à arrêter de consommer de la viande « se heurtent tout autant aux réalités économiques qu'aux habitudes de consommation ». « La



Gino Catena, au centre, accueilli dans l'Académie de la viande par Véronique Langlais (à g.) sous les yeux de Bernard Greffeuil et Christiane Lambert.

*consommation de viande et des autres produits animaux (lait, œufs, miel) est consubstantielle à l'Homme, elle est universelle et a contribué à façonner nos modes de vie, nos cultures et notre rapport à la nature* », affirme notamment ce manifeste disponible sur le site de l'Académie.

Soucieuse de récompenser les contributions scientifiques dépassionnées sur la viande, l'institution a remis son prix de la vulgarisation scientifique à Pierre Feillet, directeur de recherche INRAE, pour son ouvrage *Pour une éthique de l'alimentation* ; le prix scientifique à Patrick Tounian, professeur en pédiatrie à l'hôpital Trousseau, pour sa publication dans *Viandes et Produits carnés* d'un article sur l'« Intérêt des produits carnés chez l'enfant et l'adolescent » ; et enfin le grand prix 2022 à Jean-Michel Lecerf, chef du service de nutrition de l'Institut Pasteur de Lille, pour son livre : *La Joie de manger*.

## COUPE DU MEILLEUR POT 2024

# Laurent Nègre, La Grille Montorgueil, récompensé

Le jury de la Coupe du Meilleur Pot, issu de l'académie Rabelais, a désigné le lauréat de sa récompense annuelle. Il s'agit de Laurent Nègre, propriétaire de La Grille Montorgueil, dans le 2<sup>e</sup> arrondissement de Paris, un établissement historique de l'ancien quartier des Halles de Paris qu'il a repris en 2019. Professionnel exigeant et passionné de beaux produits, le patron a redonné tout son lustre à cette affaire centenaire. Avec son chef François Lomet (ex-Villaret), cet épiciurien magnifie viandes de l'Aubrac et gibier dans son établissement. Cet Aveyronnais entreprenant a récemment repris une autre affaire, le Petit Saint-Benoit (Paris 6<sup>e</sup>). La Coupe sera remise au printemps et, comme le veut l'usage, par le précédent récipiendaire du trophée, Romain Vidal, du Sully (Paris 4<sup>e</sup>).



Romain Vidal et Laurent Nègre.

## SALON DE L'AGRICULTURE

# Sous le signe de la Normande

Une vache normande a été retenue pour être l'égérie de la 60<sup>e</sup> édition du Salon international de l'agriculture qui aura lieu du samedi 24 février au dimanche 3 mars 2024 au Parc des expositions de la porte de Versailles à Paris. Orellette, âgée de 5 ans, est issue de l'élevage de François et Lucie Foucault, installés dans l'Orne, et produit du lait destiné à être transformé en camembert et pont-l'Évêque AOP. Elle sera l'ambassadrice de la troisième race bovine de France avec près de 6000 troupeaux et 190 000 têtes, une race mixte autant appréciée pour son lait que pour sa viande. Les organisateurs ont annoncé un renforcement du volet professionnel du salon avec la création de SIA'PRO, des rencontres exclusivement professionnelles organisées sur trois jours au pavillon 7.2, avec des zones d'exposition, des prises de parole et une mise en avant des thématiques sociétales.

**60<sup>e</sup> édition**  
24 FÉV > 03 MARS  
PARIS EXPO PORTE DE VERSAILLES

**OREILLETTA • 5 ANS • NORMANDE**

**SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE**



Salon DU  
**fromage**  
ET DES  
**produits laitiers**  
PARIS

PORTE DE VERSAILLES  
DU **25 AU 27 FEVRIER 2024**



**VOTRE BADGE GRATUIT\***  
SUR [WWW.SALON-FROMAGE.COM](http://WWW.SALON-FROMAGE.COM)  
**VOTRE CODE : APRA**

\*avant le 31/01/2024

**L'événement international et incontournable des fromages de qualité**

Rencontrez **290 exposants**  
français et internationaux.

Découvrez une offre élargie et  
renouvelée : fromages, produits  
laitiers, équipements, services...

Assistez aux animations :  
concours, conférences,  
alliances insolites...

TOUTE L'ACTUALITÉ DU SALON SUR :



#SALONDUFROMAGE

# Un millésime exceptionnel pour le beaujolais nouveau

La sortie du vin primeur a pris, en novembre dernier, un relief tout particulier à Rungis avec l'organisation de la première édition du « *beaujolais nouveau le plus tôt de France* » le mercredi soir et un immense banquet au cœur du salon V1P. La fête s'est poursuivie jusque tard dans la matinée.



© Bruno Carlhian



© FD

L'Union des professionnels du secteur gastronomie (UPSG) a innové cette année en organisant la première édition du beaujolais nouveau « *le plus tôt de France* » dans la soirée du mercredi 15 novembre. À cette occasion, les grossistes du secteur avaient transformé le bâtiment en salle des fêtes, avec pour point d'orgue, l'ouverture en grande pompe et, à minuit, du premier fût de beaujolais nouveau par Yann Berson, président de l'UPSG et Stéphane Layani, le président du Marché de Rungis. Dans la soirée, le Devoir parisien des Compagnons du beaujolais a procédé à l'intronisation de Yann Berson (Dispéré), Christelle L'Higuinen, présidente de Stratégie Gourmet (SAFF – Maison Bruel) et Henri d'Agostino (La Cave de Rungis).

La grande famille de la viande s'est ensuite retrouvée au petit matin au V1P, le président d'Interbev Jean-François Guihard en tête, suivi des présidents Laurent Callu (FBMV) et Jean-Raymond Dumas (Interbev Île-de-France). À 6 h 30, un immense banquet s'est déployé au cœur du pavillon annoncé par la sonnerie de la célèbre cloche de Saint-Eustache. Quelque 500 convives accueillis par Christophe Deplanche, président du syndicat des viandes Rungis et Martine Maisonneuve, directrice générale de Mecarungis, ont pris place autour de la grande tablée pour un festin géant autour des meilleures viandes françaises et d'un aligot. Parmi les personnalités présentes à la table de Stéphane Layani, se trouvait l'ambassadeur de Hongrie en France, son excellence Georges de Habsbourg-Lorraine.



© FD



© FD

Un peu plus tard dans la matinée, le Devoir parisien des Compagnons du beaujolais a procédé dans les locaux de la société Maison Médelys, à l'intronisation de sept impétrants. Se sont ainsi succédé pour prêter serment devant Saint-Vincent: Jean-Luc-Colombo (oenologue, viticulteur et président du groupe viticole Colombo de Côtes-du-Rhône), Nicolas Brenelière (chef cuisinier du Paradis Latin, chef d'Euro-Toques), Arnaud Delacour (cofondateur de The Very Food Co), Stéphanie Daumin (maire de Chevilly-Larue), Brian Munter (coordinateur entrepôt et réception de Maison Médelys), Oscar Castellani (chercheur Inra, cofondateur de The Very Food Co) et Pierre Weill (ingénieur agronome, coprésident de l'association Bleu-Blanc-Cœur).

Les célébrations se sont achevées à La Cave de Rungis où quelque 300 invités ont pu goûter et apprécier le vin primeur autour d'Henri d'Agostino, le patron de l'entreprise. À cette occasion, la Commanderie des Gastronomes Ambassadeurs de Rungis a procédé à sept intronisations: Claire Dorland-Clauzel (ex-directrice du *Guide Michelin*, propriétaire du château bordelais La Tuillière), Calogero Montana dit Lillo (président des sociétés Puech-Montana et La Voglia sur Rungis), Jean-François Legaret (ex-maire du 1<sup>er</sup> arrondissement de Paris, propriétaire du cognac Déau), Jean-Claude Flabéau (président de la société immobilière Flabéau à Paris et de l'association caritative Des Pierres et des Hommes), Étienne Meffre (directeur du groupe viticole Jean-Luc Colombo), Claude Imauvén (président du groupe nucléaire Orano), Franck Alexandre (président du CA Crédit Agricole Alpes-Provence).



© FD

16

NOVEMBRE

Plusieurs intronisations dans la Confrérie de la volaille de Bresse et du gibier ont eu lieu au pavillon du secteur volaille à l'occasion de la sortie du beaujolais nouveau. Six impétrants ont été intronisés au grade de Chevalier: Murielle Bourreau (conseillère régionale d'Île-de-France, présidente de la chambre de métiers et de l'artisanat de Seine-Saint-Denis), Alain Di Crescenzo (président national CCI), Dominique Restino (président CCI Paris-Île-de-France), Thierry Meignen (sénateur de Seine-Saint-Denis), Alain Fontaine (président de l'Association française des maîtres restaurateurs, AFMR), Dominique Batani (directeur du Marché de Rungis)... Gino Catena, le directeur général du groupe Avigros, déjà Chevalier de la confrérie, a été élevé au grade de Commandeur.



© Bruno Carlhian

21

NOVEMBRE

Le championnat d'Europe des produits tripiers a encore pris un peu plus d'ampleur en 2023. La finale de la compétition organisée par la Confédération nationale de la triperie française a accueilli au Campanile du Marché de Rungis pas moins de 22 candidats, originaires de cinq pays: France, Irlande, Italie, Roumanie et Azerbaïdjan. Le concours a réservé une grosse surprise, le vainqueur n'étant autre que Jairo D'Avico, 16 ans, actuellement en bac pro cuisine à l'École Médéric. Celui-ci a bluffé le jury avec sa recette de joue de bœuf au vin rouge. Rémy Mariolles, champion 2022 et chef du Cheval Blanc à Ferrières (45) arrive deuxième avec sa recette de langue écarlate façon Lucullus. Mathieu Boulay, traiteur et champion de France 2015 de rôtisserie, termine troisième avec une recette de fromage de tête persillée en tarte fine et sauce gribiche.



© FD

16

NOVEMBRE

Organisés depuis 1999 par le Baillage Île-de-France de la Confrérie des Chevaliers de Saint-Antoine, les concours « Les Délices de Saint-Antoine » comprennent le championnat de France Saint-Antoine du jambon de Paris supérieur et le championnat de France Saint-Antoine du pâté en croûte des moins de 30 ans.

Les épreuves de ces deux concours se sont déroulées dans les locaux des Ets Masse-La Maison du foie gras du Marché de Rungis. Le concours 2024 du championnat de France Saint-Antoine du jambon de Paris supérieur – rassemblant 40 concurrents – a été remporté par Jorge de Carvalho (Maison Collot, Vernon, 27) et celui du championnat de France Saint-Antoine du pâté en croûte des moins de 30 ans – réunissant 33 concurrents – a été gagné par Dylan Gautier (Maison Collot, Vernon, 27).



© Semmaris

28

NOVEMBRE

Les candidats à la deuxième édition du « Rungis Marée Challenge » ont dignement préparé les fêtes de fin d'année lors d'un concours de découpe et création de rôti et d'ouverture de coquillages, mettant en valeur les produits d'exception du pavillon de la Marée. Le jury technique était constitué de deux Meilleurs Ouvriers de France, Gwénaël Laville et de Stéphane Minot, et d'une poissonnière Sandy Ruffray. Le jury « Coup de cœur » réunissait Dominique Batani (directeur du Marché international de Rungis), Nicolas Rousseau (directeur opérationnel de la Maison Blanc), Laurent Choualih (directeur Carreau chez Reynaud) et Amandine Longuet (responsable commerciale chez Demarne). Angélique Lecointe a remporté le concours technique et Mélanie Foveau a obtenu le prix « Coup de cœur » du jury.



# 60 ans, Foodlab : les grands projets à venir en 2024 au Grand Marché

**Maguelone Pontier et Dominique Batani, respectivement directrice générale et président du Grand Marché, ont annoncé les grands projets du MIN de Toulouse Occitanie pour l'année 2024.**

Maguelone Pontier a tout d'abord souligné le dynamisme du Marché, véritable laboratoire de tendances et d'innovations alimentaires et sociales. Deuxième marché de gros de France après le Marché international de Rungis, avec un chiffre d'affaires de 484 M€, en augmentation de 16 % par rapport à 2021, le Grand Marché représente un moteur de développement économique et un outil clé du territoire. Le MIN de Toulouse accueille ainsi 221 entreprises, soit 16 % de plus par rapport à 2021, et 255 producteurs. L'écosystème du Marché se diversifie, avec l'implantation en septembre dernier d'un pavillon « transformation » entièrement dédié à l'activité de découpe et de transformation de produits frais et l'arrivée sur le carreau des producteurs de nouveaux acteurs et de nouveaux produits issus des fermes locales. La Pépinière alimentaire accueille également de nouvelles entreprises autour du service et renforce son pôle santé, avec l'arrivée de nouveaux professionnels. Une cinquantaine d'entreprises sont aujourd'hui présentes sur cet espace de 850 m<sup>2</sup>, dont 35 % de jeunes pousses de moins de cinq ans. « C'est le rôle d'un MIN d'être un incubateur et une pépinière », précise Maguelone Pontier. L'incubateur de la



Maguelone Pontier (à g.) et Dominique Batani (à dr.) ont annoncé les projets pour le Grand Marché en 2024 lors d'une conférence de presse au MIN de Toulouse le 14 décembre 2023.

Paris Saclay, etc. « Le FoodLab sera installé dans une section de Cuisine Mode d'Emploi(s), l'établissement culinaire créé par Thierry Marx. Notre objectif est de façonner l'avenir de l'alimentation en cet endroit. Un espace de laboratoire collaboratif sera ouvert aux entrepreneurs innovants dans le domaine de la gastronomie, et des collaborations sont envisagées avec des établissements similaires en Belgique et en Espagne », précise Maguelone Pontier. L'année 2024 sera également marquée par la célébration des 60 ans du Grand Marché. Ainsi, le MIN de Toulouse ouvrira ses portes au grand public le temps d'un week-end, les 8 et 9 juin, pour l'événement « La Food Foraine », destiné à faire connaître le Grand Marché, autour de nombreuses activités culinaires, sportives et de découverte de son écosystème. Cet événement sera l'occasion de lancer en avant-première une exposition inédite coconstruite avec l'université Paris-Saclay : « Les Coulisses de ton alimentation », qui aura pour objectif de faire découvrir au public les rouages de l'approvisionnement alimentaire, de la cage à la fourchette. L'année 2024 s'annonce riche en projets pour le Grand Marché !

Clémentine Cabrol

Pépinière alimentaire accueille dès janvier une troisième promotion d'entreprises innovantes, composée des lauréats de la deuxième édition du concours Les Pépites de la Food : Black Kitchen, Manufacture, Yoc et Vin'R (*cf. ci-dessous*). En 2024, le Grand Marché va poursuivre sa dynamique d'innovation, avec l'ouverture d'un FoodLab au printemps. Ce tiers-lieu entièrement dédié à l'alimentaire sera situé dans l'école Cuisine Mode d'Emploi(s) et accueillera de multiples activités : tests, formations, team-building, séminaires, événementiel, cours de cuisine, démonstrations, recherche appliquée sur l'alimentation embarquée avec l'université

## Black Kitchen, Manufacture, Yoc et Vin'R, lauréats de la deuxième édition du concours Les Pépites de la Food !

La finale du concours Les Pépites de la Food s'est déroulée vendredi 15 décembre 2023, sur le salon Régal Pro Sud de France à Toulouse. Organisé pour la deuxième édition par le Grand Marché et l'association Les Pépites, la communauté des acteurs de l'alimentaire sur Toulouse, ce concours vise à soutenir les projets innovants à fort ancrage local, qui participent à renforcer la durabilité de notre alimentation.

Black Kitchen (casiers réfrigérés avec des plats frais pour les étudiants, intervenants et collaborateurs des écoles supérieures) a remporté le premier prix. Le deuxième prix a été attribué à Manufacture (accompagnement, mentorat et formation en restauration responsable). Yoc (application antigaspillage alimentaire pour la restauration collective) a gagné le troisième prix. Enfin, le prix Coup de cœur a été décerné à Vin'R (dégustation de vins interactive et conviviale). Les lauréats forment la troisième promotion de start-up incubées à la Pépinière alimentaire du Grand Marché (accompagnement d'une durée d'un an.)



La finale du concours Les Pépites de la Food s'est déroulée sur le salon Régal Pro à Toulouse, le 15 décembre 2023.

© Clémentine Cabrol

SPÉCIALISTE DE LA VITRINE RÉFRIGÉRÉE PLIANTE  
DEPUIS PLUS DE 25 ANS

**ELITE FROID**



## 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

# Île-de-France

Un territoire  
agroalimentaire

Un projet agricole unique, valorisant les paysages et la biodiversité, a été lancé sur la plaine de Montjean, à quelques encabulations du MIN de Rungis.



**L'Île-de-France dispose de terroirs agricoles, de la plaine de Montjean, au sud, à proximité de Rungis, au triangle de Gonesse au nord, où le projet de nouvelle place alimentaire Agoralim doit voir le jour. Mais c'est aussi une région riche de nombreuses spécialités agroalimentaires.**

**Dossier réalisé par Bruno Carlhian et Olivier Masbou**

**L**'industrie agroalimentaire dans la région capitale brille par sa diversité. On y recense environ un peu plus de 1 100 établissements\*. L'ensemble réalise un chiffre d'affaires de plus de 7,2 Md€, soit 10,4 % du chiffre d'affaires manufacturier régional. Cela représente un peu plus de 4 % du chiffre d'affaires national du secteur de l'industrie agroalimentaire. Contre toute attente, c'est Paris qui compte le plus d'établissements, avec 170 recensés intra-muros, contre 106, par exemple, dans le Val-de-Marne, le département qui abrite le MIN de Rungis, ou encore 62 dans le Val-d'Oise où Agoralim, le projet de place de l'alimentation durable au nord de la capitale, doit voir le jour. La fabrication de produits de boulangerie, pâtisseries et pâtes, est le premier secteur avec 160 entreprises, suivi de la fabrication de boissons (149 entreprises), la transformation de viandes (89 entreprises), la transformation de fruits et légumes (69 entreprises) et la fabrication de produits laitiers (62 entreprises).

La direction régionale et interdépartementale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt (DRIAAF) Île-de-France relève de nombreux atouts pour le secteur des IAA. Elle met en avant l'accès direct à un bassin de consommation « sans équivalent en France » ; la diversité des établissements en taille et en activité ; la variété et la haute valeur ajoutée des produits associés à cette diversité ; l'environnement favorable en matière de recherche et développement (avec notamment la présence des grandes écoles comme AgroParisTech, ou de l'INRAE, l'Institut national de la recherche agronomique), de conseil et d'innovation (avec la présence importante de centres de recherche, de formation et de conseil) ; des infrastructures nombreuses et fonctionnelles (transports, bases logistiques) ; un potentiel d'opérateurs puissants (commerces de gros, transformateurs, distributeurs). La DRIAAF expose les atouts représentés par « l'image de Paris et du Marché international de Rungis, tourné vers les métiers de bouche de haut de gamme » et la « marque régionale "Produit en

*Île-de-France" pour renforcer l'image des productions et savoir-faire franciliens » (cf. encadré p.23). La direction régionale du ministère de l'Agriculture pointe aussi des contraintes. « Il importe de souligner que ce tissu industriel est faiblement lié aux productions agricoles régionales, à l'exception des secteurs du travail des céréales et dans une moindre mesure du travail des betteraves sucrières », écrit la DRIAAF. Elle pointe également l'absence de lien au territoire pour la majorité des produits (qui sont des produits très transformés déconnectés de l'amont agricole) ou encore le défaut d'identité régionale forte.*

La filière agroalimentaire de l'Île-de-France est peu structurée et peu organisée pour fournir un marché de masse. En effet, elle est composée majoritairement de « petites entreprises aux moyens limités, de taille et d'activités diverses, isolées et peu organisées ». De plus, l'approvisionnement local est difficile, « engendrant une forte dépendance aux produits des autres régions (en particulier pour ce qui concerne les GMS et la restauration collective) ». Les entreprises du secteur de l'agroalimentaire doivent du fait de la particularité de la région capitale faire face à des charges (foncier, emplois, taxes Grand Paris...) nettement plus élevées qu'en régions. Et paradoxalement, le secteur est « moins soutenu » par rapport à la province. Les entreprises rencontrent également des difficultés pour s'agrandir (rareté du foncier) et pour recruter (manque de disponibilité en main-d'œuvre qualifiée, « turnover » élevé, accès difficiles aux sites). L'Île-de-France est également connue pour ses difficultés de logistique, de circulation ou encore de desserte au plus près des consommateurs. La DRIAAF relève aussi le déficit d'image du secteur et des produits régionaux. Le secteur de l'agroalimentaire francilien est « méconnu du grand public et du secteur de l'emploi, l'offre étant peu visible et peu organisée ». Cela est renforcé par « un manque d'identité régionale souffrant du peu de lien au territoire ». Et cela se traduit par « l'absence d'une industrie de transformation identifiée comme "référence régionale" ». Enfin, les difficultés de

••• l'agriculture (pression sur les prix, réduction des marges et volatilité des prix des matières premières), en Île-de-France comme dans le reste du pays, se traduisent par un risque de disparition des filières les plus fragiles. Autre point de vigilance, la question de la transmission des entreprises avec l'éventualité du rachat par des grands groupes, une éventualité comportant un risque de délocalisation. Ce tissu industriel fragile est aussi en concurrence avec les régions voisines qui bénéficient d'un accès et d'un coût du foncier plus favorables.

\* Source Direction régionale interdépartementale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt (DRIAAF Île-de-France). Dans l'analyse et les données présentées, ne sont pas prises en compte l'artisanat commercial (2 490,40 M€ de chiffre d'affaires, 31 931 postes salariés à la fin 2018 et 5 229 établissements employeurs) et le commerce de gros agroalimentaire (40 313,20 M€ de chiffre d'affaires, 41 884 postes salariés à la fin 2018 et 2 719 établissements employeurs).

## NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS AGROALIMENTAIRES ET LEURS POSTES SALARIÉS PAR DÉPARTEMENT

Département	Nombre d'établissements	Nombre de postes employeurs
Paris	190	2 506
Seine-et-Marne	113	4 497
Yvelines	77	1 088
Essonne	72	2 396
Hauts-de-Seine	87	5 513
Seine-Saint-Denis	85	1 669
Val-de-Marne	106	2 983
Val-d'Oise	62	1 352

Source: Flores 2018, Insee

# Un « label » en plein essor Le « Fabriqué à Paris » se porte bien

Le 4 décembre dernier a eu lieu à l'hôtel de Ville de Paris la désormais traditionnelle remise des prix du « Fabriqué à Paris ». 15 lauréats ont été primés par le jury présidé par Nicolas Bonnet Oulaldj, adjoint à la maire de Paris en charge du commerce, de l'artisanat et des métiers d'art et de mode qui a succédé l'année dernière à Olivia Polski. Le millésime 2024 de ce label, qui valorise le travail des artisans, encourage la transmission des savoir-faire parisiens et récompense l'authenticité des produits de l'artisanat, s'est révélé particulièrement fructueux. En effet, 486 projets ont été labellisés dans quatre catégories: artisanat alimentaire; modes et accessoires; produits manufacturés et univers de la maison. Les 60 projets retenus en alimentaire présentent une grande diversité: miel, confitures, bières, spiritueux, café, pâtes à tartiner, fromages, glaces, pain d'épice mais aussi hallum ou gâteaux ayurvédiques! Sans oublier le traditionnel « jambon de Paris », obtenu pour 2024 par la boucherie Congré à Paris 8<sup>e</sup>. Parmi toutes ces candidatures, le jury a

distingué trois lauréats dans chaque catégorie. Dans la catégorie alimentaire, il s'agit des viennoiseries artisanales de la boulangerie MieMie dans le 11<sup>e</sup> arrondissement; des Mosaïques de fruits de la société éponyme dans le 4<sup>e</sup> arrondissement et des spiritueux de la Distillerie du Viaduc dans le 12<sup>e</sup>. De plus, Coing de Paris, fabriqué par Confiture urbaine, a remporté l'un des trois coups de cœur du public. Il est à noter que des démarches comparables d'identification et de valorisation existent désormais dans toute l'Île-de-France. Le réseau « Fabriqué en Val-de-Marne », initié par la CCI 94, a ainsi désigné ses 27 premiers ambassadeurs le 21 novembre dernier. Parmi eux, les traiteurs Altermarché à Saint-Maur-des-Fossés et Hoa Nam à Ivry-sur-Seine ou encore le chocolatier Edward à Vitry-sur-Seine. Quant au label « Made in Essonne », il regroupe près de 150 entreprises essoniennes, producteurs locaux, artisans de l'alimentaire et artisans d'art répondant à des critères de qualité: cresson de fontaine, menthe poivrée, sirop, huile, farine, truites, escargots, miel, confitures, biscuits, bières, etc.



# Domaine La Bouche du Roi

## Le «vin de Versailles» sur la voie royale

Rekräer un vignoble francilien au cœur de la Plaine de Versailles, à quelques kilomètres du château, c'est le pari fou lancé par deux jeunes entrepreneurs, le Bordelais Adrien Pelissié et l'oenologue et ingénieur agronome Julien Brustis. Pour faire renaître les riches heures de la vigne en Île-de-France – qui fut jusqu'à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle la plus grande région viticole française –, le duo est soutenu par la Chambre régionale d'agriculture et le conseil départemental des Yvelines qui croient au projet. Le domaine La Bouche du Roi, situé à Davron, à l'ouest de Versailles, voit le jour en 2017 et le premier millésime issu de ses 26 ha de vigne en 2019. Le vignoble conduit en agriculture biologique et planté en chardonnay, sauvignon, chenin et pour les rouges en pinot noir, cabernet franc et merlot, est résolument ambitieux. La cuvée Abondance, un pinot noir élevé dans des fûts de chêne de 300 à 400 litres ayant connu 2 à 3 vins, est l'une des plus réussies avec matière et finesse. Elle est vendue 27€ au domaine ou chez des cavistes.



Adrien Pélassié, associé gérant du Domaine la Bouche du Roi.



L'Île-de-France fut jusqu'à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle la plus grande région viticole française.

## Produit à Paris

### Les Sept Collines, des conserves gastronomiques parisiennes

Passée par l'incubateur Rungis & Co, la conserverie artisanale Les Sept Collines poursuit son ascension. Fondée dans l'idée de faire consommer toute l'année de bons produits de saison, la jeune entreprise créée par Ketty Six Sebag et Christophe Barut concocte dans son laboratoire de la porte d'Aubervilliers à Paris des tartinables, sauces et soupes résolument gastronomiques: pleurotes au comté, aubergines confites à la coriandre, rillettes de lieu noir au fenouil. Les 25 recettes, conditionnées dans des bocaux en verre, sont fabriquées notamment à partir de fruits et légumes, souvent bio, cultivés en Île-de-France. La qualité des produits ne tarde pas à taper dans l'œil des professionnels. Les conserves des Sept Collines ont été notamment lauréates de la Guilde des artisans de la tour Eiffel, dont le jury est présidé par Thierry Marx, ce qui vaut aux soupes à l'oignon des Sept Collines d'être vendues dans les points de vente du monument le plus emblématique de Paris. Avec sa dizaine d'employés et ses 200 000 conserves vendues à ce jour, les Sept Collines comptent poursuivre leur croissance « *de manière responsable* », a insisté Ketty Six Sebag lors des récentes rencontres Demo Day de Rungis&Co (*lire également pages Digital et Innovation*). L'acquisition l'année dernière de la Frenchi, une activité de fabrication de pâtes à tartiner de qualité artisanale, a permis à la société labellisée « Produit en Île-de-France » de développer des synergies en matière de production et de commerce. « *Aujourd'hui bien implantés en épicerie fine, nous souhaitons nous développer sur des créneaux comme le CHR, le duty free ou encore l'événementiel* », précise la fondatrice, qui compte en particulier sur les Jeux olympiques de Paris pour mieux se faire connaître.

## Copains, une bière au pain 100 % Yvelines



La bière Copains, c'est une histoire d'amitié et de proximité entre plusieurs producteurs de la Plaine de Versailles. Du pain d'Épis et Pains (Chavenay) produit avec du blé de la Ferme de Pontaly (Bailly), de l'orge de la Ferme du Prieuré (Rennemoulin), et du houblon de la Ferme des Clos (Bornelles), le tout assemblé par la Brasserie Toussaint située à Louveciennes (Yvelines). Pour cette création, la brasserie artisanale a remplacé 30 % du malt d'orge de la recette par du pain sec. La « Copains », une bière blonde, légère en alcool (3,9 % vol), est inspirée du style britannique « bitter ».

## Plus de 50 produits sous signes d'origine et de qualité

L'agriculture et l'agroalimentaire franciliens peuvent s'appuyer pour leur promotion et leur développement sur 51 signes officiels d'origine et de qualité (SIQO). La région capitale peut s'enorgueillir d'abriter la production et la fabrication de deux prestigieuses AOP fromagères: le brie de Meaux et le brie de Melun. L'IGP brillat-savarin peut aussi être fabriquée en Île-de-France. En outre, le territoire francilien peut produire 5 IGP animales: porc de Normandie; volailles de Houdan; volailles de la Champagne; volailles de Normandie; volailles du Gâtinais. De même, des dizaines d'AOP ou d'IGP vinicoles peuvent provenir d'Île-de-France: des champagnes (champagne, champagne grand cru, champagne premier cru, champagne rosé); et de nombreux vins IGP comme l'Île-de-France coteaux de Blunay, l'Île-de-France coteaux de Provins, l'Île-de-France coteaux de Suresne-Mont-Valérien ou encore l'Île-de-France Guérard.

# Viande

## La filière régionale communique sur les métiers

Si la région Île-de-France n'est pas une grande région d'élevage, la filière viande y est bien représentée avec, notamment, 3 500 boucheries, 1 400 grandes surfaces et plus de 700 personnes employées dans les pavillons de la viande et de la triperie à Rungis. Pour attirer les vocations vers le secteur, l'interprofession régionale Interbev-Île-de-France a pris l'initiative depuis 2020 de produire et de diffuser sur les réseaux des courts-métrages sur les « métiers d'avenir » de la filière, particulièrement appréciés au regard des dizaines de milliers de vues. « *C'est un outil essentiel pour faire largement connaître les métiers, les présenter lors de nos interventions dans les établissements de formation mais aussi conforter notre présence sur le digital* », a expliqué Jean-Raymond Dumas, le président d'Interbev Île-de-France, lors d'une soirée consacrée à l'attractivité des métiers organisée le 7 décembre dernier à l'ENSMV, l'école nationale de la boucherie. Les 11 vidéos réalisées par Favio Fischer, permettent notamment de découvrir les témoignages de Christophe Deplanche, grossiste au pavillon V1P ou encore de Claire Coupin, responsable qualité, sécurité et formation de la société SENV à la Triperie.

Par ailleurs, indispensables à la promotion des métiers, les parcours de formation ont été particulièrement mis à l'honneur par l'interprofession régionale lors de cette soirée de



Claire Coupin, responsable qualité, sécurité et formation de la société SENV à la Triperie.

rencontre. À cette occasion, les responsables du CFPPA de la Rungis Académie ont annoncé le démarrage à la rentrée prochaine d'un BTS commercial tourné vers les métiers du gros. Il proposera un apprentissage en alternance dans des entreprises du MIN et sera particulièrement destiné à des jeunes sortant de Bac général ou Bac pro.



La filière viande emploie plus de 700 personnes dans les pavillons de la viande et de la triperie à Rungis.

# Interfel Île-de-France

## Un échelon régional pour la filière fruits et légumes

Le comité d'Interfel Île-de-France a été créé en 2019. Il se présente comme « une véritable instance de représentation auprès des collectivités, acteurs et décideurs de la région ». Son objectif est de « construire un projet adapté aux spécificités franciliennes dans le respect de l'action collective et des consommateurs ». La consommation de fruits et légumes frais en Île-de-France, avec 962 000 tonnes consommées chaque année, est la plus importante du pays. Chaque année, 183 kg de fruits et légumes frais sont achetés par les ménages. Dès lors, l'interprofession estime que « la filière francilienne doit s'appuyer sur tous ses acteurs afin de produire, approvisionner et commercialiser des fruits et légumes frais de toutes origines ». Le secteur compte 17 300 entreprises (productions, 1<sup>re</sup> transformation, coopératives, commerce de gros, importations,

exportations, commerces de détail) qui réalisent un chiffre d'affaires de 3,9 Md€ au stade de la consommation. Mais 90 % de fruits et légumes frais consommés dans la région capitale ne proviennent pas d'Île-de-France : la région produit 105 500 tonnes de fruits et légumes frais, soit 10 % de la consommation en fruits et légumes des Franciliens. Le comité d'Interfel Île-de-France « a pour ambition de développer la production pour répondre aux attentes des Franciliens et travaille à renforcer l'attractivité de ces métiers pour favoriser de nouvelles installations ». Pour y parvenir, il entend « soutenir tous les modes de production, qu'ils soient conventionnels, certifiés Bio ou démarche HVE (Haute Valeur environnementale) et quelle qu'en soit leur origine (produits locaux, produits provenant d'autres régions ou pays) ».



### Produit en Île-de-France, la marque régionale

Créée par la Région Île-de-France en 2018, la marque « Produit en Île-de-France » réunit et défend sous une seule et même bannière les produits des producteurs et entreprises agricoles et alimentaires de toute la région francilienne. Elle se présente comme « la marque de reconnaissance pour toutes les exploitations agricoles, les entreprises de production et de transformation de la région ». La marque certifie l'ancrage territorial de ses adhérents et l'origine tracée des produits. À ce jour, elle fédère plus de 500 entreprises et concerne plus de 3 000 produits.

# KONNECT'AGRO

3 3 0972722362

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

DU PRODUIT BRUT AU CLIENT

LOGICIEL DÉDIÉ  
À LA FILIÈRE  
AGROALIMENTAIRE

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.**

 AKANEA

[www.akanea.com](http://www.akanea.com)  
+33 (0)9.72.72.23.62

Retrouvez nous :  
**STAND C71**  
**HALL 6.02**

**FRUIT  
LOGISTICA**

7|8|9 FEVRIER 2024, BERLIN

AKANEA Agro Software : siège social : 304 Route Nationale 6 - CS 30139 - 6970 Limonest  
SAS au capital de 871 893 euros - RCS 804 690 451 - Crédit photos Agence Atribu.



## La Brocante de la Bruyère

32, rue Campion  
60880 Le Meux

170, avenue des Pépinières  
MIN de Rungis  
94550 Rungis

Tél. : 0141734200

Mail : decoration@vegetal.fr

**4** employés

**1 000 m<sup>2</sup>**  
de stand à Rungis

## L'histoire

Le début de l'aventure de la Brocante de la Bruyère a commencé il y a 25 ans, à Compiègne (Oise), dans la ferme de Florence de Boissieu. Depuis toujours, cette femme aime chiner et trouver du mobilier unique en son genre. Plus tard, elle décide de faire de sa passion son métier. À l'origine, l'entreprise s'adresse principalement au grand public.

En 2012, son mari rachète le groupe Végétal, et sa brocante vintage prend un nouveau tournant. Il y a cinq ans, elle installe celle-ci sur le Marché international de Rungis et se prend au jeu. Elle n'a jamais regretté ce choix, que ce soit pour les rencontres humaines ou les opportunités professionnelles. Sa gamme de produits s'est développée, et ce, en dehors des produits de jardin. Sa clientèle, aussi, a changé. Dorénavant, la chineuse s'adresse davantage à des professionnels.

*Durant la crise du Covid, j'ai eu un déclic. Même si avant je chinois déjà à 90 % en France, j'ai pris conscience de l'importance de faire travailler nos artisans locaux.*



## FLORENCE DE BOISSIEU, LA BROCANTE DE LA BRUYÈRE

# L'experte des objets porteurs d'une âme

**Florence de Boissieu tient sa brocante de seconde main, La Brocante de la Bruyère, depuis plus de deux décennies à Compiègne (Oise). Cette caverne d'Ali Baba s'est exportée également sur le Marché de Rungis ces cinq dernières années, avec un franc succès.**

L'amour pour le brocantage de Florence de Boissieu ne date pas d'hier : « *J'adore dénicher des pépites qui me touchent* ». Dès le départ, elle a su identifier des objets spéciaux : « *Quand je chine, je suis à la recherche d'un mobilier authentique et unique* », décrit-elle. Florence de Boissieu passe plus de la moitié de sa semaine à dénicher des objets vintage, « *qui ont une âme* », comme elle aime l'affirmer. Après 25 ans d'expérience et un réseau de brocanteurs et de magasins de seconde main bien rodé, elle sait ce que chaque client veut et recherche : « *C'est presque instinctif maintenant* ». Tous ces articles sont brocantés en France. Pour elle, c'est un engagement personnel. « *Durant la crise du Covid, j'ai eu un déclic. Même si avant je chinois déjà à 90 % en France, j'ai pris conscience de l'importance de faire travailler nos artisans* », expose-t-elle fièrement.

### MILLE ET UNE MERVEILLES

Lorsque sa sélection est faite, direction le marché international de Rungis. Depuis cinq ans, elle y tient un stand de 1 000 m<sup>2</sup> où elle présente un vaste choix de références. « *Nous avons de nombreuses assiettes miroirs, des meubles destinés à l'aménagement de restaurants et autres* », décrit la brocanteuse. Ce qui lui plaît à Rungis, c'est la population variée de professionnels qu'elle rencontre. « *J'ai affaire à toutes sortes de marques, d'entreprises et autres. C'est très enrichissant d'échanger avec une si large diversité de clients* », s'exclame cette femme de 58 ans. En effet, les produits de Florence de Boissieu servent pour des occasions diverses et variées : « *Parfois, c'est utilisé pour des shootings photos, des mariages, des films, des séries, ou encore des pop-up stores. Cela varie beaucoup* ». Pour ce faire, Florence de Boissieu met en scène le mobilier et les décos dans sa boutique, pour rendre ses produits vivants.

La Brocante de la Bruyère propose un service de location. Effectivement, il n'est pas indispensable d'acheter un produit pour en



Florence de Boissieu chine depuis plus de 25 ans.

profiter. Cette démarche s'inscrit dans une tendance actuelle de consommer plus responsable et de favoriser la seconde main. « *C'est un service qui fonctionne bien. Les professionnels sont intéressés par le fait de louer au lieu d'acheter* », commente l'entrepreneuse, dont les services rencontrent un franc succès. « *Depuis plusieurs années, la demande est croissante, de la part de grandes enseignes tout comme de plus petites marques* », ajoute-t-elle. Cependant, la brocanteuse l'assure : le service vente reste majoritaire dans l'activité de l'entreprise. Les professionnels sont à la recherche d'objets précis pour « *améliorer un espace* », qui ne seront peut-être plus utilisés après. Dans le futur, Florence de Boissieu compte investir différents salons professionnels, tels que Maison & Objet. Elle souhaite notamment toucher des acteurs du secteur qui ne se rendent pas à Rungis.

**Victoria Mbele**



## Maison LaGrange – Barbara et Vincent Ballot

Infusions et thés gourmands,  
cafés de spécialité de haute qualité  
13 bis, rue Gambetta  
70150 Marnay

Tél. : 06 38 69 16 07

[www.maison-lagrange.com](http://www.maison-lagrange.com)

**300 à 400 clients :**  
particuliers, restaurateurs, épiceries fines, corners spécialisés, grossistes

**20** tonnes de café de spécialité,  
uniquement des arabicas,  
commercialisés en 2023

## L'histoire

Promis à la reprise de la ferme familiale, Vincent Ballot a vu son destin prendre une autre direction à l'occasion d'un job d'été en 1994. La passion du café ne l'a plus quitté, il s'est formé puis est devenu expert en torréfaction au point de devenir le premier MOF français de la discipline en 2018. En 2010, il avait déjà ouvert son commerce ITC (infusions, thés, cafés) à Marnay avec son épouse Barbara. Depuis, il partage sa vie entre la torréfaction et le sourcing de ses cafés, apportant également aide et meilleure expertise à ses producteurs. Quand il lui reste du temps, il n'hésite pas à grimper sur les plateaux télé pour valoriser sa profession et le café, et cette indispensable touche finale du Repas à la française reconnu par l'Unesco.

Avec les producteurs de café,  
on se connaît, on travaille ensemble, on se construit un avenir commun.



## VINCENT BALLOT, TORRÉFACTEUR MOF POUR MAISON LAGRANGE Serviteur du bon café

**Vincent Ballot, premier MOF torréfacteur français, parcourt la planète pour trouver les meilleures arabicas de spécialité. Son credo : des produits de qualité associés et des prix rémunérateurs pour ses producteurs.**

C'est à la faveur d'un job d'été en 1994 que Vincent Ballot a découvert l'univers du café et de la torréfaction. Une révélation qui le mène en 2018 au premier concours MOF pour les torréfacteurs dont il devient le premier lauréat français. Vincent a le triomphe modeste. Il se réjouit que son col tricolore apporte un coup de projecteur sur la filière café. « *On se contente de griller le café, ce sont les producteurs et les terroirs qui lui apportent son excellence avant tout. Notre expertise, c'est d'adapter la technique de torréfaction, avec différentes courbes de chauffe, en fonction des produits et de leur origine.* »

Installée dans la petite commune de Marney en Haute-Saône, la boutique Maison LaGrange, inaugurée en 2004, n'a pas mis longtemps à se faire connaître. Les Ballot travaillent en couple. Quand madame exerce une créativité débridée sur les thés, et propose par exemple le « *Silence ça tourne* » saveur pop-corn, monsieur sillonne le monde à la recherche de cafés arabicas de spécialité, lesquels représentent « *environ 5 % de la production mondiale* », précise Vincent Ballot. « *Nous allons toujours sur place pour le sourcing de nos arabicas, Kenya, Tanzanie, Laos, Honduras, Japon, Éthiopie... Ça fait partie du métier et du plaisir ! Nous vérifions que les cultures sont qualitatives, bien menées et que les paysans sont suffisamment payés. Ils sont le plus souvent réunis en coopératives de dimensions variées de 10 à 1000 adhérents. C'est la moindre des choses qu'on leur permette de vivre de leur production.* »

### LUTTER CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

Comme Vincent est fils de paysan et qu'il a grandi à la ferme, il s'attache particulièrement à aider ses producteurs de café à se développer grâce à une aide botanique, afin de lutter contre le réchauffement climatique. « *Au Pérou, nous avons expérimenté une greffe arabica sur pied de robusta, cette dernière variété étant plus résistante à la sécheresse. Si ça fonctionne, cela permettra aux cultures de rester où elles sont plutôt que de se déplacer en altitude et*



Vincent Ballot a été le premier torréfacteur à obtenir le titre de MOF en 2018.

*engendrer de la déforestation.* » Au Costa Rica, le phénomène est déjà en marche et les cultures ne cessent de grimper en altitude pour compenser le réchauffement. « *Ce n'est pas une bonne chose, et cela crée des conflits pour les terres. Mieux vaut miser sur le développement de variétés plus résistantes.* »

En plus de sa boutique, Vincent commercialise ses cafés, pures origines et assemblages, auprès de chefs restaurateurs, des grandes épiceries fines de la Capitale, mais il compte également beaucoup sur Rungis et la maison Dispéré pour se faire mieux connaître dans Paris. « *C'est une chance pour nous d'être distribués par cette maison réputée pour ses produits d'exception.* » En 2023, Vincent a vendu 20 tonnes de café et mise sur 35 tonnes en 2024, sur un marché français qui représente 250 000 tonnes.

Caroline Maréchal



## Boucherie Meissonier

8, rue Meissonier,  
75017 Paris

Tél. : 01 47 63 00 19

**13** ans de présence  
sur les réseaux sociaux

**8** ans à la tête du syndicat  
des bouchers parisiens

## L'histoire

Véronique Langlais – née Flambard – est issue d'une famille de bouchers de la région parisienne, tout comme son mari Ludovic Langlais. Le couple s'est installé, en 1994, dans un premier commerce situé rue des Acacias, à proximité de l'Étoile, avant de s'implanter début 2006 rue Meissonier, près du parc Monceau, dans des locaux plus spacieux, où le couple – rejoint depuis par leur fils Jocelyn – travaille viandes et volailles mais propose aussi des fromages de terroirs. La cuisinière, devenue bouchère, s'est inscrite sur les réseaux sociaux en 2012 et a vite commencé à poster des photos de son métier. Des professionnels, en France, mais également aux États-Unis, lui suggèrent de perséverer en mettant en scène sa vie de bouchère et ses produits de façon résolument glamour. La néoinfluenceuse est vite repérée par la Fédération des bouchers de Paris dans laquelle elle s'investit au point de se présenter à la présidence. Elle y a été élue pour la première fois en 2017.

*Nous essayons autant que possible de varier les origines de nos produits dans la boucherie afin de faire rayonner les terroirs français, du bœuf de Charolles à la volaille de Bresse en passant par le porc Kintoa du Pays basque. Cette diversité est un patrimoine à défendre.*



## VÉRONIQUE LANGLAIS, BOUCHERIE MEISSONIER

# Billot, boulot, réseaux

Première présidente du syndicat des bouchers de Paris, Véronique Langlais défend ardemment le métier et l'art de la viande sur les réseaux sociaux. Elle n'était pourtant pas nécessairement destinée aux métiers de la boucherie.



Ses abonnés se délectent de ses clichés de muscles méthodiquement éplichés, de rôtis joliment ficelés ou de compositions de viande en forme de cœur... En bientôt dix ans de présence sur les réseaux sociaux, Véronique Langlais, alias « bouchère rock'n'roll », s'est fait un nom sur Instagram, où elle compte désormais près de 5 000 suiveurs, mais aussi sur X (ex-Twitter) ou encore LinkedIn. Une notoriété qui vaut à la présidente du syndicat des bouchers de Paris – première femme élue à cette fonction en 2017 – d'être régulièrement interviewée par les médias. Elle y a imposé son look résolument glamour et son franc-parler pour parler véganisme, prix de l'énergie ou encore place des femmes dans le monde de la boucherie. Quand elle était adolescente, Véronique Langlais avait pourtant « une aversion » pour le métier de boucher qu'exerçaient ses parents, assure-t-elle. Elle se tourne vers les métiers de la table et, après des diplômes obtenus à l'École hôtelière de Paris, commence un parcours dans des cuisines de palace.

Sa rencontre avec son mari Ludovic, lui-même boucher, va peu à peu modifier sa trajectoire professionnelle. Si dans leur première affaire, Véronique assure la fabrication des plats cuisinés pendant que son mari assure les achats et la découpe, elle se met peu à peu, dans leur boucherie de la rue Meissonier, à œuvrer sur le billot, après avoir bénéficié des conseils avisés

de son père et de son mari. Malgré l'absence de diplôme, son travail, affiché sur les réseaux, est régulièrement salué par ses pairs. « *J'ai à cœur de perpétuer et de mettre en lumière le travail spécifique de la découpe parisienne, dans lequel on dégraisse et on dénerve davantage qu'ailleurs. Une spécificité très ancienne que j'aime perpétuer* », insiste-t-elle.

## LA BOUCHERIE N'EST PAS ÉPARGNÉE À PARIS

Rejoint à l'atelier par leur fils Jocelyn, le couple a trouvé un équilibre entre les activités du commerce parisien et l'investissement de Véronique sur les réseaux et dans le syndicalisme. « *Contrairement à ce que l'on imagine, la boucherie parisienne n'est pas épargnée par la difficulté de transmission des affaires. On en a perdu une vingtaine en trois ans intra-muros* », déplore la présidente des 270 bouchers parisiens qui se démène pour mobiliser la profession. Au syndicat, elle défend la place du commerce artisanal dans la capitale, le statut du conjoint ou encore l'excellence des filières françaises qu'elle promeut également au sein de l'Académie de la viande. « *C'est cette diversité de l'offre que j'apprécie notamment sur le marché de Rungis* », note la bouchère parisienne, qui s'approvisionne en partie sur place, notamment chez Deplanche, Eurodis, Avigros, Courtin ou encore au Savetier de Rungis.

Bruno Carlhian



MAISON  
**BLANC**  
*La passion depuis toujours*

---

MAISON FAMILIALE DEPUIS 40 ANS

---

ÉTABLISSEMENT EMBLÉMATIQUE DU MARCHÉ DE RUNGIS

---

Coordonnées : [commandes@blanclapassion.fr](mailto:commandes@blanclapassion.fr) - 01.46.87.59.06

**MARCHON**  
161, rue Saint-Maur  
75011 Paris  
Tél. : 01 47 00 63 97



## Ici et ailleurs

Alexandre Marchon aime voyager et découvrir d'autres horizons. Plusieurs restaurants et événements font appel à ses services, en France et à l'étranger, notamment aux États-Unis ces derniers mois : Privé à New York en octobre et le salon Art Basel de Miami Beach au début de décembre. Appréciant faire « *plusieurs choses à la fois* », il ne cache pas une soif de nouveaux projets.

Le plaisir de manger et la gourmandise ont précédé sa vocation de cuisinier. « *J'ai beaucoup de souvenirs d'enfance qui sont liés à la gastronomie et à la nourriture. J'ai toujours été très gourmand*, confie Alexandre Marchon. Mes parents ne sont pas des grands cordon-bleus mais on mangeait bien à la maison : des produits frais, des fruits et légumes, des bonnes viandes, des bons poissons. » Le chef de 37 ans a en effet grandi « *dans une culture de la table* », où l'eau était mise en carafe et le fromage était présenté sur un plateau ou une assiette, à l'heure du déjeuner ou du dîner. Des éléments qui ont certainement germé en lui plusieurs années durant, avant de s'engager pleinement dans la restauration. « *Je travaillais en agence de pub et, d'année en année, ma passion pour la cuisine grandissait, même si elle était déjà grande. Et puis j'ai participé à "Un dîner presque parfait", que j'avais remporté [sur M6 en 2012, NDLR], donc ça a fini par me convaincre. J'ai mis un an à me poser les bonnes questions et à sauter le pas* », explique-t-il.

Depuis plus d'une dizaine d'années maintenant, Alexandre Marchon vit de sa passion pour la cuisine. Cet autodidacte de l'art culinaire a exercé pendant trois ans en tant que chef à domicile, il a cocréé le restaurant éphémère Pansoul (Paris, 12<sup>e</sup>), puis accompagné l'ouverture de Polichinelle (Paris, 15<sup>e</sup>) avec Christophe Michalak.

Propriétaire depuis quatre ans de son établissement éponyme de la rue Saint-Maur (Paris, 11<sup>e</sup>), le contexte de la crise sanitaire n'a pas facilité la tâche du chef. « *J'ai acheté Marchon en juin 2019. En ayant été ouvert deux mois en deux ans – et sans aide de l'État – la barre est difficile à remonter... Mais ça va* », tempère-t-il. Si 2022 fut « *une belle année* » pour son affaire, celle qui vient de s'écouler fut plus compliquée. L'année 2024, avec les Jeux olympiques

# Alexandre Marchon

Issu du monde de la publicité, Alexandre Marchon s'est orienté vers la cuisine en 2012. Outre des passages à la télévision, il est depuis quatre ans le chef de son propre restaurant, Marchon (Paris 11<sup>e</sup>).

© Marchon



© Marchon

«Les recettes partent d'un produit», selon le chef.

de Paris en point d'orgue, est scrutée avec attention par le restaurateur, à l'instar de tous les professionnels du secteur.

#### TERROIR ET SAISONNALITÉ

Pour Alexandre Marchon, l'inspiration repose avant tout sur les produits. Ces derniers évoluent selon une saisonnalité que le chef entend absolument respecter : « *Ce n'est pas moi qui choisis ce que je vais cuisiner mais la saison. C'est une certitude. Je cuisine en fonction des mercuriales de mes fournisseurs* », précise celui qui travaille principalement avec Terroirs d'Avenir pour les fruits et légumes, le grossiste rungissois Tristan Seguin pour la viande, ou encore Tom Saveurs et Oh ! Matelot pour le poisson. Le candidat de la 14<sup>e</sup> saison de Top Chef (membre de la brigade de Glenn Viel) opte pour des viandes françaises en circuit court, des poissons issus de la pêche raisonnée et des légumes en provenance de l'Hexagone. « *Je ne saurais pas travailler autrement, lance le chef. Je n'utilise pas de fruits qui viennent du bout du monde. C'est une évidence, pas un choix. Les recettes partent d'un produit.* »

Qualifiant timidement « *d'auteur* » sa cuisine, Alexandre Marchon n'est pas très à l'aise pour définir clairement son offre de restauration. « *Ce sont mes plats qui parlent le mieux de ça* », préfère ajouter l'intéressé. À défaut d'utiliser des qualificatifs abusifs, il soutient que sa cuisine « *est ancrée dans le territoire français* », assez éloignée de « *la cuisine fusion* », et qu'elle s'appuie notamment sur des légumes que l'on voit peu sur les autres cartes : « *C'est pour ça*

*que j'aime beaucoup l'hiver. En ce moment, on a des salsifis, de la puntarelle, du topinambour... Je préfère le printemps et l'été pour le temps et la lumière, mais j'aime l'hiver pour cuisiner. C'est plus difficile, on doit se creuser la tête. [...] On a plus de mérite en tant que cuisinier de sublimer une scorsonière – qu'on a reçue ce matin – plutôt qu'une tomate* », témoigne le restaurateur. Dans son établissement parisien de 50 couverts, Alexandre Marchon s'appuie essentiellement sur une cuisine légumière qui ne néglige pas la gourmandise. « *J'aime les combinaisons de saveurs efficaces et sans artifice. Pour moi, c'est dans l'alchimie simple et pourtant complexe de deux ou trois produits qui se subliment mutuellement que réside la magie* », estime le chef.

#### RECONNAISSANCE DES GUIDES

Titulaire d'une toque et d'une note de 12/20 dans le *Gault & Millau* 2024, le restaurant Marchon est identifié par le Guide jaune comme « *une agréable brasserie d'angle qui fonctionne bien, par sa modernité* ». La dernière édition du *Guide Michelin* récompense, elle, la « *conversion réussie* » d'Alexandre Marchon, dont « *les recettes (plutôt légumières) décoiffent et étonnent par leur réelle personnalité, leur apparente simplicité au service du goût et de l'efficacité* ». Des propos qui ne laissent pas indifférent le premier concerné : « *Cela fait trois ans que nous sommes dans le Guide Michelin et dans le Gault & Millau, évidemment que c'est irréel. Quand j'ai ouvert, je n'y pensais même pas. Étant autodidacte et n'étant pas du sérail, c'est des choses que je ne pouvais pas considérer, s'enthousiasme Alexandre Marchon. Ça récompense le travail de toute une équipe, je suis très fier d'elle. Mon rôle en tant que chef de cuisine et restaurateur est de diriger tout le monde.* » Mais la gestion du personnel est une problématique complexe. Après trois ans de collaboration, Alexandre Marchon a récemment vu partir sa directrice. Il tente aujourd'hui d'analyser sereinement l'importance du facteur humain dans la filière CHR, sans se ménager lui-même : « *Mon commis plongeur est ici depuis l'ouverture. Mais, comme dans tous les restaurants, il y a beaucoup de rotations. Nous avons eu trois seconds chefs en trois ans. Parfois, ils avaient d'autres envies, et quelques fois c'est moi qui ai mal fait mon travail. On a appris à chaque fois, il faut savoir se remettre en question.* » Les difficultés inhérentes au métier de restaurateur ne semblent pas avoir entaché pour autant sa passion. « *Le train-train* » d'une table unique ne correspond pas toujours au tempérament du chef. Ainsi, l'ouverture d'une nouvelle affaire pourrait être d'actualité, si « *l'opportunité* » se présente.

Jérémie Denoyer



© Jérémie Denoyer

Bavette d'aloïau, millefeuille de pommes de terre.



© Marchon

## Marchon, une table sobre et lumineuse

C'est un lieu épuré qui abrite l'enseigne éponyme d'Alexandre Marchon. Dans ce restaurant d'angle du 11<sup>e</sup> arrondissement, dont les baies vitrées de la salle donnent sur la rue Saint-Maur, les légumes ne sont pas des faire-valoir. « *Nous les sélectionnons en travaillant main dans la main avec des producteurs hexagonaux incroyables, qui prônent une agriculture bio, soucieuse de la terre, amoureuse de ses produits. Et pour emmener nos chers légumes au zénith, nous les travaillons uniquement à leur apogée: en pleine saison* », affirme l'établissement. Il est possible de découvrir la cuisine du chef Marchon pour un montant raisonnable le midi (menu complet à 32 €), ou bien se laisser tenter par un cinq temps (49 €), tandis que le menu carte blanche du soir – en cinq temps également – monte raisonnablement à 64 €. Marchon s'attache à offrir une cuisine dont les produits sont issus le plus possible d'Île-de-France ou de régions proches. Outre des produits sourcés (les viandes sont issues de petits élevages, les poissons sont pêchés à la ligne), l'utilisation de l'eau et du plastique est ici restreinte, les déchets alimentaires terminent au compost et les ampoules qui illuminent cette adresse sont en basse consommation. Référencé dans les deux guides les plus importants de France, le restaurant d'Alexandre Marchon dispose de trois macarons Écotable: niveau le plus élevé de ce label dédié à la restauration durable.

#### Ses fournisseurs

À RUNGIS

Tristan Seguin (viandes)  
Dynamis (fruits et légumes)

# Le Haut-Rhin Le charme de la tradition





**En matière de produits et de gastronomie, le Haut-Rhin fait preuve d'un certain conservatisme. La choucroute, le vin blanc, la charcuterie, le foie gras, et même les carpes restent incontournables sur les tables. Si cette tradition reste vivace, c'est avant tout grâce à un fort engagement qualitatif des producteurs et des artisans.**

Reportage et photos de Jean-Michel Déhais

**I**l suffit de se promener sur le marché de Noël de Colmar pour avoir un bel aperçu de la richesse et de la diversité des produits alsaciens. La géographie de la région explique cette opulence, avec à l'ouest la montagne des Vosges et à l'est la plaine du Rhin, qui assure des cultures et des élevages distincts mais très complémentaires. Le département du Haut-Rhin présente toutefois des spécificités. Il intègre une zone particulière dans sa partie sud dite le Sundgau – nom donné au pays situé autour d'Altkirch et en bordure de la frontière suisse –, qui se caractérise par des paysages plus vallonnés et la présence d'étangs. Le Haut-Rhin bénéficie en outre d'une partie montagneuse plus étendue que celle du Bas-Rhin. Il englobe notamment le Grand Ballon, point culminant du massif des Vosges. Non loin de là, se niche un village au nom évocateur, Munster. Cette localité a donné son nom à l'un des plus célèbres fromages français. Si la zone de délimitation de cette AOP laitière touche

sept départements voisins, cette recette de pâte molle serait née dans un monastère local avant d'être diffusée via le réseau des abbayes.

#### FROMAGE D'ESTIVE

Autour de Munster, certains fabriquent toujours le fromage dans la grande tradition. À Mittlach, Florent Campello pratique encore l'estive dans sa ferme de Schmargult. À la mi-mai avec son épouse, il déménage pour s'installer dans une markairie de la Chaume à 1 200 m d'altitude. Ses 80 vaches vosgiennes le suivent dans cette transhumance qui dure jusqu'à la Saint-Michel. Le troupeau qui passe l'hiver dans l'étable est donc nourri exclusivement à l'herbe et au foin avec un complément d'aliment pour vaches laitières. Florent Campello, 39 ans, est arrivé dans cette exploitation agricole de 140 ha comme employé il y a une vingtaine d'années. Il a ensuite pris avec son épouse la suite de son beau-père et n'a en rien renoncé à la polyvalence de cette ferme. Parallèlement à son ●●●



Éleveur de Vosgiennes, Florent Campello se partage entre sa ferme l'hiver et sa Markairie d'altitude l'été.



Les meules de hautes chaumes de Florent Campello.

●●● activité laitière, il continue d'élever des chèvres, des brebis, des porcs et des volailles. À ses heures perdues, il se transforme même en bûcheron. Pourtant, ce traditionalisme ne l'empêche pas de se tourner vers l'avenir. Toujours soucieux de valoriser sa production, il n'a pas hésité à investir 400 K€ dans la modernisation de son étable et l'installation d'un groupe de séchage qui lui permet de sécuriser sa production de foin.

Toutefois, le fromage reste au cœur de son activité. Il transforme lui-même et commercialise l'intégralité de sa production. « *Cette ferme qui va fêter ses 100 ans n'a jamais livré une goutte de lait à une laiterie* », assure-t-il. En effet, 47 % de sa production de lait est transformée en munster et 30 % en bargkass, un fromage alsacien à pâte pressée. Il fabrique aussi chaque année une vingtaine de meules de hautes chaumes de 18 kg à 42 kg, une spécialité très appréciée localement.

Ce producteur fermier estime pourtant que le munster qui se vend entre 15€ et 16€/kg est mal valorisé et que son cahier des charges n'est pas assez exigeant : « *Des efforts ont été consentis il y a trois ans*, admet-il, le nombre

de races de vaches admises a été limité à quatre. *Un minimum de 30 ares de pâturage a été fixé par vache et on a renforcé le contrôle organo-olfactif des fromages, mais c'est insuffisant.* » Il estime notamment qu'il faut encourager le retour de la Vosgienne dans les pâturages. Militant de la première heure, il est président de l'OS de cette vache. Cette race mixte, dont les femelles produisent en moyenne 5 300 kg de lait/an, regagne du terrain depuis une vingtaine d'années. Elle compte aujourd'hui quelque 10 000 laitières qui évoluent pour près de la moitié sur le massif vosgien. L'OS rassemble ainsi environ 200 éleveurs impliqués, soit dans les troupeaux allaitants, soit dans la production laitière.

Florent Campello souhaitait intégrer davantage la Vosgienne dans la production de munster. « *On peut indiquer sur le fromage "fabriqué avec du lait de Vosgienne" à partir du moment où 70 % du troupeau est constitué de vaches de cette race. Mais commercialement, ce n'est pas pertinent* », indique Florent.

C'est pourquoi en 2015, l'agriculteur a créé avec 9 de ses collègues une nouvelle marque collective, Cœur de massif. Ce fromage carré

## Le munster affiné sur bois de chez Dodin

En Alsace, il est courant que les clients des crémiers et des fromagers leur commandent un Dodin sans même préciser qu'il s'agit d'un munster. La maison Dodin, à Lapoutroie, a vu défiler cinq générations sous son toit en 120 ans d'existence. Brigitte et Éric Dodin-Baldinger qui la dirigent aujourd'hui sont parvenus à faire passer les tonnages annuels de munster de l'entreprise de 80 à 600 tonnes en 30 ans. La maison Dodin fait partie de dix affineurs de l'AOP. La coopérative laitière d'Herbéviller lui livre les munsters blancs frais pasteurisés qui sont affinés dans les locaux durant 21 jours, voire 30 jours pour la clientèle des crémiers. « *La signature de la maison Dodin, c'est le bois des planches de sapin sur lesquelles sont affinés les fromages. Il faut un an pour culotter une planche afin qu'elle donne son goût particulier au fromage.* » L'entreprise emploie 23 personnes et elle apporte un soin minutieux à chaque pièce, soigneusement lavée tous les quatre jours. Chaque année, les manipulations



La maison Dodin est la seule en Alsace à affiner le fromage sur des planches de sapin.



Éric Dodin-Baldinger, responsable de la maison Dodin.

se comptent en millions dans cette entreprise qui innove en automatisant par exemple l'emballage des fromages. Un progrès qui a permis de libérer quatre postes pour créer un petit atelier bio. Pour

autant, pas question de quitter les locaux exiguës du centre-ville de Lapoutroie. Les murs couverts de liège et peints à la chaux participent à l'alchimie fromagère qui a fait le succès de Dodin.

de 6 à 8 kg est une pâte pressée cuite à croûte naturelle. Les vaches sont nourries sans OGM ni ensilage et bénéficient au minimum de 150 jours de pâturage, précise Florent. « *Au début, nous avons admis des troupeaux constitués à 55 % de Vosgiennes, mais à condition de faire progresser chaque année la part de la race de 5 %.* » Quoi qu'il en soit, la marque Cœur de massif fait son chemin puisqu'elle fédère désormais 23 producteurs qui parviennent à valoriser ce fromage autour de 20 €/kg.

### ÉTERNELLE CHOUCRUTE

À côté du munster, la choucroute occupe une bonne place dans le panthéon des spécialités alsaciennes. Les principaux spécialistes de ce légume se situent dans le Bas-Rhin, mais quelques-uns maintiennent une activité dans le Haut-Rhin. C'est le cas de la Choucrouterie Claude, installée à Chavannes-sur-l'Étang, dans le sud-ouest du département. « *Il existait une tradition choucroute dans le Territoire de Belfort qui est tout proche et qui comptait autrefois six entreprises* », rappelle Pascal Claude, le patron. Cet homme de 61 ans est aussi agriculteur et cultive ses propres choux sur ses 65 ha de terres. « *Mes parents produisaient des choux, explique-t-il, Au début des années 1960, les choucrouteries voisines ont fermé leur porte et mon père a décidé de transformer lui-même sa production.* »

Actuellement, la choucrouterie Claude produit jusqu'à 500 tonnes de choucroute par an. Elle est fabriquée entre le mois d'août et le mois de décembre, à partir de chou cabus qui présente l'avantage de ne pas avoir de grosses côtes. Après avoir ôté le trognon, le chou est tranché en fines lanières avant d'être salé. Il est ensuite placé dans des cuves de fermentation de 3 m de profondeur, capables d'accueillir 15 à 35 tonnes de choux. Cette phase présente une durée variable selon les saisons : 15 jours en d'août et 1 mois en novembre. La choucroute peut alors être conditionnée afin d'être vendue crue, soit 50 % des ventes de la choucrouterie. L'autre moitié est cuite dans des autoclaves d'une capacité de 600 kg pendant 3 h. Les conditionnements proposés varient entre 480 g et 10 kg. Le rayonnement commercial de la choucrouterie Claude s'étend sur tout le Grand Est et la Suisse.

L'entreprise possède aussi d'autres cordes à son arc. Elle a monté une ligne de production de chips de pommes de terre, mais surtout des navets salés, grande spécialité alsacienne. Une centaine de tonnes de ce produit sortent chaque année des ateliers. Coupés en filaments blanchâtres, ils sont salés et marinés. En Alsace, la choucroute demeure •••

## Le vin, l'atout maître

Le Haut-Rhin, souvent en retrait en matière de production agricole par rapport au Bas-Rhin, est en tête dans un secteur de poids, celui du vin, avec 58 % des surfaces, mais aussi une majorité des 51 grands crus définis dans l'AOP Alsace. Au total, l'AOP couvre 156 km<sup>2</sup> et s'étend sur 120 km de long et 4 km à 20 km de large entre Wissembourg au nord et Thann au sud. Globalement, les blancs représentent 95 % des ventes, une chance alors que les tendances de consommations actuelles sont focalisées vers cette couleur. Une partie du vignoble est plantée dans la plaine du Rhin et l'autre sur les collines des Vosges. C'est sur cette partie que l'on retrouve les grands crus, expression des terroirs alsaciens. La région reste liée aux monocépages. Dans le Haut-Rhin, le gewurztraminer domine avec 22 % des surfaces, suivi par le riesling et le pinot gris. Les coopératives, un temps en retrait, sont revenues dans le jeu à la faveur d'efforts qualitatifs importants. Il faut ainsi citer la cave de Turckheim qui, avec une production de 3,5 millions de bouteilles, se positionne comme le 4<sup>e</sup> metteur en marché d'Alsace. Christophe Botté, le directeur, et Daniel Gérold, le maître de chai, ont su tirer parti des apports des 250 coopérateurs de la cave pour mettre en valeur les trois grands crus locaux, Brand, Hengst et Sommerberg. Ils sont également parvenus à créer une gamme innovante à partir d'un chai entièrement modernisé. Tout en maintenant une gamme de tradition, ils ont mis en place des vins bios, des sélections parcellaires comme le riesling T, ainsi que des assemblages comme la cuvée Légende.



Le grand cru Brand, une fierté de la cave de Turckheim.



Conditionnement de la choucroute après cuisson dans la choucrouterie Claude.



Jean-Noël Schellenberger vend ses foies gras sur le marché de Noël de Colmar.



Michel Herrscher dans sa charcuterie de Colmar.

••• indissociable de la charcuterie dans cette région, on ne compte plus les recettes de saucisses. « Nous avons des knacks de bœuf, de porc, la saucisse noire au sang, la saucisse de foie de porc et de veau, celle à la bière, le bœuf/porc à la graine de moutarde, la saucisse de jambon, etc. », énumère Michel Herrscher. Cet entrepreneur de 65 ans est à la tête d'une des plus célèbres charcuteries de Colmar. La Maison Herrscher a été fondée par son père en 1955. Aujourd'hui prospère, elle emploie une cinquantaine de salariés et près de 1 000 tonnes de produits sortent de ses 2 500 m<sup>2</sup> d'ateliers ultramodernes, agrandis il y a sept ans. « Tout reste artisanal, confie Michel Herrscher. Nous faisons du sur-mesure et nous avons un niveau de qualité que les industriels n'arrivent pas à reproduire. Nous incorporons

*dans nos produits moins de gras, moins d'additifs et moins de nitrites.* » Mais au total, la Charcuterie Herrscher emploie 180 personnes si on compte les effectifs des 12 boucheries-charcuteries des magasins Grand Frais approvisionnés par l'entreprise. Connue pour son savoir-faire et ses produits bien adaptés aux goûts de la clientèle alsacienne, Michel Herrscher s'est vu confier la gestion du réseau régional de l'enseigne. « En réalité, détaille-t-il, je suis associé majoritaire dans deux magasins et j'en gère dix pour le groupe Despinasse. » Cette entreprise stéphanoise, présente dans 170 Grand Frais, a en effet décidé de s'appuyer sur ce professionnel local à la suite d'une forme de joint-venture conclue entre les deux entités. Parmi les 50 références proposées par la maison, les charcuteries

## La confiture de la Table alsacienne

Le Haut-Rhin est également un pays de confiture. On le savait grâce à la présence à Niedermorschwihr de la célèbre maison Ferber, mais le département abrite aussi un vice-champion du monde de confiture en la personne de Patrick Loewert, sacré deux fois lors de l'épreuve à Beaupuy, dans le Lot-et-Garonne, en 2022 et 2023. Ce professionnel qui exploite avec son fils, Christophe, La Table alsacienne, une institution biscuiterie de Kaysersberg, a créé par le passé un atelier de confiture dans la localité voisine de Riquewihr où il fait cuire ses confitures devant la clientèle, dans un chaudron en cuivre. Ses spécialités confectionnées à base de fruits locaux venus des alentours (quetsche, prune, mirabelle ou abricot) sont très prisées. La confiture d'asperges issues de la commune de Sigolsheim fait partie des meilleures ventes. Au total, 50 000 pots sont écoulés chaque année dans les deux magasins de l'entreprise. Selon Patrick Loewert, la recette réside dans l'utilisation de fruits très frais, mais aussi dans des cuissons rapides qui durent entre 15 et 20 min.



Christophe Loewert présente les confitures de son père, Patrick.



Marcel Metzler a inventé un procédé pour obtenir du foie gras d'oie sans gavage.



La pisciculture Kohler propose des carpes de 1,5 à 3 kg.

pâtisseries (pâté croûte, jambon croûte, tourte) constituent les grandes spécialités de la maison. Michel Herrscher est aussi un acteur incontournable du gibier en Alsace. Il livre à ce titre les grandes tables locales comme l'Auberge de l'Ill ou le Flambard d'Olivier Nasti à Kaysersberg. À Paris, Pierre Gagnaire fait partie de ses clients. À Rungis, il livre quelques grossistes et peut, à l'occasion, racheter du gibier d'import.

#### LE FOIE GRAS EST AUSSI ALSACIEN

Le foie gras est également une affaire alsacienne avec une persistance des spécialités à base d'oie chez de nombreux fabricants.

Dans le Haut-Rhin, les acteurs de ce secteur conservent une approche très artisanale à l'image de Jean-Noël Schellenberger, dont l'entreprise est spécialisée non seulement dans la production de foie gras, mais aussi dans celle de salaisons alsaciennes et de viandes fumées. Représentant de la deuxième génération à la tête de cette entreprise, Jean-Noël Schellenberger a beaucoup investi dans son atelier d'Oberhergheim avant la crise sanitaire. Les confinements et les épisodes de grippe aviaire ont perturbé son entreprise. Heureusement, en 2023, il a pu retrouver ses marques et la fidèle clientèle qui l'attend sur les marchés de la région. Ainsi, son foie gras d'oie a obtenu cinq médailles d'or au concours général agricole, il est très apprécié. « Nous donnons à nos foies un assaisonnement plus prononcé avec du sel de Guérande qui est moins agressif et divers poivres, explique Jean-Noël. Nous observons également une maturation de 30 jours et nos foies gras d'oie sont proposés en

*semi-conserves, car cuits entre 75 et 80°*. » Non loin de là, dans le joli village de Gueberschwihr, accroché aux collines vosgiennes, Marcel Metzler est réputé pour son foie gras Canoie, une recette brevetée en 1990, alliance de foie gras d'oie et de canard. Ce personnage haut en couleur reste cependant un spécialiste de l'oie qui constitue les deux tiers de ses ventes. Il se fournit en foie auprès de deux petits éleveurs, l'un situé dans le Quercy et l'autre dans le Périgord. Il reconnaît que les foies gras d'oie qu'il achète sont 50 % plus chers que ceux de canard : « *Il faut quatre mois pour élever une oie, soit un mois de plus qu'un canard, le gavage dure 18 jours contre neuf pour le canard.* » Mais une fois cuits, les différences de prix entre l'oie et le canard sont lissées afin de préserver le marché de l'oie qui, selon Marcel Metzler, représente la « tradition alsacienne ».

Mais surtout, l'ancien restaurateur vient de défrayer la chronique en proposant les premiers foies gras d'oie obtenus sans gavage. Une invention qui pourrait réconcilier les amis des animaux et les amateurs de ce mets. Toutefois, Marcel Metzler précise par honnêteté que son produit ne bénéficie pas de l'appellation car la législation qui la définit considère le gavage comme incontournable : « *Contrairement au canard, l'oie ne se laisse pas faire au gavage. En revanche, elle peut se gaver naturellement si on lui propose de la nourriture riche en abondance. J'ai mis au point un régime approprié et je place les oies dans une ambiance Club Med...* », expose-t-il. Les premières expériences effectuées permettent de produire des foies gras de près de 450 g ; ce qui correspond

au minimum prévu par la législation. Affaire à suivre... Outre la choucroute ou le foie gras, les produits de pisciculture et notamment la carpe font également partie des spécificités du Haut-Rhin. Le Restaurant de la gare Munzenberger, à Hirtzbach, et À la couronne, à Carspach, figurent parmi les plus réputés. Cette tradition reste particulièrement vivace dans le Sundgau. Il existe même la Route de la carpe frite qui recense une trentaine d'établissements proposant cette spécialité locale. Jean-Luc Reitzer, qui a siégé 33 ans au Palais-Bourbon et occupa durant 34 ans le fauteuil de maire d'Altkirch, préside cette association gastronomique.

Par ailleurs, depuis trois générations, la pisciculture Kohler, à Friesen, surfe sur cette spécialité. Elle dispose de 100 ha d'étang qui lui offre la possibilité de proposer de la carpe, du brochet, du sandre, du gardon, de la tanche, de la perche et de la truite. « *Nous achetons aussi du poisson dans la Dombes et la Brenne, il nous arrive même d'importer d'Allemagne et de la République tchèque* », déclare le responsable de l'entreprise, Jean-Baptiste Stadler. La pisciculture Kohler est en plein développement. Elle emploie neuf salariés et possède une flotte de camions spécialisés qui permettent de transporter le poisson vif.

De plus, l'entreprise s'est dotée d'un nouveau laboratoire de découpe de 200 m<sup>2</sup>. Elle peut ainsi répondre à la forte demande pour les filets. La clientèle de Kohler n'est pas seulement locale. En effet, la pisciculture rayonne sur toute la France. Elle est même présente au Marché de Rungis où elle compte parmi ses clients la Maison Blanc.



# Taureau de Camargue, la rusticité en ligne de mire

**Le volume de production très réduit fait du taureau de Camargue, en appellation d'origine protégée, une viande rare à la typicité intéressante.**

Rares sont ceux ayant un jour eu l'occasion de planter leur couteau dans un morceau de viande de taureau. En effet, « *le volume de production annuel est assez réduit. Seulement 300 tonnes de viande de taureau de Camargue sont produites chaque année car cet animal est d'abord élevé pour les jeux et pour le maintien de l'écosystème* », précise Claire Mailhan, éleveuse près d'Arles (Bouches-du-Rhône) et présidente de l'association AOP viande de taureau de Camargue. En effet, à l'image des chevaux de cette région, les taureaux évoluent sur des grandes étendues : « *Grâce à leurs déplacements, ils maintiennent les milieux ouverts. Sans animaux, les espaces se refermeraient car certaines plantes, comme les ronces, pourraient proliférer* », déclare Claire Mailhan.

Le taureau de Camargue est la première viande bovine à obtenir son appellation d'origine contrôlée (AOC) en 1996, puis son appellation d'origine protégée (AOP) en 2001. En bouche, Claire Mailhan précise qu'« *il est nécessaire de dédramatiser l'idée que l'on peut se faire de cette viande. Les gens ont souvent peur que cela soit fort, mais en réalité, la viande est plus rouge qu'elle n'est forte. Le taureau possède plus de typicités et de rusticité que le bœuf domestique, mais cela*

*n'a rien à voir avec la différence qu'il peut y avoir entre le porc et le sanglier par exemple.* » Cette saveur typique, le taureau de Camargue AOP la conserve grâce au suivi d'un cahier des charges strict : « *Pour pouvoir prétendre à l'AOP, les bêtes doivent pâtrir toute l'année en extérieur et, au moins six mois de l'année, sur des zones humides avec du fourrage issu de la zone géographique de l'AOP* », déclare Claire Mailhan. C'est cette méthode d'élevage singulière qui nous permet de maintenir le côté sauvage de nos animaux. »

Par ailleurs, seules deux races peuvent prétendre à l'AOP taureau de Camargue : la Camarguaise et l'Espagnole. « *En ce qui concerne la race espagnole, ce sont essentiellement des femelles [AOP taureau de Camargue, NDLR], car les mâles foulant le sol d'une arène meurent toujours au combat. Pour la race camarguaise, il y a aussi des mâles car ces derniers ne sont pas destinés à mourir. En revanche, ils sont tous castrés sinon ils s'entre-tueraient jusqu'au dernier* », indique l'éleveuse. La production de cette viande étant limitée géographiquement et quantitativement, très peu de chefs possèdent le privilège de la cuisiner. C'est toutefois le cas de Joannès Richard, champion du monde de burger 2023.

Élisa Hendrickx



**Le vin qui  
lui va bien...**

Il sera intéressant de privilégier un vin issu d'un terroir proche de la Camargue comme une appellation baux-de-provence telle que la cuvée Cornaline, un assemblage syrah grenache et cabernet sauvignon du Domaine de la Hauvette. Ce vin apportera son côté juteux et sanguin pour alliance parfaite avec la puissance du taureau.



# La bergamote, saveur singulière

**En matière d'agrumes, la bergamote est sans égale. Elle parfume le thé Earl Grey depuis le XIX<sup>e</sup> siècle et peut se consommer à différents stades de maturité.**

Semblable à une petite orange de couleur verte, la bergamote se colore de jaune une fois arrivée à maturité. Si ses origines restent aujourd'hui encore assez floues, cet agrume s'épanouit néanmoins très bien sur le pourtour méditerranéen. Encore considérée comme l'or vert des terres calabraises, la bergamote fait la richesse de cette région depuis le XVII<sup>e</sup> siècle. Bien que ce fruit soit souvent confondu avec le citron vert avant sa maturité, son arôme puissant laisse finalement très peu de place au doute. « *La première chose qui vient à l'esprit lorsque l'on sent une bergamote, c'est l'Angleterre, car elle est utilisée dans la préparation du traditionnel thé Earl Grey* », explique Mathieu Vessières, agrumiculteur dans les Pyrénées-Orientales. En effet, « *le parfum de la bergamote est assez unique, il possède à la fois une grande puissance aromatique et une certaine élégance* » précise l'agrumiculteur.

En revanche, selon Mathieu Vessières, la saveur de la bergamote évolue tout au long de sa maturation : « *lorsqu'elle est encore verte, la bergamote est très poivrée et puissante* ». Plus mûr, l'agrumé devient « *complexe et développe une large palette aromatique* », précise-t-il.

Son odeur si singulière, « *presque chimique* », ironise Mathieu Vessières, la bergamote la tient des nombreuses huiles essentielles contenues dans sa peau.

Les bergamotes peuvent se cultiver entre le mois de novembre, pour les variétés les plus précoces comme c'est le cas pour la « *Femminello* », et le mois de février, pour les variétés les plus tardives telle que la « *Citrus bergamia* ». De plus, elles peuvent être cuites à différents stades de maturité : « *certains chefs aiment s'en servir lorsqu'elles sont encore vertes dans les flans et les panna cottas, d'autres, les utilisent plus mûres dans des plats salés* », précise Mathieu Vessières. Ainsi, Nicolas Mathiot, chef du restaurant la Primatiale à Nancy (54), région où la bergamote est reine puisqu'on y confectionne les fameuses Bergamotes de Nancy – des bonbons parfumés à l'huile essentielle de bergamote – depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, utilise les zestes de bergamote en remplacement des zestes de citron et propose à sa carte « *une tarte à la bergamote meringuée, mais également des tajines et des risottos de crevettes parfumés à la bergamote, car cet agrume se marie très bien avec les fruits de mer* ». Élisa Hendrickx



## Le vin qui lui va bien...

Une appellation des Pyrénées pacherenc-du-vic-bilh sec, cépages petit et gros manseng du Domaine Labranche-Laffont. L'acidité de ce vin s'allie volontiers avec l'agrumé. Des notes sucrées arrondissent avec douceur la saveur de la bergamote.



## Mont d'or, crémeux d'altitude à la saveur boisée

**Dans le Haut-Doubs, le mont d'or, fromage artisanal au lait cru de vache ceinturé de bois d'épicéa et délicatement rangé dans une boîte, n'est produit que six mois dans l'année.**

Pour Éric Février, éleveur et président du Syndicat interprofessionnel du mont d'or, « *la particularité de ce fromage réside avant tout dans le fait qu'il soit saisonnier. Le mont d'or est fabriqué uniquement entre le 15 août et le 15 mars* ». Fromage d'altitude, ce produit possède à lui seul deux noms : mont d'or et vacherin du Haut-Doubs, tous deux protégés par une Appellation d'origine protégée (AOP) depuis 1996. Si le mont d'or est indissociable de sa boîte, ses arômes de sous-bois lui sont quant à eux conférés par sa ceinture d'épicéa. En effet, dans l'heure suivant son moulage, le mont d'or est toujours sanglé d'une fine lamelle réalisée à partir de ce résineux. « *C'est l'arbre emblématique de la région. Il n'y a d'ailleurs que ça dans le Haut-Doubs* » précise Éric Février.

Par ailleurs, sans cette sangle fabriquée à la main par les sangliers – le nom donné à ces artisans régionaux – ce fromage, de nature très moelleuse, aurait tendance à s'affaler rapidement. Fabriqué à plus de 700 m d'altitude, il tient son nom d'après la plus haute montagne du Doubs, le mont d'Or (1461 m).

D'autre part, la confection du mont d'or doit suivre un cahier des charges très strict. Tout

d'abord, seules deux races de vache peuvent entrer dans la confection de son lait : la montbéliarde et la simmentale. Ces dernières, à la fois laitières et rustiques, produisent un lait riche en matières grasses. Elles ont chacune besoin d'au minimum 1 ha et doivent être élevées dans des espaces possédant au minimum 80 % de prairie permanente. L'été, ces animaux doivent pâturer et, l'hiver, le fourrage qui leur est donné doit uniquement provenir de l'exploitation dont elles sont issues. Le mont d'or, qu'il soit laitier ou fermier, est toujours au lait cru et, chaque année, les dix ateliers habilités à le produire en fournissent 550 tonnes.

À table, Éric Février déclare que ce fromage peut se déguster « *aussi bien chaud que froid* ». En effet, si « *la boîte chaude* » – comme on la nomme dans la région lorsque le fromage est passé au four et accompagné de pommes de terre, de jambon et de salade – connaît un franc succès, c'est bel et bien lorsqu'il est « *servi froid sur un plateau de fromages qu'il peut exprimer tous ses arômes boisés et beurrés* », indique le président du Syndicat interprofessionnel du mont d'or.

Élisa Hendrickx



### Le vin qui lui va bien...

Un chardonnay du Jura tel que l'Arbois Clos de la Tour de Curon du Domaine Tissot lui apportera une jolie acidité ainsi qu'une minéralité pour aller à contre-courant des saveurs tendres et beurrées du mont d'or.

# AVEC L'INFLATION, LES GENS VONT DE PLUS EN PLUS AUX RESTOS.

170 MILLIONS DE REPAS  
DISTRIBUÉS EN UN AN,  
C'EST LA HAUSSE LA PLUS FORTE  
DE NOTRE HISTOIRE.  
ON COMpte SUR VOUS.



FAITES VOS DONS  
EN FLASHANT CE CODE  
OU SUR [RESTOSDUCOEUR.ORG](http://RESTOSDUCOEUR.ORG)





© Ana Teixeira/Interfel

# L'endive

## Ce légume-feuille, salade d'hiver par excellence, est principalement produit dans le nord de la France.

L'épopée de l'endive commence par une histoire belge. On raconte en effet dans les Flandres que, au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, un producteur belge qui cherchait à payer moins d'impôts a caché une partie de ses racines de chicorée dans sa cave. Au bout de trois semaines, la racine ayant poursuivi sa croissance a laissé place à un bourgeon blanc nacré. L'endive était née.

Histoire vraie, ou pas ? En tout cas, c'est à partir de la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle que se développe en Belgique d'abord, en France ensuite, la culture de l'endive par forçage. La culture et la production d'endives se réalisent en plusieurs étapes : le semis des graines de chicorée au printemps ; la récolte des racines à l'automne ; et le forçage pendant 21 jours. On arrive ainsi aux premiers jours de décembre. L'endive constitue la salade d'hiver par excellence, même si désormais elle est disponible presque toute l'année. Premier producteur d'endives d'Europe, la France génère près

de la moitié (42 %) du volume européen estimé, d'après Eurostat, à 588 000 tonnes en 2021. Elle est suivie par l'Italie (36 %), les Pays-Bas (10 %) et la Belgique (6 %). Mais la production nationale recule. Elle a chuté de 24 % sur la période 1998-2022. En 2022, elle s'est établie à 206 239 tonnes de racines d'endives sur 7 476 ha (-14 % par rapport à la période quinquennale). En 2023, la production de chicons d'endives, obtenue à partir du forçage des racines de septembre 2022 à août 2023, est estimée à 128 000 tonnes. Elle serait ainsi en repli de 17 % sur un an et de 16 % par rapport à la moyenne des cinq dernières années, annonce Agreste, le service statistique du ministère de l'Agriculture.

Le nord concentre la grande majorité de la production avec 6 869 ha en 2023, devant l'ouest (Bretagne notamment) avec 368 ha,

et 239 ha pour les autres bassins de production. Toutefois, la filière doit faire face à plusieurs difficultés, parmi lesquelles la baisse de l'engouement du consommateur pour ce produit et la hausse des coûts de production, notamment ceux de l'énergie, la phase de forçage étant très consommatrice d'électricité.

La France est exportatrice nette d'endives. Au cours de la campagne 2022-2023, 7 658 tonnes ont été exportées pour 2 317 tonnes importées. L'Italie est de loin notre premier marché avec 4 368 tonnes vendues au-delà des Alpes, suivie de l'Allemagne (1 883 tonnes) et de l'Espagne (564 tonnes). Nos importations proviennent essentiellement de Belgique (1 834 tonnes). L'endive est le 6<sup>e</sup> légume le plus consommé en France avec un peu plus de 5,2 kg par ménage et par an.

Si l'endive blanche aux pointes jaunes (ou chicorée witloof) est la variété la plus couramment produite et consommée, il existe d'autres variétés d'endives, comme les chicorées vérone et chioggia, d'origine italienne. De couleurs blanches et rouges, elles sont également moins amères. Variété plus commerciale, la carmine est issue d'un croisement entre les trois variétés précédentes. On peut citer encore la barbucine, aux feuilles dentelées, elle est issue d'un croisement entre une witloof et une variété ancienne. Enfin, certains opérateurs proposent des jeunes pousses d'endive. Il n'existe à ce jour qu'une seule endive sous signe de qualité. Il s'agit de l'« Endive de pleine terre » Label rouge. La filière a été créée dans les années 1980 pour préserver ce mode de production traditionnel. Le Label rouge a été obtenu en 2014. Les « Endives de pleine terre » se distinguent par leurs qualités gustatives, notamment par leur texture croquante, et par une meilleure conservation. Ce segment a trouvé sa clientèle. Le nombre de producteurs est passé de 25 en 2014 à 34 en 2019 (d'après les derniers chiffres disponibles). Et la production de 340 tonnes à 1 035 tonnes sur la même période.

Olivier Masbou

## En chiffres

- **128 000 tonnes d'endives produites en 2022-2023**
- **La France est le 1<sup>er</sup> producteur européen**
- **6<sup>e</sup> légume consommé par les Français**



**1**  
JEAN DE QUERVIL

## Des tripes mais à la normande

Les tripes à la normande constituent sans doute la recette de tripes la plus répandue. Celles-ci, proposées en bocaux de 450 g et 700 g, sont fabriquées dans la Manche, où se trouve l'usine Renaud Saveur du grossiste Dispéré de Rungis. Les tripes Jean de Quervil sont cuisinées à partir de panse et de pieds de bœuf, mais aussi de carottes et d'oignons, de cidre normand (10 %) et de calvados (1,5 %). Le produit est fabriqué selon des méthodes artisanales, sans polyphosphates, à partir de viandes françaises et avec des carottes et oignons frais. C'est un produit peu gras (8 g de MG pour 100 g) dont la consommation grimpe naturellement en hiver.

**2**  
IGP

## Le « Bœuf irlandais à l'herbe » reconnu

Le « Bœuf irlandais élevé à l'herbe » (« Irish Grass Fed Beef ») a été enregistré en tant qu'IGP. La viande doit provenir d'animaux dont le régime alimentaire est composé d'au moins 90 % d'herbe et de fourrages issus des prairies. L'IGP garantit que les animaux paissent dans des pâturages ouverts pendant au moins 220 jours par an. Avant de pouvoir commercialiser l'IGP, les abattoirs et ateliers de découpe devront être audités par le ministère irlandais de l'Agriculture. L'agence irlandaise chargée du développement de l'agriculture et de l'alimentation Bord Bia, prévoit une campagne de promotion de l'IGP sur les principaux marchés européens.

Dispéré

Pavillon de la viande

**3**  
AGRUMES

## Quand la Bretagne s'affirme

Lancée il y a quatre ans, la culture des agrumes par les maraîchers Prince de Bretagne gagne du terrain. Les sept producteurs qui se sont lancés dans l'aventure produisent désormais yuzu, citron caviar rose, limequat, kumquat, combava, cédrat main de bouddha (nouveau en 2023), citron meyer sanguin et orange caviar (nouveau en 2023). Le climat de la Bretagne, adapté à la culture des agrumes, ouvre un créneau après la production corse. Après un démarrage confidentiel, la production double maintenant tous les ans et a représenté, en 2023, 5 000 m<sup>2</sup> de production en conventionnel et en bio en Ille-et-Vilaine, Côtes-d'Armor et Finistère.

Pavillons fruits et légumes

**4**  
TERROIR

## Le sel de l'île de Ré distingué

La dénomination « Sel de l'île de Ré-Fleur de sel de l'île de Ré » a été reconnue en Indication géographique protégée (IGP) en novembre dernier. Le « Sel de l'île de Ré » et la « Fleur de sel de l'île de Ré » sont récoltés depuis près d'un millénaire sur l'île de Charente-Maritime. Le cahier des charges du produit impose l'interdiction des désherbants chimiques, l'absence du lavage, du lessivage du sel après la récolte, ou encore l'interdiction totale d'additifs après la récolte... Près de 550 ha de marais salants sont en production sur l'île de Ré. Par ailleurs, le sel est récolté par environ 100 producteurs dont 65 sont réunis en coopérative.

Secteur de la gastronomie



# Le végétal ornemental vise la haute qualité

**Les signes officiels de qualité ne sont pas réservés aux produits alimentaires. Il existe une filière dédiée au végétal ornemental avec ses propres « Label rouge » et bientôt, peut-être, une Indication géographique protégée (IGP).**

**C**e ne sont pas les plus connus des signes de qualité. Et pourtant, le secteur du végétal ornemental a lui aussi, comme les produits destinés à l'alimentation, ses signes officiels de qualité. Il y en a 7 à ce jour (6 « Label rouge » et une IGP). C'est le « Gazon de haute qualité » qui est la première plante ornementale à obtenir un signe officiel d'origine et de qualité, en l'occurrence le Label rouge. Le premier cahier des charges a été homologué en 1995. Face à l'abondance de l'offre, les professionnels de l'époque ont souhaité proposer un gazon issu d'une sélection rigoureuse de semences provenant des meilleures variétés. « La recherche dans ce domaine permet de sélectionner des variétés toujours plus intéressantes pour les utilisateurs. C'est ainsi que l'on a pu obtenir des variétés à feuilles plus fines, couvrant mieux le

terrain et formant un tapis plus dense. En plus de cette amélioration de l'aspect esthétique, la sélection variétale a permis d'obtenir des gazons nécessitant moins d'entretien », explique l'organisme Qualité plantes. Cette sélection des semences permet également de proposer des gazons adaptés aux différents usages. Les gazons « Label rouge » sont classés en trois appellations qui correspondent à ces différentes utilisations : sport et jeux ; détente et agrément ; et ornement.

Le gazon est longtemps resté le seul Label rouge de ce secteur. Jusqu'en 2010, année où il a été rejoint par les « bulbes à fleurs de dahlias ». Un dahlia Label rouge offre la garantie de forme et de couleur de la fleur. Les bulbes, sélectionnés par un jury d'experts, doivent fournir des plantes florifères, résistantes aux maladies, jolies... Aujourd'hui, plus

de 100 variétés de dahlias peuvent prétendre au précieux Label. Les choses se sont ensuite accélérées, et la décennie 2010 a vu se multiplier les homologations. Les plants de rosier de jardin en 2015, les plants de géraniums et le sapin de Noël coupé en 2016. « Pour être labellisée, une variété de rosier doit obligatoirement avoir reçu un prix dans un concours de rose indépendant où elle est jugée par des experts pendant au moins deux ans », précise Qualité plantes. Mais ce n'est pas suffisant. Les variétés sont ensuite soumises à l'avis des consommateurs qui testent la vigueur des plantes, leur résistance aux maladies, le nombre et la qualité des fleurs. Une cinquantaine de variétés sont inscrites dans le catalogue des rosiers « Label rouge ». Elles sont regroupées en quatre grandes familles : le rosier buisson à grandes fleurs ; le rosier buisson à fleurs groupées ; le rosier paysager ; et le rosier grimpant. Le premier critère retenu pour qu'un géranium puisse revendiquer le Label rouge est le nombre de fleurs. « Seules les variétés produisant plus de fleurs que la moyenne sont retenues. Elles doivent aussi fleurir de façon régulière

tout au long de la belle saison », explique Qualité plantes. Et, les géraniums « Label rouge » doivent être commercialisés avec de nombreux boutons floraux. Plus de 70 variétés sont disponibles. Le sapin de Noël est le premier arbre à pouvoir accéder au Label rouge. « Chaque arbre est sélectionné individuellement, au champ, avant même d'être coupé. Seuls sont marqués "Label rouge" les arbres répondant à des critères esthétiques très exigeants : la densité du feuillage, la forme équilibrée, la taille et la forme de la flèche... ». Aucun détail n'est mésestimé. Ainsi, « afin que les aiguilles tiennent bien, les sapins "Label rouge" sont coupés plus tardivement que les autres ».

#### BIENTÔT LA PREMIÈRE IGP HORTICOLE

Derniers, à ce jour, à être reconnus « Label rouge », les arbres fruitiers de jardin. Le Label a été accordé en 2022 à cinq espèces : les abricotiers, les cerisiers, les poiriers, les pommiers et les pruniers. Chaque variété retenue est sélectionnée sur des critères précis et notamment des critères visuels exigeants : « forme, hauteur et calibre spécifiques du tronc assurant au client final un arbre formé à la fois prêt à planter et bien ramifié qui va ensuite pouvoir se développer harmonieusement ». Plus de 50 variétés sont disponibles.

Par ailleurs, cinq projets de « Label rouge » sont en cours : les camélias et les rhododendrons (plantes acidophiles) ; les plants potagers ; les plants aromatiques ; les petits fruits rouges ; et le terreau. La filière du végétal ornemental travaille également à l'obtention d'un Indication géographique protégée pour le

## L'univers du végétal ornemental

La France compte 4 394 exploitations spécialisées en « fleur et horticulture diverse ». Ce qui représente 1 % du total des exploitations agricoles nationales. La production de fleurs coupées est estimée à 183 millions de tiges. La pivoine est la principale fleur coupée produite en France et représente 10 % de la production nationale, soit 19 millions de tiges. Elle est suivie par l'anémone (9 %, 17 millions de tiges), et le gerbera (7 %, 12 millions de tiges). La filière produit également 127 millions de plantes fleuries. Le chrysanthème est la principale plante en pot produite avec plus de 30 millions d'unités, soit 24 % de la production nationale. Il est suivi par le géranium (ou pélargonium) avec 22 millions de pots (17 %) et le dipladénia (5,88 millions de pots, 5 % de la production). La production de plantes à massifs est estimée à 183 millions de plantes. Les pensées sont la première production (39,85 millions de plantes) devant les géraniums (33,06 millions de plantes), les pétunias

(14,33 millions de plantes) et la primevère (8,92 millions de pots). La France produit également 104 millions de plants de pépinières, dont 56,33 millions d'arbres et d'arbustes, 7,82 millions de plants de rosiers. Le chiffre d'affaires total de ce segment de production « fleur et horticulture diverse » est estimé à 1,8 Md€.

La production nationale ne correspond qu'à une partie des végétaux achetés par les Français. En 2022, 73 % des foyers ont acheté au moins un végétal. Les végétaux d'intérieur représentent 14 % de ces achats en volume, contre 76 % pour les végétaux d'extérieur. Mais en valeur, le rapport de force s'équilibre : 35 et 37 %. La France est une grande importatrice de végétaux d'ornement. Les achats hors de nos frontières se sont élevés à 1,142 Md€ en 2022. Ces importations proviennent à 93 % de l'Union européenne dont 60 % des Pays-Bas et 11 % de Belgique.

O. M.

(source : chiffres clés de l'horticulture ornementale, données 2021-2022, FranceAgriMer)



Plus de 70 variétés de géraniums « Label rouge » sont disponibles.

sont gérés par Excellence végétale. Crée en 2009, cette association a pour mission de « gérer, animer, défendre et promouvoir l'ensemble des signes officiels et interprofessionnels de qualité, d'origine et d'écoresponsabilité concernant la filière de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage ». Ainsi, en plus des signes officiels de qualité, Excellence végétale a reçu de Val'hor, l'Interprofession française de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage, de gérer le label qualité « Charte Qualité Fleurs », le label d'origine « Fleurs de France » et de la certification environnementale « Plante Bleue ». Excellence végétale représente également la filière de production de végétaux d'ornement au sein de l'Association nationale pour le développement de la certification Haute Valeur environnementale (HVE).

À noter enfin que le label bio est peu présent dans cette filière du végétal ornemental. On le rencontre essentiellement dans le secteur des jeunes plants potagers. Val'hor estime que, en 2020, les achats de bio représentent 17 % des quantités achetées et 23 % des sommes dépensées sur l'ensemble des achats en végétaux pour le potager (semences, plantes/plants potagers, plantes aromatiques et condimentaires).

Olivier Masbou

# « L'impact positif », une notion d'avenir

La notion d'« impact positif » constitue l'un des moteurs de l'innovation dans le secteur agroalimentaire. Le concours Demo Day, au cours duquel six projets incubés par Rungis & Co ont été présentés, en a fait la démonstration.

La troisième édition du Demo Day, qui s'est déroulée le 15 novembre 2023 à Rungis & Co, était résolument placée sous le signe de l'« *impact positif* » du Marché de Rungis et des jeunes pousses qui grandissent au sein de son incubateur. Après une session de présentation des principaux enjeux RSE du Marché (transition vers une alimentation durable, préservation des ressources, objectif de neutralité carbone et levier du développement socio-économique du territoire), six start-up ayant terminé leur période d'incubation chez Rungis & Co se sont succédé sur scène pour présenter leur projet et tenter d'emporter les suffrages du jury.

« *En dépit d'un environnement compliqué pour les start-up et l'écosystème de la création d'entreprise, la question de l'impact positif des projets reste au cœur des préoccupations des acteurs, qu'il s'agisse des jeunes entrepreneurs, des investisseurs, mais aussi des grandes entreprises* », a témoigné en introduction Tanguy Cleirec, le « *Program Manager* » de l'incubateur Rungis & Co, qui épaulé désormais la directrice Coline Schmitt. « *Les projets qui sont présentés lors de ce Demo Day témoignent de cette orientation vers le développement durable, tout en ayant bien sûr pour objectifs communs d'être efficaces et rentables.* »

L'amélioration de l'impact en matière d'environnement constitue le cœur d'un des six projets présentés, Lokalité. Cet outil collaboratif permet aux fabricants agroalimentaires d'analyser, de réduire et de communiquer l'impact environnemental de leur produit. « *Notre plateforme SAS, alimentée par l'intelligence artificielle, permet de simplifier la mesure de l'analyse de cycle de vie (ACV) alimentaire et la définition de pistes d'amélioration, qui est*



La troisième édition du Demo Day s'est déroulée le 15 novembre 2023 à Rungis & Co.

*aujourd'hui un processus complexe, long et coûteux* », a argumenté Sabri Souid-Dolléans, cofondateur et directeur commercial. « *Lokalité se connecte aux sources de données de l'entreprise qu'elle va lire et interpréter, permettant de mesurer l'impact et de définir les moyens de le réduire.* » Soutenue par le géant de l'informatiche Delaware, Lokalité a déjà collaboré sur un projet d'ACV du Marché de Rungis et vise des développements dans l'alimentaire mais aussi dans les cosmétiques et le textile.

L'impact positif passe également par une production et une consommation responsables, objectif partagé par plusieurs projets présentés au Demo Day. Les Sept Collines, une

conserverie artisanale, est ainsi née de l'ambition de proposer toute l'année des tartinables, sauces et soupes de qualité artisanale fabriquées à partir de fruits et légumes produits « en saison » par des agriculteurs partenaires, pour la plupart raisonnés voire bio. « *L'innovation ne réside pas dans la technologie – la conserve sous verre est très ancienne – mais de fabriquer à grande échelle des produits de qualité artisanale, ce qui est difficile à trouver* », témoigne la cofondatrice Ketty Six Sebag. L'entreprise, qui a acquis en 2022 une activité de pâte à tartiner sucrée, la frenchi, envisage une ouverture de son capital d'ici à 18 à 24 mois.

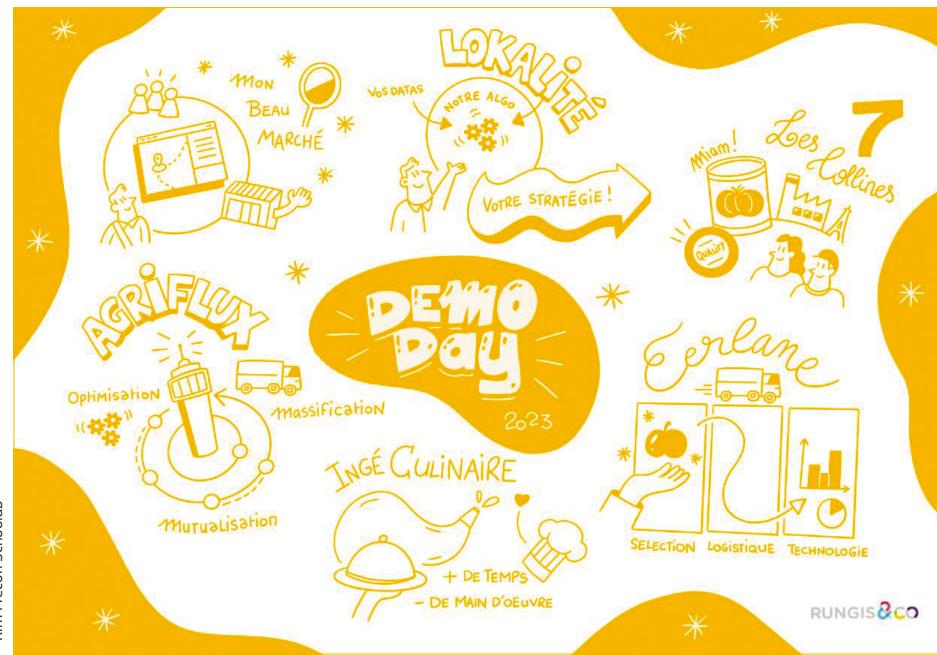


**Cerlane**  
LES BONS PRODUITS

**Agriflux**

**Mon beau marché**

**Sept Collines**  
Conserverie artisanale



Les enjeux du troisième Demo Day de Rungis & Co vus par Kim Frécon « Senior Designer » de Schoolab.

Dans le même ordre d'idées, l'Ingé Culinaire, un « foodlab » destiné aux professionnels de la restauration, entend simplifier la vie des restaurateurs mais aussi limiter le gaspillage en cuisine et améliorer la gestion des stocks. « Notre marque La Poche des Chefs recouvre une large gamme de poches à douille de houmous, pestos, risottos et autres dips qui permettent aux cuisiniers de gagner en efficacité de service sans rien sacrifier à la qualité, avec des produits frais, naturels et 100 % végétal. », explique Raphy Bodikian, cofondateur de l'entreprise avec son frère Alexis. L'Ingé Culinaire, qui a démarré ses propres productions, cherche à conclure une vingtaine de partenariats pour atteindre 150k€ de chiffre d'affaires en 2024.

#### LE DIGITAL AU SECOURS DU PHYSIQUE

Plus en aval de la chaîne alimentaire, Cerlane entend « mettre en relation » des agriculteurs engagés et des consommateurs exigeants sur son site internet marchand de produits alimentaires frais, cerlane.com. « Notre proposition de valeur s'articule autour de trois axes : des produits sélectionnés en fonction de leur qualité et des modes de production ; la supervision de l'ensemble des flux logistique de la ferme au dernier kilomètre et la maîtrise technologique qui permet d'assurer une expérience d'achat fluide et agréable », a expliqué le cofondateur Théo Weill. La jeune entreprise qui s'appuie sur une communauté de 50 agriculteurs, une logistique opérationnelle et des retours clients satisfaisants, entend lever 600k€ pour, notamment, structurer ses équipes. Par ailleurs, la digitalisation peut également offrir

l'occasion, contrairement aux idées reçues, de renforcer le développement des territoires ainsi que le commerce urbain.

C'est l'expérience conduite par Mon beau marché, un outil visant à digitaliser les marchés et les commerces de proximité via un ERP destiné aux gestionnaires de commerce. « Le placement des marchands, comme la communication des commerçants forains, est encore largement artisanal, relève le fondateur Moustafa Abdel Aal. Notre solution permet de regrouper tous les acteurs sur une même plate-forme, la ville, les marchands, les citoyens et de

créer une synergie entre eux avec des fonctionnalités qui communiquent entre elles. » Après avoir digitalisé les marchés de Bourg-la-Reine (92) et Nyons (26), Mon beau marché compte se développer sur une partie des 2 230 communes disposant d'un marché, notamment grâce à un partenariat mis en place avec la Fédération nationale des marchés de France. Enfin, c'est aux deux bouts de la chaîne, l'agriculture et la distribution, qu'Agriflux compte apporter son « *impact positif* ». Partant du constat que de très nombreux acteurs agricoles et alimentaires ne disposent d'aucune solution logistique adaptée pour desservir leurs clients de la grande distribution et de la restauration hors domicile (RHD), la jeune entreprise s'est fixée pour objectif la création d'un réseau logistique alimentaire local « mutualisé, économique et écologique », permettant d'offrir des services de livraison locale durable. « *Dans le système actuel, certains livrent seulement là où ils peuvent, alors qu'ils devraient livrer là où ils veulent vendre* », affirme Jean-Marc Thouy, président et cofondateur Agriflux. « *Notre solution, c'est de mutualiser à grande échelle tous les flux fragmentés, que nous sommes capables de massifier et d'organiser et de faire opérer par des transporteurs existants. Le tout sans aucune intermédiation commerciale* », souligne-t-il. Implanté sur le MIN de Toulouse, Agriflux y connaît une forte croissance. Ce projet de « *transport en commun* » des produits locaux a convaincu le jury des Demo Day, qui en a fait le lauréat de cette troisième édition.

Bruno Carlhian

## En bref Feuillazur se digitalise

Feuillazur Rungis, le grossiste en décoration événementielle, a ouvert en fin d'année dernière une ambitieuse boutique en ligne où l'entreprise propose structures et décos, décos lumineuses, plantes et fleurs artificielles et fleurs séchées. Un projet qui s'appuie sur un nouvel ERP et un logiciel de gestion d'entrepôt (WMS) pour automatiser réceptions et expéditions, qui a notamment été conçu en collaboration avec Théo Weill, de la jeune pousse de Rungis & Co Cerlane (lire également ci-contre). Il est désormais possible depuis le site de réserver un créneau de « *live shopping* » sur whatsapp, une formule développée avec succès par

Feuillazur ces dernières années, précise Ornella Dutreive, directrice communication et marketing de l'entreprise. Très bien implantée sur les réseaux sociaux, la société compte plus de 8 300 suiveurs sur Instagram. [www.feuillazurrungis.com](http://www.feuillazurrungis.com)



La nef de l'ancienne usine Alstom de Saint-Ouen a été réhabilitée en halle culturelle et gourmande, en préservant le style industriel du lieu.



© Eurydice Coffinier

# Communale Saint-Ouen, nouvelle place du village

**L'ancienne halle Alstom du quartier des docks de Saint-Ouen, en Seine-Saint-Denis, accueille un nouveau lieu dédié à l'alimentation et à la culture. Commerces de bouche, marché de producteurs, restaurants, salle polyvalente ou encore microbrasserie se partageront les quelque 13 000 m<sup>2</sup> de cet espace hybride, pensé avant tout comme une place du village.**

**C**ommunale Saint-Ouen sera bien plus qu'une « halle gourmande ». « Nous avons pensé cet espace comme un endroit convivial, une place de village, avec ses commerces et ses lieux de rencontre », lance d'emblée Denis Legat, à la tête de l'agence événementielle La Lune rousse. Cette dernière, qui a notamment fondé le Ground Control à Paris près de la gare de Lyon, a remporté l'appel d'offres de la ville.

L'objectif : réinvestir l'usine à trains d'Alstom, construite en 1922. Le défi est immense, tout comme l'espace : 13 000 m<sup>2</sup>. Surtout, le quartier, historiquement lié à son passé industriel, est en plein renouvellement urbain. Depuis le début des années 2000 et la décentralisation industrielle, la Ville souhaite restituer ce territoire aux habitants. C'est donc dans ce projet d'écoquartier, qui doit être « un quartier de vie exemplaire et innovant en matière

de qualité urbaine, environnementale et architecturale, de diversité fonctionnelle et sociale, de densité et de continuité urbaine »\* que Communale s'inscrit.

## L'ALIMENTATION COMME LIEN

Dès le départ, l'alimentation a été au cœur de Communale. « Parmi les demandes de la Ville, il y avait celle d'avoir des stands de marchés », mentionne Denis Legat. C'est donc à partir de cette idée que le projet s'est développé. « Nous avons pensé un lieu hybride dédié à l'alimentation durable, à la transmission des savoir-faire et des compétences, nous souhaitons mettre en place un véritable écosystème », ajoute le directeur. L'immense espace, qui garde le charme de la halle industrielle, sera avant tout « polymorphe », selon ses propres mots. Un terme qui correspond d'ailleurs bien aux ambitions

de La Lune rousse. « Nous sommes un lieu multi-activités, ancré dans notre territoire, où l'on pourra faire ses courses, manger ou encore se divertir. » Le marché représente donc le poumon du projet. Dix étals de produits frais et de saison seront animés par des professionnels indépendants : primeur, fromager, boucher, poissonnier, traiteur, épicerie, fleuriste... Les kiosques seront ouverts du mardi au dimanche. « Il y a uniquement du frais, pas de produits d'entretien par exemple, nous n'avons pas vocation à remplacer un supermarché », tient à préciser Denis Legat. Il sera également possible de manger et boire sur place. Le lieu va même devenir le plus grand *food court* de la région parisienne. Huit points de restauration, allant de la *street food* coréenne aux pâtés lorrains, en passant par la cuisine américaine serviront midi et soir. Côté boissons, pas moins de quatre bars offriront un large choix aux clients. Ils pourront déguster un cocktail sur la mezzanine ou bien choisir des boissons plus classiques au bar central. La Lune rousse crée également sa propre microbrasserie, afin de proposer des bières on ne peut plus locales. Enfin, un bar à vins et caviste complétera l'offre de liquide. « Dans le marché, il y aura aussi un bar de type estaminet, qui servira les cafés du matin au soir, qui vivra au rythme du lieu », mentionne le directeur. À l'étage, une cuisine partagée équipée avec vue sur le marché permettra à des associations et entreprises d'organiser des ateliers gastronomiques

et des formations. Les professionnels participants sont tous des indépendants, qui ont répondu à l'appel à projets de La Lune Rousse. « Plus de 300 ont manifesté leur intérêt, nous avons surtout sélectionné en fonction de la motivation, l'important pour nous est de valoriser l'artisanat », explique Denis Legat. Les restaurateurs et commerçants qui s'installent ici n'ont aucun investissement à faire. Il n'y a pas non plus de fonds de commerce et les baux sont souples. Si les kiosques n'ont pas vocation à tourner trop souvent, cela permet tout de même aux professionnels de quitter le projet quand ils le souhaitent, avec simplement un préavis de trois mois. « Les acteurs qui viennent peuvent se lancer sans trop de risques, nous aimons d'ailleurs l'idée de dénicher de nouveaux talents. »

#### UN LIEU PLURIEL

L'ambition de La Lune rousse est de rendre cette halle vivante et multiculturelle. Avec ses 15 m de haut et ses 200 m de large, le lieu a toute la place d'héberger d'autres espaces, à l'image d'une grande salle polyvalente, avec 300 places assises ou 700 debout. « C'est une pièce qui va s'adapter selon les besoins, pour un concert ou une conférence par exemple. » À côté, un « club immersif » sera à disposition pour des expériences multisensorielles. Plus loin, un local dédié à une radio enregistrera des émissions en direct et des podcasts en lien avec la programmation. Des espaces de

coworking seront aussi ouverts, tout comme une salle de réunion d'une centaine de places, et les équipes de La Lune rousse vont rapatrier leurs bureaux sur place. De quoi rendre le lieu vivant et toujours en mouvement, tous les jours de la semaine. En outre, le projet se veut écoresponsable. Une large partie du mobilier (60 %) est fabriquée à quelques mètres, par l'atelier Kozto, une Société de l'économie sociale et solidaire, qui a pour ambition de transformer les déchets du bâtiment en mobilier, accessoires de décoration et microarchitecture. À partir de caisses de transports d'œuvre d'art, il réalise les bancs, chaises, tables et autres signalétiques. Le reste est le plus possible chiné ou récupéré, à l'instar d'un ancien kiosque de presse de la Ville de Paris, reconverti en intendance ou encore un magnifique bar en zinc qui accueillera l'estaminet du marché. Maintes fois repoussée à cause de travaux qui s'éternisent, l'ouverture est prévue pour la fin du mois de janvier 2024. Selon le directeur, le lieu est très attendu par les Audoniens, surtout les nouveaux habitants de ce quartier tout neuf. La proximité avec la ligne 14 de métro (station Mairie de Saint-Ouen) pourrait également attirer l'ensemble des Franciliens. La tenue des Jeux olympiques et paralympiques cet été devrait aussi aider au lancement, puisque la ville abritera notamment un village des athlètes. **Alice Mariette**

\* [www.ecoquartiers.logement.gouv.fr/operation/219/](http://www.ecoquartiers.logement.gouv.fr/operation/219/)



Des travaux d'envergure ont été nécessaires pour reconstruire le lieu, repoussant ainsi plusieurs fois sa date d'ouverture.



Seule la structure originale a été gardée, tout le reste a dû être refait à neuf.

## ★ POINTS FORTS

Électrique (96 ou 105 kW)  
Jusqu'à 400 km d'autonomie  
Diesel (de 105 à 170 ch)



# Renault Master, la nouvelle référence

Le nouveau Renault Master en impose et affiche un style clairement orienté camion. Il reste pour autant un grand utilitaire très prometteur. Sur le marché au printemps prochain.

**V**oici le totalement nouveau Renault Master. C'est lui qui va succéder à l'actuel, qui tirera sa révérence après 14 ans de bons et loyaux services. 14 ans, c'est long. Mais cela correspond à peu près au cycle complet de vie d'un véhicule utilitaire. C'est dire si ce Master est très attendu. Pour le coup, Renault a mis le paquet. Le nouveau Master est vraiment novateur et imposant en allant clairement vers l'univers des camions. C'est vrai à l'extérieur, avec cette calandre immense et massive. Cela l'est tout autant à bord, avec cette planche de bord très orientée vers le conducteur... comme dans un camion. Pourtant, Renault ne parle pas trop d'utilitaire-camion mais d'aérovéhicule, néologisme maison pour évoquer avant tout l'aérodynamisme, « *travaillé dans les moindres détails pour offrir la meilleure efficacité de sa catégorie, quel que soit le mode d'énergie utilisé* ». Son capot court, son pare-brise plus incliné, le dessin des rétroviseurs et l'arrière resserré font du nouveau Master un maître de l'aérodynamisme, le meilleur sur le plateau, explique le constructeur.

## DIESEL ET ÉLECTRIQUE EN MÊME TEMPS

Récemment dévoilé en première mondiale lors du salon Solutrans à Lyon, le nouveau Renault Master ne sera commercialisé qu'au printemps prochain et deux versions figureront au catalogue, le thermique et l'électrique, probablement lancés en même temps. S'agissant du thermique, les motorisations Diesel seront

proposées en quatre puissances de 105, 130, 150 et 170 chevaux, sans qu'il soit précisé si toutes seront au menu du marché français. Selon le constructeur, ces motorisations, déjà connues mais ici revisitées, permettent d'économiser 1,5 litre aux 100 km et d'émettre 39 g de CO<sub>2</sub> en moins par rapport au modèle actuel, ce qui place le nouveau Master sous la barre des 200 g. Signalons qu'une nouvelle boîte automatique à neuf rapports sera proposée sur ce nouveau Master.

Côté électrique, le Master E-Tech proposera deux motorisations de 96 ou 105 kW, avec des batteries d'une capacité de 40 ou 87 kWh, cette dernière apportant plus de 400 km d'autonomie. Le nouveau Master électrique pourra récupérer 230 km d'autonomie avec une recharge en mode rapide 130 kW en courant continu. À domicile ou en entreprise, le chargement de 10 à 100 % pourra se faire en moins de quatre heures avec une Wallbox en 22 kW AC. À noter que la version hydrogène de ce nouveau Master ne sera proposée qu'en 2025. Le nouveau Master fourgon sera disponible en traction ou propulsion, avec des charges utiles plus importantes, allant jusqu'à 4 tonnes en traction, et des volumes utiles allant de 11 à 22 m<sup>3</sup>. La longueur de chargement sera augmentée de 100 mm pour être précis. L'empattement plus court apporte également à ce nouveau Master une maniabilité assez exceptionnelle au regard des quelques kilomètres effectués à son bord.

Richard Pizzol

# Mercedes Vans et ZEborne aux côtés des pros

Mercedes-Benz Vans et ZEborne ont récemment conclu un partenariat pour accompagner les professionnels dans leur achat d'utilitaires électriques de la marque à l'étoile.

Acheter un utilitaire électrique est une chose, en maîtriser toutes les exigences et les contraintes en est une autre... Pour accompagner les professionnels dans cette transition énergétique, la filiale utilitaire de Mercedes-Benz France vient de mettre en place un partenariat avec ZE Borne, société française spécialisée dans l'installation de la maintenance de borne de recharge.

Avec un catalogue de vans électriques complet, les clients sont de plus en plus nombreux et attendent de la marque autre



Du e-Citan au eSprinter, en passant par les eVito, Mercedes dispose d'un catalogue complet d'utilitaires électriques.

chose qu'une simple remise de clés. Ils veulent notamment des conseils et des solutions sur la charge de leur véhicule. Le partenariat scellé avec ZEborne tend à cet objectif en proposant une offre de charge adaptée aux besoins des clients flottes, tout autant qu'aux

petites et très petites entreprises. Grâce à ce partenariat, « *notre réseau va pouvoir accompagner les pros sur leur problématique de recharge : au dépôt, à domicile et sur les bornes publiques* », explique Stéphane Renault, directeur marketing vans de Mercedes-Benz

France. Concrètement, ZEborne propose ses prestations de l'étude initiale à la maintenance, en passant par l'installation, la gestion de l'énergie et la supervision. Un portail Web a été lancé permettant aux vendeurs d'utilitaires d'*« initier une demande d'intervention pour leur client »*. ZEborne rappelle ensuite le client pour effectuer un diagnostic à distance, et décider si une visite technique sur place du bureau technique s'avère nécessaire.

Les personnels de ZEborne – certifié IRVE (Infrastructure de recharge pour véhicules électriques) – pourront aussi aider le professionnel à s'y retrouver dans les multiples aides disponibles pour cette transition énergétique.

R. P.

## Le Renault Trafic E-Tech dévoile ses tarifs



Le Trafic 100 % électrique est commercialisé à partir de 36 200 € HT, bonus déduit.

Enfin les tarifs : le nouveau Renault Trafic Van E-Tech démarre sa gamme tarifaire à 36 200 € HT (bonus déduit). Ce prix est celui du fourgon L2H1. La version plancher cabine L2 est commercialisée à partir de 33 500 € HT. À noter que la version courte du Trafic (L1H1) sera commercialisée prochainement, affirme le constructeur, à un tarif inconnu pour l'instant. Le Trafic électrique est proposé en une unique finition Grand Confort. Cette finition, la plus haute des utilitaires Renault, est plutôt bien dotée avec des équipements comme le système de navigation Easy Link avec l'écran 8" (mais sans la navigation), le régulateur de vitesse, les projecteurs avant Full Led, la banquette passager avant deux places avec la place centrale rabattable pour devenir bureau mobile, la finition intérieure avec insert chrome une prise 12 V en zone cargo et un câble mode 3 de 6 m. La couleur de série de ce Trafic est blanche, appelée « blanc glacier » par Renault. Si vous préférez le « gris urbain », il faudra débourser 200 € HT de plus. Ou 650 € HT si vous voulez les peintures métallisées « rouge carmin », « noir crépuscule », « gris Highland » ou « gris comète ».

AVIS DE DÉCÈS



**Au revoir Martial**

DUVAL BOUCHARECHAS - RÉSEAU LE SAINT

Martial BONTE nous a quittés à l'âge de 67 ans.

Entré chez Martial DUVAL en 1981, après un début de carrière en tant que chef de rayon Fruits et Légumes chez Cora, il a été maître-d'œuvre durant 41 ans du développement de l'entreprise.

En 1999, il avait participé à l'acquisition de la structure Boucharechas permettant la constitution du groupe Duval-Boucharechas, acteur référent de la distribution de Fruits et Légumes en RHD en Île-de-France.

Il était une figure familiale du secteur des fruits et légumes du Marché de Rungis qu'il a arpenté durant 41 ans, en tant qu'acheteur. Il aimait passionnément, le produit, le commerce, le négoce et bien sûr l'ambiance du Marché de Rungis. Ses valeurs de fidélité, d'engagement dans le travail, de loyauté et d'humilité étaient reconnues par ceux qui ont eu le bonheur de travailler avec lui.

FONDS DE COMMERCE

**POUR CAUSE DÉPART À LA RETRAITE**

À céder local MACOUBA dans le bâtiment neuf B1  
16 Quai du Val de Loire, 94631 Rungis cedex  
460 M<sup>2</sup> au RDC 3 portes dont un quai de chargement  
+ 60 M<sup>2</sup> bureaux aménagés.

Au RDC 3 locaux de travail ou de stockage.  
Divers matériels de stockage disponibles à la vente.  
Plafond 7,50 mètres.

Local expéditeur, activités autorisées Semmaris: Tous produits de l'agriculture et de l'horticulture, plus épicerie fine, plus déco.  
Local situé entre NATOORA et ENTENTE GOURMANDE.

Compteur électrique 12KVA,  
déjà réduit pour consommation maîtrisée.  
Cession du DPA (Droit de Premier Accès) et  
des aménagements intérieurs.

Pour plus de précisions et les conditions financières,  
contacter Antoine des Grottes à :

[antoine.desgrottes@golypart.com](mailto:antoine.desgrottes@golypart.com)

mobile : +33 676 474247



À vendre fonds de commerce restaurant traditionnel marocain Dammartin-en-Goële (77)  
Situé en plein centre-ville, rue passante et clientèle fidèle et habituée, bien notée

Refait à neuf en 2021  
salle de 80 couverts sur  
deux étages +  
terrasse 40 couverts

Dernier CA 420K€, logement de fonction type F2 à l'étage avec mezzanine

Loyer de 3 200 €,  
prix de vente 350 000€  
Contact :  
0643830095 ou 0673122756



**A VENDRE.**

Petite société de courtage sur le MIN de Rungis.  
Fruits et Primeurs.  
Clients sur RUNGIS uniquement ; Pas d'impayé.  
Pas de créances ; Pas de crédit en cours. Pas de personnel à reprendre.  
Accompagnement pour la passation des producteurs.  
Contacter Mrs Lagarde par mail uniquement.  
[roland.lagarde@rsimport.fr](mailto:roland.lagarde@rsimport.fr)

**A LOUER**

Chambre froide avec porte de frigo industriel, pour stockage produits frais (Idéal fruits et légumes) (taille 3.20 m de longueur par 5.20 m de largeur et 3 m de hauteur, soit 17 m<sup>2</sup>), avec une place de parking à l'extérieur.

Secteur Pontault Combault (77340)

Disponible de suite.  
Loyer de 800 euros par mois, toutes charges et taxes comprises

Tel : 06.63.36.92.34  
(Mr BOULAY)

Mail :  
[traditions.gourmandes77330@gmail.com](mailto:traditions.gourmandes77330@gmail.com)

**À VENDRE VILLA 1900 - 100 km de Paris**

**PROJET HOTELLIER OU PROJET DE VIE**

Parc 2.5 ha clos de murs dans village calme  
Bâtisse principale 9 pièces, grands volumes  
rénovée sur 3 niveaux,  
2 Galeries couvertes avec vue panoramique  
sur Parc arboré, étang et Rivière Cat 1.  
Ornements d'architecture rares : Emaux, sols  
Terrazzo et parquets chêne. Maison de gardien,  
Serre ancienne, Garage, Grand potager,  
1 Entrée pavée bordée de tilleuls  
(24 stationnements) 1 Entrée indépendante  
À Griselles, Loiret, Fontainebleau 35 min  
à 3 kms tous commerces, Gare vers Paris à 6 kms  
Bonne desserte A6, A19, A77,  
Idéal Restaurant,  
Résidence Hôtelière, Gîtes, Professions libérales,  
Centre de formation, Ecolieu, Projet en permaculture etc...

Prix : 1 200 000 €

Contact : [clairejohor@gmail.com](mailto:clairejohor@gmail.com)



Vente maison bourgeoise dans le centre d'Aurillac 194 m<sup>2</sup>  
terrain 320 m<sup>2</sup> plus garage et remise grand salon /bureau et  
grande salle à manger 5 chambres 6 possibles 2 salles de bains  
travaux de rénovation à prévoir



Prix : 270 000€

Tél : 0603135393

POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONTACTEZ  
**NAÏMA MAZURIER**  
AU **01 42 36 56 74**  
OU  
ENVOYEZ UN E-MAIL À :  
**[n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr](mailto:n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr)**

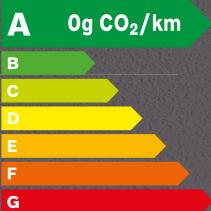
V O L V O

# NOUVEAU VOLVO EX30

## LE CONCENTRÉ DU MEILLEUR DE VOLVO.



Avec notre nouveau Volvo EX30, découvrez le meilleur de Volvo, concentré dans son plus petit SUV, 100% électrique, à la plus faible empreinte carbone de la gamme, pour une mobilité plus durable et en toute sécurité.



**Cycle mixte WLTP Volvo EX30 Single Extended Range Ultra : Consommation (kWh/100km) : 15.7. CO<sub>2</sub> en phase de roulage (g/km) : 0.**

Modèle présenté avec options. Valeurs données avec jantes de série, hors options et accessoires qui peuvent varier selon la conduite et l'environnement. Données en cours d'homologation.

**VOLVOCARS.FR**

RCS Evry 906201881

Au quotidien, prenez les transports en commun. #SeDéplacerMoinsPolluer

*Bidaud*

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