

REPORTAGE

La Réunion, joyau français
de l'hémisphère Sud

OUI CHEF!

Charles Boixel,
en famille

DIGITAL & INNOVATION

La révolution
QR code

Ruagis

actualités

Depuis 1969

N° 800-801 – mars-avril 2024 – 1,50 €

DOSSIER

ÉNERGIE DU MARCHÉ

La transition s'accélère





BON TOUT SIMPLEMENT



© Fotomas - www.alegria-communication.com



www.philibon.com

Tél. 05 63 04 15 64
Boyer s.a.s ZI Borde Rouge
82 200 Moissac

À VOTRE SERVICE
Origine GUADELOUPE
1^{er} MELON FRANÇAIS PRIMEUR



Dossier À Rungis, la transition énergétique s'accélère

18



28

Oui, chef !
Charles Boixel



30

Reportage La Réunion, joyau français de l'hémisphère Sud



42

Nouveaux marchés
Le cidre, des goûts et des couleurs



44

Digital & innovation
La révolution QR code. Plus de transparence, de praticité et de proximité



46

Focus
CGA, la médaille qui fait briller les terroirs

RUNGiS actualités

N° 800-801 – mars-avril 2024

au sommaire

L'édito

5 de la rédaction

Sur le vif

6 Actualités

14 Instantanés

16 Toulouse-

Le Grand Marché

Dossier

18 À Rungis, la transition énergétique s'accélère

Reportage

Ensemble

24 Une table au marché

25 Producteur

26 Acheteur

28 Oui, chef !
Charles Boixel

Reportage

30 La Réunion, joyau français de l'hémisphère Sud

Tendances du marché

36 Produits de saison

- Le bœuf Angus
- L'asperge
- Le brie de Meaux

40 Un produit en chiffres

La fraise

41 Nouveautés

42 Nouveaux marchés

Le cidre, des goûts et des couleurs

44 Digital & innovation

La révolution QR code. Plus de transparence, de praticité et de proximité

46 Focus

CGA, la médaille qui fait briller les terroirs

Véhicules utilitaires

48 • Ford Transit

Custom, la course en tête

• Nissan, le nouvel Interstar se distingue

• Mercedes, dernier restylage pour Vito et consorts

Petites annonces

50-51

Fonds de commerce Particulier à particulier Offre d'emploi

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

Élodie, Fromagère.

Justement, pour parler de votre activité et de vos projets plus sereinement, il est important de régler la question de votre retraite : un souci de moins pour l'avenir, pour mieux profiter du présent. C'est tout l'intérêt du Plan d'Epargne Retraite de Médicis : une solution efficace, proposée par une mutuelle engagée auprès des indépendants et entrepreneurs depuis 45 ans.

médicis
Votre mutuelle retraite
Groupe malakoff humanis

mutuelle-medicis.com

RETRAITE DES INDÉPENDANTS :
PARLONS-EN, JUSTEMENT !

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

Secrétaire de rédaction:

Martine Favier

Création maquette:

Stanislas Chevara

Rédacteur graphiste:

Richard El Mestiri

Ont collaboré à ce numéro:

Clemantine Cabrol

Jean-Marc Cholet

Francis Duriez

Élisa Hendrickx

Caroline Maréchal

Victoria Mbele

Richard Pizzol

Photo de couverture:

© DR

Directrice de publicité:

Audrey Combeau Hauch

Tél. : 33 (0)1 42 36 56 75

a.combeau@aucœurdesvilles.fr

Responsable petites annonces:
Naima 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 « Integral » 2 ans

(papier + mobilité):

France: 31 € TTC

Union européenne: 41 € TTC

Reste du monde: 51 € TTC

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

Direction
Président: **Nelson Burton**
Secrétaire de direction: **Anne Caro**

Dépôt légal: à parution
N° Commission paritaire:
1024 T 82406

Impression:
ILD-Imprimerie Léonce-Deprez
ZAC Artois Pôle
Allée de Belgique
62128 Wancourt

Tél. : 33 (0)3 21 52 96 20

Certifié PEFC 70 %

N° COC: BVC/CDC/1969087

Rungis Actualités décline toute
responsabilité pour les documents
qui lui sont envoyés.

Les manuscrits non insérés
ne sont pas rendus.

Infographies: tous droits réservés
Copyright: *Rungis Actualités*.

Ce magazine comprend un encart format A5
de 8 pages. Ministère de la Transition
Écologique/Jeux Olympiques, présent
sur l'ensemble de la diffusion.

L'édito



de Bruno Carlhian

Le plein d'énergie

La transition énergétique à l'œuvre sur le Marché de Rungis va bientôt apparaître de façon spectaculaire aux yeux des employés, usagers et visiteurs d'un jour du premier marché de gros de produits frais d'Europe. Dans les mois qui viennent, des ombrières photovoltaïques vont peu à peu s'élever au-dessus des nombreux parkings en îlots du Marché, à commencer par celui qui est situé devant la « rue des banques ». Parallèlement, tous les nouveaux bâtiments construits désormais sur l'entreprise du MIN de Rungis seront pourvus de panneaux photovoltaïques en toiture. Le pavillon des Fleurs et Plantes (C1) sur la zone marché et deux entrepôts de la zone des entrepôts en ont déjà été dotés. Le bâtiment C6, dans lequel les entreprises du groupe Odéon emménageront en fin d'année, fait partie de cette nouvelle génération de

constructions non seulement économies en énergie, mais aussi productrices d'électricité. Toutefois, ces installations solaires ne sont que la partie la plus visible d'un vaste « plan Énergie » auquel près de 100 M€ seront consacrés les cinq prochaines années pour réduire les consommations – avec, notamment, la généralisation du LED – et pour assurer une plus grande indépendance énergétique au MIN. L'ambition répond à une stratégie tant industrielle qu'écologique.

Le Marché de Rungis a pour objectif de réduire son empreinte carbone de 30 % d'ici à 2035. Les entreprises sont pleinement associées à ce projet de verdissement du Marché, notamment à travers la construction d'un label « offre durable », dont le référentiel est aujourd'hui en cours d'élaboration avec l'Afnor.

L'image du mois



©DR

Après 13 ans d'interruption, la Course des garçons de café a fait son « retour » dans les rues de Paris le dimanche 24 mars, depuis le parvis de l'Hôtel de Ville. Rebaptisée « Course des cafés », elle a vu quelque 200 serveurs et serveuses s'affronter, ainsi que Nicolas Bonnet-Oulaldj, adjoint à la mairie de Paris en charge des questions relatives aux commerces et à l'artisanat !

ANNIVERSAIRE

800 numéros au rythme de la vie du Marché



Au cours de ces huit cents éditions, *Rungis Actualités* a raconté, chaque semaine, chaque quinzaine ou chaque mois, l'essentiel de la vie du Marché de Rungis et de son environnement professionnel. Une remarquable longévité.

Avec cette édition datée de mars-avril 2024, *Rungis Actualités* célèbre son 800^e numéro. Un chiffre symbolique qu'il importait de marquer d'une pierre blanche, tant il illustre à quel point cette publication rythme la vie du Marché et de son environnement – la grande filière alimentaire et végétale – depuis 55 ans, sous divers formats et différentes périodicités.

C'est sous la forme d'un hebdomadaire que *Rungis Actualités* voit le jour pour la première fois le 25 février 1969. Les grossistes n'ont pas encore pris la route du Val-de-Marne, et c'est donc aux Halles de Paris que sera distribué le n° 1. Le nouveau journal, créé à l'instigation de Libert Bou, le premier président de la Semmaris, n'hésite pas à faire dans le sensationnel en s'inquiétant en gros titre qu'on ne « frôle le drame à tout instant » sur l'Autoroute A6 au moment du « déménagement du siècle ». Il n'en sera fort heureusement rien et les numéros suivants s'efforceront de rendre

compte des premiers jours épiques d'installation en informant le plus précisément possible grossistes et usagers sur leur nouveau terrain de jeu et sur les règles qui s'y imposent. Abel Morvan, jeune membre du cabinet que Libert Bou avait chargé de lancer le titre, s'aperçut très vite de l'importance de ce nouveau média. *Rungis Actualités* était en effet « *un lien nécessaire entre des professionnels qui étaient habitués à une cohabitation étroite sur quelques hectares à Paris et qui étaient soudain disséminés sur plusieurs centaines d'hectares* », racontait ce témoin de la première heure dans notre numéro « Spécial 50 ans » de mars 2019.

DÉBATS VIFS ET MOMENTS CONVIVIAUX

Alors que la presse vit ses heures de gloire, le journal se fait très rapidement sa place dans le paysage. Ses rédacteurs successifs révèlent les grands événements de la vie du Marché, comme l'arrivée de la viande en janvier 1974, l'ouverture du marché unique européen en 1993 ou le bouleversement provoqué par le développement d'Internet dans les années 2000. Ils se font l'écho des passages de témoin à la tête de la Semmaris, avec notamment l'arrivée de Marc Spielrein à l'été 1994, puis celle de Stéphane Layani en 2012. Le journal est alors un lieu de débats où les échanges peuvent

être particulièrement vifs entre autorité du marché, grossistes et usagers, sur la question des horaires d'ouverture, sur la déspecialisation des secteurs, la place des producteurs ou celle des grossistes à service complet. On discute vivement, mais on se retrouve également sur la photo autour de moments conviviaux tels que les séances de cinéma en plein air dans les années 1970, la rituelle arrivée du beaujolais nouveau ou les visites de Miss France. Au cours des 800 épisodes de son existence, le titre a connu plusieurs éditeurs et différentes formules, devenant bimensuel dans les années 1980, puis mensuel dans les années 1990. À la fin des années 1990, la Semmaris rachète le titre et en délègue l'édition à des sociétés de presse. En 2017, c'est le groupe Au Cœur des villes, propriétaire de *l'Auvergnat de Paris*, de *la Revue des Comptoirs* et entre-temps de *YAM*, qui reprend le flambeau. Le magazine ouvre alors largement ses colonnes aux chefs, des bistrots aux étoilés, mais s'ingénier aussi à décrypter les nouvelles tendances : le développement du digital et de l'innovation, la prise en compte croissante des préoccupations sociales et environnementales et les problématiques logistiques. En attendant, un jour, le numéro 1000 !

B. C.

UNE INAUGURATION PRÉVUE POUR 2029

Le calendrier se précise pour la Cité de la Gastronomie

Après Dijon, Lyon et Tours, l'Île-de-France aura bientôt sa Cité de la Gastronomie. Installé au pied du MIN de Rungis, ce projet devrait représenter une ambitieuse vitrine de la gastronomie locale et nationale. Le Salon de l'agriculture a fourni une excellente occasion de faire un point sur cette réalisation d'envergure en présence de Stéphane Layani et de nombreux élus locaux. Bruno Marcillaud, maire de Rungis, a été désigné président du syndicat mixte constitué pour l'occasion, lequel a collecté 8 M€ de la métropole du Grand Paris présidée par Patrick Ollier, 6 M€ de la Région et 9 M€ du département du Val-de-Marne. « *L'idée a été lancée en 2022, mais nous avons dû attendre l'arrivée du métro, prévu en 2024, pour lancer concrètement le projet qui n'avait aucun sens s'il n'était pas rattaché aux transports en commun* », a expliqué Bruno Marcillaud. *Aujourd'hui, nous avons un engagement de la RATP sur la ligne 14 qui sera prête en juin, donc tous les feux sont au vert pour le planning : dépôt du permis de construire mi-2024, début des travaux au début de l'année 2025 et inauguration en 2029.* » De son côté, Valérie Pécresse, présidente de la région Île-de-France a salué l'arrivée de ce nouveau lieu fédérateur sur le territoire, qui « *devrait constituer un terrain de jeu de choix pour les 135 chefs étoilés franciliens, tout*



© Semmaris

De gauche à droite : Bruno Marcillaud, Stéphane Layani, Valérie Pécresse et Patrick Ollier.

en valorisant la gastronomie locale ». En attendant de pouvoir déambuler dans ce nouveau « *lieu du bien manger* », le syndicat mixte a annoncé, par la voix de son président Bruno Marcillaud, la création d'une plateforme de vente de produits locaux via internet, laquelle devrait proposer plus de 6 000 produits dès le 1^{er} mai prochain.

En bref

Le futur terminal ferroviaire en 2026

La Semmaris a désigné l'opérateur VIIA pour développer et exploiter le futur terminal de fret ferroviaire qui prendra le relais du train des primeurs historique dès 2026. L'opérateur de transport continuera à exploiter une liaison Perpignan-Rungis sous une forme rénovée, et développera de nouvelles liaisons vers Avignon, l'Espagne, ainsi que les ports de Dunkerque et Rotterdam. À terme, six trains arriveront quotidiennement à Rungis.

Une journée des circuits courts en juin

La Fédération des marchés de gros de France (FMGF) organisera une Semaine des produits locaux et des circuits courts, en juin prochain, sur les différents marchés de France. C'est ce qu'ont annoncé lors du Salon international de l'agriculture Stéphane Layani, le président du Marché de Rungis, Jean-Jacques Bolzan, président de la FMGF, et Marcel Martel, président du MIN de Châteaurenard et maire de Châteaurenard (Bouches-du-Rhône). Des événements seront organisés dans tous les marchés de gros de France, en lien avec les Journées nationales de l'agriculture (6, 7 et 8 juin).

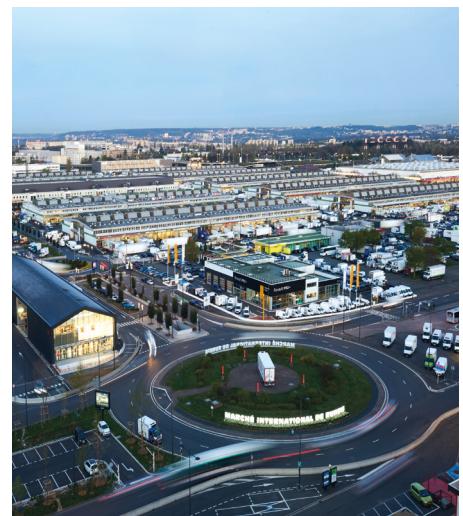
LE CHIFFRE D'AFFAIRES DÉPASSE LES 11 MILLIARDS D'EUROS

Une année 2023 dynamique pour les entreprises

Le Marché de Rungis a connu une année commerciale 2023 particulièrement dynamique, selon les chiffres rendus publics par l'autorité du Marché. Le chiffre d'affaires a dépassé l'année dernière – pour la première fois – les 11 Md€, contre 10,3 Md€ en 2022. Cette croissance spectaculaire est notamment liée à une hausse moyenne des prix de 12 % toutes filières confondues, avec d'importantes disparités d'un secteur à l'autre. En effet, la hausse des prix a atteint 13 % dans le secteur des fruits et légumes (70 % des volumes du MIN), un chiffre quasiment équivalent à l'année 2022. Pour les autres filières, l'inflation est en recul, même si elle reste importante : 8 % en moyenne, soit en recul de 8 points par rapport à 2022.

Mais l'année 2023 aura été aussi dynamique en matière de volumes. Les grossistes sur carreau du secteur fruits et légumes ont observé en 2023 une hausse de 17 % de leurs arrivages, tandis que les GASC et les importateurs connaissaient des croissances de tonnage entre 2 et 10 %. Les filières de la Marée

et des produits laitiers et avicoles ont vu les volumes traités augmenter respectivement de 7 % et de 5 %, tandis qu'ils restaient stables dans le secteur des produits gastronomiques. Enfin, pour les produits horticoles les fleurs coupées progressent (+ 0,5 %) au détriment des plantes en pots.



POTS USAGÉS EN POLYPROPYLÈNE

Une filière volontaire de recyclage pour le végétal

Une filière volontaire de collecte pour le recyclage des pots horticoles professionnels usagés (PHUS) en polypropylène s'apprête à être déployée dans le courant d'avril. Décidée et créée par l'interprofession Valhor et huit de ses organisations professionnelles adhérentes, elle s'appuie sur l'écosystème Adivalor, spécialisé dans la collecte et la valorisation des déchets issus de l'agriculture et qui assurera la collecte. L'objectif est de recycler 60 % des pots en polypropylène à l'horizon de cinq ans pour les professionnels de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage, en les réincorporant dans un nouveau cycle de vie pour un nouvel usage. Cette performance (volumes collectés, pourcentage de recyclage...) sera suivie, comme l'est l'ensemble des filières de l'écosystème Adivalor.

LANCÉMENT EN MARS

« *J'invite l'ensemble des metteurs sur le marché français de plantes en pot à usage professionnel à rejoindre cette nouvelle filière volontaire dès son lancement en mars*, » a expliqué Catherine Muller, présidente de Valhor. Créé le 25 janvier 2024, l'organisme financeur Vadeho fera le lien avec les metteurs en marché concernés – c'est-à-dire les entreprises qui vendent des plantes en pot pour un usage professionnel – dont les écocontributions volontaires financeront le fonctionnement de la filière et les opérations de collecte des pots usagés. Vadeho est constitué de l'interprofession Valhor et de huit fédérations professionnelles : VERDIR, Felcoop, l'Union française des semenciers (UFS), la Fédération



© Valhor

des grossistes en fleurs et plantes (FGFP), la Fédération française des artisans fleuristes (FFAF), Jardineries et Animaleries de France, l'Unep-Les Entreprises du paysage, et la Fédération française du paysage (FFP). Les entreprises vendant à des utilisateurs professionnels des plantes conditionnées dans des pots horticoles en polypropylène sont invitées à adhérer dès maintenant à cette nouvelle filière volontaire, en conventionnant avec Vadeho, tandis que les entreprises ayant des pots usagés à faire collecter sont invitées à contacter leur interlocuteur régional Adivalor.

PRÉVENTION DES RISQUES DE SANTÉ

La médecine du travail s'expose à Rungis



© FD

Le président Stéphane Layani entre le docteur Vinh NGO (d.) et le chef Guillaume Gomez (g.).

Le salon Prev Innov' du Ciamt, Centre interentreprise et artisanal de médecine et santé au travail, s'est déroulé les 19 et 20 mars 2024 dans le pavillon Rungis Événements du Marché de Rungis. Divisé en six pavillons à thèmes, il a rassemblé quelque 46 stands dédiés pour un bon nombre à la prévention et à l'innovation. Un parcours bilan de santé était également animé par plusieurs médecins (pneumologie, dermatologie, cardiologie, rhumatologie, gastro-entérologie, neurologie, médecine du travail, laboratoire d'analyses...) et était destiné aux visiteurs désireux d'un examen médical. Par ailleurs, différents ateliers et animations (gestes de premiers secours, atelier du chocolat, robot café, vélo smoothie, purificateur d'air, espace game, simulateur transpalette, simulateur à la prévention des risques routiers...) ont séduit le public.

MIEUX VAUT PRÉVENIR QUE GUÉRIR

« *Ce second salon réalisé à Rungis a pour thèmes les solutions liées à la prévention et l'innovation destinées aux entreprises et aux employés* », a indiqué lors de l'ouverture le docteur Vinh NGO, directeur général du Ciamt. « *En 2030, la médecine préventive aura la primauté sur la médecine curative, avec le développement des tests prédictifs, des biotechnologies dont les exosquelettes, du digital et des logiciels d'aide à l'évaluation des risques professionnels*. » Avec près d'un millier de visiteurs, ce salon a connu un appréciable succès de fréquentation... **F. D.**



LES SOCIÉTÉS DU GROUPE ANTOINE

Spécialiste de la distribution en Île-de-France **SOUS TEMPÉRATURE DIRIGÉE**

DISTRIBUTION



Distribution fine urbaine partout en Île-de-France du lundi au samedi.

MASSIFICATION



Livraison des plateformes de la GMS (Paris, Nord, Normandie, Belgique).

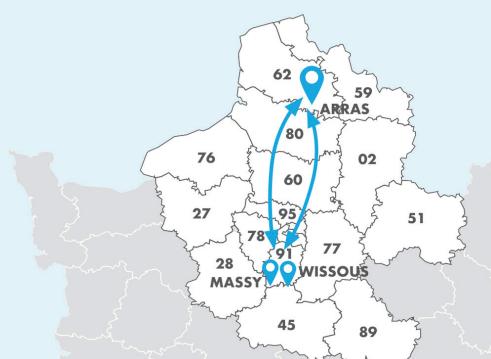
STOCKAGE



Stockage et préparation de commandes aux portes de Rungis.

Grièvre DISTRIBUTION

"Notre force, c'est notre capacité d'adaptation aux contraintes horaires spécifiques et aux ACCÈS DIFFICILES."



Antoine DISTRIBUTION

99,8 %
de satisfaction
client en 2023

5 VÉHICULES UTILITAIRES LÉGERS

71 PORTEURS DE 12T À 19T

80 ENSEMBLES SEMI-REMORQUE

3 PLATEFORMES EN ÎLE-DE-FRANCE

6500 M² DE PLATEFORMES CROSS-DOCK

3000 M² DE PRÉPARATION DE COMMANDES

SITES WEB

www.griere.fr

www.sofripa.com

www.groupeantoine.fr

CONTACT/ÎLE-DE-FRANCE

Guillaume ANTOINE

g.antoine@sofripa.fr

06 84 90 84 01

FRUITS ET LÉGUMES

La confiance au beau fixe

Interfel et FranceAgriMer ont présenté, au Salon de l'agriculture, le traditionnel baromètre de confiance des fruits et légumes. Cette confiance des consommateurs est mesurée à 94 % pour les fruits et légumes frais, au même niveau que le pain. C'est un des scores les plus élevés pour ce baromètre qui existe depuis dix ans. Le consommateur affiche également sa satisfaction, valorisée par 82 % d'entre eux, sur l'aspect visuel des produits (90 % satisfaits), la facilité et la rapidité de préparation (respectivement 89 % et 87 %), ainsi que les apports nutritionnels (81 %).

En revanche, les Français restent préoccupés par la question du coût des fruits et légumes : seulement 36 % des Français se disent satisfaits du prix des fruits et légumes, le niveau le plus bas depuis dix ans. Ce sentiment est renforcé par le contexte inflationniste. Et le

prix est devenu le troisième critère d'achat des fruits et légumes derrière la saisonnalité du produit (premier critère d'achat pour 65 % des consommateurs), la provenance ou l'origine (63 %). Ainsi, 44 % des Français citent le prix comme critère d'achat, soit + 11 % en deux ans. Cela se traduit dans leurs actes de consommation. En effet, 70 % des Français indiquent comparer davantage les prix, 50 % achètent moins qu'avant des produits comportant des labels ou des signes de qualité. Par ailleurs, Interfel a souhaité comparer l'opinion des Européens sur les fruits et légumes frais. L'enquête a été menée dans cinq pays : la France, l'Espagne, l'Italie, l'Allemagne et les Pays-Bas. Les consommateurs de ces cinq pays sont conscients de l'importance des fruits et légumes dans l'alimentation. Si 81 % de ces populations aimeraient dans l'idéal consommer davantage



La confiance des consommateurs est mesurée à 94 % pour les fruits et légumes frais, au même niveau que le pain.

© Philippe DUFOUR/Interfel

de fruits et légumes, trois freins à cette consommation sont mis en avant : le prix (pour 50 % des Européens interrogés), la praticité (35 %), et la qualité gustative (29 %). L'enquête révèle enfin les fruits et légumes frais préférés des Européens interrogés : le brocoli, la salade et la tomate en légumes, la pomme, la banane et la fraise en fruits.

POMMES-POIRES

Monloup récompensé au SIA



Linda Brottes, responsable marketing de Monloup (au centre) a reçu le Trophée de l'ANPP pour la catégorie grossistes.

L'Association nationale pommes poires (ANPP) a récompensé, dans le cadre du Salon de l'agriculture, trois acteurs de la chaîne agroalimentaire, qui ont décidé de mettre la valorisation de la pomme française au rang de leurs priorités. Les entreprises récompensées « jouent le jeu de la pomme française dans le cadre de partenariats durables, du verger au consommateur final » constate l'Association. Dans la catégorie Grande Distribution, le trophée est attribué à Intermarché. Le trophée Restauration récompense le partenariat entre McDonald's et Florette. Enfin, dans la catégorie Grossistes, ce sont les établissements Monloup à Rungis qui reçoivent le trophée, pour récompenser leur engagement à ne référencer que de la pomme française dans un contexte difficile. Les établissements Monloup sont également de fidèles partenaires du label Vergers écoresponsables. « Nous sommes très heureux de recevoir ce trophée des grossistes, prix du travail des producteurs a confié Linda Brottes, responsable marketing de Monloup. C'est à nous de savoir relayer les valeurs de votre démarche écoresponsable. Nous sommes une équipe de passionnés et ce partenariat, mis en place depuis des années, nous apparaît comme une évidence ». Par ailleurs, « ces trophées récompensent l'engagement durable et historique de ces partenaires », souligne Daniel Sauvaitre, président de l'ANPP. « Nous espérons que ces trophées les motiveront, ainsi que leurs concurrents à rester fidèles à la pomme française et au label Vergers écoresponsables ».

COMMERCE

Remise des prix « Les Talents des fruits et légumes »



Les « Talents des fruits et légumes » décernés par Interfel ont récompensé huit entreprises.

Interfel a remis, pendant le SIA, les prix de son traditionnel concours Les Talents des fruits et légumes - Le challenge des commerces. Ce concours est destiné à promouvoir l'expertise, la passion et les compétences des professionnels au stade de la distribution de la filière fruits et légumes pour fournir des produits de qualité et proposer une diversité de produits aux consommateurs. « Devenir un Talent des fruits et légumes, c'est répondre à des critères d'excellence et de professionnalisme, mais c'est également

être en mesure d'exprimer la passion et les engagements qui animent ces professionnels tout au long de l'année. Le concours est une reconnaissance de l'expertise et des compétences des professionnels des fruits et légumes, mais également de leur passion, leurs engagements et leur vision pour ces produits », explique Interfel. De fait, 127 candidats se sont présentés au concours. La remise des prix nationaux et des prix spéciaux a permis de récompenser huit entreprises : cinq Talents nationaux et trois Prix spéciaux nationaux.

SOLIDARITÉ

Solaal renouvelle sa traditionnelle chaîne du don



Angélique Delahaye, présidente de Solaal (au c.) avec les acteurs de la chaîne du don, dont Arnaud Rousseau (à sa g.) président de la FNSEA et le chef Guillaume Gomez (à sa dr.).

Solaal, l'organisation qui facilite le don des agriculteurs auprès des associations d'aide alimentaire, a renouvelé sa traditionnelle chaîne du don, le 29 février, dans les allées du Salon de l'agriculture. Agriculteurs, responsables professionnels, élus, représentants de la Banque alimentaire ont réceptionné les dons des exposants. Cette chaîne du don s'est achevée par un échange avec Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée auprès du ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire pour rappeler la nécessité du don agricole et mettre en lumière la solidarité des agriculteurs.

À cette occasion, Angélique Delahaye, présidente de Solaal, a rappelé l'actualité de l'association. « *Notre particularité est de trouver des produits frais, essentiellement des fruits et légumes, dont les bénéfices santé sont importants.* » En un peu plus de dix ans d'existence, Solaal a permis de donner 33 000 tonnes de fruits et légumes, soit l'équivalent de 66 millions de repas. « *Les donateurs sont de plus en plus nombreux* » s'est félicitée la présidente. Angélique Delahaye a également présenté les chantiers de Solaal

pour 2024. Ce sera notamment la création de l'antenne Nouvelle-Aquitaine, dernière région de métropole à ne pas être couverte par le réseau. Solaal ambitionne également d'aider au développement des achats solidaires, en complément des dons, notamment par le biais du programme national « Mieux manger pour tous ». L'association souhaite aussi mettre l'accent sur la traçabilité des produits. « *Les gens qui sont en précarité ont le droit d'accéder à des produits de qualité et de marques* », justifie Angélique Delahaye. Par ailleurs, Solaal a présenté son Livre blanc qui vise à mettre en lumière des axes de travail et des revendications pour simplifier et lever les freins au don des agriculteurs. En outre, ce Livre blanc présente la nouvelle activité d'achat-vente solidaire proposée par Solaal. Ce nouvel axe de développement vient répondre à la demande croissante des associations d'aide alimentaire, notamment en produits frais.

Enfin, Angélique Delahaye a annoncé que Solaal organisera en septembre prochain, la 10^e édition des Journées nationales du don agricole.

COMMERCE

Les grossistes au SIA

Comme chaque année, la Confédération des grossistes de France (CGF) était présente au Salon international de l'agriculture. « *Dans le contexte du mouvement agricole de ces dernières semaines, l'événement a pris une dimension bien évidemment particulière* », écrit la Confédération. Cette visite a été l'occasion de nombreuses rencontres et échanges avec les acteurs de la filière (notamment Geco Food service, Restau'co, la FNSEA, La Coopération agricole) mais également avec des parlementaires et membres de cabinets ministériels. Quelque temps après cette visite, la CGF est revenue sur les sujets d'actualités au cours d'un déjeuner de presse. Philippe Barbier, président de la CGF, a présenté les résultats de l'activité du Commerce de gros en 2023. Sur l'ensemble de l'année 2023, le rythme de croissance s'élève à + 5,3 %. Il est nettement moins élevé que celui de 2022 (+ 9 %) et largement porté par l'inflation. Les résultats, très contrastés selon les secteurs d'activité, oscillent entre - 2,5 % et + 7,5 % et « *témoignent d'un contexte économique incertain* », souligne la CGF. Le commerce de gros des produits agricoles et alimentaires a connu une croissance à 10,3 % portée par l'inflation alimentaire de 15 % « *qui a frappé de plein fouet les ménages et les entreprises* ». « *La situation des professionnels du commerce de gros nécessite une vigilance particulière en 2024* », note Philippe Barbier. Elle appelle « *une attention accrue pendant les prochains mois, même si le commerce de gros est bien orienté stratégiquement par la diversité de ses filières* ». Le secteur a besoin de recruter et d'attirer des talents. Environ 90 000 recrutements sont attendus en 2024. Pour aider les entreprises, la CGF a présenté un plan d'attractivité destiné à faire mieux connaître les opportunités de carrière au sein des entreprises grossistes. Ce plan va se concrétiser par la signature, le 13 mai prochain, d'une convention cadre nationale avec France Travail.



« *La situation des professionnels du commerce de gros nécessite une vigilance particulière en 2024* », souligne Philippe Barbier, président de la CGF.

CARNET

Décès de Louis Omer-Decugis

Avec le décès de Louis Omer-Decugis, survenu le 13 février 2024, c'est une des dernières personnalités historiques du Marché international de Rungis qui disparaît. Louis Omer-Decugis avait dirigé le groupe familial de 1968 jusqu'à la fin des

années 1990, succédant ainsi à son père et devenant la 5^e génération à la tête de l'entreprise, créée en 1850, aux Halles de Paris. Il a été ainsi témoin et acteur du « déménagement du siècle », participant au transfert des activités du groupe au Marché international de Paris-Rungis, en 1969. « *Le transfert des halles organisé par mon père et le président Libert Bou, s'est parfaitement déroulé le 3 mars 1969, avec une file ininterrompue de camions durant 36 heures* », témoignait-il dans *Rungis Actualités* à l'occasion des 50 ans du déménagement*. « *Entrepreneur dans l'âme et visionnaire audacieux, Louis*



Louis Omer-Decugis.

Omer-Decugis aura permis au groupe familial de franchir plusieurs étapes structurantes de son histoire. On retiendra notamment le tournant vers les exotiques, les liens forts tissés avec la Côte d'Ivoire, sans oublier ses engagements pour les plus démunis, en particulier les enfants atteints de cancer en Afrique », écrit le groupe Omer-Decugis & Cie dans l'hommage à son ancien président. Le groupe rappelle ainsi que c'est avec Félix Houphouët-Boigny qu'il avait créé la SIIM (Société internationale d'importation), qui porte aujourd'hui encore la branche distribution des fruits tropicaux du Groupe. Cette association aura duré jusqu'à la reprise du contrôle de la société par la famille Omer-Decugis en 1995, au décès du président ivoirien. Louis Omer-Decugis aura également développé les activités grossistes et historiques de la famille à

travers Bratigny. Sous sa présidence, le groupe investit dans le développement durable des filières de production et d'exportation d'ananas, de bananes, de mangues, de noix de coco et de haricots verts, en provenance principalement d'Afrique, en Côte d'Ivoire, au Mali, au Kenya, puis également en Équateur. En 2014, Louis Omer-Decugis prend la présidence de la Fondation d'entreprise Louis Omer-Decugis. Il était également engagé dans la lutte contre le cancer des enfants en Afrique en soutenant le Groupe franco-africain d'oncologie pédiatrique (GFAOP) dont il était membre du conseil d'administration. Il avait transmis il y a quelques années, l'entreprise à son fils Vincent Omer-Decugis, désormais président-directeur général d'Omer-Decugis & Cie. Il était président d'honneur d'Omer-Decugis & Cie depuis son introduction en Bourse en 2021.

* *Rungis Actualités* n° 749, mars 2019.

DÉCORATION

La filière fruits et légumes honorée

Plusieurs personnalités de la filière fruits et légumes ont récemment été honorées. Présidente de la Fédération nationale des producteurs de fruits (FNPF) et productrice à Moissac, Françoise Roch a été nommée chevalier de la Légion d'honneur le 15 février à Perpignan par le ministre de l'Agriculture Marc Fesneau. Il a insisté sur la personnalité de la récipiendaire. « *Vous êtes une femme tenace. Vous ne lâchez rien au nom de celles et ceux que vous représentez. Vous défendez l'arboriculture bec et ongles car vous êtes une personne entière.* » « *Nous sommes là pour qu'il y ait encore du fruit en France, pour que l'on ne soit pas obligé d'en importer davantage* », a répondu Françoise Roch. Marc Fesneau a également remis les insignes de chevalier de la Légion d'honneur à Laurent Grandin, président d'Interfel, le 28 février, au SIA. Le ministre a rappelé la carrière de Laurent Grandin, son action à la tête de l'interprofession des fruits et légumes frais, et notamment son engagement dans la construction du Plan de souveraineté. « *On peut travailler avec confiance avec Laurent Grandin* », a déclaré le



Marc Fesneau remet les insignes de chevalier de la Légion d'honneur à Françoise Roch, en présence d'Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée auprès du ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire.

ministre. Enfin, Bernard Gerin, président de l'Aneefel, a reçu les insignes de chevalier dans l'ordre du Mérite agricole. Il a été décoré, au SIA, par Louis Orenga, ancien directeur général d'Interfel, et président de l'Amoma (Association des membres de l'ordre du mérite agricole).

PRODUCTION

Le retour du narcisse

La maison Ernest Turc relance actuellement une production emblématique du printemps disparue depuis 15 ans en France, le narcisse. Les premiers bulbes ont fleuri en mars 2024 sur le site de Plomeur, dans le Finistère Sud sur près de 200 ha consacrés aux bulbes à floraison printanière. L'objectif de production est de 1 million de bulbes de narcisses d'ici à trois ans et de 4 millions dans les années suivantes.



© Bretagne3 - Laurent Guichardon



VÉHICULES UTILITAIRES PRÊTS À PARTIR DISPONIBLES IMMÉDIATEMENT CHEZ PEUGEOT by TRUJAS CRÉTEIL !



e-PARTNER XL



EXPERT FRIGO



EXPERT / e-EXPERT

**PRENEZ RENDEZ-VOUS AVEC NOTRE CONSEILLÈRE
COMMERCIALE DÉDIÉE AUX PROFESSIONNELS !**

Sandra DUARTE

Conseillère Commerciale Multimarques Entreprises et Loueurs

06 98 12 97 85

sandra.duarte@trujas.carwest.fr



by Trujas

PEUGEOT by TRUJAS CRÉTEIL

89 Av. du Général de Gaulle

01 45 17 94 94

www.trujas.fr

SUIVEZ-NOUS SUR LES
RÉSEAUX SOCIAUX
[@bytrujas](https://www.instagram.com/bytrujas)





16

JANVIER

Au cours de la présentation de ses voeux aux acteurs économiques, Stéphane Layani, le président du Marché international de Rungis, a tiré un bilan très positif de l'année 2023. « Les résultats ont dépassé nos attentes, avec 1,7 million de tonnes d'arrivages sur le marché physique, presque autant sur le marché logistique et un chiffre d'affaires de presque 11,7 Md€ sur 2023, avec un taux d'inflation maîtrisé ! » La Semmaris, l'autorité gestionnaire du Marché, aura encore investi pas moins de 60 M€ pour la transformation du Marché l'année dernière. Plus de 250 personnes (acteurs économiques, élus, opérateurs, grossistes, acheteurs, grands patrons des coopératives installées à Rungis) ont participé à ces échanges.



08

MARS

À l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes, des cheffes d'entreprise et des salariées du MIN et de la Semmaris, entraînées par les Rabelaisiennes, sont allées à la rencontre de leurs consœurs sur le Marché. Le groupe s'est rendu dans les différents secteurs et a notamment été reçu par Maxime François, P-DG de Fleurassistance et par toute son équipe notamment féminine ! La visite s'est achevée à la Cantine du Troquet par un petit déjeuner gourmand préparé par Céline Leroy.



© Association Cafés et Bistrots

15

MARS

La maire de Paris Anne Hidalgo a donné le coup d'envoi d'une semaine de festivités dans les bistrots parisiens en remettant en grande pompe la Grande Médaille de Vermeil de la Ville de Paris à l'Hôtel de Ville à 62 patrons et patronnes de bistrots. L'occasion pour la maire de leur annoncer l'extension des horaires d'ouverture des terrasses mais aussi d'assurer aux bars et cafés de la capitale qu'ils faisaient partie de la vie parisienne que les touristes du monde entier entendent découvrir pendant la période des JOP. Les réjouissances se sont terminées le dimanche 24 mars par la Course des cafés de Paris, une épreuve – non olympique – qui a permis aux serveurs et serveuses de briller eux aussi.



19

MARS

Une cérémonie d'intronisations à la commanderie des ambassadeurs gastronomes de Rungis s'est déroulée à la Table du Luxembourg, dans les jardins éponymes de la capitale (Paris 6^e). À cette occasion, notre confrère Thierry Bandrier du Fort des Halles a rejoint l'association destinée à faire connaître et à valoriser le lieu emblématique qu'est le Marché de Rungis. Le journaliste a reçu la distinction des mains de Stéphane Layani, président du Marché international, en présence de M. Xavier Espana.

Spécial Salon international de l'agriculture



26

FÉVRIER

Metro France, la Fédération nationale bovine (FNB) associée à la FNSEA et les Jeunes Agriculteurs, ont signé une convention de partenariat « éleveur et engagé ». L'objectif est de rémunérer les éleveurs à la juste valeur de leurs coûts de production, leur garantissant une juste rémunération. En contrepartie, ils doivent respecter un élevage herbager et à taille. Pour répondre aux besoins spécifiques de la restauration, des critères stricts sont fixés, comme l'âge (8 ans au maximum), l'état d'engraissement de l'animal, ou encore la maturation de la viande qui doit durer 10 jours au minimum. Le projet, qui s'inscrit dans une démarche locale, est actuellement en place dans 15 Halles Metro.

De g à dr :
 Patrick Eychené, secrétaire général Metro France;
 Cédric Mandin, secrétaire général de la FNB;
 Pascal Peltier, directeur général de Metro France;
 Arnaud Rousseau, président de la FNSEA;
 Julie Artus, directrice des affaires publiques Metro France;
 Cynthia Merope, directrice offre et marketing Metro France et Philippe Dufour président ELVEA île-de-France.



27

FÉVRIER

Le Salon du fromage et des produits laitiers a fêté, du 25 au 27 février 2024 dernier à Paris, sa 18^e édition. Grossiste indépendant depuis 1946, la Maison Bruel de Rungis y animait un stand collectif rassemblant 11 de ses producteurs. L'occasion de mettre en avant des productions fermières d'exception comme celles du Domaine des Bufflonnes ou de la Ferme du Haut-Village (issues de vaches jersiaises), toutes deux situées en Alsace, ou encore les saint-nectaire affinés par la Compagnie des Arvernes. Le grossiste rungissois avait déployé, sous la direction de Christelle L'Higuinen, directrice de projets, un parcours RSE « Lait'Vie'Terre », valorisant les bonnes pratiques, de l'élevage à la commercialisation. Un esprit de filière qui a valu aux équipes de Bruel (ici Arthur et Christelle) et à Gilles Dechambre, gérant de la Compagnie des Arvernes, les honneurs du Parisien.



28

FÉVRIER

La maison Boyer (marque Philibon) a fêté les 40 ans du melon de Guadeloupe. « Il y a 40 ans, Claude Boyer a eu l'idée de développer cette production », a rappelé Stéphane Layani, président du Marché international de Rungis, à cette occasion. Il s'exprimait en présence de Joël et Jean-Marc Boyer, les fils de Claude et de Simone Boyer, aujourd'hui à la tête de l'entreprise familiale.

03

MARS



Chaque année, le championnat d'Europe des produits tripiers prend un peu plus d'ampleur. Comme il est désormais de tradition, les vainqueurs de la compétition, qui s'est déroulée le 21 novembre 2023 au Campanile de Rungis, ont été récompensés lors du Salon international de l'agriculture. La cérémonie s'est déroulée en présence de nombreux représentants de la filière, comme Raphaël Elnaggar et Serge Nadaud côté Rungis, ou encore Emmanuel Bernard, éleveur et président de la section bovins d'Interbev. Rappelons que c'est un très jeune chef Jairo Davico, actuellement en bac pro, qui a remporté l'épreuve à l'âge de 16 ans !

INNOVATION

Yoc : une application antigaspi pour la restauration collective !

Fondée en mai 2023 par Jean-Louis Aziza, et incubée au Grand Marché depuis le début de l'année 2024, la start-up Yoc développe une application antigaspi dédiée à la restauration collective privée et publique – restaurants d'entreprises, administratifs, universitaires et scolaires dans les lycées.

En permettant aux chefs d'organiser et de quantifier la préparation de leurs menus et en engageant les convives à choisir à l'avance leurs repas à partir des propositions des chefs, Yoc contribue ainsi à réduire le gaspillage alimentaire. Du côté des utilisateurs, l'application est téléchargeable gratuitement sur Apple Store et Google Play. Elle permet aux convives de choisir leurs repas à l'avance. Du côté des restaurants, la start-up propose un forfait en fonction de la taille de la structure, qui revient environ à 50 centimes d'euros par mois et par convive. Cet abonnement permet aux chefs l'accès à un tableau de bord centralisant les choix des convives de façon instantanée, ainsi qu'à un réseau social intégré dans l'application, pour pouvoir interagir avec les convives. Les chefs communiquent leurs menus (entrées, plats, desserts) à la start-up, qui les intègre dans l'application et s'occupe de former les convives à l'utilisation de l'application. Les convives peuvent choisir leur menu jusqu'à sept jours avant le repas. « *L'idée est d'arrêter l'instantanéité où on fait la queue et où on fait un choix par dépit. Avec Yoc, on se pose et on*



L'application Yoc a été créée par Jean-Louis Aziza (à g.) pour réduire le gaspillage alimentaire dans la restauration collective.

choisit partout, au calme, et ça engage », explique Jean-Louis Aziza, fondateur de Yoc. Au-delà de la dimension antigaspi, Yoc possède une dimension pédagogique. L'application fonctionne en effet avec un système de gamification, permettant le déblocage de récompenses collectives et individuelles. Ainsi, les salariés d'une entreprise qui utilisent l'application peuvent contribuer à débloquer une action collective au choix, parmi des actions à vocation humanitaire ou environnementale telles que

le soutien à une association caritative pour le don de fournitures scolaires, par exemple. Pour cela, la start-up propose un panel d'actions à chaque structure de restauration collective, qui choisit ensuite l'action qu'elle veut soutenir. De même, en fonction de l'anticipation de la date de sa commande, chaque convive peut débloquer des badges individuels, qui lui présentent les 17 objectifs de développement durable de l'ONU. « *Avec Yoc, j'ai voulu prendre le prisme du gaspillage alimentaire pour sensibiliser les différentes parties prenantes autour d'un enjeu plus global. Yoc est une façon de digitaliser l'information environnementale* », résume Jean-Louis Aziza. Composée de cinq personnes, la start-up cible la restauration collective publique et privée sur l'Occitanie et les régions voisines. Elle travaille actuellement avec trois clients en Occitanie, le lycée Marie-Louise Dissard à Tournefeuille, Airbus et Liebherr Aerospace. Elle envisage un développement commercial national, afin de devenir un acteur incontournable de la lutte contre le gaspillage alimentaire.

Clémentine Cabrol

Black Kitchen : des repas frais dans des casiers réfrigérés pour les étudiants des établissements d'enseignement supérieur !

Lauréate du premier prix du concours Les Pépites de la Food 2023, organisé par l'association Les Pépites et le Grand Marché, la start-up Black Kitchen a rejoint en janvier la troisième promotion de l'incubateur du Grand Marché. Elle propose aux établissements d'enseignement supérieur des plats frais, cuisinés et sains dans des casiers réfrigérés. L'objectif : faire mieux manger les étudiants et à un prix plus accessible que les solutions existant à proximité des campus. L'idée du projet a germé dans la tête d'Emma Delrieu, cofondatrice de Black Kitchen, lors d'un voyage à Amsterdam en 2020 : elle remarque le succès de la chaîne de restauration rapide FEBO, qui propose des repas frais et sains dans des casiers chauds vendus dans des distributeurs automatiques situés dans le centre-ville. À son retour en France, l'étudiante de 23 ans constate la difficulté pour les étudiants de se restaurer entre midi et deux rapidement, avec des produits sains et à un prix raisonnable au sein des campus. À la suite de ce constat, elle effectue alors son mémoire de première année de Master à l'ESG

Toulouse sur ce projet de casiers chauds dans des distributeurs, en l'adaptant pour cibler les étudiants des établissements d'enseignement supérieur. Des études à l'entrepreneuriat, il n'y a qu'un pas ; son meilleur ami, Lucas Delmé, la rejoint pour travailler sur le projet. Ensemble, ils créent l'entreprise Black Kitchen en mai 2023, avec un début d'activité et la mise en place de distributeurs sur deux campus à Labège en octobre 2023. « *Avec Black Kitchen, nous souhaitons rendre la nourriture saine accessible à tous les étudiants* », explique Emma Delrieu, cofondatrice de Black Kitchen. La start-up propose des plats frais et sains, préparés à base de produits locaux en circuit court. La carte change toutes les trois semaines et comprend une entrée et quatre types de plats : végétarien, snacking, plat simple et plat « chef » un peu plus recherché. De l'élaboration des recettes à la préparation des plats et la livraison dans les campus, Black Kitchen s'occupe de tout. La start-up travaille aussi actuellement sur une nouvelle offre pour l'hôtellerie, avec des frigos connectés.



**Le rendez-vous
incontournable
de la filière **Fruits et Légumes**
en France**

24 & 25 avril 2024

Parc des Expositions - Perpignan - Occitanie

SAVE
THE DATE

**100%
acteurs
engagés**



250
Exposants attendus



5000
Visiteurs ciblés et
décisionnaires attendus



30 Top acheteurs
internationaux



20 Top acheteurs de la
grande distribution



6 Secteurs
d'exposition



1500
Rendez-vous d'affaires
sur le salon



2 Grands témoins
intervenant en
conférences :
Isabelle Autissier
& Tomás García Azcárate

un salon de

organisé par



Agence de Développement Économique



**Votre badge visiteur gratuit
sur www.medfel.com**



UN MARCHÉ PLUS À Rungis, la transition énergétique s'accélère

Le Marché de Rungis a adopté un plan de grande ampleur visant à favoriser les économies d'énergie et à en développer la production à partir de ressources locales. C'est un volet important de la stratégie RSE du MIN qui se concrétise ainsi.

Dossier réalisé par
Bruno Carlhian

Les panneaux photovoltaïques sur le toit du bâtiment I2, dans la zone des entrepôts.



VERT

La salle Libert Bou, au rez-de-chaussée de la tour administrative de Rungis, a fait le plein le 1^{er} février dernier à l'occasion du 4^e « Meeting des pros ». Le rendez-vous, désormais régulier organisé entre les grossistes et l'autorité du Marché, avait pour thème un sujet brûlant d'actualité : la sobriété et l'indépendance énergétique sur le MIN de Rungis. Et le moins que l'on puisse dire, c'est que les participants ne sont pas repartis déçus de la rencontre tant elle fut riche en annonces.

C'est en effet une véritable révolution que s'apprête à connaître le MIN de Rungis en matière de consommation et de production d'énergie. Une révolution « verte » à laquelle l'aménageur va consacrer près de 100 M€ sur cinq ans dont 10 M€ dès l'année 2024. « *Des industriels capables de faire un tel investissement sur une période si courte, je n'en connais pas beaucoup !* », s'enthousiasmait Christophe Acar, directeur de l'immobilier du Marché de Rungis, et à qui il incombe de mener à bien l'essentiel des chantiers prévus.

Les investissements s'inscrivent dans un contexte d'enchérissement durable des prix de l'énergie et d'échéances réglementaires imminent, ont rappelé Stéphane Layani, le président du Marché international de Rungis et Frédérique Wagon, directrice exécutive en charge de l'Engagement et des Relations publiques. D'abord sur le plan économique, les charges liées à la consommation énergétique ont bondi ces dernières années, a-t-il été rappelé. En 2022, le prix moyen du MW

d'électricité avait augmenté de plus de 45 % et celui du gaz de 110 %. Puis du côté de la réglementation, la loi de transition énergétique, qui vise à réduire la facture de la France dans ce domaine et à favoriser l'usage d'énergies nouvelles, a été complétée d'un décret qui fixe des objectifs pour l'ensemble des bâtiments à usage tertiaire. L'article – modifié le 28 novembre 2023 – concerne aussi bien l'autorité du Marché que ses occupants et prévoit une réduction de -40 % des consommations à l'échéance de 2030, -50 % en 2040, -60 % à l'horizon de 2050. Il prévoit également l'installation d'une couverture minimale obligatoire de panneaux solaires lors de la rénovation ou de la construction des parkings et des bâtiments.

MAÎTRISER LES CONSOMMATIONS, OPTIMISER LES ÉQUIPEMENTS

Pour répondre à ces enjeux, le plan « énergie » déployé par le Marché de Rungis entend mettre en œuvre parallèlement deux stratégies : la maîtrise des consommations d'une part et la diversification des approvisionnements d'autre part, afin d'atteindre une plus grande indépendance énergétique. « *Pour ce qui concerne la sobriété énergétique, nous disposons de plusieurs leviers* », précise Christophe Acar, que nous avons rencontré après la réunion. « *Nous pouvons intervenir directement en réduisant les consommations d'éclairage public et en agissant sur le comportement des usagers. Mais aussi indirectement en améliorant la qualité des équipements et en menant des actions de rénovation énergétique des bâtiments.* »



Le plan « Énergie » a été présenté lors du 4^e « Meeting des pros » le 1^{er} février dernier.

● ● ● En matière d'équipements moins gourmands, un immense chantier de modernisation des éclairages publics extérieurs et intérieurs du Marché a été engagé, pour assurer le passage de l'incandescence au LED. Cette technologie permet de réduire la consommation jusqu'à - 80 % en comparaison des ampoules traditionnelles. La modification des éclairages extérieurs du MIN de Rungis – soit 3 000 points lumineux – est pratiquement achevée. D'ici à la fin de l'année, tous les éclairages intérieurs dans les pavillons seront également passés au LED. Une partie d'entre eux ont été équipés de détecteurs d'intensité de lumière, permettant de moduler la consommation en fonction de la lumière naturelle. « *Le MIN fonctionnant plus la nuit que le jour, l'éclairage sur le MIN a un impact important. C'est la raison pour laquelle nous avons priorisé cet investissement* », justifie Christophe Acar. Le renouvellement des installations

existantes de froid a également été engagé. Celles-ci sont équipées peu à peu de nouvelles générations moins énergivores et utilisant des fluides à moindre effet carboné. Les deux tiers du parc en sont d'ores et déjà dotés.

ISOLER DES BÂTIMENTS, AUTRE PRIORITÉ

La rénovation énergétique des bâtiments anciens constitue également un levier puissant. « *L'ensemble du Marché a fait l'objet d'une cartographie énergétique permettant d'identifier les bâtiments mal isolés* », indique Christophe Acar, qui précise que 40 % ont été jugés satisfaisants, 40 % moyennement efficaces et 21 % insuffisants. Le pavillon des fleurs coupées (le C1), dont la restructuration est en cours d'achèvement, constitue un modèle d'optimisation de l'énergie, avec ses magasins placés individuellement sous froid et sa meilleure isolation. Le pavillon de la Marée (A4) fera dès cette année

l'objet d'études préalables à des travaux d'amélioration. La conception de tous les nouveaux bâtiments prend particulièrement en compte l'aspect sobriété. « *Depuis 2012, tous les nouveaux bâtiments sont conçus sur le principe d'un grand frigo. En termes d'isolation thermique, nous avons recours à des épaisseurs d'isolant thermique bien supérieures à ce que la réglementation impose, ce qui est un critère essentiel pour maîtriser les consommations* », explique Christophe Acar. Le bâtiment destiné à accueillir bientôt les entreprises du groupe Odéon a été élaboré avec les techniques d'isolation les plus modernes.

DÉPENSER MOINS, MAIS AUSSI PRODUIRE PLUS

Dans les années qui viennent, le Marché de Rungis ne compte pas seulement économiser de l'énergie, mais en produire beaucoup plus qu'il ne le fait déjà aujourd'hui. Une ambition

Le bâtiment C6 du groupe Odéon Un modèle d'avenir énergétique et écologique

Le 22 février dernier, les équipes de la Semmaris et du constructeur immobilier IDEC ont marqué symboliquement l'avancement des travaux du futur bâtiment C6, dans le secteur des produits laitiers et avicoles par la levée des dernières poutres en bois de 40 m. Les quatre entreprises du groupe Odéon (SCPL, Delon, Odéon et Fromagerie des Neiges) – qui quitteront les pavillons D4 et D5 – bénéficieront d'ici à la fin de l'année d'une plateforme de 9 000 m² pourvue d'un carreau de vente ouvert de 6 000 m². L'ouverture de ce magasin cash & carry préfigure la restructuration à venir de l'ensemble du secteur des PLA. Le bâtiment a été conçu de façon particulièrement respectueuse de l'environnement (béton bas-carbone, bois écoresponsable, végétalisation partielle), mais inaugure aussi la nouvelle génération de bâtiments à toiture couverte de panneaux photovoltaïques. « *Il produira 800 000 kWh par an pour assurer une autoconsommation* », a révélé aux *Échos* Tony Morais, directeur général du groupe IDEC chargé de la conception du bâtiment. Cela correspond à l'alimentation de 160 foyers environ.



Cérémonie symbolique pour la levée des dernières poutres du bâtiment C6.

© semmaris

qui ne va pas tarder à apparaître de manière très spectaculaire aux yeux des usagers, avec l'apparition massive d'installations photovoltaïques sur les toits de bâtiments et – nouveauté majeure – sur des ombrières de parkings. Les centrales photovoltaïques permettent en effet de produire localement de l'électricité, à moindre coût, qui peut être ensuite soit injectée sur le réseau, soit autoconsommée pour l'usage des bâtiments. Depuis le démarrage des études en 2020, 14 000 m² de panneaux ont d'ores et déjà été déployés sur le Marché, notamment sur la zone « Marché » (FOA, C1), mais aussi sur la zone des entrepôts (I2, I7), assurant la production d'environ 2 356 MWh d'électricité par an, soit la consommation moyenne de 524 logements en France. À l'horizon 2028, 60 000 m² de toitures – anciennes ou nouvelles – seront ainsi recouvertes de capteurs photovoltaïques pour de l'autoconsommation, pour un investissement de 5 M€. Le pavillon de la Marée sera, par exemple, coiffé de 4 000 m² de panneaux dès cette année. « *Tous les nouveaux bâtiments d'activités et parkings silos seront couverts à l'avenir de panneaux photovoltaïques* », précise Christophe Acar.

Mais l'énergie solaire va également gagner rapidement de nouveaux territoires sur le Marché. Un vaste plan d'équipement d'ombrières photovoltaïques est prévu sur tous les parkings en îlots du Marché de Rungis. Les travaux de couverture du parking « des banques », situé le long du quartier administratif du MIN de Rungis, démarrent les prochaines semaines et permettront d'alimenter en électricité les bâtiments situés à proximité.

D'ici à 2028, c'est près de 90 000 m² d'ombrières qui devraient être installées et permettront à terme de couvrir près de 55 % des consommations du MIN. Un investissement majeur de 25 M€ !

GÉOTHERMIE ET CHAUDIÈRE BIOMASSE

Autre source prometteuse d'énergie : la géothermie, technique qui consiste à convertir en chaleur l'énergie géothermique issue du sous-sol terrestre. Le Marché de Rungis a déposé un dossier d'autorisation ICPE en préfecture pour un projet d'exploitation dans la zone des entrepôts. « *L'examen des dossiers peut être long, mais nous espérons un retour favorable en fin d'année qui permettrait de lancer les travaux courant 2025* », indique Christophe Acar. Selon les études diligentées pour ce projet, l'exploitation géothermique permettrait de produire jusqu'à 78 GW de puissance thermique, soit l'équivalent de la moitié de celle produite par l'usine d'incinération du Marché. « *Le projet de géothermie nous permettrait ainsi de gagner en indépendance énergétique pour nos bâtiments, mais aussi de développer la capacité de l'usine d'incinération à alimenter en chauffage urbain les abonnés extérieurs au MIN (Senia, hôtels, ADP Orly, villes de Rungis, etc.). Plus on aura des énergies renouvelables, plus on pourra la distribuer* », argumente le directeur de l'immobilier.

Autre possibilité aujourd'hui très sérieusement à l'étude : l'ouverture d'une chaudière à bois-biomasse en substitution partielle de la chaudière à gaz. « *Parmi les déchets aujourd'hui incinérés [24 000 tonnes, un tonnage en baisse régulière, NDLR] une partie, ...* »



Loi AGEC Des déchets mieux triés et valorisés

La Semmaris a annoncé courant mars avoir confié à Suez la collecte et le tri des déchets du Marché de Rungis. Depuis le début de l'année, le géant français des services à l'environnement engage des solutions de sensibilisation, de renforcement du tri et de valorisation des déchets avec l'objectif de doubler la part des déchets triés d'ici à 2025 et assurer la collecte et le tri de 100 % des biodéchets, désormais obligatoires, conformément à la loi AGEC.

Parmi les actions entreprises figurent le tri à la source, avec une signalétique visible et compréhensible, le conseil et l'accompagnement (formations certifiées, ateliers de sensibilisation, événements thématiques, des « ambassadeurs de tri », l'introduction de nouvelles méthodes de travail au centre de tri et à la déchetterie du Marché). Suez s'engage également à établir une politique zéro déchet en déployant des plateformes de dons alimentaires des produits invendus, la transformation des produits trop abîmés ou encore le compostage et la méthanisation des biodéchets. Le prestataire assurera la collecte et la logistique sur site avec une flotte de véhicules 100 % électriques. Le contrat, qui s'élève à 31 M€, est prévu pour une durée de sept ans.



Tous les nouveaux bâtiments construits sont désormais pourvus de panneaux photovoltaïques en toiture.

••• comme les cagettes et palettes pourraient trouver une meilleure valorisation énergétique », explique Christophe Acar. Enfin l'aéroport de Paris-Orly, qui bénéficie depuis vingt ans de l'énergie produite par l'incinérateur du Marché (celui-ci comble 35 % de ses besoins en chaleur), étudie avec le Marché de Rungis l'opportunité d'un outil collectif de méthanisation collectif, impliquant les deux acteurs et d'autres partenaires. « Il reste notamment à déterminer si le potentiel existe en matière première et si le projet peut être rentable », commente Christophe Acar. La transition énergétique sur le MIN de Rungis est donc désormais bel et bien engagée. Le plan global « énergie » défini en 2022 a même déjà commencé à porter ses fruits. En 2023, le Marché de Rungis est parvenu à baisser ses consommations électriques de 10 %, ses consommations de chaleur pour ses bâtiments collectifs de 7 % mais aussi d'économiser 6 000 m³ d'eau potable. « En nous appuyant sur des ressources énergétiques locales – solaires toitures, ombrières, géothermie, chauffage bois –, c'est l'indépendance énergétique du Marché de Rungis que nous sommes en train de construire », se félicite Christophe Acar.



Le pavillon C1 est désormais mieux isolé.

Transport sur site Les « circulations douces » favorisées



Économiser de l'énergie, c'est aussi moins utiliser son véhicule professionnel pour se rendre au travail. Depuis plusieurs années, une « coulée verte » sécurisée permettant de circuler à pied, à vélo ou en trottinette, a commencé à être déroulée le long du boulevard circulaire. Le tronçon de plus d'un kilomètre permet d'ores et déjà de rejoindre, depuis la gare routière, la station TVM de la porte de Thiais d'une part et la mairie de Chevilly-Larue d'autre part. L'aménagement de la voie sera poursuivi. Elle atteindra dès cette année le point Emballages par l'ouest et fera le tour du Marché d'ici à 2027. Une coulée équivalente est également en cours d'installation dans la zone des entrepôts d'une longueur de 1,2 km. Le prolongement de la ligne 14 jusqu'à la porte de Thiais, attendu en juin prochain, favorisera également le transport des salariés du MIN de Rungis par le métro. Un transport autonome permettant d'accéder aux différents secteurs du Marché depuis la nouvelle station est actuellement à l'étude.



Espaces verts

Un marché en cours de végétalisation

La végétalisation du Marché de Rungis – qui a un rôle à jouer en matière d'atténuation des effets de la chaleur – se poursuit. En 2023, le périmètre du MIN accueillait 18 ha de surfaces végétalisées, un chiffre en nette croissance. L'une des réalisations les plus récentes est l'aménagement de l'avenue des Pépinières, dans le secteur de l'horticulture et de la décoration, qui a été arborée et végétalisée l'année dernière. Le projet, sur une emprise globale de 7 000 m², a permis la mise en place de plantations d'espaces verts sur 1 050 m². De la même manière, il a été réalisé, sur l'emprise foncière de l'ancien commissariat « H4 », un espace paysager de qualité d'environ 500 m². Enfin, dans le cadre du renouvellement des panneaux publicitaires annoncé à la fin de 2023 (lire *Rungis Actualités* 798-799), une quarantaine d'affichages situés dans les espaces verts n'ont pas été remplacés. Sur chacun de ces emplacements, un arbre ou un arbuste a été planté.



Estelle Chen et
son responsable
de salle Ahnone.

Edo Asian Bar



Edo Asian Bar

148, avenue des Pépinières
94550 Chevilly-Larue

Téléphone : 01 85 00 15 05

Menu : edoasianbar.fr

Activité : restauration

Ouverture : du lundi au samedi de 6 h à 15 h

Vente à emporter, petits-déjeuners

Ouvertures prévues le soir à partir d'avril

L'histoire

Estelle Chen, 35 ans, a une expérience d'une dizaine d'années dans la restauration. Avec son mari Zhang-Zhang Jiang, ils ont eu un premier restaurant de cuisine japonaise à Levallois-Perret avant d'ouvrir Le Bistrot d'Edgard, un restaurant de cuisine thaïlandaise à Massy (Essonne), qu'ils détiennent depuis sept ans. Ils ont créé l'Edo Asian Bar en décembre 2023. Cinq personnes travaillent en cuisine et quatre en salle, avec un responsable de salle, Ahnone.

L'Asie s'invite dans la restauration du Marché

L'Edo Asian Bar offre une nouvelle possibilité aux employés du Marché de Rungis et de l'extérieur comme aux visiteurs professionnels : de la cuisine asiatique de qualité. Estelle Chen nous présente cet établissement situé dans le secteur des fleurs et de la décoration.

C'est une vraie nouveauté dans le paysage de la restauration du Marché de Rungis. Une première enseigne de cuisine asiatique a ouvert ses portes en décembre dernier dans le secteur des fleurs et de la décoration. L'Edo Asian Bar est situé dans un bâtiment tout neuf – il en est le premier occupant – rue des Pépinières entre les enseignes Végétal et Sobo. « *Avec mon mari, nous dirigeons depuis sept ans un restaurant de cuisine thaïe situé à Massy [Essonne], à 10 km au sud du Marché de Rungis* », raconte Estelle Chen, la propriétaire du restaurant. « *Après avoir évalué le potentiel que*

représentait le Marché de Rungis – que nous connaissons bien comme acheteurs mais aussi comme voisins –, nous avons décidé de nous lancer. Nous sommes convaincus que nous pouvons répondre à une demande avec une offre alternative à celle disponible sur le marché, qui est dominée par la cuisine traditionnelle française », justifie Mme Chen. Les nouveaux propriétaires ont particulièrement soigné l'agencement intérieur de l'établissement. Les salles, spacieuses et confortables, sont décorées à l'asiatique, avec ce qu'il faut d'estampes et de végétation. Le restaurant dispose d'environ 100 couverts à l'intérieur ainsi que sur la vaste et tranquille terrasse extérieure.

CURRY, PAD THAÏ OU BŒUF SAUTÉ

Sur les menus et les cartes, l'Asie, notamment du Sud-Est, est évidemment à la fête. « *Nous étions partis avec l'idée d'une restauration semi-gastronomique* », explique Estelle Chen. « *Mais après quelques mois d'ouverture, nous avons diversifié l'offre avec des formules plus accessibles pour la clientèle de tous les jours des salariés du MIN de Rungis et de l'extérieur* », poursuit-elle. L'Edo Asian Bar propose ainsi des menus express (plat à 10,90 €, entrée-plat à 13,90 € et entrée-plat-dessert à 16,90 €), mais aussi des sandwiches vietnamiens (poulet, bœuf à la citronnelle, végétarien) et de nombreuses spécialités chinoises, thaïes, ou japonaises : nems, raviolis, salades, bobun, maki, rôles, sushis, sashimi, brochettes, etc. « *Notre spécialité reste la cuisine thaïlandaise, qu'on retrouve dans les menus express mais aussi dans des menus plus élaborés, du chef ou dégustation, de 20,80 € à 33 €* », reprend Estelle Chen, qui insiste sur une qualité fait-maison. Le restaurant se distingue par ses spécialités comme les currys verts ou rouges au lait de coco, le poulet ou le bœuf sauté au basilic thaï, le poulet aux noix de cajou, les pad thaï (plat traditionnel acidulé-sucré-salé-épicé à base de nouilles de riz sautées au wok) ou son riz sauté aux crevettes et à l'ananas. Pour se faire connaître, le restaurant a rencontré ses voisins du secteur mais aussi mené une campagne d'affichage à la sortie des pavillons des fruits et légumes et de la volaille. « *Notre meilleure publicité, c'est quand même d'essayer. Ceux qui ont testé ont adoré !* », sourit Estelle.

B.C.





Les Saveurs de Chailly

7, avenue de Villeroy
77930 Chailly-en-Bière

Tél. : 06 85 06 94 81

www.lessaveursdechailly.com

8 permanents

12 saisonniers

2 ha de superficie

365 t (70 % tomates),
(20 % fraises), (10 % concombres)

1,5 M€ de CA

L'histoire

Fils de maraîcher, Benjamin Simonot-De Vos (43 ans) est né à Gien (Loiret). Après un DUT de commerce à Troyes (Aube), il exerce dans le secteur tertiaire avant de rejoindre l'exploitation familiale en 2004. Il préside, depuis décembre 2017, l'AIDPFL d'Île-de-France, qui compte 90 membres et représente plus de 14 500 t de fruits et légumes.



Le Marché de gros est le lieu incontournable des produits locaux de qualité et des circuits courts...



BENJAMIN SIMONOT-DE VOS, MARAÎCHER

Le circuit court est à l'honneur

Maraîcher, Benjamin Simonot-De Vos dirige l'exploitation Les Saveurs de Chailly, reconnue pour l'excellence de sa production commercialisée sous le Carreau des producteurs du Marché de Rungis. Fort de ses convictions, il participera à la Semaine de promotion des produits locaux et des circuits courts au début de juin 2024.

L'exploitation familiale de Benjamin Simonot-De Vos a été créée en 1979 par son père Bastian. Elle a d'abord été localisée à Autry-le-Châtel (Loiret) avec la production de concombres, puis déplacée à Nogent-sur-Seine (Aube) en 1985, avec une production de tomates rondes standard lancée en 1987. Dans les années 1990, l'exploitation, qui couvrait 3 ha, a développé la production de tomates cerises et tomates grappes.

En 2004, l'entreprise familiale s'installe à Chailly-en-Bière (Seine-et-Marne) et Benjamin Simonot-De Vos y fait ses débuts. « Nous avons décidé de développer une production de belle qualité et de la commercialiser sous le Carreau des producteurs du Marché de Rungis. Nous avons débuté sur 1 ha avec dix variétés de tomates et la moitié en fraises avec la Gariguette et la Mara des bois... Aujourd'hui, nous cultivons une douzaine de variétés de tomates (grappe, cerise, charnue, olivette, cœur-de-bœuf, Marmande, rose de Berne, noire de Crimée, verte tigrée, cœur-de-pigeon, ananas, cornue des Andes...) et nous avons augmenté notre surface de serres », explique Benjamin Simonot-De Vos.

QUALITÉ DES PRODUITS ET RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

L'activité est totalement manuelle (culture, cueillette, emballage...) et la culture hors-sol est réalisée sur un substrat organique de fibre de noix de coco et de terreau changé chaque année pour éviter tout souci bactérien. De même, les fraises sont cultivées en petits pots de terreau. De plus, la pollinisation est naturelle avec la présence de ruches dans les serres. La production est soumise au principe de la protection biologique intégrée (prédateurs naturels) et les insecticides, pesticides et autres produits phytosanitaires sont proscrits. L'irrigation est effectuée au goutte-à-goutte pour éviter le gaspillage et l'excédent recyclé. La vente se fait à 80 % sous le Carreau des producteurs auprès des détaillants (cours des



Benjamin Simonot-De Vos.

halles, marchés forains), restaurateurs, traiteurs, et les 20 % restants auprès de mandataires, grossistes, et l'export dans l'Union européenne (Angleterre, Benelux...). Très impliqué dans son activité, Benjamin Simonot-De Vos est président de l'Association interdépartementale des producteurs de fruits et légumes (AIDPFL) d'Île-de-France, succédant à son père Bastian le 15 décembre 2017, et secrétaire général adjoint de l'OP Légumes de France. Défenseur des produits locaux et des circuits courts, il participera à la Semaine de promotion des produits locaux et des circuits courts, organisée par la Fédération des Marchés de gros de France au début de juin 2024 au niveau national. « Cette manifestation sera une superbe mise en avant de notre savoir-faire. Le Marché de gros est le lieu incontournable des produits locaux de qualité et des circuits courts... Via le Carreau des producteurs, il offre qualité, fraîcheur, diversité et une source exceptionnelle de produits pour nos clients bien informés sur nos modes de culture, et donc pour les consommateurs finaux. C'est une très grande richesse pour notre gastronomie française... », se réjouit par avance le producteur..

Francis Duriez



Verger Saint-Martin

31, rue du Château-d'Eau
75010 Paris

Tél. : 01 42 02 08 63

7 employés

2 boutiques

49 m²
de surface commerciale

L'histoire

Le Verger Saint-Martin, c'est une histoire de famille chez les Djeghali.

En effet, Rachid et Saïd, actuellement propriétaires de la boutique, ont repris l'affaire en 2002 à la suite du départ en retraite de leur père, lui-même primeur pendant des décennies.

Ces deux frères représentent la troisième génération. Pour eux, gérer cette entreprise de fruits et légumes est une grande fierté. À l'origine, l'aventure a débuté dans les Yvelines. Et ce n'est que bien plus tard qu'ils ont décidé de s'installer de façon permanente dans le marché Saint-Martin, situé dans le 10^e arrondissement de la capitale.



On y retourne là Rungis, NDLR] par expérience car on connaît la qualité et la fraîcheur de ce qui est proposé. L'approvisionnement est régulier et les prix y sont négociables. Que demander de plus ?

RACHID ET SAÏD DJEGHALI, VERGER SAINT-MARTIN

Au service des fruits et légumes frais

Forts de leurs expériences de plus de 20 ans, Rachid et Saïd Djeghali sont à la tête du Verger Saint-Martin, dans le 10^e arrondissement de Paris. Ils se fournissent à Rungis, un marché qu'ils affectionnent tout particulièrement.

Il est à peine 9 h lorsque l'équipe du Verger Saint-Martin rentre du Marché de Rungis, une habitude pour les employés : « *On s'y rend quatre fois par semaine. En vrai, on aime bien y aller.* » En même temps arrivent les premiers clients, plutôt matinaux.

Le Verger Saint-Martin est un primeur de fruits et légumes qui a élu domicile au marché Saint-Martin (Paris 10^e). En 2002, les frères Rachid et Saïd Djeghali deviennent propriétaires et reprennent le flambeau de leur père, aujourd'hui retraité. C'est cette même année qu'ils décident d'arrêter les marchés extérieurs et de se concentrer sur une adresse unique et fixe.

Au Verger Saint-Martin, la qualité demeure au cœur de leurs préoccupations : « *Nous sommes très exigeants en ce qui concerne nos produits. On propose en priorité des fruits et légumes français, et si possible en circuit court* », explique Saïd Djeghali, cogérant de la boutique. Une large variété de fruits et légumes y est déployée tout en « *respectant la saisonnalité* ». Leur volonté de mettre en avant les circuits courts fait partie de la politique de cette entreprise : « *Pour nous, c'est un engagement personnel de travailler avec des producteurs locaux et de pouvoir offrir à nos clients des aliments cultivés à proximité de chez eux* », commente Saïd Djeghali.

De même, prendre soin de la clientèle est un autre point que l'équipe du Verger Saint-Martin ne néglige pas. D'ailleurs, certains habitués, fidèles, y font leurs courses depuis des années. « *Quelques clients nous suivaient déjà quand on faisait les différents marchés dans la région. Et maintenant, ils viennent nous voir ici*, témoigne le gérant. *Ils reviennent pour trois raisons : la provenance, la fraîcheur de nos produits et l'accueil chaleureux.* »

RUNGIS, UNE ÉVIDENCE

Le Verger Saint-Martin s'approvisionne exclusivement au Marché international de Rungis. Pour Saïd Djeghali, « *c'est une réelle chance d'avoir un marché d'une telle ampleur près de chez nous* ». D'autant plus que ce primeur y



Saïd Djeghali.

trouve à chaque fois son bonheur : « *On y retourne par expérience car on connaît la qualité et la fraîcheur de ce qui est proposé. L'approvisionnement est régulier et les prix y sont négociables. Que demander de plus ?* », s'amuse-t-il. En général, sa boutique de fruits et légumes collabore avec une trentaine de maisons à Rungis : « *Tout dépend de la demande.* » En outre, l'équipe a sa manière de sélectionner ces aliments : « *Avant de choisir, on goûte leurs produits. Quitte à les ramener chez nous pour les cuisiner et tester leurs saveurs*, confient les deux frères. *Comme on est exigeants sur la qualité et la fraîcheur, on s'assure d'abord nous-mêmes que les produits nous conviendraient.* »

Désormais, le primeur s'est lancé dans la livraison à domicile. À l'avenir, le Verger Saint-Martin souhaite se développer. À cet effet, Rachid Djeghali, le cogérant, a ouvert une deuxième adresse à Chatou, dans les Yvelines.

Victoria Mbele



Au Fromager de Rungis

PARIS

Les PRIX de Rungis

livrés partout en FRANCE*

Réserve
aux
Pros



Credit photo : CBA_Monde

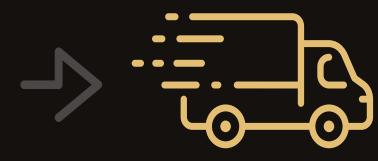
www.aufromagerderungis.com



Je me connecte



Je sélectionne



Je suis livré/e



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

*Livraisons en France Métropolitaine



CAFÉ CÉSAR
30, rue Chance-Milly
92110 Clichy
Tél. : 01 47 94 96 86
Mail: contact@cafecesar.fr



© Clara RP/Café César

Daurade au saté et gnocchis.

Si Charles Boixel assume une cuisine sans « chichi », à travers laquelle « *on sait ce qu'on mange* », le chef ne lésine pas sur la technique : « *On fait un gros travail en cuisine sur tout ce qui est sauce. On essaie d'être juste sur l'assaisonnement et la cuisson. Sauf pour la glace et le sorbet, tout est fait maison ! Même en pâtisserie.* »

SERVICE SOIGNÉ ET CLIENTÈLE FIDÈLE

L'ambiance de Café César est celle d'une maison sereine. Charles Boixel attache une grande importance au service en salle. Celui-ci est dirigé par Baptiste Guegan, son beau-frère, très à l'aise avec la clientèle et à même de conseiller – tout en retenue – les vins sélectionnés par le bistrot. Situé proche de la porte de Clichy, Café César a déjà ses habitués. « *On a la chance d'être quasiment complet midi et soir. On essaye tous les jours de donner le meilleur de nous-mêmes, de tout faire avec cœur et passion, confie le chef originaire d'un village de Mayenne. Dans tous les commentaires, il y a toujours un mot sur l'accueil et la salle.* » Le restaurant peut s'appuyer ainsi sur une clientèle locale, faisant déjà preuve de fidélité. « *Il y a beaucoup d'entreprises autour, on revoit assez régulièrement les mêmes clients le midi. France Galop, Bic, L'Oréal... Il y a de belles sociétés à Clichy, c'est aussi ce qui a porté notre choix. J'ai habité aux Batignolles pendant cinq ans, j'ai vu Clichy changer. Il y a un bon dynamisme : les Clichois sont avenants et sympas* », ajoute Charles Boixel. Hormis une clientèle résidente

à Clichy, Café César commence à rayonner sur les alentours, notamment le soir, où des habitants de Levallois-Perret, Neuilly-sur-Seine, Asnières-sur-Seine (Hauts-de-Seine) et du 17^e ou 18^e arrondissement de Paris, viennent déguster les plats pensés par le chef-propriétaire, et son sous-chef, Robin Fayet. Ce dernier est aux fourneaux avec Charles Boixel depuis plus d'une décennie désormais. Une nouvelle preuve de l'importance accordée à l'aspect relationnel par le chef. « *Avec Robin, ça fait 12 ans qu'on travaille ensemble, c'était mon apprenti chez Robuchon. On s'est suivis au Palais Royal** [sous la direction de Philip Chronopoulos, NDLR]. On s'est rejoints avec Pierre Gagnaire, puis avec Éric Fréchon. Je lui ai présenté le projet, et c'est une chance de travailler ensemble à nouveau*, relate le restaurateur, soucieux des conditions de travail de ses équipes : « *Tout ce qu'on a pu vivre dans l'ancienne époque, je ne veux pas le retranscrire. On n'est pas une grosse structure, on essaye de faire attention à tout : deux jours de repos, des salaires compétitifs, être dans la norme avec tout le monde... même s'il y a toujours des coups de mou.* »

SE FAIRE PLAISIR... ET ÉVOLUER

Le service est primordial selon le jeune chef, mais les produits posés dans les assiettes le sont tout autant. Si Charles Boixel se fournit en direct auprès des Viviers de Roscoff, dans le Finistère, pour certains de ses poissons ou fruits de mer, il reste fidèle à ses producteurs du Marché de Rungis. « *Je bosse énormément avec Rungis, parce que c'est une habitude. Ça fait 13 ans que je suis à Paris, on a créé des liens avec certains fournisseurs*, précise-t-il. *Il faut quand même regarder les coûts de tout, c'est une réalité aujourd'hui. Quand on a une carte pendant un mois et demi/deux mois, qui est sur les saisons, on a besoin de cette régularité, cette facilité.* » Le chef avoue jongler parfois avec les prix et les produits disponibles. « *Comme toute entreprise, il faut que l'on fasse attention à tout si on veut s'en sortir* », ajoute le cuisinier, et également entrepreneur désormais. L'objectif de Charles Boixel est donc de continuer à « *faire plaisir aux clients* », mais aussi « *de se faire plaisir et d'être rentable pour continuer à avancer* ». Il pourrait toutefois changer de fusil d'épaule d'ici à quelques années. Et lorgner une gamme de restauration supérieure. « *Je me suis toujours dit "je commence par un bistrot". L'idée, c'est ensuite d'avoir quelque chose de plus gros, style brasserie, et capitaliser*, admet le chef. *Et si un jour c'est possible, on essayera – pourquoi pas – d'avoir un endroit où l'on tentera de chercher l'étoile.* »

Jérémie Denoyer



© Clara RP/Café César

Poulpe grillé, riz croustillant, piperade et txistorra.



Brut, clair et fonctionnel

Grande baie vitrée, mobilier alliant bois et acier, zone plus intime au mur bleu : Café César est un restaurant accueillant et bien dans son époque. Des briques de béton sur un autre pan de la salle lui donnent un côté canaille, apprécié par son chef. Cet établissement clichois a conservé la décoration des anciens propriétaires, datant de 2019. En un service, le bistrot peut recevoir jusqu'à 30 personnes en intérieur et 40 sur sa terrasse. L'équipe du Café César propose des produits bien sourcés, en provenance notamment de fournisseurs de Rungis. Choisis par Charles Boixel, Robin Fayet (sous-chef) et leur brigade, ils peuvent également être achetés en direct aux Viviers de Roscoff (Finistère), pour les poissons et fruits de mer, à La Ferme d'Alexandre (Paris) ou à la Fromagerie Belisson, voisine, à Clichy. Au déjeuner, le plat est à 16 €, la formule entrée-plat ou plat-dessert à 22,5 €, et la formule complète est à 27,5 €. Poireaux vinaigrette ou velouté de potimarron en entrée; paillard de volaille ou saumon grillé, en plat; et tiramisu au spéculoos ou moelleux au chocolat, en dessert. La carte hivernale du déjeuner est constituée d'assiettes réconfortantes. « *À partir du jeudi soir, on fait des suggestions et on s'autorise des produits un peu plus chers*, confie le chef. *On fait des épaules confites, des côtes de boeuf, du ris de veau... et on peut faire du homard.* » Comme l'indique son nom, ce bistrot est aussi un café, ouvert en continu du mardi au samedi. Outre une cinquantaine de références de vins, il propose aussi des cocktails (Espresso Martini, Spritz...).

Ses fournisseurs

À RUNGIS

Halle Trottevant (Fruits et légumes)
Orca Maree (poissons et fruits de mer)
Huguenin (viandes)



La Réunion

Joyau français de l'hémisphère Sud



L'agriculture de La Réunion s'affirme plutôt prospère et diverse. Elle reste mobilisée sur la satisfaction de besoins locaux et sur l'industrie sucrière, même si certains produits spécifiques, à forte valeur ajoutée, comme les fruits exotiques ou la légine, saisissent leur chance à l'exportation vers la métropole.

Reportage et photos de Jean-Michel Déhais

Chaque année, les stands de La Réunion ne passent pas inaperçus lors du Salon de l'agriculture. Comme ceux des autres régions insulaires françaises, cet espace offre aux visiteurs une large bouffée d'exotisme, une promesse de soleil au cœur de l'hiver. L'île intense, comme on la surnomme, affirme cependant ses spécificités parmi les territoires d'outre-mer. Situé du côté de l'hémisphère Sud, dans l'océan Indien, ce morceau de terre d'origine volcanique est partagé entre les influences asiatiques et africaines. Ce carrefour des cultures et de religions marque une réelle singularité dans la mosaïque des territoires nationaux.

Île volcanique aux paysages époustouflants et à la végétation luxuriante, elle déploie de larges espaces montagneux (le piton des Neiges, culminant à 3 070 m), ponctués par trois grands cirques ou caldeiras, mais aussi quelques plaines d'altitude. Lors d'un voyage d'une demi-heure en automobile, on découvre des sites d'une grande disparité passant presque sans transition de la douceur des lagons aux coulées de lave incandescente du piton de la Fournaise.

Elle abrite une biodiversité marine et terrestre exceptionnelle et ses terres ouvrent de belles opportunités en matière d'agriculture. C'est la canne à sucre qui constitue la première richesse de l'île. Les plantations couvrent près de 22 000 ha liés à 2 800 producteurs. Cette culture génère 15 000 emplois directs et indirects (10 % des emplois de l'île) si on cumule les activités sucrières et rhumière qui en découlent. Ainsi, le sucre et le rhum représentent près de 70 % des exportations de la région. La filière revendique ainsi 80 % de la production européenne de sucre de canne. Mais surtout, 40 % de cette production est composée de sucres spéciaux ; ce qui fait de l'île le premier producteur mondial de cette

catégorie. « *L'agriculture réunionnaise est constituée autour de la filière sucre, rhum, énergie* », résume Serge Hoareau, 1^{er} vice-président du département délégué à l'agriculture. Le reste de l'agriculture est essentiellement destiné à répondre aux besoins de 860 000 Réunionnais. Comme beaucoup de départements d'outre-mer, La Réunion dispose aussi d'un Conseil régional. « *Mais c'est le département qui détient les compétences en matière d'agriculture*, rappelle Serge Hoareau. *Nous gérons les 50 M€ du fonds d'aides européen Feader, destiné à soutenir l'activité, hors économie sucrière.* »

De son côté, la présidente de Région, Huguette Bello, assure l'agriculture réunionnaise de son entier soutien. Elle a d'ailleurs organisé, en marge du dernier Salon de l'agriculture, une présentation des produits de l'île dans l'Orangerie d'Auteuil. À cette occasion, la présidente de Région a exhorté les producteurs à sortir du commerce insulaire : « *L'enjeu, c'est de conforter les filières existantes tout en identifiant de nouvelles filières porteuses à ...* »

L'agriculture réunionnaise en chiffres

38 000 ha agricoles
(15 % de la superficie de l'île)

6 200 exploitations

11 500 emplois

Une production de
459 M€ en valeur en 2021



Serge Hoareau, 1^{er} vice-président du département délégué à l'agriculture.



Graziella Catan, responsable commerciale chez Provanille.



Louis Leichnig, planteur de vanille indépendant et spécialiste de la vanille givrée.

••• *l'exportation et accompagner une industrie agroalimentaire de haute qualité tournée vers les marchés de niche à l'export.* » Il faut en effet rappeler que la balance commerciale de l'île reste largement déficitaire. En 2021, le montant des exportations agricoles (métropole comprise) atteignait péniblement 360 M€, soit seulement 6 % de celui des importations.

LA VANILLE EN DÉCLIN

La vanille représente un bel exemple de la sous-exploitation du potentiel de La Réunion. Aujourd'hui encore, le nom de vanille Bourbon représente un gage de qualité. Son histoire est étroitement liée à ce territoire, qui portait jusqu'à la Révolution le nom d'île Bourbon. Cette plante de la famille des orchidées a été importée ici vers 1820 depuis le Mexique, où

elle était historiquement cultivée par les Aztèques. Si la plante s'est vite adaptée au climat de la côte Est de l'île, plus humide, les producteurs ne parvenaient pas à la féconder. Au Mexique, la pollinisation était naturellement opérée par une variété d'abeilles spécifiques. Or, ces dernières ne pouvaient pas être acclimatées dans l'île intense. Il a fallu attendre 1841 pour qu'Edmond Albuis, un esclave alors âgé de 12 ans seulement, mette au point une technique de fécondation très efficace. Elle aboutit dans 60 % des cas, alors que le taux de fécondation naturelle, par le biais des abeilles mexicaines, ne dépassait pas 30 %. Maîtrisant cette technique, La Réunion a largement développé la culture de la vanille dans un premier temps. L'Office national des forêts local assure qu'à la fin du XIX^e siècle,

l'île produisait 200 tonnes de goussettes de vanille. Depuis lors, la production n'a cessé de décroître : 136 tonnes en 1921, puis 50 tonnes en 1931. En 2002, une trentaine de tonnes étaient encore produites, 243 producteurs étaient encore mobilisés. De fait, le savoir-faire des Réunionnais en matière de vanille s'est vite répandu dans les Mascareignes, zone géographique de l'océan Indien autour de Madagascar, où finalement la culture a prospéré grâce à une main-d'œuvre bon marché.

Aujourd'hui, il ne sont plus qu'une centaine de planteurs répartis sur 187 ha disséminés sur la côte Est du littoral réunionnais, dans une bande qui va de Sainte-Marie, au nord, à Saint-Joseph, au sud. La plupart sont réunis dans la coopérative Provanille. Celle-ci traite



Fruit, ananas Victoria et pitaya, deux fruits exotiques à haute valeur ajoutée produits à La Réunion.





Anderson Payet, responsable technique chez Anafruit.

la gousse verte qu'elle échaude avant de la faire sécher au soleil. La gousse est ensuite triée afin de subir un séchage en intérieur. Après cette opération, elle mature durant neuf mois dans des malles. Ainsi, il faut près de deux ans de travail avant de mettre une gousse sur le marché. Actuellement en année

normale, la production atteint les 15 tonnes de vanille verte. Mais comme le fait remarquer Graziella Catan, responsable commerciale chez Provanille, « *les producteurs ont connu trois mauvaises années où la production était limitée à 5 tonnes* ». Cette pénurie pose problème à une filière qui reste confrontée à une forte demande tant la qualité de cette gousse locale est appréciée sur les marchés haut de gamme. « *Provanille vend essentiellement sur l'île*, reconnaît Graziella Catan. *Les besoins locaux et le tourisme constituent un débouché suffisant. Nous avons aussi quelques artisans ou restaurateurs en métropole. On gère les stocks, mais nous ne disposons pas de quantités pour exporter vers les grands groupes industriels. D'ailleurs, le Salon de l'agriculture est un des rares lieux où le grand public peut facilement trouver ce produit.* »

Il existe aussi à La Réunion des acteurs indépendants, à l'image de Louis Leichnig qui exploite une plantation de 17 ha à Saint-Philippe en pleine forêt. La vanille qu'il produit est certifiée bio « *avec une faible production, assure-t-il. Les producteurs sont contraints à l'excellence. En Europe, la norme du taux de vanilline dans la gousse est de 1,6. Nous affichons un taux de 4,8*. Louis Leichnig est aussi réputé pour sa vanille givrée. Il s'agit d'une vanille recouverte de cristaux de vanilline, un

produit rare et apprécié. Le planteur de Saint-Philippe est un des rares à être capable de proposer en permanence cette spécificité. Il en produit 100 kg/an.

LES FRUITS EXOTIQUES PRENNENT L'AVION

Les fruits exotiques réputés de l'île intense sont appréciés sur le marché français et comme l'affirme Serge Hoareau : « *Le département travaille beaucoup sur le développement de la filière fruits, notamment l'ananas Victoria, produit emblématique de l'île, mais aussi le fruit de la passion et le pitaya.* »

Parmi les acteurs du secteur du fruit, Anafruit occupe une place de choix. Il s'agit d'une coopérative reconnue depuis 2010 en tant qu'organisation de producteurs. Elle recense 113 adhérents qui cultivent des fruits d'excellence aux premiers rangs desquels figurent l'ananas Victoria, qui mobilise 50 planteurs, mais aussi les letchis (23 producteurs), les fruits de la passion (19 producteurs), les pitayas et les goyaves. L'entreprise est très tournée vers l'exportation, notamment vers la métropole. Ainsi, 900 tonnes partent chaque année vers des marchés lointains par avion. Cela représente près de 60 % de la production de la coopérative. Le restant est distribué sur les marchés de l'île. Ces fruits d'excellence représentent une haute valeur ajoutée. ●●●

Le rhum réunionnais n'a plus à rougir

Longtemps les rhums de La Réunion ont traîné une mauvaise réputation. Fabriqués essentiellement à base de mélasse, un résidu de canne à sucre, ils étaient moins appréciés des connaisseurs, et les distillateurs de l'île se sont largement consacrés aux rhums arrangés. C'est d'ailleurs devenu la spécialité de beaucoup d'acteurs comme Chatel. Crée en 1907 par un pharmacien Jean Chatel, cette entreprise fonctionne avant tout comme une liquoristerie. Cela n'a pas empêché la 4^e génération, représentée par Alain Chatel de racheter deux distilleries, Charrache et Savanna, en 2012. Autre acteur très connu en métropole pour sa gamme de rhums arrangés, Isautier n'a pas à rougir de sa gamme de rhums issus de mélasse, mais aussi de canne, comme la cuvée



Isautier produit des rhums de mélasse et des rhums agricoles arborant une IG.

Apollonie, voire de mélanges des deux alcools, à l'instar de la cuvée Antoinette. Cyril Isautier, à la tête de l'entreprise, représente la 7^e génération de cette famille qui règne sur la plus vieille distillerie de l'île, depuis sa création en 1845. L'entreprise, qui emploie 110 collaborateurs, est propriétaire de 500 ha, dont 300 ha de canne à sucre. Cyril Isautier estime que les rhums de La Réunion ont largement progressé depuis la mise en place d'une Indication géographique (IG) en 2015. Il assure que les nouvelles méthodes de distillation, notamment grâce à un réglage plus pointu des colonnes permettent d'obtenir des rhums de mélasse de grande qualité, plus consensuels et caressants, alors que les rhums agricoles conviennent mieux à une clientèle qui cherche des alcools plus secs et structurés.



Pierre Feuilherade, responsable export chez Chatel.



Didier Galletti, exploitant de la ferme des Tamarhauts.



Eric Lavalle, le « chercheur de produits rares ».

••• Anafruit s'affirme ainsi comme le premier exportateur de letchis lors de la campagne qui s'étend entre novembre et décembre. Près de 100 tonnes de fruits partent vers la métropole. Pour la mise en marché de l'ananas et du letchi, la marque Philibon représente un partenaire privilégié de la coopérative. Détenue par la famille Boyer, installée dans le Tarn-et-Garonne, cette société approvisionne les grossistes de Rungis, mais aussi le marché belge. « *Bien sûr, on peut développer la production lorsque la demande est là*, confie Anderson Payet, responsable technique chez Anafruit, mais ce n'est pas évident à planifier. Il faut 15 mois pour qu'une plantation d'ananas Victoria arrive à maturité. » Ce technicien est intarissable sur ce petit ananas juteux et acidulé dont le cœur est comestible. « *C'est le meilleur ananas du monde, mais sa culture propose de nombreuses contraintes, notamment en ce qui concerne les attaques de ravageurs, champignons, fourmis. Cela requiert beaucoup de soins et de main-d'œuvre.* » Anderson Payet déplore notamment que les pays voisins comme l'île Maurice tolèrent sur les cultures l'utilisation de molécules interdites en France : il regrette que leurs produits bénéficient tout de même d'un accès aux marchés de la métropole.

L'ÉLEVAGE S'AFFIRME

« *L'agriculture locale repose sur un modèle de petites exploitations polyvalentes qui se partagent entre la canne, les fruits, le maraîchage ou le poulet* », indique Serge Hoareau. Quant à l'élevage, 154 producteurs cultivaient l'année

puisque plus d'un millier d'éleveurs sont mobilisés autour de 24 000 têtes de bétail, issues essentiellement des races européennes comme la prim'holstein ou la limousine. C'est la deuxième filière agricole de l'île, derrière la canne à sucre. L'île dispose de prairies et les céréales de l'alimentation du bétail sont importées par Urcoopa, le provendeur local.

Il existe même une filière agneau, recensant 180 éleveurs. Didier Galletti, exploitant de la ferme des Tamarhauts, dans la plaine des Cafres, est le seul à proposer de la viande bio. Son exploitation monte en puissance, il espère vendre 170 agneaux cette année. C'est la boucherie À la bonne viande qui commercialise la production largement absorbée par les îliens. Les prix pratiqués ne sont pas compétitifs pour lutter à l'exportation, même si, comme le souligne Didier Galletti : « *Depuis que Mayotte est devenue un département, il y a un débouché pour les agneaux lors des fêtes musulmanes.* » L'agriculteur ne désespère cependant pas de vendre un jour sa viande en métropole. Avec le concours d'À la bonne viande, il a séché de la viande pour la proposer sous forme de biltong, une recette inspirée de l'Afrique du Sud.

Mais globalement les produits issus de La Réunion quittent peu l'île et sont commercialisés sur les marchés de gros de Saint-Pierre, les grossistes et autres marchés. Les coûts de production locaux, l'isolement de l'île, limitent fortement les possibilités d'exportation. Seuls les produits d'exception ont une réelle opportunité de franchir l'océan. « *On peut développer*

passée 26 000 tonnes de volailles et commercialisées via deux coopératives. « *Le secteur de la volaille est particulièrement dynamique. Il couvre 80 % des besoins insulaires, il s'agit essentiellement d'élevages familiaux qui exploitent des poulaillers de 600 m²* », détaille-t-il. Mais l'île a aussi cinq autres coopératives liées à l'élevage. Une est consacrée au lait, une autre au lapin et une aux ovins, caprins. Enfin, il existe deux structures opérant sur la viande bovine. Ces deux coopératives répondent ainsi à 70 % des besoins locaux. Ce n'est pas anodin



L'association Ici c'est Péri, regroupe 12 agriculteurs qui présentent une trentaine de références de produits naturels.

l'exportation vers la métropole de produits de niche ou de filières émergentes. Nous aidons celles qui affichent un potentiel prometteur comme les plantes médicinales, le cacao, mais aussi le café Bourbon pointu, dont les arômes légers sont très appréciés des connaisseurs japonais », confirme Serge Hoareau.

Pour l'instant, cette production de café réunionnais est limitée à 22 tonnes, mais la filière pourrait être amenée à croître dans les années à venir. Ce produit a conquis des chefs comme Alain Ducasse. Éric Lavalle, ancien chef réunionnais, qui se définit comme un « *chercheur de produits rares* », ne manque jamais une occasion de promouvoir le café Bourbon pointu ou la cascara, une infusion d'écorce de café issue de la pulpe de cerise de café séchée. Il propose ce produit via une entreprise qu'il a créée il y a huit ans. Il décline aussi des épices locales comme la feuille de cannelle, le clou de girofle, le gingembre, le poivre, mais aussi des mélanges comme le massalé. Il commercialise ces références sur l'île, mais également auprès de nombreux chefs, belges, suisses ou français, comme Anne-Sophie Pic. Les initiatives qui visent aussi à mieux faire connaître les produits réunionnais sont nombreuses. L'association Ici c'est Péri regroupe 12 agriculteurs qui proposent une trentaine de



Une grande partie des produits de l'île est proposée sur les marchés locaux.

références de produits naturels, comme des confitures, des piments ou des épices destinés à tous ceux qui souhaitent découvrir la gastronomie insulaire.

Finalement, les échanges entre ce département d'outre-mer et la métropole pourraient

croître prochainement. L'Île Intense regorge de produits spécifiques issus de cultures responsables, qui ont toute leur place sur les grandes tables de métropole, cherchant à faire découvrir à leurs clients de nouvelles expériences.

La pêche tire son épingle du jeu

L'océan Indien représente une richesse pour La Réunion. En 2019, 165 navires de pêche étaient recensés, selon le rapport économique établi en 2021 par l'Institut d'émission des départements d'outre-mer. D'un côté, des petits navires de pêche côtière de moins de 12 m sont en perte de vitesse. Ce type de capture a perdu un tiers de ses effectifs en 20 ans, mais parvient tout de même à augmenter le niveau de ses captures. Une autre catégorie de « petits bateaux » se consacre à la pêche palangrière. Ce segment mise sur un commerce ultra-frais de poissons. Ses captures ont augmenté de 36 % entre 2019 et 2020. Mais surtout 19 navires (de 12 à 24 m) se consacrent à la pêche palangrière hauturière dans les eaux territoriales françaises, mais aussi au large de Madagascar et de l'île Maurice. En 2020, cette flotte a ramené à quai 1612 tonnes de produits de la mer, essentiellement du thon et des poissons porte-épée. Ce secteur lié à des industries de transformation parvient à exporter la moitié de sa production. Sept navires de pêche de La Réunion ont aussi accès aux zones subantarctiques où il est possible de pêcher la langouste, mais surtout la légine, poisson carnassier, vivant à une profondeur de 2 000 m et pêchée à la palangre. Exposée à une surpêche, la légine a été protégée par des quotas qui ont permis de restaurer la ressource. Les bateaux de l'Île Intense

disposent ainsi d'un quota de 6 000 tonnes de légines, un poisson à forte valeur ajoutée, très demandé à l'export. L'Insee estime ainsi que la pêche à la légine et à la langouste, dans les mers australes, génère un chiffre d'affaires de 129 M€ et représente 450 emplois directs.



Le palangrier île de La Réunion II, de l'armement Comata, affiche une longueur de 63 m et va pêcher la légine dans les mers australes.



© DR

L'Angus à la française, une filière en développement

L'engouement pour la viande d'Angus ne se dément pas, à tel point que de plus en plus d'éleveurs en France se tournent vers cette race originaire d'Écosse. Pourtant, l'essentiel des volumes consommés sur nos tables provient encore de bovins importés d'Irlande ou des États-Unis. Une filière française peut-elle émerger ?

Inconnue en France il y a encore vingt ans, la race Angus fait des émules. « *Lorsque j'ai ramené mes premières vaches Angus d'Outre-Manche au tournant des années 2000, le cheptel français n'excédait pas 300 têtes*, raconte Jérôme Curt, éleveur dans l'Ain et président de l'association Aberdeen Angus France. *Aujourd'hui, l'effectif totalise plus de 50 000 animaux pouvant être reconnus pure race. Si on ajoute tous les croisés, on approche probablement du double ou du triple.* »

Fondée en 2018 pour promouvoir la race et favoriser son implantation dans l'Hexagone, l'association Aberdeen Angus France compte à ce jour 150 adhérents répartis sur l'ensemble du territoire. Une expansion rapide qui s'explique à la fois par la facilité d'élevage de ce bovin originaire d'Écosse, aussi bien que par ses remarquables qualités bouchères. « *Avec l'Angus, tout est plus simple*, note l'exploitant, ancien directeur d'abattoir et négociant de viandes en gros. *C'est un vrai retour aux sources du métier d'éleveur. Loin de moi l'idée de dénigrer les races traditionnelles françaises, mais trop souvent le prix payé aux producteurs n'est pas à la hauteur du travail fourni. Dans le*

contexte actuel, l'Angus tire son épingle du jeu : précoce, elle coûte peu cher à produire, son bilan carbone est excellent et elle bénéficie d'une vraie popularité auprès des consommateurs. » Et pourtant, si la tendreté de sa viande a naturellement imposé l'Angus sur les menus, la partie est loin d'être gagnée. Alors même que la race gagne du terrain en France, la majeure partie des volumes servis en restauration provient encore de jeunes bovins croisés, importés le plus souvent d'Irlande ou des États-Unis.

VALORISER LES PIÈCES MOINS NOBLES

Une situation à laquelle Jérôme Curt avance deux explications : « *Lorsqu'un éleveur français veut vendre un bovin certifié Angus sur le marché national, il faut que les deux parents soient authentifiés pure race. Or, cette règle de traçabilité n'est pas valable pour les bovins étrangers, y compris au sein même de l'Union européenne. Sur ma ferme, nous envisageons donc de développer une offre de croisés pour laquelle il nous faudra imaginer un nom différenciant. Par ailleurs, importer de l'Angus permet aussi de choisir les meilleurs morceaux. Étant donné que cette race est surtout plébiscitée pour ses pièces*

à griller, tout l'enjeu pour un éleveur français consiste à s'assurer que l'ensemble de ses carcasses sont valorisées, y compris les morceaux moins nobles. Pour l'instant, il n'y a pas d'organisation de filière qui permette cela à grande échelle. » Pour écouler ses animaux, Jérôme Curt parie donc sur la transformation. Sa ferme livre ainsi en steaks hachés d'Angus une trentaine de collèges dans le département de l'Ain. « *Les food trucks sont aussi en demande* », ajoute-t-il. Pour se diversifier davantage, une partie de la viande produite sur son exploitation est aussi destinée à la fabrication de saucissons, de viande séchée ou de terrines. Cette offre est susceptible, selon lui, d'intéresser le secteur CHR : « *Aujourd'hui, les jeunes consomment beaucoup sur le modèle de l'apéritif dinatoire, y compris dans les bars et restaurants. Pour moi, la charcuterie d'Angus origine France a une place à se faire, notamment comme alternative au porc.* » Une manière innovante de déguster cette viande de qualité, et peut-être de nouveaux débouchés à explorer pour une race bovine encore cantonnée, sur notre sol, à un marché de niche.

Nicolas Mahey

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



© ASPERGES DE FRANCE

L'asperge sous toutes ses couleurs

Souvent considérées comme un produit de Pâques, les asperges tendent à se démocratiser peu à peu. Qu'elles soient blanches, violettes, vertes ou pourpres, qu'importe leurs couleurs, elles se distinguent par leur goût.

Le mois de mars annonce la saison de l'asperge. Ce légume est principalement cultivé dans le sud-ouest, le Val de Loire, le sud-est et l'Alsace. Les premières pousses d'asperges apparaissent à la fin février ou au début mars, et s'arrêtent entre la fin mai et le début juin. « *Contrairement à ce que l'on pense, l'asperge ne se déguste pas qu'à Pâques* », explique Astrid Etèvenaux, directrice d'Asperges de France. Cette Association d'organisations de producteurs nationale (AOPN) réunit près de 150 producteurs d'asperges et est reconnue par le ministère de l'Agriculture. « *Les différents terroirs vont donner des goûts spécifiques aux asperges. Les terres sont plus sableuses dans le sud-ouest, plus limoneuses dans le Val de Loire ou encore plus argileuses dans le sud-est* ». Il existe également des asperges de couleurs distinctes : « *Tout dépend de l'exposition à la lumière. Les asperges blanches grandissent sous une butte de terre, donc ne colorent pas. Alors que les asperges vertes, elles, poussent hors sol. Quant aux asperges violettes, ce sont des asperges blanches dont la pointe est sortie de terre* », précise la directrice

d'Asperges de France. En quelques chiffres, nous produisons en France environ 26 000 tonnes d'asperges par an, selon le dernier recensement agricole. Et notre territoire compte près de 500 producteurs de cette plante décrite comme « *pérenne* » par Astrid Etèvenaux. En effet, la culture d'une asperge s'étend sur huit-dix ans. En France, nous avons deux catégories d'asperges reconnues IGP : celle de Blayais, en Gironde, et celle des Sables des Landes. Par ailleurs, selon une étude Kantar publiée en 2021, 31 % des ménages français consommaient des asperges au moins une fois par an.

AUCUNE MODIFICATION JUSQU'À PRÉSENT

Récompensé de deux étoiles et d'une étoile verte au Michelin, le chef de Fleur de Loire, à Blois (Loir-et-Cher), Christophe Hay, aime cuisiner particulièrement l'asperge. D'ailleurs, au sein de son établissement hôtelier, hébergeant un spa et un restaurant, il cultive un jardin potager de « *1 hectare et demi, dont 2000 m² d'anciennes asperges de la région et de variétés nouvelles* ». Quelques

années auparavant, il s'était lancé le défi de faire un conservatoire d'asperges : « *Je souhaitais préserver l'histoire de cette région qui, autrefois, était un vivier d'asperges. Ce qui est intéressant avec ce produit, c'est qu'il n'a jamais été modifié jusqu'à présent.* »

Pour autant, malgré l'enthousiasme des experts autour de cet aliment, la situation des producteurs d'asperges les préoccupe. « *C'est une production compliquée. Pendant près de quatre mois, vous travaillez sept jours sur sept, car les asperges demandent un ramassage hebdomadaire*, justifie le chef. *En raison de la pénibilité du travail et d'une main-d'œuvre importante, beaucoup abandonnent et ne sont pas remplacés.* » Qui plus est, la directrice de l'AOPN explique que certains producteurs sont tentés de se tourner vers des cultures plus rémunératrices comme le maïs. Cependant, elle demeure optimiste et prévoit de bonnes perspectives d'avenir : « *Ça va repartir. Il y a eu plusieurs recrutements et de nouveaux agriculteurs ont repris des terres pour cultiver l'asperge.* »

Victoria Mbele



Brie de Meaux, roi des fromages

Originaire d'Île-de-France – et chouchou de Charlemagne –, ce fromage au lait cru fait encore souvent l'unanimité. Doux et onctueux, il s'incorpore facilement dans de nombreuses préparations.

Ce fromage à pâte molle et à croûte fleurie possède une saveur délicate de noisette, de champignons frais et de lait cru. Aujourd'hui encore, il est considéré comme le roi des fromages d'Île-de-France et sa réputation ne fait que le précéder. En effet, on raconte que si le brie de Meaux rencontrait déjà un franc succès au temps de Charlemagne, il n'a pas perdu pour autant son prestige plus tard au sein du royaume de France. « *En 1674, le roi ayant goûté une portion de brie de Meaux, aurait déclaré avoir mangé l'un des mets les plus délicieux de l'histoire !* », souligne fièrement Élodie Ntende, chargée de communication ODG brie de Meaux et brie de Melun.

La production du brie de Meaux trouve son origine dans les contrées briardes. Puis cette zone s'élargit rapidement dès le XIX^e siècle grâce à l'essor du chemin de fer, qui lui valut bonne fortune dans tout l'Hexagone. « *De par sa taille et sa composition, le brie de Meaux était un fromage facile à transporter* », précise Élodie

Ntende. Dès lors, afin de répondre à la forte demande de la population, le brie de Meaux commence à être produit en Seine-et-Marne, en Haute-Marne, dans la Marne mais également dans une partie de la Meuse et de l'Aube. Couronné d'une Appellation d'origine contrôlée (AOC) depuis 1980, il obtient une reconnaissance européenne – avec une Appellation d'origine protégée (AOP) – en 1992.

BRIE ET FRUITS FONT BON MARIAGE

En outre, pour pouvoir prétendre à la dénomination « brie de Meaux », ce grand fromage (un diamètre compris entre 36 et 37 cm, pour un poids pouvant atteindre jusqu'à 3,3 kg) doit respecter plusieurs critères. Ainsi, les vaches fournissant le lait nécessaire à la production du brie de Meaux doivent en majeure partie être alimentées par les ressources de la ferme : 80 % de la ration totale doivent provenir de l'aire géographique de production, dont 60 % de l'exploitation qui le

fabrique. De plus, le caillage du lait, à la différence du brie de Melun, ne dure que 2 h. C'est d'ailleurs ce temps limité qui apporte au brie de Meaux toute son onctuosité.

Par la suite, ce fromage est méticuleusement moulé à la main à l'aide d'un instrument qui lui est propre : la pelle à brie. Cet outil est une sorte de grande écumeoire à petits trous. Il permet de faire passer le sérum avec le lait caillé au moment de son moulage.

Le brie est ensuite affiné pendant au moins quatre semaines. Fromage jeune, il est souvent consommé dans les six à huit semaines. Enfin, « *le brie de Meaux se marie très bien avec des fruits. Nous avons d'ailleurs un partenariat avec La Fabrique de confitures à Vincennes, dans le Val-de-Marne, et on l'associe au pot fraise et fève tonka* », confie Élodie Ntende. C'est un fromage doux qui plaît à beaucoup de palais. C'est très bon dans une tartiflette que l'on appelle la brieflette. »

Élisa Hendrickx



La fraise

La fraise est le premier fruit de l'année. La production nationale augmente régulièrement.

Fruit rouge préféré des Français, la fraise voit sa production nationale augmenter après des années de recul. En hausse quasi constante depuis plus d'une décennie, elle est passée de 50 000 à 60 000 tonnes entre 2010 et 2016, puis elle subit un recul en 2017 et 2018 et se relève en 2019 avant un nouveau recul en 2020 en raison de la crise sanitaire. Mais désormais, elle est durablement installée au-dessus de 60 000 tonnes. Ainsi, « *le potentiel de production française est plutôt en hausse, avec le développement de modes de production sous serre ou sous abri haut et en particulier en hors-sol* »*. La production de fraises en culture hors-sol représente dorénavant 30 % des superficies et pèse 50 % de la production nationale. En effet, ce mode de culture obtient des rendements 20 à 40 % supérieurs à ceux qui sont obtenus en pleine terre. Conséquence de cette évolution, en dix ans, le taux d'autoapprovisionnement a

augmenté d'environ 19 points, passant de 32 % en 2009 à 51 % en 2020. Sur la même période, le taux d'autoapprovisionnement a diminué de 2 % pour les fruits métropolitains. Un résultat appréciable à l'heure de la reconquête de la souveraineté alimentaire pour les fruits et légumes frais. Premier fruit de l'année, la fraise séduit. Elle est attractive car gustative et facile à consommer.

L'origine France arrive en général au début de mars. Toutefois, comme la fraise est présente presque toute l'année, elle est précédée par les origines Maroc et Espagne. Mais dès le cœur de la campagne, à partir du mois d'avril en général, la fraise française s'impose dans les paniers du

consommateur grâce à sa segmentation variétale. Enfin, l'offre belge, plus tardive, vient compléter l'approvisionnement. Sur la dernière campagne, les surfaces plantées en fraises sont en très léger recul à 3 970 ha (- 1 %). La production s'est élevée à 73 800 tonnes, en recul de 5 % par rapport à 2022, mais supérieure de 1 % à la moyenne 2018-2022.

Les importations s'élèvent à 46 273 tonnes. Elles proviennent très majoritairement d'Espagne (35 652 tonnes), de Belgique (5 014 tonnes) et du Maroc (3 217 tonnes). La France exporte également une petite part de sa production (un peu plus de 7 000 tonnes en 2023). Le Sud-Ouest est, de peu, la première région de production (24 265 tonnes en 2023), devant le Sud-Est (23 696 tonnes).

La production européenne de fraises dépasse le million de tonnes (1,1 million en 2023). L'Espagne est le premier pays producteur (27 % du volume), devant la Pologne (17 %), l'Allemagne (11 %), l'Italie (8 %) et la France (7 %). Il existe une production notable de fraises en agriculture biologique. Elle représente environ 10 % des surfaces essentiellement en Nouvelle-Aquitaine (Corrèze et Lot-et-Garonne) et en région Auvergne-Rhône-Alpes (Rhône et Isère).

Ce fruit rouge bénéficie de plusieurs signes de qualité. Il y a deux IGP : fraise du Périgord, et fraise de Nîmes, et un Label rouge pour la fraise produite en Lot-et-Garonne et dans le Périgord. La fraise de Plougastel (Bretagne) a déposé sa demande de reconnaissance en IGP. Notons enfin que la Fraise de Carpentras Comtat Venaissin dispose de sa propre marque déposée à l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) depuis 1987. La consommation de fraises en France est estimée à 120 000 tonnes par an, soit en moyenne 1,7 kg par an et par ménage. La fraise demeure le fruit des enfants. Plus de 70 % des familles françaises avec un bébé ou un enfant en consomment.

Olivier Masbou

*Source Agreste - Recensement agricole 2020.

En chiffres

- **73 000 tonnes de fraises produites en France**
- **10 % des surfaces de fraises sont en bio**
- **La production nationale représente un peu plus de 50 % de la consommation française**



1 LÉGUMES

1^{er} Label rouge pour l'asperge

Terroir riche en signes de qualité, les Landes ont décroché un nouveau Label rouge. L'asperge des Landes vient en effet de se voir octroyer cette précieuse reconnaissance. C'est le premier LR pour une asperge. Les asperges Label rouge sont récoltées à la main sur des parcelles ayant au minimum 75 % de sable fin et grossier pour obtenir des asperges très rectilignes. La production des asperges Label Rouge est envisagée dans un premier temps à 600 tonnes (20 % des IGP) puis devrait atteindre 2000 tonnes, soit 65 % du volume IGP. Deux stations de conditionnement sont concernées, ainsi que 20 producteurs d'asperges IGP qui produiront du Label rouge.

Pavillons des fruits et légumes

2 LE « BÄRI » OU LE « WELLNE »

Des fromages de jersiaises en Alsace

La Ferme du Haut-Village à Woellenheim, dans le Bas-Rhin, au nord-ouest de Strasbourg, produit à la ferme depuis août 2022 des fromages et produits laitiers d'un troupeau de vaches jersiaises élevées dans une démarche « lait de pâturage ». À partir de ce lait riche en matières grasses et en protéines, la Ferme produit une gamme variée de fromages (pâtes pressées non cuites, fromages lactiques), crème et beurre, le tout au lait cru. Outre le Wellne, la ferme produit le Bäri, un fromage à pâte pressée non cuite à la texture ferme et cassante, à la croûte poudreuse et aux arômes de lait chaud et de brioche fraîche. Poids: environ 1,8 kg. Affinage de six mois.

Maison Bruel

3 ASSAISONNEMENT

Le sel de Camargue obtient l'IGP

La dénomination « sel de Camargue / fleur de sel de Camargue » vient d'être officiellement reconnue en indication géographique protégée (IGP). Le « sel de Camargue » et la « fleur de sel de Camargue » sont exclusivement produits en petite Camargue, sur 9 800 ha de terres sauvages. Le « sel de Camargue » est reconnu comme sel blanc. Il est apprécié pour ses qualités organoleptiques et gustatives. La « fleur de sel de Camargue » est particulièrement recherchée en gastronomie pour la tendreté et le fondant de son grain. La production est estimée à 6 600 tonnes de sel de Camargue et 560 tonnes de Fleur de sel de Camargue.

Produits Traiteurs

4 ÉLEVAGE

Une STG pour le bœuf normand

Le « bœuf traditionnel de race Normande » vient d'obtenir sa reconnaissance comme Spécialité traditionnelle garantie (STG). Il s'agit d'un mâle castré de race Normande, âgé de 30 à 48 mois. Le « bœuf traditionnel de race Normande » est un animal rustique, adapté à l'élevage en plein air et au pâturage. Le caractère mixte de la race « Normande » lui a permis d'acquérir une solide réputation pour la qualité de son lait mais aussi pour ses aptitudes bouchères. Il s'agit d'une viande persillée, d'une couleur rouge soutenue, infiltrée de gras d'une couleur noisette. En 2023, environ 525 tonnes de carcasses ont été produites par 60 éleveurs.

Pavillons des viandes



Les cidres

Des goûts et des couleurs

Après avoir été l'une des boissons les plus consommées en France, le cidre a perdu son rang en production et en consommation. Mais il n'est pas pour autant tombé dans l'oubli. La filière est en train de démontrer que tradition peut aussi rimer avec modernité.

Boisson historique et ancestrale s'il en est, le cidre souhaite démontrer qu'il est aussi un breuvage contemporain. Si l'origine remonte à l'Antiquité, c'est à partir du XII^e siècle, avec l'invention du pressoir, que la production de cidres se développe notamment dans des régions septentrionales peu propices à la culture de la vigne. La Normandie, la Bretagne, la Picardie se couvrent de vergers de pommes. Plus au sud, le Pays basque revendique son rôle dans l'histoire du cidre.

Grâce à des améliorations variétales, la production de pommes augmente considérablement ; au fil des siècles, le cidre, grâce à son faible coût, devient une boisson très populaire. Au début du XX^e siècle, le cidre deviendra même la deuxième boisson alcoolisée la plus consommée par les Français derrière le vin, et devant la bière. C'est l'apogée du cidre

en France avec une production estimée à 1,4 milliard de litres en 1900 (et jusqu'à 1,8 milliard dans les années 1920). Tout change avec la Seconde Guerre mondiale, au cours de laquelle la Normandie devient l'un des principaux théâtres des opérations précipitant la fin du conflit. Les vergers normands paieront également un lourd tribut à la Libération de la France.

Désormais dépassé par la bière, le cidre occupe une place plus modeste dans le cœur du consommateur. Jusqu'au début des années 1970, le marché du cidre s'établissait autour de 160 millions de litres. Ces volumes n'ont cessé de reculer. Les quantités mises sur le marché sont passées sous la barre du million d'hectolitres à partir des années 2010. Elles sont descendues à 820 000 hl pour la campagne 2015-2016, puis à 640 000 en 2020-2021. On assiste depuis à un léger rebond. 684 519 hl

ont été commercialisés en 2021-2022 et 673 211 hl sur la période septembre 2022 à août 2023. La plus grande partie de ces volumes est vendue en grande distribution : ces ventes s'élèvent à 390 593 hl en 2023 contre 398 363 hl en 2022 (-1,95 %). Effet de l'inflation notamment, les ventes sont en hausse en valeur dans le circuit grande distribution. Elles ont atteint 125,2 M€ en 2023, soit une hausse de 7,3 %. Hors de la grande distribution, dans les circuits spécialisés, les ventes sont en légère hausse (environ 1,3 %). « *Des dynamiques positives sont toujours à l'œuvre sur des segments qui correspondent à un renouvellement des consommateurs et des modes de consommation, ce qui contribue à faire évoluer favorablement l'image du cidre : consommation hors domicile (cafés, restaurants), produits et circuits locaux, innovations...* », explique-t-on à l'Unicid, l'interprofession du cidre.

Traditionnellement consommé en hiver, le cidre veut aussi s'installer sur les tables des Français au printemps, au moment de « la fête des pommiers en fleur ».

L'Unicid se félicite par ailleurs du bon niveau des exportations « *tendanciellement en hausse sur les dernières années* ». Elles se sont élevées à 179 583 hl sur la période novembre 2022-octobre 2023 (+ 9,7 % par rapport à 2022 et + 24,1 % par rapport à 2021).

Malgré ce recul très important sur le long terme, la filière cidre revendique une vraie dynamique. La France dispose du plus grand verger spécialisé en pommes à cidre d'Europe et du monde. Sur quelque 9 000 ha, principalement en Normandie et en Bretagne, plus de 12 000 producteurs (dont 2 000 en vergers professionnels) alimentent les pressoirs de 500 cidriers, dont 400 producteurs-transformateurs, une quarantaine d'artisans, et quelques coopératives. Le secteur produit en moyenne 250 000 t de fruits : notamment 125 000 t sont destinées à la fabrication du cidre, 60 000 t au jus de pomme, 40 000 t au spiritueux (calvados, pommeau), 5 000 tonnes au vinaigre de cidre. Particularité de la production de pommes à cidre, plus de 30 % des surfaces de vergers sont conduites en Agriculture biologique. Et plus de 50 % des volumes de cidres sont produits en IGP cidre de Normandie ou cidre de Bretagne. Si l'on ajoute les cidres AOP (cidre Pays d'Auge, cidre Cotentin, cidre Cornouaille, Poiré Domfront), c'est une très grande partie des volumes de cidres qui sont produits sous signe officiel d'origine ou de qualité.

LE CIDRE N'EST PAS UN « CIDER »

La filière entend bien jouer de ses atouts pour conforter ses positions et soutenir la place du cidre sur la table des Français. Elle a rédigé en 2017 son plan de filière cidricole « Cidre : la France au naturel », un plan renforcé et complété par un livre blanc déposé en 2021. « *Face à la baisse en volume constatée d'année en année, l'enjeu majeur de cette filière est de créer plus de valeur dans ce marché*, écrit l'Interprofession. *La montée en gamme et la diversification sont les outils essentiels mis en œuvre à cette fin. La mise en valeur des atouts liés aux modes de production propres à la filière, par nature économies et respectueux de l'environnement, est un autre objectif fort.* » Le secteur compte également bien mettre en avant la faible teneur en alcool du cidre (2 % à 6 %), ce qui en fait une boisson conviviale et festive. Le secteur doit aussi faire face à la montée des « ciders » à la faible teneur en pommes, mais avec beaucoup d'eau et de sucre quand le cidre est « 100 % » pommes. L'Union européenne souhaite harmoniser la définition des « cidres-ciders ». Mais la filière française souhaite conserver son mode de production. L'interprofession a fait appel au chef Thierry

Marx pour être son porte-parole et son ambassadeur, mission qu'il accomplit parfaitement, notamment en mettant le cidre à la carte d'ONOR, sa nouvelle adresse parisienne. « *Le cidre est un produit sincère, riche d'une diversité insoupçonnée, qui peut se déguster en de multiples circonstances. J'en suis convaincu, en tant que chef et en tant qu'amateur, le cidre a sa place sur les plus grandes tables* », écrit-il. Et d'ajouter : « *Les cidriers ont raison de viser haut, d'expérimenter, d'être ambitieux. Et c'est le rôle du monde politique de soutenir cette stratégie et de défendre l'économie de la qualité.* » Pour attirer de nouveaux adeptes, la filière cidres peut compter sur l'imagination des producteurs et des cidriers. Cinq types de cidres ont été identifiés et sont mis en avant : Moelleux et fruités ; frais et acidulés ; savoureux et équilibrés ; généreux et structurés ; secs et charpentés. De nombreuses innovations apparaissent. On teste le vieillissement du cidre dans des fûts de différents vins ou spiritueux. On fabrique du cidre au houblon. On propose des cidres millésimés. Un cidre rosé élaboré à partir d'une variété de pomme à chair rouge a récemment fait son apparition. On ose aussi des cidres avec des variétés anciennes et oubliées. Bref, la filière cidre veut nous en faire voir de toutes les couleurs et satisfaire tous les goûts.

Olivier Masbou

Le cidre veut fêter le printemps

Parmi les axes de conquête de nouveaux consommateurs et de développement du marché, la filière cidre a identifié le besoin pour cette boisson de sortir de sa période classique de consommation autour de deux fêtes hivernales : l'Épiphanie et la Chandeleur. Afin de relancer la consommation, sans attendre l'été, c'est le printemps qui a été retenu. C'est l'époque des pommiers, symboles de la production de cidres, en fleur. C'est aussi le moment où les cidres de l'année précédente arrivent à maturité. Et le mois de mai, avec ses jours fériés, ses week-ends prolongés, offre de multiples occasions de moments de convivialité. Plusieurs actions viendront soutenir cette initiative, dont des dossiers de presse sonores, des publications communiqués. Thierry Marx apportera sa contribution, le tout étant relayé sur les réseaux sociaux. Il s'agit de faire de ce printemps des cidres « *la fête des pommiers en fleur* ».

O. M.



Plus de 670 000 hl de cidres ont été commercialisés sur la campagne 2022-2023.

La révolution QR code

Plus de transparence, de praticité et de proximité

Les QR codes se sont imposés sur les produits alimentaires, à l'interface des relations avec les restaurateurs et comme outil de proximité. La révolution amorcée par cet outil ne fait que commencer.

Depuis la pandémie de Covid, le QR code (« Quick Response code » ou « code à réponse rapide » en français) s'est définitivement imposé dans notre vie quotidienne. Le petit carré encadrant un dessin géométrique en noir et blanc s'affiche désormais partout : sur une étiquette de poulet ou sur une bouteille de vin d'où l'on accède d'un coup de flashcode à des informations sur l'origine ou la composition figurant sur un site Internet ; sur la table du restaurant d'où l'on se rend sur le menu ; sur une addition pour payer la note sans contact ; ou enfin sur le téléphone pour valider un billet d'entrée ou se faire ouvrir la barrière du péage du MIN de Rungis !

À la différence du code-barres, le QR code a la faculté de contenir une plus grande quantité d'informations. C'est donc un outil parfaitement adapté pour transmettre le flux croissant de données que les producteurs et les industriels doivent porter à la connaissance des consommateurs. « *La loi AGEC, pour la lutte contre le gaspillage alimentaire, et l'amélioration de la gestion des retraits-rappels de produits, requiert l'intégration de la DLC, de la date de durabilité minimale (DDM) et du numéro de lot dans les informations d'identification codifiées des produits alimentaires* », rappelaient en novembre dernier la Coopération agricole et l'organisation mondiale de standardisation GS1 à l'occasion d'un webinaire commun sur le sujet. « *L'emballage ne suffit plus pour informer les consommateurs, et de nouvelles réglementations imposent la mise à disposition de*



La démocratisation du QR code a permis d'accélérer la digitalisation de la restauration.

© Alba Lantigua/Unsplash

nouvelles informations au format dématérialisé : qualités et caractéristiques environnementales des produits alimentaires, liste d'ingrédients et valeurs nutritionnelles des boissons alcoolisées... », indiquaient les deux organisations soucieuses de promouvoir le « QR code augmenté » de GS1 pour répondre à ces enjeux. La filière vin sera sans doute l'une des premières à adapter massivement le QR code sur ses étiquettes lors de la prochaine vendange. Depuis décembre 2023, une réglementation européenne impose en effet aux producteurs et aux négociants de faire figurer la liste des ingrédients et la valeur nutritionnelle de leurs produits sur les étiquettes ou les contre-étiquettes « *directement ou via un QR code* ». Compte tenu de la place que requiert l'affichage de toutes ces informations, il est fort probable que bon nombre de vignerons

et de coopératives opteront pour le QR code sur les étiquettes du prochain millésime. À terme, les QR codes pourront potentiellement contenir des indications permettant une plus grande traçabilité avec les numéros de lot par exemple, mentionnant les consignes de tri et pouvant remplacer le code-barres pour les passages en caisse.

QR CODE « AUGMENTÉ »

La voie du QR code « augmenté » semble aujourd'hui tracée tant elle semble répondre à une soif de transparence sur les produits. La ministre déléguée à la consommation, Olivia Grégoire, a ainsi annoncé courant mars le lancement d'une démarche d'affichage de l'origine des produits alimentaires baptisée Origine-Info. Une démarche accueillie avec intérêt par les industriels et les distributeurs



B4Food (à gauche) et FluXence (à droite), deux start-up françaises œuvrent à de nouveaux usages du QR code.

volontaires qui planchent déjà sur un projet de cahier des charges. Parmi eux, la Coopération agricole – encore elle – plaide pour la possibilité d'un affichage dématérialisé de type QR code « *pour rendre la démarche flexible pour les produits dépendant de la saisonnalité et vulnérables aux aléas climatiques* ». Parmi les start-up sur les rangs pour développer le QR code augmenté, B4Food, incubé actuellement à Rungis & Co, œuvre à des solutions permettant d'identifier les lots de chaque produit, leur provenance et les matières premières qui les composent.

UN NOUVEAU LIEN AVEC LES RESTAURANTS

La démocratisation de l'usage des QR codes et du « *flashcodage* » depuis la crise sanitaire a également contribué à accélérer la digitalisation du secteur de la restauration. Les solutions logicielles spécialisées comme Zenchef ont convaincu des milliers d'enseignes de restauration – 14 000 menus générés à ce jour par cette seule société – d'adopter leurs services de gestion en leur proposant de créer leurs menus en ligne et de leur générer gratuitement les QR codes correspondants pour qu'elles puissent ensuite les rendre accessibles à leurs clients.

Non content de faciliter l'accès des clients au menu, voire à la commande – une solution proposée par la solution de paiement Sunday pour les bars, les food courts ou les festivals –, le QR code constitue également une solution pratique pour payer directement le

commerçant, soit via une application comme Lydia, soit directement sur une interface de paiement. Mais le QR code ne fait pas que faciliter les relations directes entre les producteurs ou les restaurateurs et les consommateurs. À terme, il pourrait aussi permettre de développer un tissu de relations entre clients et commerçants d'un même quartier. C'est tout le pari que s'est fixé Ghislain Akodo avec la mise en place des services proposés par sa société FluXence (www.fluxence.com) qu'il est en train de diffuser depuis septembre dernier, notamment en région parisienne.

« BOUCHE-À-OREILLE DIGITAL »

« *L'idée générale est de mettre en place un véritable bouche-à-oreille digital au niveau local* », explique ce spécialiste des systèmes technologiques informatiques. Le système repose sur un réseau de QR codes de prestations (*room directory*, menus, prestations, tarifs, etc.) générés gratuitement auprès de professionnels tels que des hôtels, restaurants, coiffeurs, etc. « *À l'aide d'une application mobile (disponible sur l'Appstore et Google Play), des commerçants de proximité peuvent venir afficher au sein de ce réseau les catalogues de leurs produits, des coupons de réduction ou de poster des actualités relatives à leur commerce* », précise Ghislain Akodo.

Des informations qui permettent aux clients des hôtels, des restaurants ou d'autres commerces de découvrir depuis leur chambre ou sur leur table les autres activités et

Un QR code pour des cartes traduites en 10 langues

Grâce à un QR code disposé sur les tables du restaurant ou dans les chambres d'hôtel, les clients, français et internationaux des JOP de Paris 2024 pourront avoir accès instantanément et en 10 langues à toutes les spécificités de l'établissement (menus, cartes, carte des vins, services et informations générales), « *le tout gratuitement grâce à de discrètes publicités* », a annoncé WiiC Menu, à l'initiative de ce service. « *Plus de 750 établissements, y compris des noms prestigieux comme Madame Brasserie à la tour Eiffel et l'hôtel 5* Alfred Sommier, ont déjà adopté WiiC menu, témoignant de son impact positif sur l'optimisation des relations clients et la réalisation de gain de temps* », assure l'entreprise dans un communiqué. Les JOP pourraient être un moment important pour faire décoller cette start-up d'Ivry-sur-Seine, dans le Val-de-Marne.



possibilités d'achat disponibles à proximité. Un « *écosystème* » digital et local que vient compléter une possibilité de publicité (Ads) sur QR codes.

« *À ce jour nous avons installé la solution dans une vingtaine d'hôtels et une cinquantaine de commerces, totalisant plus de 2000 QR codes* », précise Ghislain Akodo, aujourd'hui en pleine phase d'accélération. Pour développer son réseau, FluXence s'appuie non seulement sur des agences digitales spécialisées dans le secteur du commerce, mais aussi sur des associations de commerçants, comme dans le 12^e arrondissement de Paris.

Bruno Carlihan



Concours général agricole (CGA) La médaille qui fait briller les terroirs

Le plus célèbre des concours de produits agroalimentaires suscite l'enthousiasme des fabricants, des plus modestes aux plus grandes marques. La compétition, exigeante, offre aux vainqueurs une reconnaissance très convoitée.

C'est l'une de ces institutions sur lesquelles le temps ne semble pas avoir de prise. Malgré ses plus de 150 années d'existence, le Concours général agricole et ses récompenses en or, argent et bronze n'ont peut-être jamais été aussi populaires auprès des producteurs comme des Français. Cette année, des artisans et des industriels de toute la France ont présenté près de 7 300 spécialités alimentaires (hors vins) au départ de la compétition, un chiffre encore en hausse de 5 %. En effet, 1846 ont décroché une médaille, dont 649 médailles d'or, 784 d'argent et 413 de bronze. Comment expliquer un tel engouement ? Tout simplement par le fait que le Concours général agricole s'est taillé une réputation de sérieux qui en mesure toute sa valeur auprès des acheteurs. « *L'exigence se traduit par la professionnalisation accrue des jurys et les contrôles effectués en points de vente,*

un cas unique pour un concours », insiste Olivier Alleman, le commissaire général. L'obtention d'une médaille au CGA garantirait, selon les organisateurs, une hausse moyenne des ventes des produits distingués de l'ordre « *de 20 % à 30 %* ». Les médaillés que nous avons rencontrés à l'issue du Concours confirment l'importance de ces distinctions sur l'activité. C'est le cas par exemple de Paysan Breton, marque commerciale de grandes coopératives de l'ouest de la France qui a décroché cette année une médaille d'or pour ses beurres moulés de tradition et un prix d'excellence pour sa préparation fouettée Madame Loïc. « *Même si le produit est déjà bien installé, une médaille opère toujours un regain d'intérêt pour les produits et booste les ventes* », indique Anyvonne Lostanlen, chargée des relations consommateurs.



L'équipe de Paysan Breton.

Autre entreprise bretonne, familiale celle-ci, Guyader Gastronomie tire également bénéfice du concours pour promouvoir ses spécialités charcutières. « *Après avoir obtenu le bronze l'année dernière pour notre produit emblématique, le pâté breton IGP, nous avons décroché l'or cette année pour notre confit de foie de porc à l'ancienne* », se félicite Maëlys



Guillaume Trubert de la Ferme dans le Verger (Ille-et-Vilaine).

Fouché, cheffe de produit charcuterie. Une récompense importante dont le symbole en forme de feuille de chêne va vite se retrouver sur les produits proposés en frais emballés et à la coupe. Le concours permet également à l'industriel « de s'étalonner vis-à-vis de ses concurrents, qu'ils soient industriels ou petits faiseurs locaux ».

INDUSTRIELS SATISFAITS, ARTISANS RAVIS

Du côté des artisans, « l'effet médaille » n'est pas moins spectaculaire. « J'ai pu le constater pas plus tard que ce matin sur le marché de Rennes où l'on commercialise nos viandes et charcuteries ! », sourit Guillaume Trubert, qui dirige la ferme porcine familiale avec son frère et ses parents en Ille-et-Vilaine. À peine récompensée d'une médaille d'argent, l'andouille de Vire traditionnelle produite par l'atelier de la Ferme dans le Verger suscitait l'enthousiasme des chalands rennais. « Quand nous avions décroché une médaille d'argent en 2022 pour notre pâté de campagne fermier, on était passé en quelques mois de 20 à 70 kg par semaine ! » Le témoignage de la Maison Branche, traiteur-brasseur situé dans l'Aube, confirme le précédent. L'entreprise, qui s'est diversifiée en 2021 dans la conserverie en raison de la Covid, s'est taillée une belle réputation pour ses terrines dans des concours régionaux, avec pas moins de cinq distinctions pour son seul pâté de campagne supérieur. « Décrocher une médaille d'argent à Paris, au concours le plus reconnu par les consommateurs, va nous aider à gagner en visibilité et en crédibilité », s'enthousiasme la famille du fondateur Rudy Branche. La conserverie auboise ambitionne désormais d'atteindre une production de 50 000 pots dans deux ans contre

« Juré au CGA, toute une histoire »

Notre journaliste Caroline Maréchal nous rapporte son témoignage comme jurée pour le comté AOP.

C'est le grand moment. Comme plusieurs milliers de jurés volontaires, j'attends ce matin l'ouverture des portes du salon pour découvrir quel produit m'a été attribué au Concours général agricole 2024. Avant d'en arriver là, il a fallu m'inscrire, donner ma profession, détailler ma motivation et choisir une famille de produits. J'ai opté pour les produits laitiers et émis les souhaits suivants : époisses, roquefort ou maroilles. Ce sera le comté. Je m'estime chanceuse, c'est l'un des produits les plus convoités. Nous sommes cinq autour de la table (en tout huit tables sont dédiées au seul comté). Il y a là une représentante de l'AOP comté, un ancien producteur de comté, un ancien de Lactalis dans le roquefort (désigné chef de table) et une retraitée de l'administration. Des documents nous sont fournis afin de bien comprendre ce que l'on attend de nous, « juger l'aspect, l'odeur, le goût de ces fromages sélectionnés par les affineurs pour être de futurs champions », explique la représentante de l'AOP. Pourtant, aucun de ces fromages ne se ressemble vraiment. « C'est normal, précise l'ancien producteur, ils n'ont pas le même âge et le comté évolue en fonction du temps d'affinage, il faudra prendre en compte ce facteur inconnu dans notre jugement. » Ok. Alors c'est parti : on regarde, on caresse, on hume... Les connaisseurs expliquent les couleurs de croûte, les formes de talon, les odeurs... Chacun note avant de passer à la découpe des meules. Pas question de se



jeté dessus à pleines dents. Une observation minutieuse est requise, avec des notes éliminatoires pour les bulles, craquelures et moisissures. Arrive la dégustation. Les plus expérimentés m'aident à qualifier mes sensations, sans pour autant m'imposer mon choix. Piquant, fleuri, beurré, gras, avec ou sans cristaux de tyrosine... On note, on défend ses choix, on argumente. Il y a deux médailles à attribuer. « Il ne faut pas se tromper, c'est la vie de producteurs et d'affineurs qui peut être changée. » Finalement, il y aura une médaille d'or et une d'argent. Je demande ce que deviennent tous ces fromages à peine entamés. On me répond que la Banque alimentaire est déjà là pour les emporter. Me voilà rassurée... et fière d'avoir contribué à mettre en valeur le travail et le savoir-faire d'un fabricant de comté. Seule frustration : je ne saurai jamais de qui il s'agit !

20 000 aujourd'hui. Les Vignerons des Sablons, eux, sont devenus de véritables stars du CGA. Auréolée de six médailles d'or décrochées ces trois dernières années, la cave gardoise a reçu cette année une nouvelle médaille d'or pour son rosé Dune mais aussi un prix d'excellence qui récompense les producteurs les plus réguliers dans la qualité. « C'est une aubaine pour notre production au moment où nous venons d'obtenir la toute nouvelle AOP sables de Camargue », se réjouit Guillaume Malhappe, l'oenologue de la structure. Loin de présenter un visage figé, le concours veille à se renouveler. « Le concours s'adapte aux évolutions sociétales et à notre manière de consommer et de nous nourrir », précise le

commissaire général Olivier Alleman, prenant pour exemple les bières sans alcool, qui concourraient cette année pour la première fois. En 2025, la choucroute sera le premier légume de France à disposer de son épreuve officielle. La décision est intervenue à l'issue d'une première participation menée à titre expérimental en vue de préciser les critères de dégustation et l'organisation logistique du concours. « C'est une reconnaissance pour ce produit mais aussi pour l'IGP choucroute d'Alsace qui a beaucoup œuvré à la création de ce concours », se réjouit Sébastien Muller, « choucroutier » alsacien et président de l'association pour la valorisation de la choucroute d'Alsace.

BC et CM

★ POINTS FORTS

Diesel de 110 à 170 chevaux
Deux longueurs, deux hauteurs
À partir de 33 520 € HT



Ce tout nouveau Ford Transit Custom est d'abord lancé en Diesel. Le PHEV et l'électrique arriveront au fil de l'année.

Ford Transit Custom, la course en tête

En net progrès par rapport à l'actuel modèle, le tout nouveau Ford Transit Custom s'améliore à tous points de vue et prend clairement la tête du peloton des fourgons moyens.

Du Diesel avant l'électrique... Le tout nouveau Transit Custom, le fourgon moyen de Ford, lance sur le marché la version thermique avant les autres, à savoir l'hybride rechargeable PHEV au printemps et l'électrique avec l'été. Nouveau, le Ford Transit Custom l'est dans tous ces aspects : nouvelle ligne, nouvelles dimensions, nouvelle gamme, rien de commun avec le modèle actuel. Il est proposé avec des PTAC de 2 800, 3 000 et 3 200 kg, que Ford nomme 280, 300 et 320. Il est disponible en deux hauteurs et deux longueurs. Le L1, sur un empattement de 3 100 mm, s'affiche à 5,05 m tandis que le L2 est à 5,45 m sur un empattement de 3 500 mm. Ces 40 cm de différence entre le petit et le grand se retrouvent sur des valeurs comme la longueur utile maximale de chargement qui est de 2,60 m sur le L1 et de 3 m sur le L2. Elle peut atteindre 3,45 m via une trappe se trouvant dans la cloison. La hauteur utile est de 1,43 m. Les volumes utiles vont de 5,7 m³ à 9 m³. Quant à la charge utile, elle varie selon les PTAC et s'étend jusqu'à un peu plus de 1 300 kg au maximum sur le L1H1 320. La capacité de remorquage est de 2 800 kg avec une remorque freinée.

PLUS CONFORTABLE, PLUS MANIABLE

Ce Transit Custom étant un véhicule Diesel et c'est le moteur Ford 2 litres turbodiesel EcoBlue qui prend place sous le capot. Il est décliné en quatre puissances : de 110, 136, 150 ou 170 chevaux. Les versions 110 et 150 chevaux ne sont associées qu'à la boîte de vitesses à six rapports tandis que la boîte automatique à huit rapports est disponible sur les moteurs de 136 et 170 chevaux.

Le nouveau Ford Transit Custom progresse en matière de confort et de comportement. Les améliorations apportées proviennent en grande partie de la nouvelle suspension arrière indépendante. Elle permet en effet de gagner nettement en confort. Mais ce n'est pas tout. Cette suspension, explique Ford, a permis d'abaisser la hauteur du plancher et d'améliorer la maniabilité et la motricité. Les roues avant et les éléments de suspension ont également été avancés. Ce n'est certes pas grand-chose, mais cela donne un meilleur accès en cabine et plus d'espace pour les jambes. La position de conduite devient vraiment très agréable et le confort général est d'un très bon niveau.

Le Custom est proposé avec plusieurs niveaux de finition. Outre Trail et Sport, plutôt spécifiques et réservés à quelques modèles seulement, le Custom est disponible en finition Ambiente, Trend et Limited. Tous sont plutôt complets et ne nécessitent pas d'en passer forcément par les options. À titre d'illustration, la finition Limited comprend le siège confort pour le conducteur (chauffant et à multiples réglages) et même la banquette passager deux places chauffantes et avec appuie-tête. Cette finition comporte également l'accès et le démarrage main-libre, les rétros et les pare-chocs avant et arrière couleur carrosserie, le modem 5G Ford Pass Connect ou encore, et parmi bien d'autres, la climatisation automatique. Du côté des aides à la conduite, il y a la caméra de recul et les assistances au stationnement avant et arrière, l'assistant précollision, la reconnaissance des panneaux de signalisation ou encore l'aide au maintien dans la voie.

Richard Pizzol

Nissan

Le nouvel Interstar se distingue

Le nouveau grand fourgon de Nissan est une réplique du nouveau Renault Master. L'Interstar ne s'en distingue que par une face avant originale, plus sobre et moins « agressive » que celle du Renault.

Le nouvel Interstar est le clone parfait du prochain Master. Seul l'avant, et quelques éléments à bord, démarque le Nissan du Renault. La face avant reste très verticale mais adopte une calandre plus sobre que celle très importante du Master. Cette calandre est la signature de l'Interstar avec l'énorme logo Nissan surmonté du nom du véhicule. Au moins, on sait à qui l'on a affaire...

Pour le reste, c'est tout pareil que le Renault. Ce Nissan sera directement lancé avec deux



Le Nissan Interstar sera disponible en motorisation Diesel et électrique.

motorisations, Diesel et électrique. Pour le Diesel, un bloc unique sera décliné en plusieurs puissances et sera aussi disponible avec une boîte de vitesses automatique à neuf rapports. En tout électrique, il s'appellera Interstar-e et sera proposé avec

deux tailles de batteries. La première, de 40 kWh, apportera une autonomie d'environ 200 km et pourra être rechargée de 10 à 100 % en moins de 4 h avec le chargeur embarqué de 22 kW, en option. La seconde, d'une capacité utile de 87 kWh, donnera une

autonomie de plus de 460 km. L'Interstar va être décliné en de multiples versions, fourgons de différentes tailles, cabine approfondie, châssis, bennes ou plateau. Les fourgons sont équipés d'une porte latérale coulissante plus large de 4 cm par rapport à l'ancienne version.

Côté charge utile, la version Diesel permet jusqu'à près de 2 tonnes, tandis que la version électrique accepte 1,6 tonne. Sur les fourgons, les volumes utiles iront de 11 à 22 m³ avec une caisse grand volume. L'Interstar sera très bientôt commercialisé. Il bénéficiera de la garantie Nissan de cinq ans ou 160 000 km, ou de huit ans ou 160 000 km pour la batterie de l'Interstar-e. Les tarifs n'ont pas été communiqués.

R. P.

Mercedes

Dernier restylage pour Vito et consorts



Le Mercedes Vito et sa déclinaison électrique évoluent et tendent vers l'univers Premium.

Ils sont tous issus de la même famille et d'une même base, celle des fourgons moyens de chez Mercedes-Benz Vans. Mais ils n'ont ni les mêmes vocations ni les mêmes atours.

Voici donc les nouveaux Mercedes Vito et eVito, Classe V et EQV. Ces nouveaux véhicules empruntent deux voies différentes. Les Classe V et l'EQV prennent la route du luxe tandis que le Vito et son *alter ego* électrique celle du haut de gamme. Extérieurement, ce design inédit se caractérise par une toute nouvelle calandre, plus imposante qu'auparavant.

À l'arrière, ces véhicules reçoivent un nouveau pare-chocs. À bord, les principales nouveautés portent sur le tableau de bord avec écran tactile, les grilles d'aération et le volant. Pour la première fois, l'EQV et le Classe V disposent de deux écrans de 12,3" chacun. Le Vito et le eVito reçoivent un écran central de 10,5 pouces et un nouveau combiné de 5,5 pouces avec écran couleur. Tous sont équipés de série du système MBUX de dernière génération, ce qui est une première sur le Vito et sur le eVito.

FONDS DE COMMERCE



VENTE FONDS DE COMMERCE
POISSONNERIE TRAITEUR, BOUTIQUE
 et 3 jours de marché, situé au Kremlin-Bicêtre ;
 affaire tenue 30 ans.
 Loyers modérés, bail refait à neuf, clientèle fidèle,
 aucune concurrence.
 Prix de vente =150 000 €, à négocier.
 Pour plus d'informations
 TÉL : 06 03 86 06 28

A VENDRE FONDS DE COMMERCE TRAITEUR
 Plats cuisinés et rayon traiteur situé à Chartres (28)
 avec de nombreux commerces alimentaires à proximité /
 45 minutes de Rungis.
 Labo bien équipé, plusieurs chambres froides,
 1 labo climatisé, 1 labo poubelles climatisé.
 Fermé dimanche et 5 semaines de congés
 TÉL : 06 32 52 52 48

RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE

A vendre pour raison départ à la retraite

Un fonds de commerce : Bar, restaurant possible fonds et murs bien situé centre-ville avec parking gratuit à proximité autoroutes A6, A19, A5 avec fort passage 40 places intérieur plus 23 places à l'extérieur terrasse la clientèle locale et de passage mobilier et équipements en très bon état, normes pour handicapés pas de contrat brasseur, un appartement à 100m² 3 semaines de congés

Tous les renseignements seront donnés au premier contact.

TÉL : 06 88 78 42 21

VENDS MAGASIN FRUITS ET LÉGUMES

rue piétonne centre-ville Amboise. Magasin ne refait en 2018 pas de travaux à prévoir. Loyer 1000/mois. CA 380 000/an.

Pas de salariés.

Contact 06 25 07 59 92

OFFRE D'EMPLOI



easyMEAT est importateur et distributeur de viande sur le marché français et européen dont le siège social est basé à Orly (94).

Fort d'un réseau important de partenaires industriels dans tous les pays d'Europe, nous proposons quotidiennement à nos clients une gamme complète de viande fraîche et congelée (bœuf, veau, agneau, volaille et porc) livrable tous les jours de la semaine.

**RECHERCHE (94)
UN/UNE COMMERCIAL POUR
REFORCER L'ÉQUIPE**

VOTRE MISSION :

- Renforcer l'équipe actuelle, par la prise en charge d'un portefeuille client existant.
- Renouvellement et développement d'une clientèle nouvelle.
- Gestion du stock permanent et participation à l'approche commerciale quotidienne.
- Force de proposition sur les nouveaux marchés et les développements potentiels.

NOUS VOUS OFFRONS :

CDI, rémunération attractive et fortement évolutive. Le candidat choisi aura l'opportunité de rejoindre une équipe leader dans son domaine, disposant d'une excellente réputation sur le marché et d'un environnement motivant, exigeant et privilégiant la performance.

RÉPONSE : contact@easymeat.fr ou 06 62 94 17 00

FONDS DE COMMERCE



A VENDRE :

IVRY PROCHE PARIS PÉRIPHÉRIQUE ET MIN DE RUNGIS,
Maison des années 60 avec Deux Garages et Une Chambre Froide.

- * Au Rez de chaussée, deux spacieux garages pour 2 voitures et 2 camions (55 + 80 m²) et une chambre froide de 18 m².
 - * A l'étage, 75 m² habitables avec une terrasse de 50 m². Une cuisine séparée, salon, salle à manger, deux belles chambres et une salle d'eau avec WC.
- Idéal pour combinaison habitation et activité professionnelle.
- Travaux à prévoir pour modernisation et mise aux normes.

Prix : 560 000 € direct propriétaire.

Contact : 06 71 50 22 59

VENDS MUR



VDS MURS à Mauriac (15) proximité du Centre- Ville et Hôpital, local de 941 m² dans Ctr Commercial avec parking de 118 places. Idéal pour restauration, bar, salle de jeux.

Et local de 186m² de bureaux loués.

Px Total 399 000€. TÉL : 04 71 68 13 68 HB

PARTICULIER À PARTICULIER

A LOUER

local de 40M² à Mareuil les Meaux (77) possibilité de stockage, garage, garde meuble. Gardé jour et nuit. Loyer 340 € HT et H charges

Contact.

TÉL : 06 82 31 23 68



POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONTACTEZ

NAÏMA MAZURIER

AU 01 42 36 56 74 OU ENVOYEZ UN E-MAIL À : n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr

Nouveau Transit Courier



Plus d'espace.
Plus de sécurité.
Plus de connectivité.

Totalement repensé, le Nouveau Transit Courier est doté d'un espace de chargement optimisé, d'une sécurité et d'une connectivité nouvelle génération. Disponible en versions essence, diesel ou 100% électrique.

Prix Platinum 2023 de la sécurité et la fiabilité des vans commerciaux décerné par le Programme européen d'évaluation des nouveaux véhicules (Euro NCAP). **Consommations combinées WLTP (l/100km) : 5.1 – 7.3**
Ford France, 1 rue du 1^{er} Mai, Immeuble Axe Seine, 92000 Nanterre. SIREN 425 127 362 RCS Nanterre.

#SeDéplacerMoinsPolluer

