

**REPORTAGE**

La Touraine,  
le pays de Cocagne

**OUI CHEF!**

Laurent Nègre,  
bistrotier en série

**NOUVEAUX MARCHÉS**

Vers la normalisation  
du kebab

# Rungis

**actualités**

Depuis 1969

N° 802-803 – mai-juin-juillet 2024 – 1,50 €



DOSSIER

## Rungis à l'heure du sport



LE SALON INTERNATIONAL DE L'ALIMENTATION

# LEMON ON THE CAKE\*



\* Citron sur le gâteau, SIAL Paris met à l'honneur son emblème pour célébrer ses 60 ans. Cette édition anniversaire rassemble tous les acteurs de la food pour inspirer, favoriser des rencontres et créer des opportunités.

VOTRE TICKET À

**-50%**

**EARLY BIRD**

jusqu'au 16 juin

Rendez-vous sur [sialparis.fr](https://sialparis.fr)

**PARIS — 19 – 23 Octobre 2024**





**Dossier** Sport et alimentation,  
l'équilibre indispensable

18



28

**Oui, chef !**  
Laurent Nègre



30

**Reportage** La Touraine,  
le pays de Cocagne



40

**Nouveaux marchés**  
Marché du kebab :  
vers la normalisation



44

**Digital & innovation**  
La formation à l'ENSMV se  
modernise : les bouchers  
à l'ère numérique



46

**Focus**  
La Coopération agricole :  
« Nous voulons reconquérir  
le cœur de gamme. »

**RUNGIS** actualités

N° 802-803 – mai-juin-juillet 2024

# au sommaire

## L'édito

5 de JérémY  
Denoyer

### Sur le vif

6 Actualités  
15 Instantanés  
16 Toulouse-  
Le Grand Marché

## Dossier

18 Sport et  
alimentation :  
l'équilibre  
indispensable

## Ensemble

24 Opérateur  
25 Producteur  
26 Acheteur  
28 **Oui, chef !**  
Laurent Nègre

### Reportage

30 La Touraine :  
le pays de Cocagne

## Tendances du marché

### 36 Produits de saison

- La rhubarbe
- L'ail
- Le jambon  
de Bayonne

### 39 Un produit en chiffres

L'artichaut

### 40 Nouveaux marchés

Marché du kebab :  
vers la normalisation

### 43 Nouveautés

### 44 Digital & innovation

La formation à  
l'ENSMV se  
modernise : les  
bouchers à l'ère  
numérique

### 46 Focus

La Coopération  
agricole :  
« Nous voulons  
reconquérir  
le cœur de gamme. »

## Véhicules utilitaires

48 • Mercedes : le  
eSprinter voit grand !  
• Ford Transit Connect :  
la première  
fourgonnette PHEV !  
• Volkswagen :  
le nouveau Crafter en  
approche

### Petites annonces

#### 50-51

Fonds de commerce  
Particulier à particulier  
Offre d'emploi  
Demande d'emploi



# « Ma retraite ? Pourquoi y penser maintenant ? »

Paul, Agriculteur.

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

 **médicis**  
Votre mutuelle retraite  
Groupe malakoff humanis

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



Communication à caractère publicitaire

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 :

**Jérémy Denoyer, Alice Mariette**

Rédacteurs en chef délégués :

**Bruno Carlhian, Olivier Masbou**

Secrétaires de rédaction :

**Martine Favier, Évelyne Kerfant**

Création maquette :

**Stanislas Chevara**

Rédacteur graphiste :

**Richard El Mestiri**

Ont collaboré à ce numéro :

**Clémentine Cabrol**

**Jean-Michel Déhais**

**Marceau Devide-Perrot**

**Francis Duriez**

**Victoria Mbele**

**Richard Pizzol**

Photo de couverture :

© DR

Directrice de publicité :

**Cathleen Tabart**

Tél. : 33 (0)1 42 36 56 75

c.tabart@aucoeurdesvilles.fr

Cheffe de publicité :

**Julietta Rey-Bethbeder**

j.rey-bethbeder@aucoeurdesvilles.fr

Responsable petites annonces :

**Naïma Mazurier**

n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr

#### ABONNEMENT

Au Cœur des Villes

16, rue Saint-Fiacre

75002 Paris

Tél. : 33 (0)1 42 36 70 64

E-mail : abonnement@

aucoeurdesvilles.fr

Périodicité : 11 numéros par an

Prix de vente au numéro : 1,50 €

Abonnement :

Abonnement « Intégral » 2 ans

(papier + mobilité) :

France : 31 € TTC

Union européenne : 41 € TTC

Reste du monde : 51 € TTC

Rungis Actualités est publié

par Au Cœur des Villes

Société par actions simplifiée

au capital de 64 541 euros

RCS n° 825 299 068 RCS Paris

Direction

Président : **Nelson Burton**

Secrétaire de direction : **Anne Caro**

Dépôt légal : à parution

N° Commission paritaire :

1024 T 82406

Impression :

ILD-Imprimerie Léonce-Deprez

ZAC Artois Pôle

Allée de Belgique

62128 Wancourt

Tél. : 33 (0)3 21 52 96 20

Certifié PEFC 70 %

N° COC : BVC/CDC/1969087

Rungis Actualités décline toute

responsabilité pour les documents

qui lui sont envoyés.

Les manuscrits non insérés

ne sont pas rendus.

Infographies : tous droits réservés

Copyright : *Rungis Actualités*



# L'édito

de Jérémy Denoyer

## Santé globale

La nature d'une alimentation et la pratique d'une activité sportive ont un impact évident sur le corps. Alors que les Jeux olympiques et paralympiques (JOP) commenceront d'ici à quelques jours, nous avons choisi d'exposer le lien inhérent entre ces deux sujets. Le Marché de Rungis s'est d'ailleurs mis à l'heure du sport, dès la fin de l'année 2023, avec six athlètes français : Marjorie Delassus (canoë), Sofyane Mehiaoui (basket handisport), Capucine Viglione (escalade), Kylian Portal (nage handisport), Luka Mkheidze et Cédric Olivar (judo). Ces derniers reçoivent, tous les mois, deux paniers de produits frais de la part des opérateurs du MIN. Le Marché de Rungis aura également l'honneur d'accueillir le passage de la flamme olympique le 21 juillet. Mais les sportifs de haut niveau ne sont

pas les seuls concernés par une alimentation saine. Les Français sont aujourd'hui près de deux tiers (63 %) à déclarer pratiquer régulièrement une activité sportive. « *De manière générale, un sportif augmente ses besoins nutritionnels avec l'effort et doit se prémunir des carences. Il est donc d'autant plus important pour eux de veiller à l'équilibre de leur alimentation* », note la diététicienne nutritionniste spécialiste du sport, Marie-Caroline Savelieff. Il devient ainsi de plus en plus nécessaire de connaître la valeur nutritionnelle des aliments : leurs apports en protéines, en glucides, en lipides ou en fibres. Le sport et l'alimentation font partie intégrante de la santé globale... et donc de la santé mentale. Une bonne alimentation sera ainsi source de motivation supplémentaire pour un sportif.

## L'image du mois



À quelques semaines du coup d'envoi des Jeux, les Champs-Élysées se sont recouverts d'une immense nappe à carreaux le dimanche 26 mai 2024 pour un pique-nique géant. Une initiative du Comité Champs-Élysées, association qui promeut la plus belle avenue du monde mise en musique par l'agence Ubi Bene. Près de 4 000 personnes ont gagné le droit de déjeuner à ce pique-nique offert sur les 273 000 qui s'étaient inscrits sur la plateforme.



**EMPLOI**

# Les grossistes recrutent

La Confédération des grossistes de France (CGF) et France Travail\* ont signé le 13 mai 2024 une Convention nationale de partenariat. Cet accord, qui est une première pour les deux organisations, vise à favoriser le retour à l'emploi des demandeurs d'emploi et à répondre aux besoins en recrutement des 160 000 entreprises du commerce de gros.

Toutes filières confondues (alimentaires et non alimentaires), les 160 000 entreprises du commerce de gros emploient près de 1 million de salariés (961 000 en 2023). Cela représente au total 30 % des emplois du secteur du commerce en France. La quasi-totalité (95 %) de ces emplois concerne des CDI. Et les besoins du secteur sont importants : les entreprises cherchent à recruter 90 000 collaborateurs chaque année. « Quel que soit le secteur d'activité, la typologie des métiers reste la même : 50 % de commerciaux (sédatifs ou itinérants, acheteurs ou vendeurs), 30 % de fonctions logistiques (magasinier, préparateur de commandes, chauffeur livreur, responsable d'entrepôts...) et 20 % de fonctions support (compatibilité, administration, marketing...) », explique la CGF. Le commerce de gros en France génère en moyenne chaque année un chiffre d'affaires de 900 Md€. « Du CAP aux diplômes d'ingénieur ou d'écoles de commerce, de nombreuses formations peuvent mener aux métiers du commerce de gros. Les domaines d'activité sont si variés que les jeunes recrues peuvent être titulaires de diplômes très divers », écrit la Confédération.

La convention entre la CGF et France Travail vise à favoriser conjointement le retour à l'emploi des demandeurs d'emploi tout en répondant aux besoins de recrutement des entreprises du secteur. Elle se décline en un plan d'action opérationnel dans chaque territoire, avec les



Thibaut Guilluy, directeur général de France Travail et Isabelle Bernet-Denin, directrice générale de la CGF (au centre) ont signé une convention Partenariat dans les locaux du Groupe Estivin à Tours.

30 fédérations métiers qui adhèrent à la CGF autour de quatre axes :

- développer des relations opérationnelles entre le réseau de France Travail, la CGF et les 30 fédérations adhérentes ;
- promouvoir et valoriser les métiers du commerce de gros afin d'attirer davantage de talents vers ce secteur dynamique ;
- collaborer pour faciliter les recrutements et répondre efficacement aux besoins de recrutement des entreprises du secteur ;
- favoriser l'inclusion des personnes les plus éloignées de l'emploi, en offrant des opportunités de formation et d'insertion professionnelle.

« Avec cette convention, France Travail et la CGF renforcent leur coopération sur l'ensemble du territoire pour faire face aux défis des recrutements a déclaré Thibaut Guilluy, directeur général de France Travail à l'occasion de cette signature. L'engagement de France Travail est indispensable afin de réduire les difficultés de recrutement des entreprises du commerce de gros et faciliter l'intégration de demandeurs d'emploi dans ce secteur. Un secteur qui présente de réelles opportunités d'emploi, d'insertion et de

promotion pour les demandeurs d'emploi les moins qualifiés. À travers notamment notre méthode de recrutement par simulation, nos dispositifs de formation préalable à l'embauche et d'immersion professionnelle ou encore nos ateliers de détection de potentiels, nous mettrons tout en œuvre pour mieux faire connaître les métiers du commerce de gros auprès des demandeurs d'emploi et accompagner les recrutements. L'ensemble de ces dispositifs ont montré leur efficacité pour lutter contre les tensions de recrutements ».

« Il est essentiel de faire connaître les métiers du commerce de gros. Ils ont évolué, se sont modernisés... nous devons davantage le faire savoir et ainsi attirer les talents, a ajouté Isabelle Bernet-Denin, directrice générale de la CGF. Nous comptons énormément sur cette collaboration d'ampleur avec le réseau France Travail. L'action de France Travail dans l'accompagnement local des entreprises du commerce de gros et la sensibilisation des demandeurs d'emploi aux opportunités dans le secteur permettra de répondre aux besoins de nos entreprises et de sécuriser les parcours des demandeurs d'emploi. Des initiatives en termes de communication et d'événementiel (salons) sont d'ores et déjà organisées avec nos fédérations, mais il nous faut aller plus loin, ensemble, avec France Travail. »

L'événement s'est tenu au sein de l'entreprise Estivin, grossiste en fruits et légumes, implantée sur le Marché de gros de Tours. « La signature de cette convention marque le début pour France Travail et la Confédération des grossistes de France, d'une collaboration visant à créer des opportunités d'emplois et à stimuler le développement économique dans le secteur du commerce de gros », précise la CGF.

**Olivier Masbou**

\* France Travail a remplacé Pôle emploi au 1<sup>er</sup> janvier 2024. C'est l'opérateur public de référence du marché de l'emploi.

## EN CHIFFRES

Avec cette convention, France Travail et la CGF renforcent leur coopération sur l'ensemble du territoire pour faire face aux défis des recrutements

**961 000**  
salariés des entreprises  
de commerce de gros

**90 000**  
recrutements  
par an

**95 %**  
des emplois  
en CDI



## ÉVÉNEMENT

# Le succès au rendez-vous de Medfel 2024

Medfel, le rendez-vous d'affaires en France des filières fruits, légumes et pommes de terre frais, qui s'est tenu les 24 et 25 avril à Perpignan (Pyrénées-Orientales), s'est achevé sur un succès. La manifestation a accueilli plus de 3 700 visiteurs (+ 10 %) et plus de 250 exposants (+ 26 %). Medfel a aussi renforcé sa dimension internationale avec plus de 15 % d'exposants internationaux issus de 10 pays et 12 % de visiteurs internationaux, dont plus de 40 grands acheteurs invités dans le cadre du Programme VIP, venus d'Allemagne, d'Autriche, de Biélorussie, du Brésil, de Colombie, du Danemark, des Émirats arabes unis, d'Espagne, de Hongrie, d'Irlande, d'Italie, de Malaisie, de Pologne, du Portugal, du Qatar, de République tchèque, du Royaume-Uni, de Slovaquie, de Slovénie, de Suède, de Thaïlande, de Tunisie et du Vietnam. « L'événement phare dans le calendrier des professionnels a tenu une



Medfel 2024 a accueilli un nombre de visiteurs et d'exposants en hausse.

14<sup>e</sup> édition placée sous le signe du business et de la convivialité. Les acheteurs de la grande distribution étaient présents, ainsi que de nombreux grossistes et détaillants », précise Vadhana Khath, directeur du salon. À noter la présence de marchés de gros, dont Saint-Charles international, le Grand Marché de Provence ou le CAAT, Centre agroalimentaire

de Turin. Medfel, c'est aussi les traditionnelles prévisions de récoltes : abricots, melons, et pour la première fois cette année, la prune. Au programme des conférences, deux grands témoins : la navigatrice et présidente du WWF France Isabelle Autissier et Tomás García Azcárate, ancien responsable du bureau fruits et légumes à la Direction générale agricole de la Commission européenne. En outre, des débats étaient proposés sur la filière bio, sur l'intelligence artificielle. Marie-Cécile Rollin, directrice de Restau'Co, a fait le point sur la végétalisation des repas en restauration collective, une végétalisation qui ne profite pas toujours aux fruits et légumes frais. Avec cette belle édition 2024, Medfel a confirmé sa position d'unique rendez-vous d'affaires des filières fruits, légumes et pommes de terre en France. La 15<sup>e</sup> édition de Medfel aura lieu les 23 et 24 avril 2025, également à Perpignan.

## DISTINCTION



Marc Fesneau, ministre de l'Agriculture et Sylvie Dauriat, présidente de Restau'Co.

## Le mérite national pour Sylvie Dauriat

C'est dans le cadre du salon Restau'Co (lire ci-contre), que Sylvie Dauriat, présidente de Restau'Co, a reçu les insignes de chevalier dans l'ordre national du Mérite des mains de Marc Fesneau, ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire. Il était accompagné d'Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée. La cérémonie s'est

déroulée devant un public nombreux. Des représentants de la mairie du 17<sup>e</sup> arrondissement de Paris et de la Ville de Paris (Sylvie Dauriat est directrice de la caisse des écoles du 17<sup>e</sup>) étaient également présents ainsi que les présidents ou directeurs des interprofessions où siège Sylvie Dauriat : Interfel, Interbev, Cniel, Anvol, Inaporc. Présidente de Restau'Co depuis juin 2019, Sylvie Dauriat s'est employée à mettre en avant le rôle économique, social et éducatif de la restauration collective pour valoriser l'alimentation. En lui remettant sa décoration, Marc Fesneau a rappelé le rôle joué par la présidente, notamment pendant la crise sanitaire ou dans la mise en place des Lois Egalim. « Vous êtes une personne de confiance sur laquelle on peut compter », a conclu le ministre.

## SALON

## Restau'Co, un événement annuel très suivi

Dès 9 h du matin, le 5 juin, le public se pressait dans les allées du Hall 2.2 de la porte de Versailles où se tenait l'édition annuelle de Restau'Co. Il est vrai que le salon se déroulant sur une seule journée, le visiteur n'a pas de temps à perdre. « Le challenge d'une alimentation équilibrée pour tous » était le thème retenu pour cet événement des professionnels de la restauration collective en gestion directe. « Face à la montée préoccupante de la précarité et de la fracture alimentaire, la restauration collective a pour vocation de s'adresser au plus grand nombre, à tous les stades de la vie », rappelait Stéphane Brunerie, créateur du média en ligne StripFood. Au cours de la conférence « Construire ensemble, une valeur sûre de l'achat durable », il est revenu sur le contexte de transition alimentaire. Elle représente « un enjeu collectif majeur, que ce soit à travers les sujets sur lesquels elle a un impact (santé, souveraineté, climat, territoires) ou les responsabilités multiples qu'elle engage ». Ces enjeux étaient au

cœur des préoccupations des exposants et des visiteurs. Végétalisation des repas, mise en place des lois Egalim, lutte contre le gaspillage, baisse des déchets, sortie du plastique... étaient les sujets qui revenaient le plus dans les allées. Le salon a enfin été l'occasion de la signature d'une convention entre Restau'Co et Euro-Toques. Cette convention doit permettre de créer un réseau de chefs dans la restauration collective, les deux structures ayant un même objectif : « mettre le produit au centre de tout ».



Pour Stéphane Brunerie (au centre), « la restauration collective a pour vocation de s'adresser au plus grand nombre, à tous les stades de la vie ».



**NOUVEAU MANDAT**

## Stéphane Layani reconduit à la présidence de la Semmaris



Stéphane Layani, président-directeur général de la Semmaris.

Le conseil d'administration de la Semmaris, autorité gestionnaire du Marché international de Rungis, a voté à l'unanimité, le 5 juin, le renouvellement du mandat de Stéphane Layani en tant que président-directeur général. « Depuis 2012, Stéphane Layani a transformé profondément le Marché international de Rungis et en a renforcé l'attractivité et le rayonnement », écrit la Semmaris dans un communiqué. Stéphane Layani a notamment fait adopter un plan d'investissement ambitieux, d'un montant de 1 Md€ sur 2015-2035. Ce plan a permis de moderniser les infrastructures du Marché de Rungis et de prendre les virages de la RSE, de la digitalisation et de l'internationalisation.

Ces actions se poursuivront au cours du mandat qui s'ouvre. Une feuille de route sera présentée au conseil d'administration en septembre 2024. « Profondément honoré par cette marque de confiance renouvelée du conseil d'administration de la Semmaris, j'entame ce nouveau mandat avec détermination et optimisme face aux enjeux et défis qui nous attendent. [...] Mon objectif est désormais clair : poursuivre la modernisation, la dynamisation et le développement du Marché international de Rungis, qui nourrit 18 millions de Franciliens, afin qu'il demeure un modèle de référence en France et à l'international », a déclaré Stéphane Layani après sa réélection.

**ALIMENTATION**

## Première Journée internationale de la pomme de terre

C'est en décembre 2023 que l'Assemblée générale de l'ONU a décidé que, chaque année, le 30 mai serait la Journée internationale de la pomme de terre. Les Nations unies répondaient ainsi favorablement à une initiative du Pérou, berceau de la pomme de terre, une démarche fortement soutenue par la France, un des principaux pays producteurs de pommes de terre. Pour célébrer cette première journée, la filière française a été reçue au ministère de l'Agriculture. Et si la météo très pluvieuse de cette fin de mois de mai n'a pas permis de profiter du magnifique jardin de l'Hôtel de Villeroi (où Marc Fesneau devait planter des pommes de terre), la célébration a été à la hauteur de l'événement.



Les ministres Agnès Pannier-Runacher et Marc Fesneau avec les dirigeants de la filière pomme de terre.

« Les pommes de terre ont trouvé leurs places dans l'univers gustatif et culinaire partout dans le monde », a rappelé Joanny Dussurgey, nouveau président de l'interprofession

CNIPT. « La pomme de terre ne cesse de nous étonner et se plie à toutes les cuisines », a-t-il ajouté. La pomme de terre, « domestiquée » il y a 8 000 ans dans les Andes, est aujourd'hui la troisième production végétale mondiale après le riz et le blé. On recense plus de 5 000 variétés, dont 200 inscrites au catalogue variétal français. Elle est consommée par 2/3 de la population mondiale. « Nous célébrons un aliment essentiel qui joue un rôle crucial dans la sécurité alimentaire mondiale », a indiqué Marc Fesneau, ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire. La France produit chaque année quelque 8 millions de tonnes de pommes de terre sur 200 000 ha.

**ÉVÉNEMENT**

## Les JNA sous le signe de l'éducation à l'alimentation

Les 4<sup>es</sup> Journées nationales de l'agriculture ont été lancées le 7 juin dans le cadre historique des Arènes de Lutèce à Paris. « L'éducation à l'alimentation » était le thème de ces Journées qui se sont déroulées du 7 au 9 juin dans toute la France. Le but de ces Journées est de rapprocher les citoyens des agriculteurs. « Ce qui est important, c'est la transmission », a déclaré Florence Berthout, maire du 5<sup>e</sup> arrondissement qui accueillait la manifestation. Ces JNA constituent « le meilleur moyen de connaître les agriculteurs », a ajouté Stéphane Layani, président du Marché international de Rungis partenaire de l'événement. Pendant les trois jours, les JNA ont accueilli des milliers de visiteurs dans des centaines de fermes ou d'industries agroalimentaires.

**CONCOURS**

## Généralisations Primeurs à Rungis

Le 3 juin, Saveurs Commerce a organisé au sein de la Rungis Académie la finale de la deuxième édition du concours Généralisations Primeurs avec 12 candidats. Les finalistes avaient près de cinq heures pour réaliser les deux épreuves du concours. La première consistait à monter un étal de fruits et légumes de saison. Les candidats devaient ensuite confectionner un buffet végétal inspiré de l'œuvre musicale du pianiste Sofiane Pamart.

Trois primeurs ont été récompensés :

**1<sup>er</sup> Prix :** NATALIA BENOIST – Esprit Primeur à Biscarrosse (Landes)

**2<sup>e</sup> prix :** LUDOVIC LECOINTE – Biocoop à Le Vieil Evreux (Eure)

**3<sup>e</sup> prix :** SONIA BOUDON – Le Petit Marché d'Ornano à Bordeaux (Gironde)





GOUVERNEMENT

Liberté  
Égalité  
Fraternité

PAYS HÔTE



# POUR S'APPROVISIONNER AU MIEUX PENDANT LES JEUX

L'important c'est d'anticiper !

Les Jeux auront un impact sur  
vos déplacements. Pour vous  
préparer, rendez-vous sur :  
**[anticiperlesjeux.gouv.fr](https://anticiperlesjeux.gouv.fr)**

Flashez-moi pour  
accéder au site



Jeux Olympiques :  
26 juil. au 11 août

Jeux Paralympiques :  
28 août au 8 sept.



LIVRE BLANC

# Des propositions pour améliorer la traçabilité des fleurs

Stéphane Layani a remis, le 22 mai dernier, à la ministre déléguée chargée de l'Enfance, de la Jeunesse et des Familles Sarah El Haïry, un « Livre blanc sur la traçabilité de la fleur coupée ». Coordonné par l'Union nationale des fleuristes (UNF), cet ouvrage vise à engager la filière « dans une démarche de transparence, de la production à la vente ». Un document d'une centaine de pages auquel le Marché de Rungis a contribué sous l'impulsion de Pascal Mutel, le président de l'UNF. « Le Marché de Rungis va renforcer son engagement pour une filière plus durable en s'attellant à relever le défi collectif de fournir aux consommateurs des informations fiables et précises sur l'origine des fleurs, afin de leur garantir la qualité et le respect des normes éthiques et environnementales », a promis le président du Marché de Rungis, qui a rappelé le rôle joué par le Marché dans l'élaboration du label « Fleurs de France ».

AFFICHAGE EN BOUTIQUE

Le livre blanc formule cinq propositions « pour faire progresser la mise en valeur de l'origine France et le choix responsable des consommateurs ». Ainsi, les auteurs invitent les fleuristes à soutenir la production française et locale et à mieux choisir leurs sources d'approvisionnement à l'international. L'Union nationale des fleuristes s'engage à diffuser « une charte d'engagement », afin d'inciter les fleuristes à privilégier des sources d'approvisionnement plus durables. Cet ouvrage revendique également « des conditions de production plus équitables entre pays européens » (notamment sur l'utilisation de certains produits phytosanitaires),



La ministre déléguée chargée de l'Enfance, de la Jeunesse et des Familles, Sarah El Haïry (au centre), a reçu le « Livre blanc sur la traçabilité de la fleur coupée », le 22 mai dernier.

appelle à instaurer « un dialogue et un esprit de filière entre tous les acteurs français » et souhaite « expliquer les choix de la filière aux consommateurs ». « Nous nous sommes engagés, avec la Fédération nationale des grossistes en fleurs coupées et plantes en pots (FGFP), à mettre en place un affichage du pays d'origine des fleurs sur les factures ainsi que des solutions d'affichage en boutique pour les fleuristes », indique le livre blanc.

ORIGIN'INFO

## Un nouveau logo cet été

Le déploiement de l'affichage Origin'Info, qui indique le ou les pays d'origine des produits agricoles dans les produits transformés, sera progressif à partir de cet été, a indiqué, fin mai, Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des entreprises, du tourisme et de la consommation. D'ici à la fin de l'année, il pourrait concerner plus de 10 000 références, 84 grandes marques s'étant d'ores et déjà engagées dans cette démarche pour une phase d'expérimentation.

Actuellement, ce sont principalement les produits alimentaires non transformés qui font l'objet d'une information obligatoire sur l'origine géographique (viandes, poissons, fruits et légumes, miel, etc.).

L'idée est d'étendre l'information sur l'origine plus transparente pour les produits transformés et de lutter contre certaines pratiques trompeuses, préjudiciables aux agriculteurs, comme l'usage parfois abusif du drapeau français. Les filières agricoles françaises rappellent de leur côté la notoriété et les garanties apportées par les démarches « Produits Agricoles de France » en complément de l'initiative Origin'Info.



## Nominations



Créée en 2018, l'Association nationale des épiciers bio (ANEB), qui fédère les magasins bio indépendants, s'est dotée d'un nouveau bureau.

**Benjamin Quiras**, directeur associé des

27 magasins Léopold présents dans l'ouest et le nord de la France, en devient président. **Myriam Jourdan** (Biodis) est trésorière et **Cédric Cadoret** (Chlorophylle), secrétaire.



Fondé en 2000, le Synadis, qui regroupe aussi bien des magasins indépendants que des magasins bio intégrés et revendique 2 200 magasins adhérents, a annoncé la désignation de sa nouvelle présidente, **Christelle Le Hir**, pour un mandat de trois ans. Celle-ci est présidente du directoire de La Vie Claire depuis avril 2022.



## VIANDE BOVINE

# La consommation de viande rouge surestimée ?

Contrairement à un préjugé répandu, la consommation moyenne de viande bovine par les Français est inférieure aux quantités maximales recommandées par les autorités sanitaires au regard de la prévention des cancers. C'est la conclusion d'une enquête présentée par l'Académie de la viande le 15 mai dernier, examinant les sources utilisées pour estimer les quantités ingérées par les Français. L'étude pointe notamment du doigt la consommation mesurée « par bilan » en kg équivalent carcasse, « qui inclut les os ou les aponévroses de la viande qui ne sont pas consommés ». D'après cette base de calcul, la quantité consommée par jour et par habitant est évaluée à 61 g. Mais compte tenu du rendement de la carcasse de bœuf, la quantité journalière de viande bovine crue consommée se situerait en réalité à 42 g.

## VIANDE CUITE ET VIANDE CRUE

Autre biais important : l'absence de prise en compte de la cuisson. « Les recommandations du Centre international de recherche sur le cancer (CIRC) – et reprises par le PNNS – sont pourtant exprimées en poids de viande cuite (500 g de viande rouge par semaine) et non crue », rappelle l'un des auteurs, René Laporte.



En équivalent « viande crue », le seuil maximal de référence s'élève en réalité entre 700 et 750 g. « Si l'on intègre la cuisson, qui provoque la perte en eau, on ne consomme pas 42 g par jour de viande bovine, mais 35 g, soit moins de 250 g par semaine. » La consommation moyenne de viande bovine atteint ainsi en réalité la moitié du seuil fixé par le CIRC pour l'ensemble de la viande rouge (qui inclut aussi le porc frais – hors charcuterie – et l'agneau). « Sachant que la viande bovine est de loin la première viande rouge consommée, l'immense majorité des Français est en réalité bien en deçà des seuils de consommation recommandés », conclut René Laporte.

## FROMAGES AOP

# L'Abondance conforte ses positions

En dépit d'un contexte économique difficile, les fabrications de fromage Abondance ont légèrement progressé en 2023 (+ 0,9 %), se félicite l'interprofession (SIFA). Au total, 3 387 tonnes d'Abondance ont été produites sur l'année 2023, dont 2 579 t d'Abondance



laitier (+ 0,7 %) et 808 t d'Abondance fermier (+ 1,6 %). La coupe et la fraîche découpe représentent 71 % des ventes (contre 29 % en rayon frais libre-service).

Depuis quelques mois, un groupe d'administrateurs travaillent sur la question de la préservation de la race de vache Abondance. Le nombre de vaches laitières dans les exploitations habilitées avant 2012 a en effet diminué de 15 % depuis 2018 et le nombre d'Abondance a diminué de 18 %. Une évolution que l'interprofession entend bien inverser. Fromage au lait cru de vache, à pâte pressée demi-cuite, le fromage AOP Abondance tient son nom de la vallée du Chablais haut-savoyard du même nom.

## LA VIE DES ENTREPRISES

### FrenchFood Capital entre chez Huguenin



FrenchFood Capital a annoncé à la fin de mai qu'il avait investi 40 M€ dans trois PME réputées : Plantin (truffes), JC David (poissons fumés) et le

rungissois Huguenin, spécialiste de la distribution des produits carnés pour la restauration haut de gamme. Le groupe fondé en 1997 par Jean-Claude Huguenin, dont le fonds a pris le contrôle majoritaire, réalise un chiffre d'affaires de 28 M€. L'opération « va permettre d'étendre les débouchés d'Huguenin non seulement à Paris et en Île-de-France [...], mais aussi dans d'autres régions et grandes villes », indique Fairway, le cabinet d'avocats d'affaires qui a accompagné l'opération.

### Dynamis fusionne dans Relais Vert



Le grossiste en produits alimentaires bio Relais Vert, situé à Carpentras (Vaucluse), a annoncé sa fusion avec le groupe Propolis Développement dont l'entreprise rungissoise Dynamis, spécialisée dans la distribution de fruits et légumes bio, est l'une des filiales. Le nouveau groupe porte ainsi son chiffre d'affaires de 200 M€ à 300 M€, devenant ainsi le plus gros distributeur de produits bio. Relais Vert ainsi renforcé est dirigé par Jérémie Ginart, actionnaire majoritaire. Stanislas Henriot, propriétaire de Propolis Développement, devient actionnaire de Relais Vert, chaque entreprise conservant son nom et son indépendance.

• **Pandobac**, jeune pousse incubée à Rungis & Co, annonce avoir démarré une collaboration avec France Frais Rhône-Alpes, qui utilise désormais sa solution de suivi QR code pour tracer ses livraisons en bacs réutilisables.

**SALON SELFİ 2024**

# Transport et logistique se projettent dans l'avenir

Dédié au transport et à la logistique du froid, le Salon européen logistique froid innovation (SELFİ) s'est déroulé les 29 et 30 mai dernier à l'Espace Rungis Événements. Organisé par Pierre Besomi, éditeur de magazines du secteur transport et logistique du froid, le salon SELFİ 2024 a réuni quelque 55 exposants et reçu un bon millier de visiteurs. Il a été inauguré par Stéphane Layani, accompagné de Pierre Besomi, de Dominique Batani, directeur du Marché, et de plusieurs responsables et professionnels. « Lors des Jeux olympiques et paralympiques, nous devons nourrir des millions de visiteurs du monde entier en plus des Franciliens habituels », a rappelé le président du Marché international de Rungis, lors de l'inauguration de cette deuxième édition. « Notre logistique alimentaire revêt donc une importance capitale, et nos grossistes et transporteurs se préparent à relever cet immense défi logistique avec une hausse de 10 % des volumes de produits alimentaires »...

Concernant la livraison du dernier kilomètre, « nous avons élaboré avec les grossistes un livre blanc afin de lever les verrous réglementaires,



Pierre Besomi (1<sup>er</sup> g.) et Stéphane Layani (2<sup>e</sup> g.) sur le stand Sofrilog.

Stéphane Layani pose devant le vélo cargo Ayopa (groupe Delanchy).



techniques et financiers freinant la transition énergétique des entreprises du Marché, en vue des prochaines échéances liées à la ZFE », a-t-il également déclaré. « Pour la logistique amont, le Marché est très engagé dans la construction d'un nouveau terminal, qui proposera d'ici à

2026 de nouvelles liaisons et des technologies de transport combiné et d'autoroute ferroviaire. » Outre les nombreux matériels exposés, des ateliers et conférences ont été programmés au cours de ces deux journées.

**F. D.**

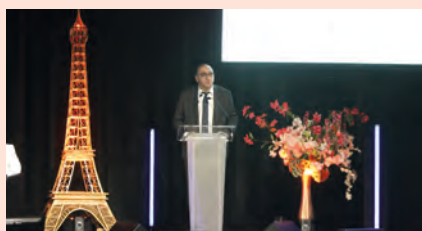
## LOGISTIQUE

### Un terminal multimodal en Provence

La société Open Modal a annoncé en avril la mise en exploitation du Terminal Ouest Provence « 100 % digitalisé et décarboné » situé à Grans-Miramas (Bouches-du-Rhône), dont l'inauguration aura lieu en septembre 2024, une fois la totalité des équipements électriques et portiques déployés. À proximité du Grand Port Maritime de Marseille, le terminal assure des liaisons quotidiennes avec Bonneuil (Val-de-Marne), Nancy (Meurthe-et-Moselle), Lille (Nord) et Avignon (Vaucluse). Implanté sur un site de 14 ha, il a été conçu pour répondre aux besoins du transport combiné rail-route et il est constitué de deux cours de manutention, une à portique et une à reach stacker, destinées à traiter 4 trains de 850 m, précise l'Open Modal. Les engins de manutention et ceux de manœuvre rail-route seront électriques.

## EN BREF

### Les grossistes informés pour anticiper les JOP



Afin de mieux appréhender la période des Jeux olympiques et paralympiques en matière de logistique, Laurent Nuñez, préfet de Police de Paris, est venu à la rencontre des grossistes et professionnels de l'agroalimentaire du Marché le 18 avril dernier lors du 6<sup>e</sup> « Meeting des Pros ». Il a présenté ce jour-là le dispositif de sécurité, qui sera mis en place cet été à Paris, et échangé avec les professionnels afin de mieux anticiper les contraintes dues au

dispositif de sécurité – en particulier les restrictions de circulation – qui impactera la logistique des flux d'approvisionnement de Paris et de l'Île-de-France en produits frais.

### L'expertise de Rungis sollicitée au Nigeria

La Semmaris réalise actuellement une mission d'accompagnement du ministère de l'Agriculture nigérian visant à structurer demain un réseau de marchés de gros sur l'ensemble du territoire, a-t-on appris lors du récent sommet Choose France dont le Marché de Rungis est partenaire. Il s'agit d'un contrat prometteur avec la première puissance économique du continent, premier partenaire commercial de la France en Afrique subsaharienne et première destination des investissements directs étrangers (IDE) français en Afrique.



# Pour préparer la saison d'été, restez Zen !

- ✓ Simplification des démarches HACCP
- ✓ Gain de temps
- ✓ 100% conforme
- ✓ Sérénité

**N°1**  
de l'HACCP  
digitalisée



Cet été, on aura plus de médailles, plus de clients,  
plus de contrôles aussi ...  
C'est le moment de vous équiper !  
Préparez-vous avec ePack Hygiene !



e-pack  
**HYGIENE**



*Profitez d'une  
démonstration  
gratuite !*

À votre écoute et disponible  
partout en France au :  
**02 29 62 64 40**  
[www.epack-hygiene.fr](http://www.epack-hygiene.fr)

**CARNET**

## Décès de Marc Spielrein, ancien P-DG de la Semmaris

Président de la Semmaris de 1994 à 2012, Marc Spielrein est décédé le 22 mai dernier. Il était âgé de 79 ans. Avant de rejoindre Rungis, ce polytechnicien (X-Ponts) né à Meknès (Maroc) en 1944, a fait une grande partie de sa carrière dans l'administration. Il commence en 1968 comme chargé de mission à la Direction de la prévision du ministère de l'Économie et des Finances. Un an plus tard, il intègre le cabinet du directeur général de l'Assistance publique comme conseiller technique. Il y est en charge du dossier des constructions hospitalières, un dossier qui passionne l'ingénieur qui aimait dire « *Je suis un bâtisseur dans l'âme.* » Parmi les chantiers auxquels il participe, la refonte de l'hôpital



Marc Spielrein.

Bicêtre. Vient le temps ensuite des cabinets ministériels. Il est conseiller technique auprès du ministre de la Santé Michel Poniatowski, qu'il suit en 1974 au ministère de l'Intérieur. Puis Monique Pelletier, nommée ministre déléguée à la Famille et à la Condition féminine, le recrute comme directeur de cabinet. Au début des années 1980, Marc Spielrein rejoint le secteur privé, et plus précisément les entreprises du bâtiment.

Tout d'abord en prenant la direction de Coignet Entreprise (logements préfabriqués). En 1985, il intègre le groupe de BTP Spie Batignolles, tout d'abord comme directeur de la stratégie de la division génie civil et bâtiments, puis, très vite, de l'ensemble du groupe. Ensuite, de

1991 à 1994, il est directeur général de la société d'ingénierie Serete. C'est en 1994 qu'il est nommé à la présidence de la Semmaris. Il effectue quatre mandats à la tête du gestionnaire du plus grand marché de gros du monde. Sa présidence est marquée par d'importants travaux de modernisation du marché. Et par l'évolution de l'actionnariat de la Semmaris. C'est en effet en 2007 que l'État a cédé 33 % de ses parts de la société à Altaréa (qui a depuis cédé sa participation à Crédit agricole assurances). Grand amateur de cigares, de bonnes tables et de bons vins, Marc Spielrein faisait honneur à la cuisine française, et particulièrement aux restaurants de Rungis. Même si de temps en temps, il lui arrivait de franchir le périphérique pour rejoindre une table parisienne. Les obsèques de Marc Spielrein ont eu lieu le 29 mai en l'église Saint-Pierre-du-Gros-Cailhou, à Paris 7<sup>e</sup>.

**O. M.**

## Décès de Claude Boyer, fondateur de Philibon

C'est un des personnages charismatiques de la filière fruits et légumes qui vient de disparaître. Claude Boyer est décédé le 29 mai à Moissac. Il était âgé de 83 ans. L'histoire de Claude Boyer est une belle histoire. Avec son épouse Simone, ce fils d'agriculteurs en polyculture-élevage se lance en 1957 dans la culture de melons dans ce coin du Quercy. Il donne tout de suite à son melon une marque, Philibon, qui est dérivée de « Phalipum » le nom du lieu-dit où la famille est installée. La production se développe au fil des années. La famille Boyer aime voyager, et Claude pratique la plongée. Notamment aux Antilles, en



Claude Boyer.

Guadeloupe. Et à l'occasion d'un voyage, Claude Boyer constate que ce territoire, dans certains endroits, est propice à la culture du melon. Un partenariat est mis en place avec des agriculteurs locaux et la production de melons en Guadeloupe peut démarrer au début des années 1980. Le melon Philibon pourra ainsi être produit en contre-saison et commercialisé l'hiver en

métropole. Une idée de génie, couplée à un savoir-faire indéniable, et une capacité à le faire partager aux producteurs locaux. Dans le Quercy, l'entreprise Boyer SAS s'étend sur d'autres productions telles que

le chasselas ou la prune. L'outre-mer aussi ouvre d'autres horizons avec la Martinique pour le melon, puis La Réunion avec le litchi, l'ananas victoria, le fruit de la passion. Ce dernier produit résume bien la vie de Claude Boyer : la passion des fruits. Boyer SAS est devenue une entreprise florissante, un des leaders de la filière en France. Et la plus grande fierté de Claude et de Simone aura été de voir leurs deux fils Joël et Jean-Marc reprendre le flambeau avec talent, efficacité et modestie. Les obsèques de Claude Boyer ont eu lieu le 6 juin en l'église abbatiale de Moissac après que le personnel a rendu une haie d'honneur au patron. La foule était nombreuse avec des personnalités politiques locales et régionales, de nombreux représentants de la filière fruits et légumes. Et bien sûr des producteurs ultramarins.

**O. M.**



1<sup>er</sup>

MAI

Fidèles à la tradition, les représentants des différents secteurs alimentaire et horticole du Marché de Rungis ont été accueillis par la maire de la Ville de Paris, Anne Hidalgo, pour la cérémonie de remise du muguet et des « corbeilles ». Un moment très attendu

par les grossistes qui ont eu à nouveau l'occasion de présenter quelques-uns des meilleurs produits qu'ils proposent quotidiennement aux artisans des métiers de bouche, aux marchés et aux restaurateurs de la capitale. Des acteurs de la ville qui seront aux premières loges cet été pour faire découvrir aux visiteurs du monde entier la fine fleur de la gastronomie française lors des JOP.

1<sup>er</sup>

MAI

Une délégation des professionnels du Marché international de Rungis a également remis au président de la République Emmanuel Macron le muguet du 1<sup>er</sup> mai à l'Élysée, en présence, notamment, du ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire Marc Fesneau. Les

grossistes de Rungis ont, là encore, présenté leurs plus beaux produits issus des meilleurs terroirs de la métropole et d'outre-mer. L'occasion de rappeler au président de la République que le Marché de Rungis s'est maintenu cette année dans le Top 50 des entreprises les plus admirées par les Français (35<sup>e</sup> place) dans le palmarès de l'Ifop France pour le JDD, mais aussi à la 1<sup>re</sup> place des entreprises B to B et à la 3<sup>e</sup> place des entreprises publiques.



22

MAI

Les représentants des cafés-hôtels-restaurants ont inauguré au bistrot Poppy, dans le quartier des Halles (1<sup>er</sup>), la troisième édition de la « journée des terrasses ». Une occasion pour les établissements de lancer la période estivale.

« L'opération prend un relief particulier cette année avec la perspective des Jeux olympiques et paralympiques à partir du 28 juillet et le surcroît d'affluence touristique attendu à cette période », a rappelé Alain Fontaine (à droite), président de l'association Bistrots et Cafés de France et des Maîtres Restaurateurs. L'ouverture des terrasses était attendue avec impatience par un secteur d'activité à la peine. « Entre 2022 et 2023, il y a eu une augmentation de 45 % des procédures de redressement et liquidation judiciaires dans la restauration », a déploré Laurent Théodore (à gauche), président de France Boissons.



26

MAI

Stéphane Layani, président du Marché international de Rungis et Justine Coutard, directrice de l'aéroport Paris-Orly ont signé un « partenariat d'écologie industrielle et territoriale ».

Celui-ci vise à accélérer la transition environnementale des deux entreprises par une mutualisation des ressources et un renforcement des synergies au service du développement durable. Ce rapprochement entre les deux grands voisins porte sur la réduction d'énergies décarbonées, le développement des mobilités douces, la valorisation des déchets, la préservation de l'eau et de la biodiversité ou encore la promotion de l'économie circulaire... Des navettes « propres », par exemple, sont envisagées pour acheminer à leur poste les salariés de l'aéroport et du MIN de Rungis travaillant en horaires décalés, quand les transports en commun sont fermés.





## ANNIVERSAIRE

# Une Food Foraine pour les 60 ans du MIN de Toulouse !

Le MIN de Toulouse a ouvert ses portes au grand public, afin de lui permettre de découvrir les coulisses de son alimentation, au cours de la Food Foraine, organisée samedi 8 et dimanche 9 juin 2024 à l'occasion des 60 ans du Grand Marché.



De g. à dr. Nadia Pellefigue, vice-présidente de la région Occitanie ; Dominique Batani, président du MIN de Toulouse ; Stéphane Layani, président du Marché international de Rungis ; Maguelone Pontier, directrice générale du MIN de Toulouse ; Jean-Luc Moudenc, maire de Toulouse ; Jean-Jacques Bolzan, président de la Fédération des marchés de gros de France et élu au bien-manger ; Cécile Dufraisse, maire de quartier, Gaëtan Cognard, élu à la ville.

Samedi 8 juin, Stéphane Layani, président du Marché international de Rungis, Dominique Batani, président du MIN de Toulouse, Jean-Luc Moudenc, maire de Toulouse, Jean-Jacques Bolzan, président de la Fédération des marchés de gros de France et élu au bien-manger, Cécile Dufraisse, maire de quartier, Gaëtan Cognard, élu à la ville, et Nadia Pellefigue, vice-présidente de la région Occitanie, étaient présents aux côtés de Maguelone Pontier, directrice générale du MIN de Toulouse, pour célébrer les 60 ans du Grand Marché.

Cette grande fête a été l'occasion de dévoiler les noms des rues du Marché avec des appellations choisies avec les usagers du Grand Marché, à l'image notamment d'une avenue emblématique de l'identité de Toulouse, l'avenue de la Chocolatine, qui a été inaugurée en dégustant une chocolatine géante préparée par l'école Cuisine Mode d'Emploi(s) de Thierry Marx.

Le soixantième anniversaire du MIN de Toulouse a également été marqué par la Food Foraine, un

week-end durant lequel le « ventre de Toulouse » a ouvert pour la première fois ses portes au grand public, pour lui faire découvrir les coulisses de son alimentation.

### « LES COULISSES DE TON ALIMENTATION »

Au programme de ces deux jours : de nombreux ateliers et animations culinaires organisés au sein de l'école Cuisine Mode d'Emploi(s) ; des visites de la ferme aéronique Les Fermes Ionaka, de l'atelier de torréfaction de café Maison Sassier et des entreprises Compagnie fruitière et Mon panier de campagne ; des villages gourmands ; un village sportif et des cours de sport avec Le Sporting Form ; différents jeux pour petits et grands et une ferme pédagogique, Les Ânes de Plagnole. Les visiteurs ont également pu découvrir les rouages de l'approvisionnement alimentaire et le rôle d'un MIN dans leur consommation quotidienne grâce à l'exposition inédite « Les coulisses de ton alimentation », réalisée en collaboration avec l'Université

Paris Saclay ; et assister au concert de Marc Fichet, grossiste au MIN de Rungis mais aussi chanteur et compositeur. Samedi soir, le restaurant Le Buffet du Grand Marché organisait une soirée loto brésilien avec une ambiance festive et la guinguette Min-Ou, une soirée champêtre.

Enfin, dimanche, le carreau des producteurs du Grand Marché a accueilli le Banquet géant du Canon Français. Créé en 1964, le MIN de Toulouse est aujourd'hui un acteur incontournable sur le territoire toulousain. Ces six dernières années, il a connu une croissance de plus de 60 % du nombre d'entreprises et une augmentation de plus de 30 % du chiffre d'affaires pour ses locataires, et de 150 % de ses résultats, ainsi qu'une hausse des emplois entre 10 et 15 % par an sur le site. Le Grand Marché va poursuivre sa dynamique avec l'inauguration de son Foodlab en septembre prochain, tiers-lieu dédié à l'innovation, la cuisine, la R&D, l'événementiel et la formation.

Clémentine Cabrol



# SPÉCIALISTE DE LA VITRINE RÉFRIGÉRÉE PLIANTE DEPUIS PLUS DE 25 ANS



## PRATIQUE

Montage en - de 2 minutes,  
sans outil

**Tout inox**

**Froid ventilé**

**3 tailles : 97, 145 ou 192 cm**

Jumelables entre elles

90 cm de profondeur d'exposition

45 cm de **largeur pliée**

**Vitres indépendantes** pour  
charger par devant et pour un  
**nettoyage facile**

## EFFICACE

Un **groupe frigorifique puissant**, adapté aux canicules estivales

Nouveau **gaz écologique R290**

Fermeture arrière et éclairage LED, en option

*ENTREPRISE FAMILIALE AU SERVICE APRÈS-VENTE RÉACTIF*

# NOUVEAU !

## Vitrines sur mesure

**Tout inox** au meilleur prix

**Froid ventilé** très puissant

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



**WWW.ELITE-FROID.COM**

**01.48.49.55.36 / arctica2010@hotmail.fr**





# SPORT ET ALIMENTATION

# L'équilibre indispensable



L'essor de la pratique sportive s'explique par une quête de santé et de bien-être. Si les Français ont conscience de l'importance de l'associer à une alimentation saine, leurs connaissances en matière de nutrition sont loin de battre des records !

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

**L**ongtemps raillés pour leur peu d'assiduité en matière de sport, les Français sont rentrés dans le rang. Selon une étude Opinion Way publiée en septembre 2023 (1), 63 % des Français déclarent en effet pratiquer une activité sportive régulière, c'est-à-dire au moins une fois par semaine. D'après cette enquête, les sports qu'ils exercent le plus couramment sont la marche-la randonnée (62 %) ; le vélo (43 %) ; le fitness-la musculation (30 %), loin devant les sports aquatiques (24 %) et les sports de raquette (14 %). Ils s'adonnent à ces activités en moyenne 2,5 fois par semaine pour une durée moyenne de deux heures hebdomadaires.

« Le tournant dans l'histoire de la pratique sportive en France remonte aux années 1980 », a exposé Ludovic Lestrelin, sociologue du sport au CNRS, lors d'une rencontre « MeatLab Charal » organisée en septembre dernier sur le thème « Sport et Alimentation ». « À cette période de fort développement de la pratique, le sport a cessé d'être seulement une affaire de sportifs exerçant au sein d'un club avec des objectifs de performance, mais est devenu un idéal de conduite renvoyant à un mode de vie sain, associé à des valeurs montantes comme l'autonomie et le bien-être », a poursuivi le maître de conférences à l'université de Caen Normandie. La pratique a également cessé d'être l'attribut de la jeunesse et s'est imposée comme un moyen d'accompagnement de l'avancée en âge et de vieillir en forme.

La pratique sportive s'est assez naturellement développée en parallèle avec le souhait d'une alimentation plus saine, les deux étant réputées contribuer à une amélioration de la santé.

« Le couple bouger-santé est aujourd'hui le pivot de la stratégie de santé publique. Un mode de vie idéal s'est diffusé avec l'idée d'un mode de vie sain qui passe par une activité physique régulière et une attention accrue à notre alimentation. », a souligné Ludovic Lestrelin. Le besoin de se libérer et de relever des défis guide désormais les sportifs, amateurs et professionnels, dans une pratique à laquelle le plaisir est étroitement associé.

#### DES CONNAISSANCES MAIS DES IDÉES REÇUES

Il ne fait aujourd'hui guère de doute dans l'esprit des Français qu'une alimentation adaptée va de pair avec la pratique du sport. Selon l'enquête Opinion Way citée ci-dessus, 93 % des personnes interrogées estiment que l'alimentation « joue un rôle important » dans les performances sportives. Leurs connaissances dans ce domaine sont désormais bien affirmées. En effet, 92 % savent qu'il faut privilégier « les glucides lents » quand on pratique du sport et citent également spontanément, parmi les aliments à privilégier lors de la pratique sportive, les fruits et légumes et les protéines animales.

Bien que leurs acquis en matière de nutrition s'améliorent, les Français ne sont pas pour autant à l'abri des idées reçues en la matière, a cependant observé Marie-Caroline Savelieff, diététicienne nutritionniste spécialiste du sport (2). Ainsi, 87 % des Français pensent qu'il faut privilégier les protéines végétales (légumineuses, fruits secs à coque et graines oléagineuses...) quand on pratique du sport. Ils sont beaucoup moins nombreux à citer les protéines animales (67 %). « Si l'apport en protéine est effectivement indispensable quelle



« Il est donc important de manger des viandes avec de bons apports en fer héminique, assimilables par le corps »,

**Marie-Caroline Savelieff,**  
Diététicienne-nutritionniste  
spécialiste du sport



Débat organisé par le MeatLab Charal sur Sport et Alimentation avec, de g. à dr., Lise Anhoury Szigeti (psychologue clinicienne), Ludovic Lestrelin, (sociologue du sport au CNRS), Stéphanie Bérard-Gest (Charal), Jérémie Beyou (skipper) et Marie-Caroline Savelieff (diététicienne).

... que soit l'activité sportive, les protéines animales contiennent pourtant tous les acides aminés essentiels alors qu'il en manque dans les protéines végétales. En végétal, il faut jouer la complémentarité entre céréales et légumineuses », affirme Marie-Caroline Savelieff.

#### MÉTABOLISME MAIS AUSSI PSYCHOLOGIE

De la même manière, la viande rouge semble souffrir, dans l'esprit des sportifs, de l'image dégradée souvent colportée par les médias. Invités à se prononcer sur les aliments « à privilégier, supprimer, limiter ou sans incidence lors de la pratique d'une activité sportive », les sondés répondent à 68 % qu'il faut privilégier la volaille contre seulement 21 % la viande bovine (59 % pensant même qu'il faut limiter cette dernière !). Les besoins en fer héminique des athlètes sont pourtant élevés en raison du rôle joué dans la récupération. « Il est donc important de manger des viandes avec de bons apports en fer héminique, assimilables par le corps », précise Marie-Caroline Savelieff, les

viandes rouges étant les plus riches dans ce domaine. « De manière générale, un sportif augmente ses besoins nutritionnels avec l'effort et doit se prémunir des carences. Il est donc d'autant plus important pour eux de veiller à l'équilibre de leur alimentation », ajoute la diététicienne.

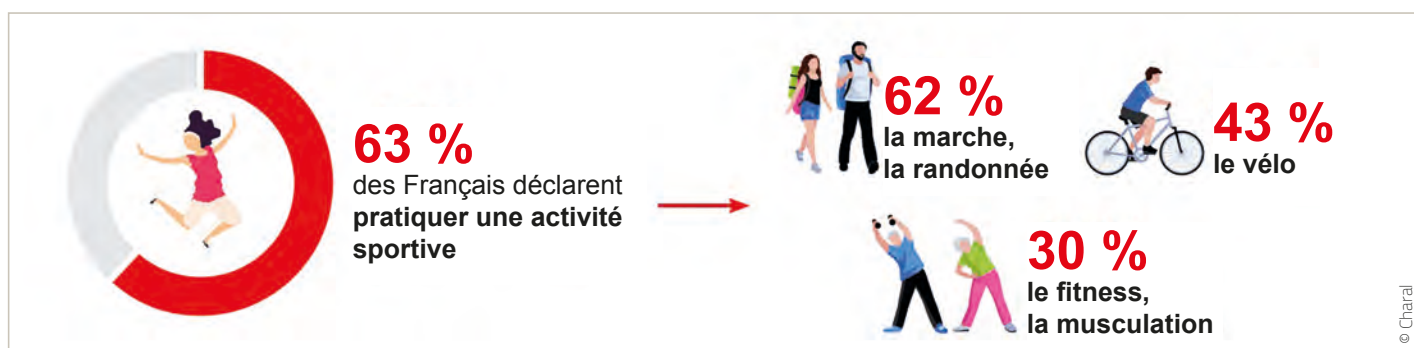
Mais l'alimentation au service du sport n'est pas seulement une question de métabolisme, c'est aussi un vecteur psychologique de motivation. « À la différence de l'arbitre ou de la météo, l'alimentation est un facteur que le sportif peut maîtriser », observe Lise Anhoury Szigeti, psychologue clinicienne à l'INSEP et responsable du pôle médical-unité psychologie du sport. « Maîtriser son alimentation est à même de donner confiance au sportif dans sa performance. C'est pourquoi il est important d'apprendre à s'alimenter en fonction de ses échéances. C'est là que l'éducation à la nutrition prend son sens. »

Les liens entre alimentation et sport se révèlent ainsi beaucoup plus étroits qu'il

n'apparaît au premier abord. Les intervenants à la table ronde du MeatLab de Charal sont ainsi convenus du rôle de « déclencheur d'une alimentation équilibrée » que le sport pouvait jouer. En effet, l'alimentation peut servir à la performance sportive mais le sport est aussi une mise en mouvement vers l'équilibre alimentaire. Le sport fait partie, au même titre que l'alimentation, de la « santé globale ».

Selon Marie-Caroline Savelieff, diététicienne nutritionniste dans le domaine du sport, « le sportif de haut niveau est avant tout un homme ou une femme comme les autres. Avant même de parler de niveau d'activité sportive et de discipline, il faut connaître les bases de l'alimentation : hydratation, macronutriments et micronutriments ». L'hydratation est fondamentale, selon la diététicienne, « car plus on a de muscle, plus on a besoin d'eau » et « plus les efforts sont intenses plus il est nécessaire de compenser les pertes ».

Côté macronutriments, les trois catégories (glucides, lipides, protéines) ont leur





importance. Les glucides sont un carburant optimal pour l'organisme lors de la pratique sportive, mais les lipides constituent également un réservoir presque illimité. « *Contrairement à ce que l'on peut croire, il ne faut pas manger moins gras mais plutôt manger "mieux gras", c'est-à-dire favoriser les graisses insaturées et limiter les graisses saturées* », précise Marie-Caroline Savellieff. Les protéines représentent la masse musculaire et sont importantes quelle que soit la pratique sportive. « *Pendant l'activité sportive, nous ne fabriquons pas de muscle, mais nous cassons les fibres musculaires. Celles-ci sont ensuite réparées avec*

*notamment des apports en protéines.* » Le principe repose sur le fait de manger des protéines, peu mais très régulièrement et en les variant, explique Marie-Caroline Savellieff. Enfin le fer est le principal micronutriment essentiel à la pratique sportive, en tant que transporteur indirect de l'oxygène (via l'hémoglobine). Il existe sous deux formes : le fer héminique, d'origine animale, qui est absorbé à 25 % par l'organisme, et le fer non héminique, d'origine végétale, qui n'est absorbé qu'à 5 %. Le concept de valeur biologique des aliments est très important dans l'alimentation du sportif. Il représente le pourcentage

d'assimilation des protéines par notre organisme. Cette valeur est sur une base de 100 : l'œuf est à 100 %, les protéines animales à 80 % en moyenne et les protéines végétales ne sont qu'à 40 % pour le soja ou les légumineuses. Plus l'indice est élevé, mieux c'est. L'alimentation du sportif, tout aussi équilibrée que celle de monsieur ou madame Tout-le-Monde a donc bien ses particularités !

(1) Sondage « Les Français et le sport », réalisé auprès de 1 000 Français 18 ans et plus représentatifs de la population française – juin 2023.

(2) Auteure du *Grand Livre de l'alimentation du sportif*, aux Éditions Leduc.

## Le Marché de Rungis à l'heure du sport

**Les manifestations liées à l'activité sportive se sont multipliées ces derniers mois sur le Marché de Rungis.**

Les acteurs du Marché de Rungis se sont mis à l'heure du sport en cette année olympique. Le coup d'envoi a été donné avec six athlètes français, à qui le Marché de Rungis et ses opérateurs proposent deux paniers de produits frais par mois. La céiste Marjorie Delassus (canoë), le basketteur handisport Sofyane Mehiaoui, les judokas Luka Mkheidze et Cédric Olivar, le nageur handisport Kylian Portal et la grimpeuse Capucine Viglione se préparent ainsi à la compétition depuis des mois avec le soutien des grossistes du MIN de Rungis.

Quatre de ces sportifs de haut niveau sont revenus sur le carreau le 23 avril dernier pour une grande journée associant la passion du sport et du bien manger, organisée à l'Espace Rungis

Événements. Aux côtés des footballeurs de l'US Rungis, les quatre sportifs de haut niveau ont encadré les grossistes tout en les initiant à travers des sessions de judo, de basket-ball fauteuil, d'escalade et de football. Ils ont pu prodiguer leurs conseils aiguisés et leur expertise, encourageant les participants à repousser leurs limites.

Le même jour s'est déroulée une compétition culinaire inédite réunissant les élèves de la Rungis Académie et les ambassadeurs sportifs du Marché de Rungis. Deux équipes d'étudiants de l'École Astéria, de la Rungis Académie, dirigées par les athlètes Marjorie Delassus et Sofyane Mehiaoui, se sont affrontées autour de la création d'un déjeuner sain et gourmand. Pour la petite histoire, c'est l'équipe de la canoëiste Marjorie Delassus qui l'a emporté !



© Semmaris

# Les arbres soutiennent le handisport



Anne-Sophie Centis (au micro) est non voyante. Elle est cycliste handisport (en tandem) et est soutenue par l'AOP pêches et abricots de France et par les Vergers écoresponsables.

Après les JO, il y aura les Jeux paralympiques (du 28 août au 8 septembre). Et ce n'est pas toujours facile pour les athlètes du handisport de trouver les financements nécessaires pour pratiquer, s'équiper, s'entraîner et participer aux différentes compétitions aux quatre coins du monde. Le haut niveau coûte cher et toutes les initiatives sont les bienvenues. Comme celle de l'AOP pêches et abricots de France et des Vergers écoresponsables qui ont décidé de soutenir deux cyclistes handisports : Alexandre Lloveras, et Anne-Sophie Centis. Âgé de 23 ans, Alexandre Lloveras est malvoyant. Il a déjà une belle carrière derrière lui puisqu'il a été notamment champion olympique en course contre la montre en tandem aux Jeux paralympiques de 2021 à Tokyo. Il a également rapporté deux médailles de bronze du Japon. Anne-Sophie Centis est non voyante. Elle pratique également le tandem, et si elle n'a pas (encore !) de titre olympique, elle a obtenu plusieurs médailles en Coupe du monde (argent et bronze en 2023) ou en Championnat du monde sur pistes (deux médailles de bronze en 2022).

Anne-Sophie Centis était présente sur le stand des deux organisations professionnelles au dernier Salon international de l'agriculture. « *Merci mille fois de me soutenir... Votre authenticité me touche et me ressemble. Nous avons en commun d'avoir un métier passion. Bien manger me paraît important. Auprès des enfants que je soigne, je découvre des maladies qu'on ne voyait pas il y a 15 ans. Ce partenariat a du sens pour moi* », a déclaré l'athlète qui est également masseur-kinésithérapeute non voyante en service de réanimation pédiatrique (auprès d'enfants dont, parfois, le pronostic vital est engagé). « *Parce que nos fruits sont eux aussi au cœur de l'été, naturellement liés à la santé, et que les valeurs du sport nous passionnent et nous engagent, nous soutenons deux sportifs qui s'illustrent dans le cyclisme en tandem handisport* », a rappelé à cette occasion Bruno Darnaud, président de l'AOP pêches et abricots de France. Marc Fesneau, ministre de l'Agriculture, est venu, sur le salon, apporter son soutien à la sportive et féliciter les arboriculteurs pour cette démarche.



## Communication

# Les fruits et légumes veulent faire bouger les jeunes

Aprifel, l'agence française de communication pour les fruits et légumes\* s'est associée avec des homologues polonais (Fruit Union) et Espagnols (Ailimpo), pour promouvoir la consommation de fruits et légumes chez les jeunes. Cette campagne de promotion intitulée Good Move, et cofinancée par l'UE, vise à inciter les 18-34 ans à donner plus de place aux fruits et légumes et à l'activité physique.

À la base de cette campagne, un constat : en France, 4 jeunes sur 5 se disent motivés pour faire du sport, mais ils ont des difficultés à passer à l'action. Et par ailleurs, 34,4 % de la population européenne ne consomment pas de fruits et légumes quotidiennement. À travers la campagne Good Move, Aprifel souhaite aller à la rencontre des jeunes adultes, lors d'événements sportifs. L'opération repose également beaucoup sur les réseaux sociaux. Tout au long de l'année, Good Move organisera des événements en lien avec les modes de vie des 18-34 ans à travers la France. Ce sera l'occasion pour eux de rencontrer des diététiciens, d'échanger et de mettre en avant les bienfaits des fruits et légumes et de l'activité physique sur notre santé et notre bien-être au quotidien. Pour cela, « *des animations originales et décomplexées seront proposées, en rappelant les occasions de consommation et les aspects de durabilité environnementale* », explique Aprifel.

Pour toucher cette cible, le programme a établi un partenariat avec TikTok en faisant appel à des « *influenceurs in the move* ». « *Le programme Good Move sera actif sur TikTok avec une stratégie d'influence conséquente* », précise l'Agence. Les messages clés seront incarnés par des influenceurs qui proposeront à leur communauté, avec humour, des « *good habits* » pour augmenter leur activité physique et leur consommation de fruits et légumes. « *Authentiques, drôles, sympathiques, ils représenteront de véritables compagnons du quotidien pour encourager le changement.* »

Enfin, Good Move accompagne les entraîneurs sportifs dans la diffusion des bonnes recommandations nutritionnelles sur les avantages d'adopter un mode de vie plus sain, notamment en consommant quotidiennement des fruits et légumes et en bougeant, lors de webinaires dédiés. L'occasion de partager avec les professionnels des clés sur la motivation des jeunes à changer et à entretenir les bons comportements pour adopter un mode de vie sain et cultiver le bien-être tant sur le plan physique que mental sur du long terme.

La campagne européenne Good Move a été lancée le 30 avril à Paris en présence de plusieurs experts. À cette occasion, Mathieu Jouys, diététicien nutritionniste à la Fédération française d'athlétisme a rappelé que « *les fruits et légumes sont les alliés de l'activité physique* ». Ils



Mathieu Jouys, diététicien nutritionniste à la Fédération française d'athlétisme.

sont « *particulièrement intéressants pour les sportifs* » grâce à leur composition : fibres, nutriments, et énormément d'eau (les fruits et légumes sont composés de 80 à 90 % d'eau). « *Les fruits sont la collation idéale avant l'effort et après l'effort pour reconstituer les réserves énergétiques* », ajoute cet ancien athlète qui déplore le recours aux compléments alimentaires qui « *sont utilisés à tort et à travers* ». « *Bien bouger, c'est aussi bien manger. Et dans l'autre sens, bien manger c'est réguler sa faim ou son sentiment de satiété. Ça va ensemble, ce sont des cercles vertueux* », souligne pour sa part David Thivel, titulaire d'un doctorat en physiologie de l'exercice et nutrition humaine et professeur à l'Université de Clermont-Auvergne. « *La consommation de fruits et légumes diminue avec l'arrivée des nouvelles*

*générations* », indique Christel Teyssèdre, présidente d'Aprifel. Le « *meilleur moyen pour redonner envie aux jeunes de consommer des fruits et légumes et de pratiquer une activité physique, c'est d'associer le plaisir, le loisir et le bien-être* », conclut-elle. **Olivier Masbou**

\* Agence pour l'Information en fruits et légumes (France), Fruit Union Association des distributeurs de fruits et légumes polonais (Pologne), Ailimpo (Association interprofessionnelle du citron et du pamplemousse) (Espagne).



**SAFF Rungis**

6, rue de Lille  
Bat. D4 Pla 105  
94587 Rungis cedex

Tél. : +33 (0) 1 46 86 09 68

Mail : [contact@saff-rungis.fr](mailto:contact@saff-rungis.fr)

**4** sociétés dans le groupe : SAFF, Maison Bruel Rungis, From'àRhin dans le Marché de Gros à Strasbourg et la cave d'affinage des Arvernes en Auvergne.

**60** personnes environ travaillent dans les quatre entités

**L'histoire**

Christelle L'Higuinen est arrivée sur le Marché de Rungis par le biais du GIE Employeur, créé – clin d'œil de l'histoire – notamment par Jacques Afilales, le père d'Arnaud Afilales. Embauchée par la SAFF, une société de gros de produits laitiers fondée en 1969, elle démarre en tant qu'assistante commerciale. Évoluant ensuite vers le poste d'assistante de direction, puis d'attachée de direction, elle se passionne pour les questions de durabilité, qui imprègnent déjà fortement la culture de l'entreprise. Elle intègre une masterclass organisée par l'ARIA Île-de-France, axée sur l'ISO 26000, puis poursuit sa formation chez Ecolearn, où elle obtient son diplôme de master 2 en développement durable à l'Institut de Vinci. Promue directrice de projets en 2023, elle préside également Stratégie Gourmet.

*L'animation ne se résume pas uniquement à des aspects commerciaux ; c'est également un moyen d'accompagner nos clients, dont beaucoup ont choisi de se reconverter dans le métier de fromager. C'est une opportunité de leur faire découvrir de petites productions souvent méconnues, que le Marché de Rungis permet de mettre en valeur.*

**CHRISTELLE L'HIGUINEN****À la pointe de la RSE**

**Directrice de projet depuis 2023 de la SAFF-Maison Bruel-From'àRhin, Christelle L'Higuinen s'est engagée avec passion dans le développement de la RSE dans son entreprise, mais aussi à l'échelle du Marché.**

Arrivée sur le Marché de Rungis il y a dix ans comme assistante commerciale, Christelle L'Higuinen est devenue une interlocutrice clé des grossistes et des parties prenantes du Marché sur les dossiers de la RSE et de la promotion. « *Je suis un pur produit de l'ascenseur social de Rungis* », plaisante la directrice de projet de la SAFF, grossiste spécialisé dans les fromages. « *J'ai eu la chance que les dirigeants de la société, Jean-Michel Peuch et Arnaud Afilales, m'offrent la possibilité de m'exprimer et d'être force de proposition* », insiste-t-elle. Très vite, Christelle L'Higuinen s'empare avec conviction du sujet de la durabilité, « *pour lequel je me suis découvert une vocation* ». Alors que la SAFF affiche son ambition de devenir une « *entreprise à mission* », elle prend conscience que la RSE « *peut constituer un formidable levier de progrès, notamment au niveau social* ».

En 2020, Christelle L'Higuinen engage un auto-diagnostic ISO 26000 sur la SAFF, qu'elle déploiera ensuite sur les deux autres sociétés. « *Avant d'initier toute démarche, j'ai pris le temps de consulter chaque service pour garantir une approche inclusive. Puis en juillet, j'ai organisé une journée RSE mettant en lumière nos initiatives et leur impact positif. Cette présentation visait à valoriser les actions de chacun et à les encourager à s'approprier pleinement notre démarche. À partir de là, j'ai proposé des pistes d'amélioration et mis en place des "boîtes à idées", permettant à chacun de partager ses besoins, notamment en matière de formations.* »

**ASSOCIER LES COLLABORATEURS**

Le plan d'actions déclenche dans la foulée une série d'initiatives : réunions d'actualité hebdomadaires, mesures de maîtrise de l'énergie et des consommables, achats responsables notamment dans le choix de vêtements fabriqués en France (fournis par le Savetier de Rungis), création d'une rubrique RSE dans la gazette de l'entreprise, etc. L'entreprise déploie également des efforts pour accompagner les producteurs dans la normalisation ou la dématérialisation et les commerçants de proximité dans la mise en valeur des démarches de durabilité jusqu'au client final. « *À titre d'exemple, je m'implique*



Christelle L'Higuinen.

*dans l'accompagnement de la Ferme Georgelet sur son modèle en économie circulaire dans les Deux-Sèvres, ainsi qu'avec la Ferme du Roc en Auvergne sur des sujets de durabilité.* »

La SAFF fait partie des entreprises « pilote » chargées de tester un référentiel RSE AFNOR spécifique au métier de grossiste en produits frais. « *Depuis décembre 2023, nous évaluons les aménagements nécessaires pour pouvoir proposer cette démarche fondée sur l'ISO 26000 à tous les opérateurs* », précise Christelle L'Higuinen, qui œuvre avec Frédérique Wagon, la directrice de l'Engagement de la Semmaris, à sensibiliser ses confrères.

Depuis son arrivée sur le Marché de Rungis, la directrice de projet s'est également investie dans l'association Stratégie Gourmet, qui conçoit, organise et soutient les animations du Marché. « *Je considère qu'il y a une dimension sociale essentielle dans l'événementiel* », explique celle qui a succédé à Caroline Fauchère à la présidence de l'association il y a deux ans. « *Les animations entretiennent l'esprit d'échange et de convivialité entre acheteurs et vendeurs, ce qui constitue l'ADN du Marché de Rungis.* »

**B. C.**





## Agrial

4, rue des Roquemonts  
14000 Caen

Tél. : 02 31 45 43 43

www.agrial.com

**7,4** Md€ de chiffre d'affaires

**12 500**

agriculteurs adhérents d'affaires

**100**

sites de production  
implantés dans 10 pays

## L'histoire

Agrial est née en 2000 de la fusion de trois coopératives normandes (Agralco créée en 1992, Coop-Caen créée en 1967 et Orcal créée en 1992). Elle revendique d'être une entreprise coopérative agricole et agroalimentaire française qui accompagne au quotidien ses agriculteurs adhérents pour valoriser et commercialiser leurs productions. S'appuyant sur des marques fortes (Florette, Soignon, Grand Fermage, Danao, Loïc Raison, Breizh Cola, Tallec...), le groupe dispose de plus de 100 sites de production implantés dans 10 pays et développe des activités agroalimentaires dans les domaines du lait, des légumes, des boissons et des viandes.

*La performance de l'année 2023 prouve une nouvelle fois la résilience d'Agrial, capable de s'adapter avec agilité face à des incertitudes et aléas croissants du contexte économique et agricole, accentués par les tensions géopolitiques et les dérèglements climatiques*

## AGRIAL

# La Normandie agricole

**Présent dans de nombreuses activités agricoles, le groupe Agrial s'est hissé en moins de 25 ans aux premiers rangs de la coopération agricole française.**

Agrial n'est pas la plus connue des coopératives françaises. Pourtant, le discret groupe normand est récemment entré dans le Top 10 des coopératives françaises, en prenant la 9<sup>e</sup> position. Agrial a réalisé un chiffre d'affaires de 7,4 Md€ en 2023 (en hausse de 3,7 % par rapport à 2022). Agrial est présent dans plusieurs activités agricoles et commercialise de nombreuses marques nationales et internationales. Premier secteur d'activité, le lait représente 39 % du chiffre d'affaires. Agrial collecte du lait de vache et du lait de chèvre (en conventionnel et en bio). Ce lait est transformé en fromages, produits ultra-frais, beurres, crèmes, lait UHT et ingrédients laitiers de spécialité. En 2022, 2,4 milliards de litres de lait ont été collectés. Les produits sont commercialisés sous différentes marques dont Pavé d'Affinois, Grand Fermage ou Soignon. La branche Légumes du groupe (20 % du CA) rassemble 125 adhérents maraîchers qui produisent 100 000 tonnes de légumes pour un chiffre d'affaires de 1,5 Md€. La marque Priméale conditionne et commercialise les légumes frais : carottes, salades, poireaux et pommes de terre. Elle propose également des asperges, radis, ails, oignons, échalotes, choux, céleris, navets...

La marque propose aussi des gammes régionales comme les carottes du Mont-Saint-Michel ou les asperges des Landes. Avec Florette (18 sites de production dans quatre pays) Agrial est précurseur des légumes et fruits frais prêts à l'emploi (4<sup>e</sup> gamme). Chaque année, 208 000 tonnes de produits à marque Florette sont vendues dans le monde. En viande (hors bovins viande), Agrial regroupe 320 éleveurs de porcs, 130 éleveurs de volailles, et 50 producteurs d'œufs pour un chiffre d'affaires de 700 M€ (10 % du CA total). Terroir normand oblige, Agrial est aussi présent dans la production et la commercialisation de cidres. La coopérative réunit 480 producteurs de pommes à cidre pour 105 000 tonnes de pommes collectées. Le groupe est n° 1 du cidre en France avec ses marques Écusson, Loïc Raison et Kerisac. La branche boissons (400 M€ de CA) fabrique aussi des boissons aux fruits (commercialisées sous les marques Danao et



Bernard Guillard, président d'Agrial.

Sunny Delight) et des jus de pommes traditionnels pour la restauration française vendus à la marque La Passion du Verger. Enfin, la filière agricole (26 % du CA avec 1,9 Md€) regroupe plusieurs activités : production de céréales, de bovins viande, de semences. Cette filière réunit également le pôle agroéquipement et les 140 magasins de distribution rurale sous l'enseigne LaMaison.fr. Agrial est présent sur le Marché de Rungis. Ce groupe est le premier acteur du pavillon de la volaille avec ses filiales Avigros et Reilhe Martin.

À l'occasion de son assemblée générale qui s'est tenue le 31 mai dernier, Bernard Guillard, président d'Agrial a annoncé un plan de 1 Md€ d'investissements au cours des cinq prochaines années. Ce plan « concernera à la fois les activités agricoles et agroalimentaires, avec, d'une part, des investissements récurrents pour entretenir nos outils et, d'autre part, des projets plus structurants qui seront détaillés au fur et à mesure de leur avancement ». « La performance de l'année 2023 prouve une nouvelle fois la résilience d'Agrial, capable de s'adapter avec agilité face à des incertitudes et aléas croissants du contexte économique et agricole, accentués par les tensions géopolitiques et les dérèglements climatiques. Dans ce cadre, notre ambition de toujours mieux valoriser les productions des agriculteurs-adhérents de la coopérative reste intacte ».

Olivier Masbou



### Voici des fleurs

26, rue du Laos  
75015 Paris

Tél. : 01 43 06 06 05

**4** employés

**21** ans d'existence  
de la boutique

## L'histoire

En 2003, François Défossé a ouvert sa boutique Voici des fleurs dans le 15<sup>e</sup> arrondissement de Paris. Ce fleuriste de quartier a développé une clientèle qui le connaît bien et l'apprécie pour sa sélection de fleurs. « *Les gens viennent pour ce qu'on est. Cela fait la différence parce qu'on connaît les produits que l'on vend* », décrit le fondateur.

En 2009, le fleuriste parisien s'agrandit et change de rue. Il déménage dans un plus grand local, passant de 20 à 70 m<sup>2</sup>, sur le trottoir d'en face. La boutique propose différents services : réception, événements, mariage, deuil ou autres. Voici des fleurs a notamment travaillé pour la décoration du tournoi du Grand Chelem de tennis, Roland-Garros (Paris 16<sup>e</sup>).

*On a le plus beau marché du monde à nos portes.  
On aurait tort de s'en priver*

## FRANÇOIS DÉFOSSÉ, VOICI DES FLEURS

# Des fleurs précieuses

**Passionné de fleurs depuis plusieurs années, François Défossé est un fleuriste de quartier implanté dans le 15<sup>e</sup> arrondissement de Paris. Dans sa boutique Voici des fleurs, il transmet son amour pour les plantes à ses clients.**

Avant d'ouvrir sa propre boutique à Paris, François Défossé, gérant et fondateur de Voici des fleurs, a eu plusieurs autres expériences. Vrai parisien de naissance, il se lance dans un Baccalauréat agricole et continue ses études dans l'horticulture. « *Au cours de ce cursus, on nous a beaucoup parlé de l'entrepreneuriat. On nous a formés à devenir des entrepreneurs* », se rappelle François Défossé. Très vite, il développe un penchant pour les fleurs et décide de s'orienter vers la fleuristerie, après son service militaire. Mais là, le discours change totalement : « *Les professeurs nous ont totalement découragés et ont cassé nos ambitions d'ouvrir notre propre société. Ils disaient qu'on n'arriverait pas à faire face à la concurrence néerlandaise.* »

Pour autant, l'idée d'avoir sa propre boutique de fleurs n'a jamais quitté son esprit. Son BTS en poche, il effectue plusieurs expériences tant dans la production de fleurs qu'en boutique. « *En résumé, on peut dire que j'ai toujours travaillé avec les fleurs* », raconte-t-il. Après une dizaine d'années en tant que salarié, François Défossé se met à son compte et inaugure Voici des fleurs, son propre commerce, en 2003.

### UN CHOIX PERSONNEL POUR LA SÉLECTION

François Défossé a une sensibilité pour les fleurs françaises. C'est d'ailleurs un de ses critères lorsque l'expert choisit les fleurs qu'il propose dans sa boutique, bien qu'il avoue ne pas pouvoir proposer du 100 % français. « *C'est très compliqué de n'avoir que des fleurs françaises. D'une part, la production française ne suffit pas à satisfaire les besoins, ni en termes de quantité ni en termes de qualité. D'autre part, cela revient vite trop cher* », explique le fleuriste. Quand on l'interroge sur sa façon de sélectionner ses fleurs, il parle d'un choix personnel. « *La boutique reflète les goûts que l'on a. Pour ne citer qu'elles, on est plus sensibles aux fleurs de saison mais moins aux plantes exotiques*, décrit le gérant. *Nous sommes des fleuristes et non des marchands de fleurs, d'où notre sélection plus réfléchie.* » Ainsi, certaines variétés de fleurs se font plus rares chez lui, comme les lys blancs, les roses rouges ou encore les chrysanthèmes.



François Défossé.

« *Je n'en achète que quand on m'en commande. Même si ce sont des fleurs qu'on trouve traditionnellement dans toute boutique, elles nous touchent moins* », indique François Défossé.

Dès le début de l'aventure Voici des fleurs, le fondateur se fournit à Rungis. « *À l'époque, c'était plus complexe de trouver autant de fleurs de qualité et à un prix abordable à proximité* », se souvient-il. Depuis, il continue de s'approvisionner presque exclusivement au plus grand marché européen de gros. « *J'apprécie le marché de Rungis pour la fraîcheur des produits, les prix qui y sont abordables et ses arrivages constants et différents. On peut passer de pivoines provenant des Alpes aux renoncules d'Italie.* »

En parallèle, il a construit des relations de confiance avec les mandataires : « *On a le plus beau marché du monde à nos portes. On aurait tort de s'en priver.* »

Victoria Mbele



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

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



FAITES VOS DONS  
EN FLASHANT CE CODE  
OU SUR [RESTOSDUCEUR.ORG](https://restosducœur.org)





**LA GRILLE MONTORGUEIL**

50, rue Montorgueil

75002 Paris

Tél. : 01 42 33 21 21

Tous les jours 8h-2h



© DR

# Laurent Nègre

Détenteur de la Coupe du Meilleur Pot 2024 pour La Grille Montorgueil,  
Laurent Nègre est une figure montante du Paris bistrotier.  
Cet épurien est désormais à la tête de trois affaires de la capitale.

## Bistrotier en série

**Non content d'avoir décroché le titre bien mérité de Meilleur Pot pour la Grille Montorgueil, aux Halles (Paris 1<sup>er</sup>), le restaurateur aveyronnais vient de racheter le Petit Saint-Benoît (Paris 6<sup>e</sup>) et de reprendre en main L'Étincelle (Paris 9<sup>e</sup>). Avec la même exigence sur la qualité des produits et du service.**

**L**es convives présents à la remise de la Coupe du Meilleur Pot 2024, le 16 avril dernier, ne sont pas prêts à oublier ce moment. Pour réceptionner le trophée, sorte de prix Goncourt des bistrots à vins parisiens, le patron de la Grille Montorgueil, Laurent Nègre, avait vu les choses en grand. Les invités débordant dans les rues Montorgueil et Tiquetonne, à deux pas des anciennes Halles de Paris, se sont vus servir généreusement quelques-uns des bons crus de la maison, par les vignerons qui les fournissent, mais aussi d'opulentes bouchées des plats de la carte, pour finir par des portions d'aligot que deux experts firent joliment filer sous les yeux du public. La soirée a parfaitement illustré l'esprit convivial et noceur du propriétaire des lieux, un solide gaillard de Saint-Geniez-d'Olt, en Aveyron, à la voix chantante. Coïncidence, ce patron est originaire du même village et de la même génération que Romain Vidal (Le Sully, Paris 4<sup>e</sup>) qui lui a transmis la Coupe, à l'issue d'un truculent itinéraire en Peugeot 203 à travers Paris. Les deux « marmots » (c'est ainsi qu'on nomme les habitants de ce village de l'Aubrac) n'ont pas tardé à entonner ensemble – et en patois – les chansons du pays, devant leurs pairs tenanciers de bistrots, une multitude de gourmets et quelques figures du Marché de Rungis !

### UNE GRILLE HISTORIQUE

On l'a compris, la Grille Montorgueil a pris un sérieux accent occitan depuis que Laurent Nègre a repris l'affaire en 2019. Les charcuteries et fromages du pays, les viandes d'Aubrac, les farçous et le vin de Marcillac figurent en bonne place et ont insufflé un air de province à cet établissement ancestral de la capitale. L'histoire des « grilles » (il en existe plusieurs qui portent ce nom à Paris, dont l'une à Saint-Germain-des-Près) remonte à près de trois siècles et à un édit royal. Celui-ci avait ordonné que les commerces de vin installent des





Remise du prix du Meilleur Pot 2024.

barreaux à leurs fenêtres. Si le restaurant affiche 1904 comme année de naissance, l'établissement était donc déjà un commerce dès l'Ancien Régime. La Grille Montorgueil, qui servit de décor à plusieurs films, eut son heure de gloire du temps des Halles de Paris, où l'endroit fut un haut lieu du commerce et de la cuisine de gibier. Une tradition avec laquelle Laurent Nègre, évidemment amateur de bêtes à poils et à plumes, aime à renouer pendant la haute saison de la chasse, proposant terrines de lièvres et civets de sanglier ou de chevreuil.

Le propriétaire des lieux perpétue dans ces lieux chargés d'histoire un art de vivre populaire et gouailleur, avec une carte des vins riche d'une centaine de références – dont une vingtaine servie au verre sur l'antique comptoir en étain – et une carte d'inspiration bistrotière. Pour cela, notre épicurien mâtiné d'un travailleur acharné s'est adjoint les services d'un chef partageant son goût du frais et du vrai, François Lomet, notamment passé par le Villaret (Paris 11<sup>e</sup>) d'Olivier Gaslain. Le duo s'en donne à cœur joie pour réjouir sa clientèle d'habitues mais aussi les touristes venus du monde entier en s'appuyant sur de solides fournisseurs de Rungis mais aussi de l'Aveyron bien sûr, comme la réputée maison Conquet pour les fromages et la charcuterie. Laurent Nègre a une sérieuse culture du produit. « *Mon expertise porte essentiellement là-dessus* », insiste-t-il. Il consacre ainsi une

bonne partie de son temps à sélectionner ses viandes, via les bouchers Chassineau et Tribolet, son voisin de la rue Montorgueil, et ses poissons entiers pris chez Alain Dietrich à Suresnes ou chez son poissonnier de quartier. Il n'aime rien tant qu'améliorer le goût d'une terrine de bœuf, retrouver la saveur d'un dessert de son enfance ou sélectionner un nouveau vigneron sur sa carte. « *C'est le plaisir du métier, tout comme celui de partager cet amour du produit avec ses clients* ».

### UN PRÉ CARRÉ QUI S'ÉTEND

Aguerri par une vingtaine d'années d'expérience dans le secteur, le patron a récemment renforcé son pré carré. Tout en continuant de veiller sur la Grille Montorgueil, Laurent Nègre a racheté en décembre dernier le Petit Saint-Benoît (Paris 6<sup>e</sup>) et repris en main en début d'année sa première affaire, L'Étincelle (Paris 9<sup>e</sup>) qu'il avait placée en gérance libre. Il déploie dans les deux adresses la même exigence en matière d'approvisionnement, dans un registre plus simple à L'Étincelle, et plus élaboré au Petit Saint-Benoît. Ce dernier, créé en 1901, est un vieux bistrot comme il les aime, avec sa devanture en bois, sa porte tambour, son antique frigo en bois et ses chapelières d'un autre siècle. À l'image de la Grille qui fait partie de l'histoire des Halles, le Petit Saint-Benoît détient un peu de l'âme de Saint-Germain-des-Prés. Comme en témoignent d'anciennes photos, des voisins comme Jean-Paul Belmondo, Serge Gainsbourg ou Marguerite Duras étaient des clients assidus.

De même, Laurent Nègre n'a rien changé au décor du Petit Saint-Benoît. Il y a mis en place une pompe à bière, une machine à glaçons, une machine à café et une caisse enregistreuse. Néanmoins sur les tables, des nappes blanches remplacent progressivement celles à carreaux rouges, confirmant les ambitions de montée en gamme du nouveau propriétaire, passionné de vieux bistrots. D'ailleurs sa première adresse, L'Étincelle, est installée dans un ancien relais de poste où Marie-Antoinette aurait fait boire ses chevaux durant le périple qui l'emmenait à Varennes. L'Aveyronnais s'est fait sa place dans le Paris de toujours.

**B. C. avec J.-M. D.**



## Viande et vins à l'honneur

L'une des passions de Laurent Nègre et de son chef François Lomet, c'est le bœuf, qu'on retrouve à la carte sous forme de steak haché, tartare, filet, entrecôte, côte, rumsteck, etc. mais aussi le veau, de l'Aveyron et du Ségala bien sûr. Dans ce domaine, rien n'est laissé au hasard. Le patron se fournit auprès des bouchers Chassineau et Tribolet, son voisin, deux habitués du Marché de Rungis. Le patron achète aussi régulièrement des bêtes entières au pays, préparées par Agriviande. Passée ensuite entre les mains expertes de François Lomet, la viande de la Grille fait aujourd'hui la réputation de l'établissement, aux côtés de quelques classiques de bistrots : tartelettes aux escargots persillés, poêlée d'encornets, cuisses de grenouilles, croque-monsieur roulé au brie crème de truffes, cuisses de canard de barbarie, etc. La sélection des vins sait se hisser à la hauteur de l'assiette. Plus d'une vingtaine de vins au verre, une carte très riche en crus de l'Aveyron (bien sûr), du sud-ouest, du Languedoc-Roussillon, mais aussi de la grande Bourgogne. Toujours soucieux d'avoir la main sur la qualité des produits, le patron a obtenu avec un confrère d'obtenir sa propre cuvée de Beaujolais, proposée en bouteilles et en magnum, par le talentueux vigneron Alexandre Burgaud, situé à Lantignié (Rhône).

## Ses fournisseurs

### À RUNGIS

**Halles Paris Sud**  
**Pavillon de la viande**



Asperges vertes, œuf mollet.



Terrine de bœuf.





# La Touraine, le pays de Cocagne



**La Touraine bénéficie  
d'un terroir riche et varié.  
Si le vin domine l'activité  
agricole avec 100 km<sup>2</sup> de vigne,  
l'Indre-et-Loire possède  
également une tradition fromagère  
caprine et de nombreux  
produits originaux, au rang  
desquels figurent pléthore  
de spécialités charcutières.**

Reportage et photos de Jean-Michel Déhais

**P**ar le passé, les rois de France n'ont pas manqué de goût en choisissant les bords de Loire et de ses affluents pour y établir leurs lieux de villégiature. Ils disposaient dans cette région de toutes les richesses de la nature et de l'agriculture. Rien ne manquait entre les cours d'eau poissonneux, les fromages, la viande, une production céréalière loin d'être anecdotique, et bien sûr un vignoble réputé. Entre la giboyeuse Sologne et la douceur angevine, la Touraine ne manquait pas d'attraits aux yeux de nos anciens monarques. Tours, situé au confluent de l'Indre et du fleuve Loire, se positionne en effet au cœur de cette célèbre collection de châteaux de la Renaissance. Depuis Louis XI et jusqu'à l'avènement d'Henri IV, cette ville faisait figure de seconde capitale du royaume. Outre la Loire, il ne faut pas oublier que le département est sillonné par quatre rivières importantes : le Cher, la Creuse, l'Indre et la Vienne. Près de Tours, le fleuve conserve un cours capricieux. Son parcours comme son débit, sont sujets à d'énormes variations. Comme l'explique Thierry Bouvet : « À Rochecorbon, le débit de la Loire peut passer de 50 m<sup>3</sup> seconde, durant certains étés secs, à 1 500 m<sup>3</sup> seconde. » Géographe de formation, il a décidé de se reconvertir en pêcheur, il y a une dizaine d'années. Chaque jour, Thierry Bouvet sillonne la Loire sur sa barque hollandaise en acier de sept mètres de long. Aidé par un moteur de 20 chevaux, il affronte les caprices du fleuve, le courant, les bancs de vase et les troncs d'arbres qui dérivent. Son activité tient plus d'une philosophie de vie. Il a amarré son bateau à proximité des toues [petites barques à fond plat, NDLR] de la Rabouilleuse, une association de passionnés de navigation fluviale qui propose de faire découvrir la Loire dans une démarche éducative et environnementale. Thierry Bouvet trouve dans cette structure « un écosystème » et une aide ponctuelle. Il fait partie des quatre pêcheurs professionnels en activité en Indre-et-Loire. « En 1993, le dernier pêcheur en activité dans le département a remis définitivement ses filets, raconte Thierry Bouvet. Un collègue, Philippe Boisneau, s'est alors installé à proximité d'Amboise ». Docteur en biologie, ce nouveau venu a porté un regard différent sur le métier, intégrant notamment les effets sur la ressource, du changement climatique, des barrages, des nitrates ou de l'arrivée des espèces invasives comme le silure. ●●●

Les toues de  
la Rabouilleuse sur  
la Loire à Rochecorbon.



## Une mosaïque de terroirs et de cépages

Pas moins de neuf AOP vinicoles sont produites en Touraine. Ce pays offre une riche mosaïque de terroirs et de cépages. Touraine, la plus vaste de ces AOP, couvre 50 km<sup>2</sup> et concerne les trois couleurs et les crémants. La plus célèbre, Chinon est connue pour ses rouges opulents alliant le cabernet franc et le cabernet sauvignon. Quelques locomotives locales, comme Baudry & Dutour ou Couly-Dutheil, propulsent les vins de Chinon vers les grandes tables. C'est aussi la région d'un cépage blanc particulier, le chenin, qui s'épanouit dans deux AOC en monocépage: Vouvray et Montlouis, séparées par la Loire. La Maison François Chidaine est présente des deux côtés du fleuve. Installée à Montlouis, elle compte parmi ses 47 ha de vigne cultivées en biodynamie, 8 ha sur l'AOP vouvray qu'elle commercialise en Vin de France à l'instar du Clos Baudoin. L'ODG (Organisme de défense et de gestion) vouvray a ainsi exclu le célèbre vigneron de l'appellation, sur le seul prétexte qu'il vinifiait à Montlouis, situé juste en face de Vouvray. Du reste, les deux villages offrent au chenin des expressions bien spécifiques. « À Vouvray, rive droite, le sol est argilo-calcaire. À Montlouis, nous sommes en présence d'argilo silex », détaille Alice Chidaine. Les vins de Montlouis sont réputés plus minéraux et ceux de Vouvray plus suaves et propices à la production de demi-secs, moelleux, liquoreux. « À Montlouis, quand on parle de vins secs, on n'a rarement plus de 2 g de sucre résiduel par litre, précise Alice Chidaine. À Vouvray, c'est plutôt 7 à 8 g. » Les sélections parcellaires de François Chidaine révèlent aussi de fortes nuances, voire des surprises à l'intérieur de chaque AOP avec, par exemple pour les secs, à Vouvray, la cuvée Les Argiles qui montre tension, salinité et arômes d'agrumes. En revanche, à Montlouis, la cuvée Les Bournais, issue de vignes plantées sur un des sols les plus calcaires de l'AOP, offre une riche palette aromatique. Enfin, la Maison Chidaine est aussi capable de réconcilier les gastronomes avec les vins sucrés, et notamment ses cuvées « tendres », à l'image du Montlouis Clos Habert, doté de 12 g de sucre résiduel, offrant des arômes d'ananas et qui peut accompagner à merveille des recettes salées sucrées.



Alice Chidaine dans la cave familiale à Montlouis.



Thierry Bouvet, pêcheur professionnel sur la Loire.

- ● ● Comme ses collègues de la nouvelle génération des pêcheurs de Loire, Philippe Boisneau joue un rôle de sentinelle du fleuve. Il a d'ailleurs présidé le Comité national de la pêche professionnelle en eau douce, qu'il dirige aujourd'hui.

### UNE NOUVELLE GÉNÉRATION DE PÊCHEURS

Il faut songer que la France comptait encore 700 pêcheurs en eau douce dans les années 1950. Ils sont moins de 400 aujourd'hui. D'ailleurs, Thierry Bouvet ne se berce pas d'illusion. Depuis ses débuts, il a compris qu'il ne pourrait pas tirer un revenu décent des captures de ses filets, ses sennes et ses lignes de fond. Il pêche annuellement seulement 1,5 tonne de poissons de sa zone de capture. Saumons, brochets, anguilles ne représentent plus qu'un lointain souvenir pour Thierry Bouvet. Il doit se contenter des mulets, carpes, barbeaux, aspes et surtout des silures de plus en plus présents dans le fleuve. Ces derniers constituent désormais 60 % des captures du pêcheur. Il n'est pas rare qu'il remonte dans ses filets des spécimens de 80 kg avec toutes les difficultés que cela pose. Il songe, d'ailleurs, à mieux valoriser la chair de ce poisson en la fumant.

Pour autant, Thierry ne cherche pas la rentabilité dans son métier de pêcheur : « Je ne fais pas ce métier pour la seule vente de mes prises. Au départ, je voulais m'assurer une ressource propre en poissons pour fabriquer le Garum ». Il s'agit d'une sorte de nuoc-mâm dont il a mis au point la recette avant de devenir pêcheur. Ainsi, il lève les filets qu'il commercialise et fait fermenter les restants des poissons pour créer le Garum, qui est le nom que les Romains donnaient à ce type de sauce. Le Garum peut revêtir de multiples usages. Ainsi, Thierry Bouvet se fait fort de gagner « n'importe quel concours de houmous » en versant dans sa préparation quelques gouttes de ce liquide. Des chefs comme Olivier Roellinger ou Georges Blanc figurent parmi ses clients. Il a vite imposé dans la région cet élixir culinaire qu'il propose tout de même au prix de 16 € les 10 cl. Il a même créé, avec les autres pêcheurs locaux, une structure coopérative qui permettrait d'orienter davantage de poissons vers la fabrication de Garum. Comme lui, les pêcheurs tourangeaux résistent en valorisant au mieux la ressource. À Bréhémont,





Le Garum, une recette proche du nuoc-mâm imaginée par Thierry Bouvet.

Romain Gadet est associé au chef Ambroise Voreux, dans La Cabane à Matelot, spécialisé dans le poisson d'eau douce. À Huisme, Nicolas Hérault s'est forgé une réputation avec ses terrines de poissons qu'il fabrique à partir de sa pêche.

### LE ROYAUME DES CHÈVRES

Les richesses de la Touraine sont aussi terrestres. Le fromage de chèvre et notamment le sainte-maure font partie des grandes spécialités. On repère même cinq AOP au lait cru de chèvre dans la région Centre-Val de Loire. « Historiquement, c'était une activité inhérente aux femmes d'agriculteurs qui trouvaient un complément de revenu avec quelques



Benoît Limouzin, résident de l'AOP sainte-maure de Touraine dans son Gaec.

chèvres », indique Benoît Limouzin, président du Syndicat du sainte-maure de Touraine. Cette AOP qui affiche un volume annuel de 1 900 tonnes s'affirme comme une des plus grosses appellations françaises caprines, générant près de 1 000 emplois directs.

Les fromages sainte-maure de Touraine ont commencé à se développer dans les années 1960. Un Label Rouge est venu encourager une démarche vertueuse en 1978, et en 1990, les producteurs ont connu la consécration de l'AOP, dont le périmètre de production recouvre l'Indre-et-Loire, mais débordé aussi sur le Loir-et-Cher, l'Indre et la Vienne. Cette petite bûche cylindrique fabriquée exclusivement avec du lait cru, est reconnaissable à sa paille de seigle gravée qui lui offre sa rigidité. Sa ●●●

## Clément, l'épicier des Halles de Tours



François-Xavier Clément au comptoir de la Maison Clément, à Tours.

Les Halles de Tours n'ont pas grand-chose à envier à celles de Lyon. Dans le nouveau bâtiment, construit en 1980, par le maire Jean Royer, de grandes signatures locales des métiers de bouche ont pris place, d'Hardouin à la France Fromage, en passant par le pâtissier chocolatier Pascal Caffet. La Maison Clément s'y est installée en 2014. En réalité, Henri Clément a établi une boutique caviste dans les Halles dès 2005 et en 2010, ses deux frères, Henri et François-Xavier, ont créé une épicerie. Finalement, la fratrie a réuni ses savoir-faire en fondant la Maison Clément dans un espace plus vaste. Vite devenue une institution, elle propose une très belle sélection de 2 000 vins, mais aussi des rillettes de Tours IGP et des rillons en bœufs produits par les frères Clément. Fils d'éleveurs de canards gras, à Ballan, ils proposent aussi des foies gras confectionnés selon leurs directives dans l'ancienne ferme familiale. On trouve aussi des produits issus des plus grandes maisons françaises, à l'instar des saumons Barthouil, des thés Theodor et même un comptoir à épices siglé Olivier Roellinger.



Éric Cotineau, associé dans la maison Galland, est producteur de porcs « Roi rose ».



Le travail du Foyer de Cluny permet de sauvegarder la Géline de Touraine.

● ● ● couleur noire ou grise est aussi caractéristique de la cendre de sarments de vigne dont elle est saupoudrée. « C'est un critère important, observe Benoît Limouzin. C'est ce qui va orienter le développement des moisissures favorables. » Le président de l'AOP exploite un Gaec familial de 350 ha, au Petit-Pressigny, où il élève 500 chèvres, majoritairement de race alpine. Les chèvres sont nourries essentiellement avec du foin, mais aussi des céréales et du tourteau de soja. Près de 90 % de l'alimentation est issue de la zone de l'AOP ; ce qui est sensiblement supérieur au cahier des charges dont l'exigence minimale est de 75 %. En intégrant les Associés du Gaec, le travail de la ferme mobilise 12 personnes. Le lait collecté est transformé sur place dans un laboratoire, où deux litres sont nécessaires pour produire 250 g de sainte-maure. Les fromages sont ensuite commercialisés sur les marchés locaux, les grossistes de la région, et ceux de Rungis. Les productions de la Gaec Limouzin Frères sont ainsi présentes à la fromagerie des Neiges ou chez Bruel.

### LE ROI ROSE

Outre la chèvre, la Touraine détient un autre animal totem, le porc « Roi rose ». Ce label de production porcine a été mis en place en 2001 par sept éleveurs tourangeaux. Le cahier des charges, rigoureux, exige une naissance et un engraissement des animaux dans le département. L'animal doit être élevé sur paille durant au moins 172 jours avant l'abattage et 80 % de l'alimentation doit provenir de l'exploitation. À la Maison Galland, à Betz-le-Château, c'est la totalité de la nourriture qui provient de l'exploitation qui détient 220 ha, y compris la graine de lin. « Le soja a été remplacé par du pois fourrager, afin de garantir une viande sans OGM », stipule Éric Cotineau, associé depuis 2020 à Pascal et Maxime, les fils de Jean-Claude Galland, le créateur de la structure qui produit près de 3 500 porcs par an, soit près de 20 % du label « Roi rose ». Éric, spécialiste du porc, se charge de l'élevage. Maxime dirige la production de céréales et Romain veille sur l'outil de transformation charcutière sorti de terre il y a un an, moyennant un investissement de 2,10 M€. Capable de transformer 50 porcs par an, il fonctionne actuellement à la moitié de sa

capacité. Quarante pour cent de la production porcine de la ferme est ainsi transformée en charcuterie diverse, en attendant de trouver de nouveaux débouchés commerciaux.

La charcuterie Hardouin fait partie de celles qui utilisent souvent la viande de ce « Roi rose ». Créée en 1936, cette maison est devenue une institution connue jusque dans la capitale. Ses célèbres rillettes de Tours, rillons et andouillette 5A figurent sur les meilleures tables : 150 tonnes d'andouillettes sortent ainsi des ateliers. Mais l'entreprise a pourtant failli être rayée de la carte en 2022. Au bord du dépôt de bilan, elle a été rachetée par Hervé Champain. Cet entrepreneur à succès a créé, en 2006, le groupe charcutier Père Champain, basé à Montlouis-sur-Loire. Il a injecté 1 M€ dans la modernisation de l'unité Hardouin de Vouvray. Désormais dirigée par Germain Doux, elle est consacrée aux activités traiteur de la marque. La partie production charcutière a été transférée dans l'unité de production du Père Champain à Villedômer. Léa Champain, qui dirige la communication du groupe familial, indique que le personnel de la maison de Vouvray a été conservé et que les savoir-faire initiés par Hardouin sont respectés sur les lignes de production de Villedômer, à l'instar des rillettes de Tours IGP et rillons, qui cuisent plusieurs heures dans de grands chaudrons. Le groupe Père Champain semble aujourd'hui bien décidé à élargir l'audience de la marque Hardouin. Il appuie sa présence dans les GMS du Centre-Ouest et l'accompagne chez des grossistes comme Dispersé, à Rungis. En outre, Hervé Champain a racheté en 2023 à Steve Burggraf les cinq boutiques parisiennes Cul de Cochon. Elles évoluent sous l'enseigne Cul de Cochon by Hardouin et viennent compléter les quatre boutiques que Hardouin détenait déjà dans l'agglomération de Tours.

### DIVERSITÉ

La Touraine parvient aussi à maintenir une biodiversité dans l'élevage. C'est le cas avec la Géline de Touraine. Cette race de poule quasiment disparue depuis les années 1950 a été reconstituée en 1999. Elle est aujourd'hui élevée pour sa chair par une poignée d'éleveurs dont de Foyer de Cluny, un Esat (Établissement et service d'aide par





Sébastien Danieau, en train de taper ses poires.

le travail) de Cussey, qui pratique cette activité dans sa ferme de la Saimbauderie. Liliane Limousin, monitrice de l'Esat, veillait ainsi à la mi-mai sur un poulailler de 233 Gélines âgées de trois semaines. Il faut attendre près de six mois pour les abattre et les préparer dans le laboratoire de l'établissement. Les volailles sont ensuite commercialisées directement dans le foyer. Liliane Limousin reconnaît que cette activité est difficilement rentable. Mais sa structure contribue ainsi à la sauvegarde de volailles exceptionnelles. C'est dans le même esprit que la monitrice prend soin d'un autre poulailler accueillant 210 pintades de race Perle noire d'Amboise.

Ce terroir tourangeau est riche de nombreuses recettes locales comme le nougat de Tours ou le macaron de Cormery. À Rivarennnes, c'est la poire tapée qui fait office de spécialité locale. Ses origines remonteraient à la Renaissance. Pour conserver les poires abondantes localement et pouvoir les emmener en voyage sans s'encombrer, on déshydrate les fruits dans un grand four avant de les taper pour extraire l'air. Ces poires réduites pouvaient alors se conserver durant de longues années. Dans le village de Rivarennnes, la Maison Hérin fait partie des dernières entreprises à maintenir ce savoir-faire. Si Christine Hérin profite de sa retraite depuis 2021, un ancien employé, Sébastien Danieau a repris le flambeau et continue de fabriquer cette spécialité dans des grottes troglodytes. S'il n'utilise plus les fours à bois ancestraux sur lesquels il a commencé sa carrière, il dessèche désormais les poires dans un séchoir électrique à 400 °C. Une fournée de 180 kg de poires épluchées va ainsi perdre 90 % de son poids. Ensuite, il presse ou « tape » les fruits un à un pour extraire l'air. Chaque année, Sébastien Danieau travaille ainsi 10 tonnes de fruits. Il vend ses poires tapées à des particuliers, mais aussi à des cuisiniers qui travaillent ces produits en les réhydratant avec des alcools ou des vins. Sébastien Danieau commercialise lui-même une partie de sa production en bocaux avec du vin. Les poires tapées au vouvray moelleux font, selon lui, un malheur : « *Cela se marie avec beaucoup de produits régionaux comme un chèvre ou un foie gras* ». Tout se complète harmonieusement en Touraine...



Benjamin Sterlin, chef de culture, dans les vergers des Jardins de Meslay.

## Tout pour la cueillette

Créés en 1995 par Nicolas Sterlin, les Jardins de Meslay, à Parçay-Meslay, sont une exploitation maraîchère dont les produits sont exclusivement destinés à une clientèle de particuliers qui viennent les cueillir ou les déterrer. De la fin avril au début novembre, l'entreprise propose ainsi au public des fruits et légumes dans ses champs, ses serres et ses vergers. Seuls les oignons, les melons et les pommes de terre sont récoltés par la structure et proposés directement en boutique. Il est même possible de cueillir des fleurs, facturées au poids (7,53 €/kg). L'exploitation a adopté une démarche HVE (Haute valeur environnementale), mais ne peut s'offrir le luxe de passer au bio. « *Cela renchérirait trop les prix*, explique Benjamin Sterlin, chef de culture. *Nous nous alignons en matière de légumes sur les tarifs des supermarchés. Pour les fruits, c'est différent, ils peuvent être moins chers étant donné que nous n'avons pas de main-d'œuvre de cueillette à payer.* » Les Jardins de Meslay facturent ainsi chaque année entre 15 000 et 20 000 tickets, dont la valeur moyenne oscille entre 17 et 22 €.





# La rhubarbe, une plante vertueuse

© Richard El Mesiri

**Considérée comme un fruit rustique, la rhubarbe possède des vertus naturelles avantageuses et renferme de nombreux secrets. Toutefois, elle reste souvent négligée dans les habitudes d'achat de fruits des Français.**

Il est l'heure de la saison de la rhubarbe. D'autant plus que sa production ne fait qu'augmenter chaque année en France. Selon la Société d'initiatives et de coopération agricoles (SICA) de Saint-Pol-de-Léon (Finistère) et les Maraîchers d'Armor (Côtes-d'Armor), 180 tonnes de rhubarbe sont récoltées par an, rien qu'en Bretagne. En 2025, les deux organisations prévoient une production avoisinant les 250 ou 300 tonnes. La plupart des producteurs français se situent au nord et à l'est de l'Hexagone, car cette plante craint la chaleur et préfère les terres lourdes.

C'est le cas notamment des Délices du Watelet, ferme familiale dans le Pas-de-Calais. L'exploitation a vu le jour dans les années 1980. Aujourd'hui, ce sont Louis et Simon Jansens qui ont repris les rênes. « Nos parents ont commencé à cultiver de la rhubarbe pour diversifier leurs productions en 1992. Depuis, on a doublé notre plantation », explique Simon Jansens. Un des avantages de la rhubarbe est sa longévité. « C'est une plante pérenne. Bien qu'on ne récolte rien la première année, on peut cueillir de la rhubarbe dès la deuxième année. » Généralement, les plants sont mis dans les parcelles à la sortie de l'hiver, vers février ou

mars. La première récolte commence à la mi-mai et se termine à la fin de juin. Puis, la deuxième récolte survient entre août et septembre, où « tout est récolté ». Dans leur ferme, Simon et Louis Jansens cultivent trois variétés différentes : la Frambozen rood, la Goliath et la Valentine. « La Frambozen rood est la plus sollicitée. Avec sa peau rouge et chair verte, elle propose un goût agréable, parfait pour les desserts. Pour les compotes et les confitures, il faut privilégier la Goliath pour son goût acide. Enfin, la Valentine est une variété rouge. Elle est très douce et permet de mettre moins de sucre dans les préparations », décrit le producteur. D'autres variétés, plus précoces, sont cultivées dans d'autres parties de la France.

## TARTES ET GÂTEAUX

La rhubarbe présente des vertus pour l'organisme. Elle est très riche en fibres, ce qui permet une bonne régulation du transit intestinal et la diminution de l'absorption des graisses. Ce fruit contient beaucoup de vitamine C et de calcium. Cette vitamine entretient la peau et le cartilage. Après la récolte vient sa préparation. Déclinable en tartes et gâteaux, la rhubarbe s'invite facilement à la table des desserts. C'est



© Betül Balkan

Tarte à la rhubarbe de Claire Heitzler.

d'ailleurs une des recettes de Claire Heitzler, pâtissière à Levallois-Perret (Hauts-de-Seine). Sacrée Cheffe pâtissière de l'année par le guide *Gault & Millau* en 2013, elle attend, chaque année, les premiers fruits avec impatience. La pâtissière confectionne notamment des tartes à la rhubarbe, un souvenir de sa jeunesse. « J'apprécie son goût, sa texture et son acidité. Ce fruit me rappelle mon enfance en Alsace : ma mère faisait beaucoup de tartes à la rhubarbe », confie-t-elle. Sur sa tarte, elle utilise différentes variétés, qui évoluent en fonction de la saison. « On commence par la Mira et la Valentine. » Ses tartes à la rhubarbe resteront ensuite environ trois mois en vitrine.

**Victoria Mbele**





© alldromois

# L'ail, une espèce millénaire en provenance de Chine

**Épice, légume, condiment ? Ce qui est sûr c'est que l'ail appartient à la famille des liliacées, plantes monocotylédones dont la plantule est issue d'une graine et ne présente qu'une seule feuille. Malgré des productions de qualité, la France est loin d'être un acteur majeur du milieu. Un aspect qui se ressent aussi chez les consommateurs.**

Avec une production avoisinant les 20 000 tonnes par an, essentiellement en Midi-Pyrénées, Rhône-Alpes, PACA, Auvergne et Nord-Pas-de-Calais, la France n'atteint même pas le podium... européen. En 2022, selon l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, l'Hexagone est devancée surtout par l'Espagne (67 % de la production, avec 281 900 tonnes), l'Italie (7 %) et la Roumanie (6 %). Au total, les États membres de l'Union européenne produisent environ 400 000 tonnes d'ail par an, selon la Commission européenne. Des données en baisse par rapport à 2021, une année où l'Espagne produisait 315 720 tonnes d'ail ; la Roumanie, 30 130 tonnes ; l'Italie, 28 660 tonnes, et la France, 28 820 tonnes. Des chiffres qui paraissent minuscules face au géant chinois et ses plus de 21 millions de tonnes en 2022, suivis par l'Inde et ses 3 millions de tonnes. Finalement, il est question de 29 millions de tonnes produites par an à l'échelle mondiale. Toutefois, ce succès asiatique n'est pas anodin. Le bulbe est originaire de l'Asie Centrale. Il fut introduit en Europe par les Romains et se propage au

rythme des croisades. « *C'est Godefroy de Bouillon, chef de la première croisade de 1096 à 1099, qui introduit l'ail en France et fit des Gaulois de grands consommateurs d'ail* », souligne l'Association nationale interprofessionnelle de l'ail.

En plus d'être le premier producteur, la Chine est également le premier exportateur d'ail : elle en exporte 2 millions de tonnes par an dans le monde, y compris en France.

## UNE CONSOMMATION EN PERTE DE VITESSE

La baisse de production – qui fait suite aux conditions climatiques et pédoclimatiques (climat du sol) au moment de la récolte et du séchage (procédé qui conditionne la couleur et la conservation de l'ail) – et le faible attrait national ne sont pas les meilleurs signaux pour la consommation de l'ail en France. Et pour cause. « *En 2006, il était question de 900 g d'ail achetés par personne et par an. Dès 2010, la consommation a commencé à baisser avec 800 g pour arriver aujourd'hui à seulement 300 g* », note le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (CTIFL). Mais pourquoi n'a-t-il pas la cote auprès des

consommateurs ? Variétés, bienfaits, ou tout simplement les saisons, peu de personnes ne se renseignent sur l'ail. Il en existe trois familles : l'ail blanc est caractérisé par la grosseur de ses bulbes (82 % de la production nationale). L'ail rose est notamment connu pour sa conservation (11 % de la production française). Enfin, l'ail violet est, lui, reconnu pour être riche en antioxydants (7 %). En ce qui concerne les saisons, la majorité des productions est récoltée à maturité en juin et juillet. Enfin, l'alliine est le composé chimique qui est libéré lorsque l'on écrase ou coupe l'ail. En plus d'apporter les arômes et l'odeur de l'aliment, c'est cette dernière qui partagerait les bienfaits que l'on attribue à la plante : antibiotique, antioxydant, bénéfique sur le glucose ou encore sur le cholestérol sanguin. Néanmoins, les résultats des études varient sur ce sujet et les bienfaits de l'ail restent aujourd'hui au stade de l'hypothèse. D'autant plus que la quantité d'ail à consommer pour atteindre des effets bénéfiques correspond à une ou deux gousses d'ail par jour... et cela cru.

**Marceau Devide-Perrot**

# Jambon de Bayonne, spécialité du bassin de l'Adour



**Le climat du bassin de l'Adour, où alternent vents secs et humides, est propice à la salaison et au séchage des jambons. Ce savoir-faire a été reconnu et protégé par une IGP depuis 1998.**

Le Consortium du jambon de Bayonne revendique un savoir-faire de près d'un demi-millénaire. Reconnue par Louis XI (qui créa la foire de Bayonne pour faciliter son commerce) et mentionnée par Rabelais, cette spécialité aurait des origines encore plus lointaines selon la légende. Au XIV<sup>e</sup> siècle, lors d'une chasse, Gaston Fébus aurait blessé un sanglier. Le corps de l'animal aurait été retrouvé quelques mois plus tard, en parfait état de conservation, dans une source salée de Salies-de-Béarn. L'idée de conserver la viande grâce au sel se serait alors répandue, puis imposée.

La réputation du jambon de Bayonne repose d'abord sur le climat particulier du bassin de l'Adour, qui optimise son séchage. Dans l'idéal, l'opération requiert une alternance d'air sec et humide. Ainsi, le Pays basque est-il soumis à une succession de vents d'ouest humides, venus de l'Atlantique, et de vents du sud-est, secs, provenant de la chaîne pyrénéenne. L'IGP obtenue en 1998 est venue conforter ce particularisme. Auparavant, l'appellation était galvaudée. Désormais protégé par cette indication géographique, le jambon doit être salé au sel de Salies-de-Béarn et séché sur la zone géographique du bassin de l'Adour. Ce qui correspond à une large partie des Pyrénées-Atlantiques, mais aussi certaines zones des Hautes-Pyrénées, du Gers et des Landes.

La provenance du porc est moins précise. Il peut être élevé dans les 22 départements du Sud-Ouest qui constituent les régions Nouvelle Aquitaine et Occitanie. Cette origine de l'animal peut être précisée par d'autres signes de qualité, comme l'IGP Porc du Sud-Ouest accordée en 2013, qui fédère 1 300 éleveurs. Les mentions « *Label Rouge* », « *Issu de l'agriculture biologique* » ou « *Porcs fermiers* », peuvent également certifier l'élevage.

C'est une importante filière qui mobilise 28 salaisonnières. 825 000 jambons de Bayonne ont été mis au sel en 2023. Ils présentent un poids moyen de 10,9 kg et pèsent près de 7 kg à l'issue du séchage. Cette opération doit durer au minimum sept mois, mais les salaisonnières se sont depuis lors engagés à étendre la maturation sur neuf mois. Le Consortium du jambon de Bayonne, installé à Arzacq-Arraziguet (Pyrénées-Atlantiques) et reconnu par l'Inao (Institut national de l'origine et de la qualité), veille sur l'IGP. Sur son emplacement, on trouve aussi un espace muséographique et la Maison du jambon de Bayonne, une structure commerciale gérée par un producteur salaisonnier qui accueille les touristes et vend du jambon. Celle-ci réalise un chiffre d'affaires annuel de 780 000 € (80 % via la boutique physique et 20 % via le site e-commerce).

**Jean-Michel Déhais**

## Le vin qui lui va bien...



Un rosé de caractère comme ceux de Bandol est tout indiqué en accompagnement. Le chateau Pibarnon rosé 2023, produit par Éric de Saint-Victor, exprime à la fois la fraîcheur des fruits rouges et une puissance en rondeur, assortie de notes d'épices, expressions du cépage mourvèdre qui constitue les deux tiers de l'assemblage. Le cinsault amène pour sa part une jolie tonalité aromatique.



# L'artichaut

**En France, l'artichaut est produit principalement en Bretagne. Mais sa consommation recule, surtout chez les jeunes.**

L'artichaut est une fleur comestible à la saveur fine. Originaire de l'ouest méditerranéen, il est une évolution botanique du chardon. Le Français n'est pas un gros consommateur d'artichauts. Sa consommation est estimée à 750 g par personne et par an. Très loin derrière les Italiens qui en sont friands et en absorbent 8 kg par an et par habitant dans la péninsule. Et bien loin des Espagnols : 5 kg par an et par habitant. C'est d'ailleurs une Italienne, la reine Catherine de Médicis qui introduit l'artichaut en France. Il s'impose très vite sur les tables des Grands. Louis XIV l'adoptera : on dénombrera cinq espèces différentes dans les jardins de Versailles à l'époque du roi Soleil : le Blanc, le Vert, le Violet, le Rouge et le Sucré de Gênes.

La consommation nationale stagne et baisse chez les jeunes : 30 % des Français prennent de l'artichaut frais, mais 70 % d'entre eux ont plus de 60 ans.

La production nationale, en recul, se situe autour de 20 000 tonnes. La production moyenne était de près de 40 000 tonnes sur la période 2015-2017. L'essentiel de la culture de l'artichaut s'effectue en Bretagne, ce qui en fait la zone de production la plus septentrionale. Une curiosité pour ce légume méditerranéen qui est devenu un des légumes emblématiques du terroir breton ! La Bretagne produit (et commercialise sous la marque Prince de Bretagne) près de 85 % de la récolte nationale. La récolte bretonne était de 18 000 tonnes en 2023, contre 30 000 tonnes il y a 10 ans et 50 000 tonnes il y a 20 ans. Les maraîchers bretons aiment à dire que, en Bretagne, l'artichaut a « *la tête au soleil et les pieds dans l'eau* », des conditions climatiques idéales pour cette culture. Quatre variétés sont produites dans cette région : le Camus, le Castel, le Cardinal et le Petit Violet. Le Camus de Bretagne, la variété la plus connue, a été créé vers 1810 par un agronome parisien. L'artichaut étant produit à partir de « drageons » (des « rejets »

de plantes de l'année précédente), il y a peut-être encore aujourd'hui des artichauts descendants des premiers Camus. Le Cardinal, exclusivement cultivé en Bretagne, est une variété créée il y a une dizaine d'années par Prince de Bretagne.

Une parcelle d'artichauts reste en place en moyenne trois ans. Les racines profondes structurent le sol, facilitant l'accès à l'eau et aux nutriments pour les cultures suivantes. La première année, les plants d'artichauts (ou drageons) sont récupérés sur les plantes mères. Plantés au printemps, ils sont récoltés d'août à novembre. À la fin de la récolte, la partie aérienne des plants est broyée pour repousser ensuite. La deuxième année, les plants sont buttés pour les protéger du froid et de l'eau pendant l'hiver. Au printemps, le plant se multiplie,

il est éclairci (le maraîcher préfère dire « *dédrageonné* »). La récolte se déroule entre juin et juillet. Enfin, broyage, « *dédrageonnage* » et buttage ponctuent la troisième année du cycle de production pour une récolte qui se déroule sur les mois de mai et juin. Le sud (Roussillon, Languedoc, Provence) constitue l'autre zone de production de l'artichaut. L'artichaut du Roussillon bénéficie d'une IGP. Une démarche dans laquelle souhaite s'engager la Bretagne qui veut faire reconnaître une IGP Artichaut de Bretagne. Pour développer la consommation, la filière compte s'appuyer sur les atouts nutritionnels de l'artichaut : peu calorique, il est riche en fibres et en polyphénol. Et sur des recettes innovantes comme l'artichaut au micro-ondes !

Olivier Masbou



© Ana Teixeira/Interfel

## En chiffres

- 20 000 tonnes d'artichauts produits en France
- La Bretagne réalise 85 % de la production
- 30 % des Français consomment de l'artichaut frais





# Marché du kebab

## Vers la normalisation

**Le sandwich kebab représente un acteur à part entière de la restauration rapide. Souvent méprisé par une classe d'âge, il reste plébiscité par les plus jeunes. En voie de normalisation, il monte en gamme et pourrait désormais inspirer des créateurs d'enseignes et des restaurateurs désireux d'ouvrir leurs cartes.**

**I**l y a quelques semaines, le quotidien *Le Monde* évoquait les stages « kebab », surnom des stages d'observation par défaut qu'effectuent les élèves de 3<sup>e</sup> des milieux défavorisés. Cette expression est symptomatique du peu de considération accordé à ce secteur de la restauration rapide. Souvent méprisés, les tournebroches verticaux qui fleurissent derrière les comptoirs de la *street food* connaissent pourtant un beau succès, car ils peuvent compter sur une clientèle d'inconditionnels chez les adolescents et les jeunes adultes. Selon le Gira, 360 millions de kebabs ou d'öners seraient ainsi commercialisés chaque année dans 11 000 restaurants spécialisés. Certes, le marché évolue loin derrière ceux du sandwich, de la pizza ou du burger, mais il est loin d'être anecdotique. Les restaurants liés à ce produit se sont souvent

développés dans des banlieues défavorisées, voire en périphérie des villes. Ils ont assuré leur survie en tirant sur les prix, sans investir outre mesure dans le décor. Lorsqu'ils s'aventurent dans les centres-villes, ils sont regardés avec méfiance par les édiles, même si des files d'attente se forment régulièrement devant leurs échoppes. Ainsi il y a deux ans, alors que deux « Kebabiers » s'étaient installés côte à côte dans le 17<sup>e</sup> arrondissement, le maire, Geoffroy Boulard, confiait au quotidien *Le Parisien* : « C'est un commerce qui apporte beaucoup de nuisances. La rue des Batignolles n'est clairement pas adaptée pour. »

### PLUS INSTAGRAMMABLE

En lisant ces propos peu amènes, on comprend pourquoi le secteur est tenu à la marge. Pourtant, le président du Gira Conseil estime

qu'il est promis à un bel avenir : « C'est un mode de restauration qui existe depuis un demi-siècle et a largement dépassé le cadre ethnique. Ceux qui en parlent mal sont des quinquagénaires qui n'ont jamais mis les pieds dans ce type de restaurants. Mais la génération Z adore. C'est vrai que le secteur a pâti d'une mauvaise réputation, mais il revient sur le devant de la scène en devenant plus sexy et plus instagrammable. » Le prix moyen du « sandwich grec ou turc » a augmenté. Sous la barre des 5 € il y a dix ans, il évolue aujourd'hui entre 8 et 9 €. « C'est une augmentation indépendante de l'inflation, précise Bernard Boutboul. Elle traduit une montée en gamme et en qualité. Le sandwich est accompagné de légumes, de salades assaisonnées. De plus en plus, le kebab est délivré sur assiette. » La recherche de qualité passe aussi par l'abandon des broches surgelées bon



marché qui constituent encore 90 % de l'offre. Avec des prix de viandes de 4 à 5 € au kg, ces gros cônes congelés séduisent les exploitants avec les arguments du prix et de la praticité. Pourtant, de plus en plus de restaurants choisissent de fabriquer eux-mêmes leurs broches avec de la viande fraîche et des marinades maison. Rue de la Boétie, à deux pas des Champs-Élysées, le restaurant OZ, ouvert depuis 2021, compose ses broches avec de la viande fraîche. En outre, ce sont les cuisiniers qui découpent la viande et fabriquent la marinade. Son directeur Numum Cambola est fier de proposer un produit authentique, conçu dans les règles de l'art. Le restaurant de la Boétie où figure sur la devanture l'inscription « Maître Kebabier » appartient à un petit groupe initié en 1991 par Mehmet Alparslan, avec la création sur les mêmes principes de Mélodie, rue d'Amsterdam (Paris 9<sup>e</sup>). Deux autres restaurants de ce type ont ensuite été ouverts par le groupe à Gonesse, à Garches et plus récemment à Osny (Val-d'Oise). Rue de la Boétie, l'essentiel de la consommation a lieu sur place sur les 70 places assises qu'offre l'établissement. La vente à emporter et la livraison restent marginales. Outre la qualité des produits, Numum Cambola insiste sur l'hygiène et le soin de présentation. Viandes et frites sont servies dans des contenants en papier différents. La clientèle présente une moyenne d'âge supérieure à 30 ans. L'embourgeoisement de ce secteur de la restauration rapide se réalise toutefois sans griserie sur les tarifs qui restent mesurés. Rue de la Boétie, le prix de la formule sandwich

## Berliner Däs Original, l'enseigne à suivre

Fort de huit restaurants en succursale, et 12 en franchise, Berliner Däs Original, désormais bien implanté en Île-de-France, vise la province. Une dizaine d'ouvertures déjà signées sont planifiées cette année. Ces restaurants, qui réalisent en moyenne un CA annuel de 1 M€, séduisent et visent principalement les centres-villes et les centres commerciaux. L'offre du sandwich a d'abord été agrémentée de sauces maison et d'un assortiment attractif de légumes. Pour le reste, pas question de renoncer aux cônes de viande surgelés. Pour garantir l'hygiène, la traçabilité et une qualité homogène dans tous ses restaurants, Hubert Dessaint s'est tourné vers un sous-traitant italien qui lui fabrique et surgèle les cônes poulet ou dinde/veau des restaurants selon un cahier des charges rigoureux. Le ticket moyen de l'enseigne évolue autour de 16 € au gré d'un sandwich à 9,50 € et d'un menu à 13,50 €. Hors achat du fonds de commerce, le coût de création d'un Berliner est estimé à 350 000 €. Les franchisés, selon Hubert Dessaint, peuvent ainsi se lancer dans l'aventure avec un



© DR

apport personnel de 50 000 à 70 000 €. Outre un droit d'entrée de 30 000 €, les candidats devront rétrocéder à l'enseigne 6 % de leur CA HT sur les ventes sur place et 4 % sur celles effectuées en livraison. Une redevance marketing de 5 % du CA est également exigée.

kebab-boissons est fixé à 10,80 €. « Ce n'est pas facile dans une période où le prix de la viande augmente de 60 % », assure Numum Cambola. On peut d'ailleurs remarquer que, en banlieue, les prix sont encore plus tendus puisque la même formule est proposée à 9 € dans l'enseigne Oz d'Osny.

### UN ÉQUILIBRE DÉLICAT

La montée en gamme présente en effet des limites. Saluée par la critique, la chaîne Grillé, lancée en 2014 par Frédéric Peneau et le célèbre boucher, Hugo Desnoyer, a fermé son dernier établissement au mois de juillet. Évoluant sur des tarifs trop élevés, elle n'a jamais vraiment trouvé son public ; huit ans après sa création, elle n'avait jamais dépassé les rois unités. À l'issue de la crise sanitaire, un nouveau directeur général, Thierry Favier, a tenté de relancer l'enseigne avec une carte élargie et des tarifs plus adaptés (sandwich à 9,90 € et formule à 13,90 €). Plusieurs ouvertures étaient programmées, mais finalement, Thierry Favier a dû renoncer pour se concentrer sur ses autres enseignes. « La conjoncture

nous a amenés à réfléchir, explique-t-il. D'une part, le prix de revient de notre produit haut de gamme a fortement augmenté et avec le contexte inflationniste, les consommateurs arbitrent leur budget. La livraison, axe de développement incontournable, était aussi trop onéreuse sur ce produit. » Thierry Favier indique aussi que son enseigne, qui misait sur une clientèle de centre-ville, était pénalisée par des loyers très lourds. Les chaînes n'ont jamais fait recette dans ce secteur. La réussite la plus spectaculaire est à mettre à l'actif de Nabab Kebab, qui avait été créée en 2003, à Tours, par Hakim Benotmane. Elle aurait compté jusqu'à 140 restaurants. Mais ensuite le parc a régressé, enregistrant même des fermetures administratives, notamment dans le restaurant historique de Tours. On remarque toutefois de petits groupes régionaux qui se développent sur le segment du kebab, à l'image de Mister Döner, très inspiré de la tradition turque. On peut d'ailleurs noter que la nouvelle vague se réclame moins du kebab et désigne ce sandwich sous d'autres vocables : « döner » ou « dürüm » et se réfère plus volontiers à une



© DR

Une présentation particulièrement soignée chez Impact Berliner kebab.

tradition germano-turque. À Montmartre, Gemüse se réclame du « *kebab berlinois* ». Chez Impact Berliner Kebab, le « maître kebabier », Mahdi Abid nous propose « *une plongée historique dans le kebab berlinois, né dans la capitale allemande dans les années soixante-dix* ». Sürpriz, qui détient deux restaurants à Paris, met l'accent sur « *sa spécialité berlinoise, réalisée avec des produits artisanaux faits maison* » et insiste sur les légumes frais qui entrent dans la composition des sandwiches. L'enseigne Berliner Däs Original, fondée en 2018 boulevard Voltaire (Paris 11<sup>e</sup>), s'affirme comme la représentante la plus emblématique de ce courant (voir encadré p. 43). Elle compte aujourd'hui 20 unités en France. Hubert Dessaint, son directeur général, ne cache pas son ambition de devenir leader du secteur : « *Le marché évolue positivement et on y contribue en apportant de la traçabilité, de la qualité et de l'hygiène.* »

Le marché du kebab cherche en effet à acquérir une respectabilité nécessaire à un plus large développement. Le modèle McDo est bien présent dans les esprits de la nouvelle vague, qui s'efforce de proposer un produit plus aseptisé, normalisé, mais qui conserve ce caractère addictif et séduisant pour les jeunes générations. Les brasseries ne doivent pas négliger ce produit. Depuis 20 ans, elles font recette avec des burgers, puissant levier d'appel vers une jeune clientèle. Il est peut-être temps pour elles de s'approprier le kebab.

Jean-Michel Déhais



© DR

## Interview

# « Le kebab traditionnel ne sera jamais démodé. »

**Ozcan Kaya a travaillé dès 2013 dans le petit local fondé par son père en 1991. Cette sandwicherie spécialisée dans le kebab, détenue par son oncle jusqu'en avril dernier, lui appartient désormais avec son frère Ercan. Après un litige familial, Frères des Batignolles (Paris, 17<sup>e</sup>) regroupe maintenant deux adresses mitoyennes, au 43 et 45 rue des Batignolles. La petite échoppe est considérée comme l'un des meilleurs kebabs de Paris.**



Ozcan Kaya, propriétaire des Frères des Batignolles (Paris, 17<sup>e</sup>), avec son père Ibrahim, fondateur du premier établissement en 1991, baptisé alors Bodrum.

### Rungis Actualités : Comment expliquez-vous le succès de votre enseigne ?

**Ozcan Kaya :** Quand ils ont commencé [son père et son oncle, NDLR], il n'y avait pas autant de succès. C'était plus du bouche-à-oreille, c'est comme ça que l'on s'est fait connaître. Après ce qui a vraiment fait que l'on soit sur une grosse tendance, c'est l'émission MasterChef (M6) en 2011. À l'époque, il n'y avait pas autant de réseaux sociaux, tout le monde regardait la télévision. L'émission cherchait un bon kebab à Paris et ils sont venus nous voir après en avoir testé plusieurs. C'est vraiment là que ça a explosé. Quand j'ai commencé à travailler avec Papa et tonton, ça a ramené un peu de jeunesse. J'ai accéléré le rythme. Et ensuite, la deuxième émission qui a tout changé, c'est Les Paris du Globe-cooker (Canal +) de Fred Chesneau. Quand les gens ont commencé à voir cette émission, en 2015 ou 2016, c'était exceptionnel. On est passés du simple au double ! Le monde venait de partout, la queue continuait à s'allonger. Toute personne qui mange ce kebab retournait en enfance.

### RA : Quels sont vos fournisseurs ?

**O. K. :** On travaille avec un boucher depuis des années. Je ne vous donnerai pas le nom,

mais il respecte toujours notre charte de qualité, et il est installé en Île-de-France. Les légumes viennent de Rungis, mais pas en direct. Ce sont nos fournisseurs qui travaillent avec le Marché de Rungis.

### RA : Quel est l'avenir du kebab ?

**O. K. :** Beaucoup d'établissements essaient de revisiter le kebab. Mais on oublie le kebab traditionnel. C'est un sandwich, avec salade, tomate, oignon et sauce blanche ou harissa. Maintenant, avec l'arrivée du berliner, les gens pensent que nous allons faire un berliner. Mais non ! Ce que je leur explique : « *Moi, je suis un kebab traditionnel* », comme dans les années 1990, quand ça venait de s'installer à Paris. Je me focalise que sur ça. On est monoproduit, on veut montrer la qualité de notre produit et que le kebab traditionnel ne sera jamais démodé. Le berliner utilise de la viande surgelée – en général, pas tous – alors que j'utilise de la viande fraîche. J'achète du veau tous les jours, je reçois ma viande tous les jours, je suis livré tous les jours. C'est préparé aujourd'hui pour le lendemain. J'essaie en général de mariner ma viande 24 heures... c'est ce qui donne le goût. C'est le grand traditionnel, rien à voir avec les nouvelles générations.

**Propos recueillis par Jérémie Denoyer**





### 1 IMPORT Des beurres parfumés d'Italie

Brazzale, la plus ancienne entreprise laitière italienne, s'impose sur le marché français. Parmi les produits marquants de la gamme, le Burro Superiore, un beurre laitier de tradition au goût doux mais intense en bouche. Sa recette, une crème issue du lait frais, mûrie puis barattée, est inchangée depuis des générations. « Pour les professionnels, Burro Superiore est naturellement structuré, il n'a pas besoin d'être fractionné comme la plupart des beurres connus », assure Brazzale. Disponible en 125 g et 40 g, avec au choix différents parfums (demi-sel, romarin, agrumes de Sicile...).

Pavillons des produits laitiers



### 2 PREMIÈRE VRAIE CAMPAGNE La tomate Label Rouge débarque

2024 sera la première saison entière pour les tomates Label Rouge depuis l'obtention de leur distinction en juin 2023. Le Label garantit un niveau de qualité supérieure. Cultivées en sol ou sur substrat à partir du printemps et jusqu'au 31 octobre, elles sont produites sans lumière artificielle, dégustées tous les quinze jours par les agréeurs selon une méthode sensorielle. Quatre catégories sont reconnues : cerise vrac, cerise grappe, ronde grappe et allongée cœur. La production issue de 12 producteurs dont 7 en Lot-et-Garonne est encore confidentielle avec 100 tonnes attendues cette année.

Pavillons fruits et légumes

### 3 FRUITS La Bretagne passe au rouge

Prince de Bretagne annonce la création d'une filière fruits rouges. Une bonne nouvelle pour la souveraineté alimentaire alors que la majorité de ces produits consommés en France vient de l'étranger. Une dizaine de producteurs sont engagés dans cette filière et cultivent des myrtilles, des framboises. Ils s'appuient sur l'expertise, déjà ancienne des maraîchers bretons dans la production de fraises. Pour cette première année de commercialisation, Prince de Bretagne met en marché, de mi-mai à mi-septembre, 4 t de framboises et près de 22 t de myrtilles. La myrtille sera disponible tout le mois d'août.

Pavillons fruits et légumes

### 4 FRUITS L'IGP pour l'abricot des Baronnies

Cet abricot est cultivé sur les coteaux ensoleillés du Parc naturel régional des Baronnies provençales, dans la Drôme. La production remonte au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle et se développe tout au long du XX<sup>e</sup> siècle. L'abricot des Baronnies se distingue par son « blush » (surimpression rouge d'une face) et son taux de sucre (12 % au minimum). Le Syndicat de valorisation de l'abricot des Baronnies est constitué de 83 opérateurs : 50 producteurs d'abricots ; 3 opérateurs expéditeurs ; 30 producteurs expéditeurs. La zone IGP couvre 2 200 ha de vergers pour un potentiel de production de 8 000 t.

Pavillons des fruits et légumes

# La Formation à l'ENSMV se modernise

## Les bouchers à l'ère numérique

À l'issue d'une longue période de travaux, c'est l'École nationale supérieure des métiers de la viande (ENSMV) rénoverée de fond en comble qui accueillera à la rentrée prochaine jeunes apprentis et adultes en reconversion boulevard Soult (Paris 12<sup>e</sup>). L'enseignement aussi a été modernisé et fait de plus en plus appel aux technologies numériques.

**A** la rentrée 2024-2025, les élèves fréquentant l'École nationale supérieure des métiers de la viande (ENSMV), située boulevard Soult à Paris (12<sup>e</sup>), intégreront des locaux entièrement rénovés. « Nous engagerons, cet été, la dernière tranche du plan de rénovation lancé en 2018 », indique David Campagne, le directeur de cet établissement propriété de la Confédération de la boucherie (CFBCT) qui accueille des élèves de toute la France, principalement pour des formations en alternance certifiantes et diplômantes (CQP technicien boucher artisanal, CQP charcutier préparateur artisanal, BP boucher, etc.) et des stages de perfectionnement thématiques pour les bouchers et leurs salariés en activité. Avec l'École professionnelle de boucherie (EPB), qui accueille à côté les jeunes apprentis de Paris et d'Île-de-France, le « boulevard Soult » constitue ainsi un modèle en matière d'enseignement professionnel et technique, considéré comme une référence jusqu'en Argentine avec laquelle l'école a noué des relations ! L'ultime phase de travaux portera sur la réalisation d'une nouvelle façade. « Une devanture ultramoderne en verre qui signera en quelque sorte l'aboutissement du projet », précise celui qui a pris les rênes de l'ENSMV en 2019, désormais aux côtés du président Jean-Raymond Dumas. En six ans, l'école, qui se déploie sur sept étages et 3 800 m<sup>2</sup>, aura ainsi bénéficié d'un lifting complet, pour un budget de plus de 3 M€. « Tout aura été modernisé : les laboratoires, les salles de classe, les bureaux, les hébergements (30 chambres), le restaurant, sans compter la création d'une terrasse panoramique de 100 m<sup>2</sup> pour les réceptions », détaille le directeur.

La rénovation menée à l'initiative de la CFBCT a été guidée par la volonté d'accompagner le renouvellement des générations dans un métier alors vieillissant. « Pour attirer les vocations, il est important de disposer d'outils de formation adaptés aux nouvelles générations »,



© Photos : Bruno Carhian

Si, à l'ENSMV, le travail de la viande s'apprend toujours sur le billot, les technologies numériques ont fait leur entrée dans l'enseignement.

assure David Campagne. La profession a bien fait d'anticiper, la fréquentation de l'école est en développement auprès des jeunes mais aussi des personnes en reconversion. « 90 personnes en reconversion professionnelle démarrent un cycle chaque année », précise le directeur qui a dû créer une troisième session pour le brevet professionnel depuis deux ans. Au total, 3 000 personnes par an suivent les enseignements de l'école.

Mais il n'y a pas que les locaux de l'école qui prennent un coup de jeune. Les enseignements aussi connaissent un sérieux lifting. En effet, la Confédération a fait aboutir en 2023 avec l'Éducation nationale une réforme du CAP boucher le concentrant sur les fondamentaux techniques (désossage, parage, séparation des muscles...) et créé dans le même temps un nouveau diplôme permettant aux jeunes qui le souhaitent de développer leurs compétences en matière de vente et de conseil. « Ce certificat de spécialisation, accessible dès la fin du CAP boucher mais également à tout

moment du cursus de formation (Bac pro, BP...), sera au programme de l'école dès la rentrée 2024-2025 », déclare David Campagne.

### IMMERSION À 360°

Les cycles de formation se sont considérablement enrichis ces dernières années, s'adaptant à l'évolution des profils des postulants et des actifs. Pour se perfectionner dans la prise en main d'une entreprise de boucherie, un titre de manager d'unité marchande (niveau bac + 2) a vu le jour il y a quatre ans. Dans la foulée, une licence professionnelle « commerce distribution boucher manager », notamment destinée aux bouchers à la tête de plusieurs points de vente ou d'affaires importantes, a été créée. Enfin, pour accompagner la transmission des fonds de commerce, l'école propose depuis peu deux formations courtes « anticiper la session-transmission de sa boucherie » et « réussir son projet de création reprise d'une boucherie ». Mais ce sont sans doute les outils pédagogiques dont





L'apprentissage par la réalité virtuelle est promis à un grand avenir.



Lise Arbadji, formatrice et David Campagne, le directeur de l'ENSMV.

l'évolution est aujourd'hui la plus spectaculaire. « L'ENSMV s'intéresse depuis plusieurs années aux outils numériques et à la réalité virtuelle pour améliorer l'acquisition des pratiques professionnelles et attirer les nouvelles générations », indique Patrick Gimonet, directeur général des services de la CFBCT. « Les laboratoires et les salles de cours sont déjà équipés de tableaux numériques interactifs et nous avons intégré des formations immersives pour initier les étudiants aux argumentaires de vente. » Cet apprentissage, proposé depuis un an et demi, permet aux élèves de s'immerger à 360° dans une situation de la vie professionnelle à l'aide d'un casque de réalité virtuelle. « Concrètement, vous êtes confrontés à des situations qui permettent d'évaluer et de faire progresser vos techniques d'accueil et de vente », explique David Campagne. « Par exemple, l'un des scénarii vous met en présence d'un client qui vous demande un produit en particulier pour lequel vous êtes en rupture de stock et vous devez lui apporter la réponse la plus adaptée. » À terme, 17 mises en situation seront à disposition, du montage d'une vitrine à un entretien de recrutement.

#### DÉCOUPE VIRTUELLE

À partir de l'année prochaine, une série de programmes numériques tout aussi innovants sera progressivement mise à la disposition des enseignants et des étudiants. « Ces outils en cours de création s'inscrivent dans le cadre d'un projet de "campus digital des métiers de la viande" porté par la profession depuis plusieurs années et qui a été retenu par le plan de relance, dont l'un des volets proposait notamment de financer des actions de digitalisation de la formation, expose le directeur de l'ENSMV. La sélection de ce projet par les pouvoirs publics

va nous permettre de gagner dix ans dans la numérisation de nos formations. » Le « campus digital » s'articule autour d'une plateforme numérique de ressources pédagogiques qui sera mise à la disposition de l'ENSMV mais aussi de l'ensemble des CFA et de leurs élèves. Un levier important pour homogénéiser les enseignements. Le contenu, en partie disponible à partir de la rentrée, sera riche et varié. « On y retrouvera les cinq ouvrages pédagogiques "Ressources pour apprendre", qui détaillent les méthodes normalisées de découpe des principales espèces (bœuf, veau, agneau, porc, etc.) entièrement numérisés et digitalisés », précise David Campagne. En complément, 150 vidéos techniques seront mises en ligne sur la coupe, la découpe et le service filmé en trois angles de vues et commentées par le directeur pédagogique de l'école. Une autre initiative ambitieuse est la création de modules digitaux sur des compétences techniques propres aux métiers de la viande. Également accessibles à partir de casques de réalité virtuelle et développés en partenariat avec le centre technique ADIV à Clermont-Ferrand et le studio d'innovation digitale Evaveo, ils permettront aux apprentis de s'initier de façon ludique à la sécurité au travail, à l'affûtage-affilage des couteaux, au port des équipements de sécurité ou encore aux règles d'hygiène. Encore plus prometteur, un outil de découpe virtuelle, à l'aide d'une manette, devrait être déployé l'année prochaine. « Cela permettra aux élèves débutants de CAP ou en reconversion de s'initier à la gestuelle à accomplir pour séparer les muscles de la cuisse sans risquer de gâcher de viande ! », s'amuse le directeur de l'ENSMV. Une approche plus ludique sur laquelle David Campagne fonde beaucoup d'espoirs. « S'initier au métier non plus comme un élève mais comme

un gamer, c'est certainement plus attirant pour un jeune », estime-t-il. Une approche qui n'enlèvera rien au sérieux de l'enseignement au contraire. « Si nous attirons, c'est également parce que l'école s'appuie une équipe de professionnels aguerris dont plusieurs Meilleurs ouvriers de France », conclut le directeur.

**Bruno Carlhian**

## Des relations étroites avec Rungis

Les relations de l'ENSMV avec le MIN de Rungis sont étroites. « Le passage par Rungis fait partie de l'enseignement car le Marché s'intègre dans notre écosystème » précise David Campagne. Les stages Promojeunes, une initiative paritaire spécifique à la profession pour perfectionner la formation des apprentis, incluent ainsi régulièrement une journée de visite des pavillons du MIN de Rungis. Les grossistes et autres opérateurs du Marché sont également partenaires de l'École. « Nous avons des accords avec eux en vertu desquels ils nous fournissent les carcasses qui seront travaillées à façon par les apprenants et que nous leur restituons selon leurs besoins et leur cahier des charges technique très précis », commente David Campagne. Chaque année, 320 tonnes de viande sont travaillées à l'ENSMV.



# La Coopération agricole

## « Nous voulons reconquérir le cœur de gamme. »

**Dominique Chargé, président de la Coopération agricole, souhaite voir les coopératives jouer un rôle plus important dans l'approvisionnement de la restauration hors domicile.**

**Pour ce faire, il compte développer la concertation avec les marchés d'intérêt national et les grossistes.**



Dominique Chargé, président de la Coopération agricole.

**Rungis Actualités :** Pouvez-vous nous rappeler en quelques mots ce qu'est la Coopération agricole, la fédération que vous présidez, et ce que représentent les coopératives agricoles au sein de l'agriculture française ?

**Dominique Chargé :** La Coopération agricole, c'est la représentation fédérale de 2 100 entreprises coopératives dans toutes les filières et sur tous les territoires qui collectent 70 % de la production agricole française et transforment 40 % de l'agroalimentaire. La particularité de ces entreprises, qui appartiennent à des agriculteurs, c'est d'être liée à leurs territoires et de travailler exclusivement ou quasi exclusivement avec la production agricole française.

**RA :** De nombreuses entreprises coopératives sont représentées sur le Marché de Rungis, dans la quasi-totalité des secteurs (\*). Comment l'expliquez-vous ?

**D. C. :** Les entreprises coopératives se sont toujours impliquées dans le commerce, qu'il s'agisse du négoce de matières premières agricoles ou de la vente de produits alimentaires. Il est donc assez naturel que les coopératives s'intéressent au commerce traditionnel et à la restauration commerciale et collective qui sont desservis par les marchés de gros. D'abord parce que la restauration hors domicile est un marché en croissance ; et ensuite parce que les coopératives ont vocation à répondre à la demande de tous les marchés, pas seulement à celui de la grande distribution.

**RA :** Avez-vous noué des liens avec le Marché de Rungis ?

**D. C. :** Oui, depuis plusieurs années, notamment sur la question de l'accès aux produits coopératifs. Nous avons même tenu en septembre 2022 sur le MIN de Rungis un conseil



décentralisé à l'occasion duquel nous avons échangé avec le P-DG Stéphane Layani. Compte tenu de l'importance des marchés de gros dans l'approvisionnement alimentaire, il est important pour nous de mieux connaître leur fonctionnement, cela en vue d'établir des relations plus structurées sur le plan institutionnel mais aussi commercial. Il est important de connaître les attentes des opérateurs afin que les coopératives produisent ce que les marchés demandent, dans une logique de flux tiré.

**RA : Comment répondre à cette demande spécifique ?**

Les importations occupent une place importante dans l'approvisionnement de la restauration hors domicile. Nous voulons comprendre pourquoi, en dehors de la question – évidemment essentielle – du prix. N'y a-t-il pas des évolutions à effectuer en matière de qualité, de conformation, de cahier des charges, de saisonnalité en vue de répondre à cette demande ? Compte tenu de leurs capacités de production et d'organisation, les coopératives françaises doivent pouvoir répondre à ces enjeux d'approvisionnement et sont prêtes à adapter pour cela leurs structures.

**RA : Il reste la question du prix...**

**D. C. :** Évidemment. La crise agricole que nous vivons actuellement est notamment la conséquence d'une perte inquiétante de compétitivité. Lorsque l'inflation a commencé à se manifester en 2022, on a constaté une baisse des volumes achetés et une descente en gamme de la consommation. Cette situation a facilité l'entrée de produits d'importations dans des catégories que nous ne produisons plus et dont une partie ne respecte pas nos standards élevés de production. Nos poulaillers bio et labels, par exemple, se sont retrouvés vides alors même qu'on importait des poulets d'Ukraine. Le monde agricole n'a pas compris qu'on lui ait demandé d'assurer une transition écologique -qu'il souhaite par ailleurs- sans que celle-ci soit assumée par la société civile qui la réclame aussi. On se retrouve aujourd'hui avec un grand écart entre les exigences de la société et la réalité de l'agriculture qui l'approvisionne.

**RA : La montée en gamme de l'agriculture française n'était-elle pas souhaitable ?**

**D. C. :** Il y a une équivoque sur le discours prononcé par le président de la République à Rungis à l'issue des États-généraux de l'alimentation en 2017. Il y est effectivement question de montée en gamme de la production

## La coopération, poids lourd de l'agriculture française

Les coopératives agricoles occupent une place centrale dans la production agricole et dans l'agroalimentaire français.

Les **2 100 entreprises** coopératives implantées sur le territoire représentent un chiffre d'affaires de **104 Md€** consolidé et représentent **40 %** de l'agroalimentaire français. Les trois quarts des agriculteurs français adhèrent à au moins une coopérative. Une marque alimentaire sur trois est d'origine coopérative.

française. Mais certains l'ont interprétée comme étant réservée au haut de gamme, ce qui a abouti à une certaine forme de « vuïtonnisation » de notre alimentation et à un recul de l'agriculture française sur les marchés standard. Or la montée en gamme est bien nécessaire, mais elle doit être menée sur l'ensemble des catégories, y compris sur le cœur de gamme. C'est ce marché que nous, coopératives, entendons reconquérir. La production française a les moyens de se démarquer sur ce créneau central, par exemple dans les productions animales sur le moindre usage d'antibiotiques, les normes élevées de bien-être animal, etc. Les coopératives sont pleinement engagées dans ces transitions, dans lesquelles nous croyons. Mais cela doit être pleinement accompagné et assumé par les pouvoirs publics. Cela nécessite, par exemple, qu'on ne nous impose pas d'interdiction de traitements sans solution alternative ou que l'on nous permette de construire les bâtiments d'élevage adaptés. Les coopératives ont des projets de développement sur ce type de marchés qu'elles doivent pouvoir faire aboutir.

**RA : Concrètement, comment rattraper la perte de compétitivité et faire valoir la qualité française ?**

**D. C. :** Il faut d'urgence réduire le gap actuel en matière de coûts de production. La différence de coûts de production entre un poulet ukrainien et un poulet français certifié, c'est de 1 à 2. Pour un acheteur qui ne sait pas comment valoriser la production française, je comprends le dilemme. Mais on doit pouvoir ramener l'écart dans un facteur de 1,2 à

1,3 et à partir de là, justifier amplement la différence de prix entre un poulet élevé 34 jours en Ukraine et un autre certifié et élevé 56 jours en France apportant énormément de garanties d'élevage et d'abattage. Dans un autre ordre d'idées, les coopératives doivent être à même de produire de la viande bovine dans des catégories répondant aux attentes du marché de la restauration.

**RA : Que vous inspire précisément la difficulté des cantines de collectivités à répondre aux ambitions de la loi Egalim en matière d'achats bio et durable ?**

**D. C. :** Sur le principe, je ne suis pas opposé à l'objectif de 50 % de la valeur du repas fournie en produits bio, sous signes officiels et durables. Le problème, c'est qu'à budget constant, si vous consacrez 50 % de votre budget à ces produits, vous ne remplissez que 30 % de l'assiette et vous ouvrez un boulevard aux importations à bas prix sur les 70 % qui restent. Nous souhaitons donc qu'on puisse élargir le champ des produits éligibles à la catégorie « durables et de qualité » à des critères de production locale, par exemple en fonction de l'empreinte carbone. Nous soutenons l'idée d'une modification des règles de commande publique sur l'alimentation au niveau européen.

**RA : Quelles mesures seraient nécessaires pour relocaliser la production française ?**

**D. C. :** Il y a parfois une confusion entre l'origine locale ou régionale des productions -que nous défendons bien sûr- et la création de « circuits de proximité ». Il n'est pas nécessaire, pour favoriser la production locale, de recréer de toutes pièces des chaînes et des outils de transformation (abattoirs, légumeries, etc.), avec les risques de « déprofessionnalisation » qui y sont liés. Par leur organisation, les coopératives sont capables de garantir un approvisionnement local et des circuits de distribution professionnels sur pratiquement tout le territoire. En matière de proximité, l'important c'est l'origine du produit et le nombre réduit d'intermédiaires. À ce propos, des coopératives situées au nord de Paris planchent actuellement sur la possibilité d'accompagner le projet Agoralim en diversifiant la production de leurs adhérents.

**Propos recueillis par Bruno CARLHIAN**

(\*) Des coopératives sont représentées dans la quasi-totalité des secteurs du Marché de Rungis, des produits laitiers (Maîtres laitiers du Cotentin), à la viande (Arterris) en passant par le porc (Cooperil), la volaille (Agrial) ou encore les fruits et légumes (Fruidor, etc.)

★ POINTS FORTS

100 % électrique  
Trois capacités de batterie  
À partir de 58 160 € HT

Trois capacités de batterie  
et deux puissances moteur,  
au choix selon les usages.

# Mercedes

## Le eSprinter voit grand !

Le nouveau Mercedes eSprinter, le grand fourgon électrique de la marque, voit les choses en grand. Son offre, désormais très large, s'adapte aux besoins de tous les professionnels.

**L**a nouvelle génération du Mercedes eSprinter progresse à tous les niveaux : carrosseries, batteries, puissances, finition, tout s'enrichit pour permettre à ce grand fourgon électrique d'offrir une large gamme. Déjà, ce Sprinter devient une propulsion, le moteur électrique étant placé sur l'essieu arrière. Cette implantation élargit grandement l'offre, permettant de proposer ce Mercedes en fourgon mais aussi en châssis, simple et double cabine, avec toutes les transformations et aménagements que cela sous-entend. Pour les fourgons, deux longueurs sont au menu, L2 et L3. Le premier sur un empattement de 3,66 m mesure 6,10 m de long et le second sur un empattement de 4,32 m flirte avec les 7 m. Le petit est proposé avec le toit bas ou surélevé, le grand uniquement en toit surélevé. Les volumes utiles sont de 9 m<sup>3</sup> pour L2H1, de 10,5 m<sup>3</sup> en L2H2 et de 14 m<sup>3</sup> pour le L3H2. Du nouveau aussi du côté des batteries avec trois tailles disponibles d'une capacité utile de 56 kWh, 81 kWh ou 113 kWh. La petite batterie est disponible sur les deux empattements et en 3,5 et 3,88 tonnes de PTAC. L'autonomie est d'environ 200 km avec le 3,5 tonnes et de 220 km avec le 3,88 tonnes. La batterie de 81 kWh est également proposée sur les deux empattements et en 3,5 et 4,15 tonnes de PTAC. L'autonomie peut aller jusqu'à 329 km. La batterie d'une capacité de 113 kWh apporte jusqu'à 478 km d'autonomie en cycle WLTP et même 536 km en cycle urbain. Ces performances sont accessibles uniquement avec le eSprinter de 4,25 tonnes de PTAC. Comme pour le 4,15 tonnes, ce Sprinter est donc un poids lourd qui peut être conduit avec le permis B, le poids des batteries se

déduisant de la masse pour passer sous les 3,5 tonnes. La vitesse est toujours limitée à 90 km/h pour les versions lourdes.

### JUSQU'À 204 CHEVAUX

Le moteur électrique est proposé avec deux puissances de 100 ou 150 kW, soit environ 136 ou 204 chevaux. Pour recharger ce eSprinter, c'est au choix courant alternatif ou continu. Le chargeur embarqué à une puissance maximale de 11 kW et il faut alors 5 h 30 pour faire le plein de la 56 kWh et 11 h pour la 113 kWh. Le Sprinter peut aussi être chargé jusqu'à 115 kW avec une recharge rapide en courant continu.

Le eSprinter est disponible avec deux niveaux de finitions, Pro et Select. Le système MBUX de dernière génération, et son écran de 26 cm (10,25 pouces), est disponible de série sur tous les modèles.

Dès le premier niveau, le eSprinter est doté du volant multifonction, du siège conducteur chauffant, de la climatisation, des rétroviseurs électriques chauffants et rabattables, de la caméra de recul, d'un marchepied à l'arrière et de plusieurs aides à la conduite, comme le freinage d'urgence, l'aide au maintien dans la voie, l'assistant d'angle mort, l'alerte de somnolence et l'assistant de vitesse intelligent avec régulateur de vitesse. Le niveau Select accueille, en plus des équipements du niveau Pro, le volant en cuir, le siège conducteur confort avec accoudoir, les phares LED ou le tour de calandre couleur carrosserie. Côté prix, le Mercedes eSprinter est commercialisé à partir de 58 160 € HT pour le eSprinter 314 PRO empattement 37.

Richard Pizzol



# Ford Transit Connect

## La première fourgonnette PHEV!

**Le nouveau Ford Transit Connect arrive sur le marché avec une proposition originale : une motorisation hybride rechargeable PHEV. À la clé, 110 km d'autonomie électrique.**

Le nouveau Ford Transit Connect n'est pas tout à fait une nouveauté : il n'est autre que le Volkswagen Caddy rebadgé, en vertu des accords passés entre les deux constructeurs. Du Caddy, le Connect reprend tout : la ligne, les capacités utilitaires et les motorisations Diesel. Mais le nouveau Ford Transit Connect présente la particularité d'être proposé avec une motorisation hybride rechargeable (PHEV). C'est unique sur le marché des fourgonnettes. Le moteur essence



Le Ford Transit Connect est la première fourgonnette dotée d'une motorisation hybride rechargeable.

de 1,5 litre de cylindrée est jumelé à un moteur électrique, l'ensemble développant une puissance de 150 chevaux et un couple de 350 Nm. Ce Connect est équipé d'une boîte de vitesses automatique à double embrayage à six

rapports. L'intérêt principal de cette offre est le rayon d'action : selon le constructeur, le Transit Connect PHEV peut atteindre 110 km d'autonomie en mode électrique. La batterie se recharge en courant alternatif via le

chargeur embarqué de 11 kW ou en courant continu jusqu'à 50 kW. Ce nouveau Transit Connect est également proposé avec des motorisations Diesel, en l'occurrence un 2 litres de 102 ou 122 chevaux. Les deux sont associées à une boîte de vitesses manuelle à six rapports, mais le 122 chevaux peut aussi recevoir une boîte de vitesses à double embrayage. Une transmission intégrale sera également disponible sur ce modèle.

Le Transit Connect existe en deux longueurs, 4,50 m pour le L1 et 4,85 m pour le L2. Sur le premier, le volume utile est de 3,1 m<sup>3</sup> ; il est de 3,7 m<sup>3</sup> sur le second. La charge utile atteint 820 kg en Diesel et 770 kg en PHEV. La capacité de remorquage est de 1 400 kg en PHEV et 1 500 kg en Diesel.

**R. P.**

# Volkswagen

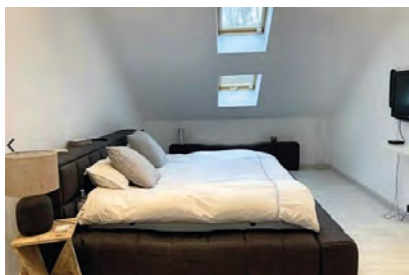
## Le nouveau Crafter en approche



Nouvelle planche de bord, nouvelle instrumentation et nouveau volant pour le Crafter version 2024.

Le nouveau Volkswagen Crafter, le grand fourgon de la marque, garde sa ligne mais évolue à bord. Il est désormais équipé de série d'un ensemble d'instruments numériques, dénommé Digital Cockpit. Le Crafter se dote d'une nouvelle planche de bord accueillant en son centre un écran de 10,3 pouces ou de 12,9 pouces en option, basé sur le nouveau système d'infodivertissement modulaire (MIB). Il sera également équipé d'un nouveau système de commande vocale en ligne, pouvant intégrer ChatGPT en option. Le Crafter 2024 reçoit aussi un nouveau volant multifonction et une station de charge par induction. Pour se conformer aux nouvelles normes GSR2, le Crafter se dote de série de nombreuses aides à la conduite comme le système de freinage d'urgence avec détection des cyclistes et des piétons, l'aide au maintien dans la voie, l'affichage de la signalisation routière, le limiteur de vitesse et le radar de recul avec signal sonore. Volkswagen va même un peu plus loin en proposant en option le système de conduite semi-autonome Travel Assist.

**FONDS DE COMMERCE**



**MAISON A VENDRE**

Idéal pour les commerçants

Maison de 230m2 sur terrain de 2300m2  
avec dépôt de 150m2

Pièces : 4 chambres, 3 salle de bain,  
1 bureau, cuisine équipée(38m2),  
salon(50m2)  
avec cheminée

Les plus de ce bien : Piscine + climatisa-  
tion réversible dans toute la maison

Localisation : Situé à 8min de Milly la  
foret, 15 min de l'A6, 40 min de Rungis

Prix : 589 000€

Tél : 06.62.67.60.50

**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  
40places 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. **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

**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  
40places 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

**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**

**VENDS MAISON AUVERGNATE  
de 71 m²**

Située dans le Cantal à 7 km d'Aurillac

Notre site [www.gite-cantal-houx.fr](http://www.gite-cantal-houx.fr)  
est disponible

Contact au 06 86 95 76 58





**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**

**SALERS,**

FDC Crêperie

Bar Restaurant Licence IV

Emplacement privilégié fort

potentiel touristique

Forte activité et très bonne

rentabilité

Prix : 238,5 K€ FAI

Honoraires 6% TTC inclus

Jean Combes Immo Entreprise :

**Tél 06 86 06 18 46**

**DEMANDE D'EMPLOI**



**Société J.H.**

**Grossiste en fruits et légumes  
sur le MIN de Rungis**

**RECHERCHE UN VENDEUR  
POUR RENFORCER SON ACTIVITE**

Vos missions :

- Accueil et conseils clients
- Négociations des tarifs (sur le fruits et légumes) et ventes
- Fidélisation de la clientèle
- Gestion des stocks
- Veille concurrentielle

Profil: Vous aimez le secteur agroalimentaire, vous avez idéalement une connaissance des produits, et/ou une forte appétence pour le secteur de la vente.

Nous vous offrons :

- CDI
- Salaire : selon profil + TR
- Activité du lundi au samedi (très tôt le matin)

Merci d'adresser votre candidature à

**compta2@jh-rungis.fr**

**PARTICULIER À PARTICULIER**

**A LOUER**

local de 40M<sup>2</sup> 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**



Vends pavillon sur un terrain de 936m2  
maison parfaite pour les artisans labo-  
ratoire alimentaire, 2 chambres froides  
en sous-sol 2 garages dont 1 adapté aux  
camions avec 4 chambres, 2 salles d'eau,  
1 cuisine équipée et une véranda pour  
une surface habitable de 140m<sup>2</sup> proches  
toutes commodités à 15 minute du  
marché international de Rungis

**Contact 06 98 41 56 99**

**OFFRE D'EMPLOI**

Recherche secrétaire - CDI-  
autonome- rigueur-connaissance  
comptable-outils sage apprécie-  
horaire matinale 35 h -  
remuneration selon profil -  
envoyer cv + lettre de motivation  
mail : [aidpfl@gmail.com](mailto:aidpfl@gmail.com)

POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONTACTEZ

**NAÏMA MAZURIER AU 01 42 36 56 74**

OU ENVOYEZ UN E-MAIL À :

[n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr](mailto:n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr)

# Exigez l'excellence des Viandes Britanniques



FRAÎCHEUR  
TENDRETÉ

SAVEUR  
JUTOSITÉ





Création Paragramme - Crédit photo © Gilles Hirgorom

AHDB

[lesgentlemenleveurs.fr](http://lesgentlemenleveurs.fr)



gentlemen.eleveurs   
Gentlemen Eleveurs   
Gentlemen Eleveurs 