

REPORTAGE

Les Aldudes, une vallée
basque gastronomique

OUI CHEF!

Charles Soussin,
le chef globe-trotter

DIGITAL & INNOVATION

Digital Foodlab, les défis
de la « foodtech »

RUNGIS

actualités

Depuis 1969

N° 804-805 – septembre-octobre 2024 – 1,50 €



DOSSIER

**Des produits frais
et durables
dans les cantines**

29 & 30
Sept. 2024

**NOVAFLEUR**

**PALAIS DES CONGRÈS
TOURS**

**COUPE DE FRANCE
DES FLEURISTES**

**FINALE DE LA
COUPE OASIS®**

**CONCOURS
INNOVAFLEUR**

**TOURS
ÉVÉNEMENTS**

**VILLE DE
TOURS**

**Tours
métropole**

**CLUB
FOURNISSEURS
FLEURISTES**

**Fédération Française des
ARTISANS
FLEURISTES**

**Chérie
FM**

Plus de renseignements
sur novafleur.fr





Dossier Collectivités, des produits frais et durables dans les cantines

18



Oui, chef !
Charles Soussin

28



Reportage La vallée des Aldudes, capitale de la gastronomie basque

30



42

Nouveaux marchés
Le sandwich, deux morceaux de pain pour un grand moment de plaisir



44

Digital & innovation
Digital Foodlab, la « foodtech » face à de nouveaux défis



46

Focus Île-de-France, l'agroalimentaire francilien entre tradition et innovation

RUNGIS actualités

N° 804-805 – septembre-octobre 2024

au sommaire

L'édito

5 de JérémY Denoyer

Sur le vif

6 Actualités
14 Instantanés
16 Toulouse-
Le Grand Marché

Dossier

18 Collectivités, des produits frais et durables dans les cantines

Ensemble

24 Opérateur
25 Producteur
26 Acheteur
28 **Oui, chef !**
Charles Soussin

Reportage

30 La vallée des Aldudes, capitale de la gastronomie basque

Tendances du marché

36 Produits de saison

- La figue
- Le sanglier
- L'échalote

40 Un produit en chiffres

L'horticulture
41 Nouveautés
42 Nouveaux marchés
Le sandwich, deux morceaux de pain pour un grand moment de plaisir

44 Digital & innovation

Digital Foodlab, la « foodtech » face à de nouveaux défis
46 Focus
Île-de-France, l'agroalimentaire francilien entre tradition et innovation

Véhicules utilitaires

48 • Le Master, maître des grands fourgons
• Toyota complète sa gamme d'utilitaires
• Ford E-Transit : encore plus loin !

Petites annonces

50
Fonds de commerce
Offre d'emploi
Demande d'emploi

« Ma retraite ? Pourquoi y penser maintenant ? »

Marc, Boulanger.

2024 - Crédits photo : © SHUTTERSTOCK / ADOBE STOCK - Conception : ADFM

Justement, plus tôt vous vous y intéressez, mieux vous pouvez compenser la baisse de revenus au moment de partir à la retraite. Avec le Plan d'Épargne Retraite de Médicis, vous épargnez à votre rythme 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



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

Julia Castaing

Jean-Michel Déhais

Marceau Devide-Perrot

Élisa Hendrickx

Victoria Mbele

Richard Pizzol

Photo de couverture :

© Pexels-Yankrukuv

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 :

Naima Mazurier

n.mazurier@aucoeurdesvilles.fr

ABONNEMENT

Au Cœur des Villes

16, rue Saint-Fiacre

75002 Paris

Tél. : 33 (0)1 42 36 70 64

E-mail : abonnement@

aucoeurdesvilles.fr

Périodicité : 11 numéros par an

Prix de vente au numéro : 1,50 €

Abonnement :

Abonnement « Intégral » 2 ans

(papier + mobilité) :

France : 31 € TTC

Union européenne : 41 € TTC

Reste du monde : 51 € TTC

Rungis Actualités est publié

par Au Cœur des Villes

Société par actions simplifiée

au capital de 64 541 euros

RCS n° 825 299 068 RCS Paris

Direction

Président : **Nelson Burton**

Secrétaire de direction : **Anne Caro**

Dépôt légal : à parution

N° Commission paritaire :

1024 T 82406

Impression :

ILD-Imprimerie Léonce-Deprez

ZAC Artois Pôle

Allée de Belgique

62128 Wancourt

Tél. : 33 (0)3 21 52 96 20

Certifié PEFC 70 %

N° COC : BVC/CDC/1969087

Rungis Actualités décline toute

responsabilité pour les documents

qui lui sont envoyés.

Les manuscrits non insérés

ne sont pas rendus.

Infographies : tous droits réservés

Copyright : *Rungis Actualités*

Ce magazine comprend un encart jeté,
recto verso, format 100 mm x 210 mm
pour le Salon SIAL, présent pour une partie
de la diffusion.



L'édito

de Jérémy Denoyer

Faire toujours mieux pour nos écoles

Si les produits proposés en restauration collective ne répondent pas encore aux points fixés par la loi Egalim, le taux d'approvisionnement en produits durables et de qualité est en progression sensible par rapport à 2022. La marche reste encore haute, mais l'ensemble des acteurs impliqués pour nourrir nos élèves trouvent progressivement des solutions pour répondre à l'un des principaux objectifs de cette loi : favoriser une alimentation saine, sûre et durable pour tous... particulièrement en restauration collective. Celle-ci a « *un rôle majeur à jouer dans la réduction des inégalités, avec notamment une capacité à donner accès à une offre alimentaire de bonne qualité nutritionnelle* », avait alors soutenu Stéphane Travert, ancien ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation.

Ainsi, depuis le 1^{er} janvier 2022, la loi Egalim prévoit qu'au moins 50 % des produits de la restauration collective (établissements scolaires,

médico-sociaux, d'entreprises, etc.) soient durables et de qualité. Or, « *le compte n'y est pas* », a confirmé Marc Fesneau, ministre de l'Agriculture démissionnaire, en avril 2024, lors de la Conférence des solutions de la restauration collective.

En effet, selon le dernier bilan établi par le ministère sur l'année 2023, le taux d'approvisionnement en produits durables et de qualité est estimé entre 27,5 % et 29 %. Si certains critères, comme l'origine France de la viande ou la certification des produits de la mer (bio, pêche durable, labels MSC...), se rapprochent des objectifs de la loi, la dynamique doit s'amplifier. Si le réseau des Projets alimentaires territoriaux (PAT) s'est bien développé ces dernières années, une meilleure qualité de produits dans nos cantines restera tributaire de choix politiques forts. Auxquels devront être associés les filières agricoles, les grandes entreprises du secteur et bien évidemment les MIN et leurs écosystèmes.

L'image du mois



Grand amateur de produits frais et de proximité, Nicolas Sale, ancien chef étoilé des deux restaurants gastronomiques du Ritz Paris et « chef de l'année 2017 », a annoncé l'ouverture imminente d'À la Source, situé avenue de Bourgogne sur le MIN de Rungis. Le chef va y déployer une cantine de partage bistrannique de 130 couverts associée à une petite table gastronomique.

COMMERCES DE BOUCHE

Les boulangeries-pâtisseries, levain du lien social

La Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie française (CNBPF) a organisé récemment une grande consultation auprès des Français.

Plus de 35 000 boulangeries partout en France, 12 millions de consommateurs chaque jour et 6 milliards de baguettes achetées par an : les boulangeries-pâtisseries sont au cœur de la vie quotidienne des Français. « *De la sélection des matières premières à la vente de leurs produits, les artisans boulangers-pâtisseries tissent un lien de confiance avec la filière blé farine pain (meuniers, levuriers...), leurs employés et leur clientèle, en occupant une place particulière dans le quotidien des citoyens* », écrit la Confédération. Mais comme pour tous les métiers, les boulangers-pâtisseries doivent évoluer en permanence. Pour continuer d'adapter les boulangeries-pâtisseries aux nouveaux besoins et aux nouvelles attentes des consommateurs, la Confédération a lancé, au printemps dernier, une grande consultation citoyenne*. « *En lançant la plus grande consultation jamais réalisée auprès du grand public et des professionnels dans notre secteur, notre Confédération a ouvert un dialogue essentiel et profond sur tous les enjeux de société, qu'ils soient économiques, sociaux ou environnementaux* », se félicite Dominique Anract, président de la CNBPF.

Les résultats de cette consultation ont décidé la Confédération d'orienter son action vers quatre grands thèmes pour répondre aux attentes des consommateurs et des boulangers.

En premier lieu, la profession s'engage à agir pour plus de transparence. Plébiscitée par les répondants, la transparence émerge comme la



© F. Veigas

demande forte de cette grande consultation. Elle est la condition essentielle pour établir et renforcer le lien de confiance entre le consommateur et l'artisan. Le consommateur souhaite vivement pouvoir identifier, dans un magasin un produit « *fait maison* ». Il souhaite aussi obtenir davantage d'informations sur les matières premières utilisées. Le boulanger est aussi demandeur de tout ce qui peut renforcer l'information du consommateur. Cela permet de mieux valoriser les pratiques vertueuses. Pour répondre à ce besoin, la Confédération peut s'appuyer sur la marque « *Boulangier de France* ». Mise en place en 2020, cette démarche impose le respect d'une charte de qualité en matière de fabrication artisanale, d'hygiène, d'accueil, d'accessibilité et de responsabilité sociétale. La CNBPF entend poursuivre ses actions de communication pour renforcer la visibilité de cette démarche auprès du grand public et encourager davantage de boulangers à s'engager dans cette charte de qualité.

Deuxième grande action mise en avant : pérenniser la profession. La consultation a permis d'identifier les pistes de travail pour faciliter la transmission du métier et le renouvellement des générations. Cela passe par une meilleure

attractivité de la formation en apprentissage. 29 029 postes sont à pourvoir dans les boulangeries-pâtisseries en France (16 056 pâtisseries, 9 745 boulangers et 2 778 vendeurs) : la valorisation de la profession auprès des plus jeunes est donc un véritable défi à relever. L'allègement des coûts et de la fiscalité qui pèsent sur les boulangeries est aussi des leviers à activer pour assurer l'avenir de la profession. Le secteur décide également de s'impliquer davantage afin de renforcer le lien social. « *Bien plus qu'un simple lieu de commerce, la boulangerie est aujourd'hui, en ville comme en zone rurale, un vecteur de lien social où le boulanger et ses équipes ont tissé une véritable relation de confiance, d'écoute et de partage avec chaque client* », constate la Confédération. Dans certains villages, elle est parfois le dernier commerce, le lieu de convergences où les liens se nouent et se renforcent entre les habitants. Enfin, la Confédération veut agir pour le quotidien du boulanger. C'est le quatrième et dernier grand enseignement de la consultation : le besoin de rapprocher toujours plus consommateurs et artisans est clairement exprimé. Tout le monde pense connaître la profession de boulanger, mais peu de personnes prennent la mesure de son quotidien en réalité. D'où l'importance de l'organisation d'événements comme la Fête du Pain. L'édition 2023 de la Fête du Pain était intitulé « *La boulangerie ouvre ses portes* ».

La CNBPF souhaite aller plus loin en proposant de nouvelles initiatives pour renforcer la pédagogie autour du quotidien des boulangers-pâtisseries.

Olivier Masbou

* « Grande consultation pour des boulangeries encore meilleures pour tous demain », réalisée par Make.Org pour la CNBPF.

EN CHIFFRES

« *De la sélection des matières premières à la vente de leurs produits, les artisans boulangers-pâtisseries tissent un lien de confiance avec la filière blé farine pain (meuniers, levuriers...), leurs employés et leur clientèle, en occupant une place particulière dans le quotidien des citoyens.* »

35 000

boulangers-pâtisseries
en France

12 millions

de consommateurs
chaque jour

6 milliards

de baguettes achetées
par an

FRUITS ET LÉGUMES

C'est le moment de l'ail français

L'Association nationale interprofessionnelle de l'ail (Aniaïl) a procédé au lancement de la campagne de l'ail français le 10 septembre sur le Marché de Rungis. Les opérateurs de la filière ail ont été accueillis par Dominique Batani, directeur du Marché. Il a présenté le Marché de Rungis et a insisté sur les qualités des opérateurs qui font « *un métier de passion* ». « *La présence de l'ail à Rungis s'est améliorée* a reconnu Christiane Pieters, présidente de l'Aniaïl. *Il y avait du progrès à faire et il a été fait.* » Les participants ont ensuite fait le bilan de la campagne écoulée. La filière ail rassemble 2 500 à 3 000 producteurs pour 3 560 ha récoltés. La récolte s'est élevée à 29 300 tonnes en 2023. Elle devrait être sensiblement la même en 2024 malgré un printemps pluvieux qui a retardé les semis. L'Occitanie est de loin la première région de production (2 240 ha), devant Auvergne-Rhône-Alpes (509 ha, dont près de 400 rien que pour le département de la Drôme), Nouvelle-Aquitaine (279 ha), Provence-Alpes-Côte d'Azur (255 ha) et les Hauts-de-France (185 ha). La production française n'est pas autosuffisante, et le secteur a recours à l'importation pour un volume total de 27 787 tonnes en 2023 (stable). Le principal fournisseur du marché français est l'Espagne (16 766 tonnes), devant la Chine (6 541 tonnes, mais principalement destinées à la déshydratation), et l'Argentine (1 500 tonnes, uniquement en contre-saison, de mars à juillet). Il y a aussi un courant vers l'exportation, uniquement en Europe, pour un volume moyen de 10 000 tonnes par an. Une des particularités de l'ail français est son lien très fort au terroir. Un lien qui est reconnu par de nombreux signes d'origines. On en compte cinq à ce jour : une AOP (Ail violet de Cadours)



« La présence de l'ail à Rungis s'est améliorée », s'est félicitée Christiane Pieters, présidente de l'Aniaïl en présence de Dominique Batani, directeur du Marché.

et 4 IGP (Ail blanc de Lomagne, Ail de la Drôme, Ail rose de Lautrec – qui bénéficie également d'un Label Rouge – et Ail fumé d'Arleux). Par ailleurs, deux autres IGP sont en cours de reconnaissance : Ail d'Auvergne et Ail de Piolenc. L'ail français est réclamé par les consommateurs. L'Aniaïl a mis en place, en 2015, un signe de reconnaissance « Mon ail français », dont les opérateurs (grossistes, détaillants et distributeurs) aiment s'emparer pour les mises en avant des Foires à l'ail, un rendez-vous attendu.

ÉDUCATION

L'attractivité de l'enseignement agricole se confirme

Le 2 septembre, c'était jour de rentrée pour l'enseignement agricole. L'occasion pour le ministère de l'Agriculture de faire le point sur cet enseignement dont l'attractivité se confirme chaque année davantage.

Pour cette rentrée 2024, 802 établissements et 17 écoles d'enseignement supérieur agricoles ont accueilli 215 000 élèves et étudiants. Des effectifs en hausse cette année encore. L'enseignement agricole propose une grande diversité de formations, dès la classe de 4^e et jusqu'aux diplômes d'ingénieur et de vétérinaire. Il prépare à des métiers dans de nombreux domaines : filières agricoles et agroalimentaires, filière forêt bois, métiers liés à la préservation et à la mise en valeur des milieux naturels, entretien et création d'aménagements paysagers, services aux personnes ou à la petite enfance en milieu rural, services dans les territoires (tourisme, animation, communication, commerce et vente)... L'ensemble de ces filières



En 2024, 802 établissements et 17 écoles d'enseignement supérieur agricoles ont accueilli 215 000 élèves et étudiants.

d'excellence obtient des taux d'insertion professionnelle records. Le taux net d'emploi des élèves trois ans après l'obtention du diplôme est de 80,7 % pour les titulaires d'un CAPA et de 95 % pour les étudiants en BTS. Nouveauté pour cette rentrée 2024 : des classes

passerelles pour les diplômés de BTS sont ouvertes afin de leur permettre de poursuivre leurs études dans des écoles d'ingénieurs. Autre facteur de réussite de l'enseignement agricole : l'internat. Près de 60 % des étudiants résident dans leur établissement tout au long de l'année. Encadrés par des équipes éducatives, les élèves se consacrent davantage à leurs études.

« La rentrée 2024 de l'enseignement agricole est placée sous le signe des grands enjeux d'avenir, écrit Benoît Bonaimé, directeur général de l'enseignement et de la recherche au ministère de l'Agriculture. Le premier grand enjeu est de faire partager à tous les apprenants, dans leur diversité, les valeurs de la République et de garantir, en tout lieu et en tout temps, le respect des principes généraux de l'éducation. Le second : assurer le renouvellement des générations d'actifs en agriculture et préparer chacune et chacun à relever le défi des transitions agro-écologique et climatique. »

PRODUITS LAITIERS

Pascal Le Brun, élu président du Cniel



Pascal Le Brun est le nouveau président du Cniel (Centre national interprofessionnel de l'économie laitière), l'interprofession du lait de vache. Il succède à Thierry Roquefeuil qui a occupé cette fonction durant 11 ans. À 56 ans, Pascal Le Brun est producteur coopérateur de lait dans le Calvados, en GAEC avec son fils. Il est président de la branche lait de la coopérative Agrial (dont il est également vice-président). Il est aussi président de la coopération laitière.

Pascal Le Brun préside le Cniel, aux côtés de Marie-Andrée Luherne, présidente déléguée, avec quatre vice-présidents : Yohann Barbe pour le collège des producteurs et trésorier du Cniel ; Luc Verhaeghe pour le collège des coopératives laitières ; François-Xavier Huard pour le collège des industries privées ; Marc Delage pour le collège du commerce, de la distribution, et de la restauration. « L'interprofession est une source de stabilité pour le collectif. Le Cniel est un formidable outil pour identifier et conduire les évolutions nécessaires à notre filière, qu'ils s'agissent d'enjeux économiques et sociétaux », a déclaré Pascal Le Brun après son élection.

FILIÈRE POMME DE TERRE

Joanny Dussurgey, élu président du CNIPT



Joanny Dussurgey, directeur de Select UP, entreprise familiale de commercialisation de pommes de terre pour la France et l'export, est le nouveau président du Comité national interprofessionnel de la pomme de terre (CNIPT). Il succède à Francisco Moya. Présidente de la Coopérative agricole de Noirmoutier, Jessica Tessier est la nouvelle trésorière. Le vice-président, Antoine Peenaert, et le secrétaire, Dominique Père, sont renouvelés dans leurs mandats. « En acceptant la fonction

de président de l'interprofession, j'espère apporter un nouvel élan. La charge principale d'un président est, selon moi, d'être à l'écoute de tous, de fédérer. J'espère pouvoir créer des espaces de dialogues et de débats où les visions de l'interprofession seront portées par tous, sans restriction ou exclusion. Chacun a le droit de défendre la pomme de terre française et son métier au sein de l'interprofession que nous avons la chance d'avoir. Le respect du collectif y est indispensable. Il sera ma priorité. Mon objectif est de rassembler, d'écouter, de faire écouter pour que les décisions prises par le CNIPT soient éclairées », a déclaré Joanny Dussurgey après son élection.

VOLAILLES DE CHAIR

Jean-Michel Schaeffer, réélu à la présidence d'Anvol



Agriculteur en Alsace, président de la Confédération française de l'aviculture (CFA), Jean-Michel Schaeffer a été réélu à la présidence de l'Interprofession des volailles de chair (Anvol). L'ensemble du bureau a été réélu à ses côtés. « Avec Anvol, nous allons continuer à tout mettre en

œuvre pour lutter contre les importations et préserver notre modèle de diversité unique en son genre. Nous avons, en effet, la particularité en France d'élever des poulets, bien sûr, mais aussi des dindes, des pintades, des canards, des oies, des cailles, des pigeons et des coquelets », a expliqué le président.

L'Anvol réunit 20 organisations représentatives de l'ensemble des maillons de la filière de la volaille de chair : depuis l'écoulement jusqu'à la distribution et la restauration. La filière volaille de chair représente environ 100 000 emplois en France, dont 34 000 dans les élevages, pour un chiffre d'affaires d'environ 6,8 milliards d'euros en sortie abattoirs.

CONFÉDÉRATION DES GROSSISTES DE FRANCE

Stéphane Antiglio succède à Philippe Barbier



Stéphane Antiglio a été élu, le 20 juin, président de la Confédération des grossistes de France. Il est président de PHE - Parts Holding Europe, un leader de la distribution indépendante de pièces détachées pour véhicules légers et poids lourds en Europe de l'Ouest. Il est également administrateur de la FEDA (Fédération de la distribution automobile), une fédération membre de la CGF. Stéphane Antiglio succède à Philippe Barbier, ancien P-DG du Groupe Pomona, élu pour la première fois en 2018 et réélu en 2021. « Je tiens à saluer l'action de

Philippe Barbier pendant ses six années de présidence, qui a été cruciale pour asseoir la visibilité et la crédibilité de notre Confédération. La CGF est désormais un acteur reconnu des pouvoirs publics et autres parties prenantes en tant que représentant incontournable du commerce de gros dans toute sa diversité. Avec une équipe stable et renouvelée, j'entends amplifier notre ambition pour montrer la contribution et les engagements des entreprises du commerce de gros dans les grands défis économiques, environnementaux, de l'emploi et de la formation ainsi que sociétaux auxquels nous faisons tous face », a déclaré Stéphane Antiglio. La CGF regroupe 30 fédérations professionnelles de grossistes. Elle représente 160 000 entreprises partout en France (dont 95 % de PME) qui emploient près d'un million de salariés et génèrent plus de 900 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Prévoyance, santé : professionnel, êtes-vous sûr d'être bien couvert ?



70% DES TRAVAILLEURS NON SALARIÉS déclarent se sentir mal protégés par le régime obligatoire⁽¹⁾

En tant que travailleur non salarié⁽²⁾, votre activité prime souvent sur votre santé.

Pourtant, si vous ne pouvez plus exercer votre activité, même temporairement, c'est l'équilibre financier et le niveau de vie de toute votre famille qui sont menacés.

Il est donc important de vous protéger avec des assurances de prévoyance et de santé.

Avec les solutions proposées par SG⁽³⁾ pour les PROS, vous pouvez déduire de votre revenu imposable les cotisations versées au titre de la loi Madelin⁽⁴⁾ et bénéficier de contrats récompensés par la presse⁽⁵⁾.



PRENDRE SOIN DE SA SANTÉ

Certes, les indépendants sont dorénavant aussi bien couverts que les salariés concernant les frais de santé.

Néanmoins, le reste à charge est de plus en plus important pour les patients sur les différentes dépenses de santé.

Il est crucial de disposer d'une bonne complémentaire santé pour diminuer votre reste à charge.

AVEC LA COMPLÉMENTAIRE SANTÉ SOCIÉTÉ GÉNÉRALE⁽⁶⁾ DÉDIÉE AUX PROFESSIONNELS⁽²⁾

vous réduisez, voire supprimez, le reste à charge lié à vos frais de santé, notamment **dentaires** (jusqu'à 2 000 € remboursés par an⁽⁷⁾) ou **optiques** (jusqu'à 800 €⁽⁷⁾).

Avec le forfait **Prévention et Confort** vous pouvez bénéficier jusqu'à 450 €/an pour couvrir vos dépenses de prévention non remboursée, médecine alternative et automédication⁽⁷⁾.

Des services d'assistance personnalisés sont disponibles pour vous accompagner en toute circonstance⁽⁷⁾.

SE PROTÉGER EN CAS D'ARRÊT DE TRAVAIL OU DE DÉCÈS

En cas d'arrêt de travail à la suite d'un accident ou d'une maladie, **les indemnités journalières versées par la Sécurité sociale des indépendants atteignent à peine 50 % de vos revenus habituels...** et ce, après un délai de carence de trois jours.

De même, en cas de décès ou d'invalidité, les montants de prestations varient en fonction de la caisse de prévoyance et peuvent ne pas suffire à protéger vos proches.

AVEC LE CONTRAT DE PRÉVOYANCE GÉNÉPRO, VOUS CONTRIBUEZ À MAINTENIR VOS REVENUS en cas d'arrêt de travail (incapacité et invalidité⁽⁸⁾) grâce à des **indemnités journalières payables mensuellement pouvant aller jusqu'à 5 000 €.**

En cas de décès, vos proches pourront recevoir **un capital allant jusqu'à 500 000 €⁽⁹⁾ versé sous forme de rente.**

Vous bénéficiez de prestations d'assistances incluant l'aide à domicile, des conseils juridiques, et administratifs, ainsi qu'un accompagnement pour le retour à l'emploi⁽⁹⁾.

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS SUR LA COMPLÉMENTAIRE SANTÉ SOCIÉTÉ GÉNÉRALE ET GÉNÉPRO⁽⁶⁾ ?

Rendez-vous sur le site SG



(1) Source : Baromètre MetLife « La prévoyance des indépendants » réalisé par CSA en mai 2023 sur 403 dirigeants et TNS. (2) L'adhésion des offres SOGECAP est possible pour les travailleurs non-salariés non agricoles. (3) Société Générale, S.A. au capital de 1 015 044 435,00 EUR – 552 120 222 RCS Paris – dont le siège social est situé 29, boulevard Haussmann (Paris IX^e), en sa qualité d'Intermédiaire en assurances, immatriculation ORIAS n° 07022493 (www.orias.fr). SG est une marque de Société Générale. (4) Les offres Complémentaire Santé Société Générale et Génépro sont éligibles à la loi Madelin. Le plafond de déductibilité pour les contrats santé et prévoyance est de 3,75 % du revenu professionnel auquel s'ajoutent 7 % du Plafond Annuel de la Sécurité Sociale (PASS) dans la limite de 3 % de 8 fois le PASS (PASS est de 46 368 € au 1^{er} janvier 2024). (5) Oscar décerné par un jury de journalistes de la rédaction de Gestion de Fortune et des professionnels représentant l'ensemble des acteurs du secteur de l'Assurance, pour une période d'un an à compter du 4 avril 2024. Label d'Excellence 2024 décerné par les journalistes de la rédaction des Dossiers de l'Épargne pour une durée d'un an à partir du 28/09/2023. (6) La Complémentaire Santé Société Générale est un contrat d'assurance collective à adhésion facultative souscrit par l'association APOGEE auprès de SOGECAP. GÉNÉPRO est un contrat d'assurance collective sur la vie souscrit par l'association APOGEE auprès de SOGECAP. SOGECAP est une compagnie d'assurance vie et de capitalisation régie par le Code des assurances. La Complémentaire Santé Société Générale et GÉNÉPRO sont des contrats présentés par Société Générale. Ils sont soumis à des conditions d'éligibilité. Les événements garantis, les conditions, les limites et exclusions de garantie figurent aux contrats. (7) Selon les formules, dans les limites et conditions prévues au contrat (8) Incapacité Temporaire de Travail et Invalidité Permanente Totale. (9) Selon les conditions du contrat – Document publicitaire sans valeur contractuelle – Crédit photo : © Maskot, Gettyimages

PRODUITS DE LA MER

L'aventure familiale de Demarne se poursuit avec Unigrains

La société Demarne a annoncé la réorganisation de son tour de table en vue d'accélérer la transmission familiale. La réorganisation du capital du grossiste en produits de la mer présent à Rungis permet à Romain Demarne, quatrième génération de la famille actuellement à la tête de l'entreprise, de devenir le premier actionnaire de la société aux côtés d'Unigrains et aux membres de la famille Demarne de se renforcer au capital. « Unigrains [...] réinvestit à cette occasion, alors que Naxicap et Nord Capital sortent du capital », indique un communiqué.

L'ambition de Demarne sur les prochaines années sera de consolider sa position d'acteur de référence sur la distribution de produits de la mer et pourra, pour ce faire, s'appuyer sur l'expertise et le réseau d'Unigrains, tout particulièrement en distribution et en restauration. Une évolution qui réjouit le président de Demarne, Romain Demarne. « Aujourd'hui, nous franchissons une nouvelle étape importante dans la transmission de notre entreprise », a-t-il déclaré.

Fondé en 1929, Demarne (160 M€ de chiffre d'affaires et 160 collaborateurs) est l'un des principaux acteurs français du négoce de produits de



la mer. Implantée sur le MIN de Rungis et sur le port de Boulogne-sur-Mer, la société familiale distribue une large gamme de produits auprès d'une clientèle composée de poissonniers traditionnels, de restaurateurs, d'acteurs de la GMS et de grossistes.

LIVRAISON DURABLE

Transgourmet verdit sa flotte

Transgourmet France accélère la transformation de son parc de véhicules en propriété avec la livraison en 2024 de dix nouveaux véhicules électriques E-Tech Renault Trucks D 16 tonnes conçus sur mesure. Quatre ont été mis en circulation dès juillet, à l'occasion des Jeux olympiques à Paris, indique le grossiste alimentaire généraliste présent sur le Marché de Rungis. En 2024, près de 250 véhicules de livraison de l'entreprise vont être renouvelés dont 80 % en B100 et en électrique. Avec des véhicules de sa flotte roulant d'ores et déjà au biodiesel à 100 %, à l'Oleo100, au gaz naturel ou biogaz, plus de 50 % de sa flotte de livraison roulera d'ici fin 2024, avec une motorisation ou un carburant alternatif, avec un objectif de 70 % d'ici fin 2025.

Transgourmet France, qui vise à atteindre la neutralité carbone d'ici à 2050, privilégie une flotte de camions roulant à 100 % au biodiesel pour les longues distances, au biogaz pour les longues et moyennes distances, et à l'électrique pour les plus courtes distances et les centres urbains.



Remise officielle des clés, avec de gauche à droite : Clément Lubin (directeur Supply Chain Transgourmet France), Christophe Martin (directeur général Renault Trucks France), Édith Hertz (vice-présidente Transgourmet France), Yves Cebron de Lisle (directeur général délégué Transgourmet France) et David Legendre (directeur général Transgourmet Opérations).

La vie des entreprises

■ Langdons, filiale britannique du groupe **Stef**, annonce l'acquisition du groupe de transport et de logistique Long Lane Deliveries en Écosse. Cette opération s'inscrit dans la stratégie de croissance du leader français de la chaîne d'approvisionnement alimentaire et vise à renforcer son maillage territorial. Long Lane Deliveries, spécialiste du transport et de la logistique de produits alimentaires frais, surgelés, ambiants en Écosse et au Royaume-Uni emploie 330 personnes et dispose d'une flotte de 140 véhicules.

■ La finale du **Trophée Masse** aura lieu au CFA de Groisy en Haute-Savoie, le mardi 12 novembre 2024. Pour célébrer les 140 ans de la maison Masse, le concours mettra à l'honneur le foie gras. Les cinq finalistes devront préparer une entrée froide à l'assiette (pressé de foie gras avec une gelée) et un plateau de réalisation chaude (lobes de foie gras de canard cuits avec le choix de différents modes de cuisson et accompagnés d'une chartreuse et de pommes de terre).

RAPPORT ANNUEL DE LA SEMMARIS

Une belle année 2023 et des projets d'avenir



Le chiffre d'affaires du Marché de Rungis n'a jamais atteint un niveau aussi haut, avec une hausse d'un milliard d'euros.



La concession du terminal ferroviaire a été attribuée à l'opérateur VIIA.

Les ventes réalisées sur le Marché de Rungis ont battu un nouveau record en 2023, avec un chiffre d'affaires de 11,271 milliards d'euros, soit une hausse d'un milliard d'euros (+ 9 %) sur l'année précédente. Les volumes échangés sont stables (-1,2 %) avec 1,75 million de tonnes. Les arrivages de produits de la mer (+7 %) et de produits laitiers et de gastronomie (+5 %) sont en augmentation. « *Le marché a su maintenir une activité dynamique malgré les tensions inflationnistes et un contexte géopolitique, économique et climatique mouvant* », se félicite Stéphane Layani, le P-DG du marché de Rungis, dans son rapport d'activité.

Dans ce contexte favorable, la Semmaris a poursuivi l'année dernière ses travaux de modernisation et d'adaptation. En 2023, plus de 66 millions d'euros ont été investis sur le Marché, pour moitié dans des constructions neuves. Parmi les projets lancés, celui d'un bâtiment dédié au stockage et à la vente de produits secs et d'épicerie fine (café, thé, chocolat). « *D'ici à 2035, 1,8 milliard d'euros sera investi dans la modernisation du Marché, partagé entre la Semmaris et les opérateurs du Marché : c'est colossal et totalement inédit* », assure Stéphane Layani.

Le Marché de Rungis est en effet engagé dans plusieurs chantiers d'ampleur. La concession du terminal ferroviaire a été attribuée à un nouvel opérateur, VIIA. De nouvelles liaisons seront proposées et un terminal verra le jour en 2026 pour un investissement de 36 millions d'euros, soutenu par l'État. « *Ce chantier permettra, d'ici à 2030, la circulation de six trains allers-retours par jour, avec un trafic annuel de 120 000 conteneurs* », précise la Semmaris. Près de 60 000 camions par an seraient ainsi évités sur les routes dans le cadre du transport des produits frais. Le Marché de Rungis va aussi prendre une part active à la création de la Cité de la Gastronomie, située aux portes du MIN. Celle-ci ouvrira à l'horizon 2027. Des halles gourmandes sont notamment prévues pour promouvoir les produits du Marché de Rungis et ceux des terroirs, au sein d'un pôle de dégustation moderne.

L'ouverture d'une plateforme complémentaire de Rungis dans le nord de l'Île-de-France, baptisée Agoralim, a connu l'an dernier une étape importante avec la signature d'une convention avec l'Établissement public foncier d'Île-de-France. Celle-ci va permettre à la Semmaris de réaliser sa première acquisition foncière sur le site de Goussainville (Val-d'Oise).

Un savoir-faire qui s'exporte

Le savoir-faire du Marché de Rungis en matière de création et d'exploitation de marché de gros alimentaire s'exporte de mieux en mieux. Les activités à l'international de la Semmaris ont en effet connu des développements importants l'année dernière. En Asie, les experts français ont remis une étude en vue de l'aménagement du futur marché de gros de Hanoï au Vietnam, « *qui va révolutionner la distribution alimentaire* », se réjouit la Semmaris. La société travaille également à l'aménagement de deux marchés de gros en Asie centrale, et plus précisément, en Ouzbékistan (à Andijan et à Samarcande) et vient de signer un important contrat avec le Nigeria.

EN BREF

Deux cursus logistiques en alternance à Rungis

Le Campus Rungis Académie ouvre son CFA (centre de formation d'apprentis) dès la rentrée 2024 et propose deux nouveaux cursus en alternance : technicien en logistique (niveau bac) en partenariat avec l'Ifocop et technicien en logistique (niveau CAP) en partenariat avec l'Aftral. Ces formations visent à doter les apprentis des compétences opérationnelles nécessaires pour répondre aux attentes des entreprises du MIN. Ces dernières sont invitées à intégrer un alternant dans leurs équipes, une formule qui permet de former des apprentis à moindre coût et selon ses besoins spécifiques et qui bénéficie d'une incitation financière.

Une fête de la fleur française

La quatrième édition des Journées de la fleur française organisée par le Collectif éponyme se déroule dans de nombreuses villes en France les 21 et 22 septembre. Créée en 2021, cette journée a pour objectif de « *fédérer, informer, accompagner, diffuser, faire rayonner, décloisonner et, surtout, fêter la fleur française, locale et de saison* ».



La Brigade des tripes revient

En 2024, la collective des produits tripiers réactive la « Brigade des Tripes », qui a réuni plus de 230 restaurateurs de cinq villes (Paris, Lille, Lyon, Toulouse et Marseille) pour favoriser le référencement des produits tripiers à la carte de leurs établissements. Au mois de novembre 2024, les promoteurs de l'opération comptent bien fidéliser les membres actuels et étendre la communauté à trois nouvelles villes : Strasbourg, Limoges et Caen.

SALON

Le Sial fête 60 ans d'innovation alimentaire

La prochaine édition du Salon international de l'alimentation (Sial), qui se déroulera du 19 au 23 octobre à Paris-Nord Villepinte, marquera les 60 ans de cette manifestation lancée par les professionnels et les pouvoirs publics français. Depuis sa création en 1964, le Sial Paris est passé d'une exposition modeste à un rendez-vous de dimension mondiale. La première édition réunissait en effet 602 exposants de 27 pays sur 13 000 m² au Cnit, à Paris-La Défense (Hauts-de-Seine). Cette année, l'événement s'étendra sur 11 halls, accueillant plus de 7 500 exposants et 285 000 professionnels de 205 pays, présentant plus de 400 000 produits et innovations.

L'histoire du Sial est marquée par plusieurs étapes importantes. En 1986, l'événement déménage à Paris-Nord Villepinte pour répondre à sa taille grandissante, occupant désormais 80 000 m² et attirant 88 000 professionnels. Dix ans plus tard, en 1996, le Sial



La prochaine édition aura lieu du 19 au 23 octobre.

Innovation est lancé, en partenariat avec ProtéinesXTC. Ce concours permet à de nombreuses PME de faire connaître leurs créations agroalimentaires à travers le monde.

Depuis 25 ans, l'influence du salon s'étend bien au-delà de Paris. Inauguré en 1999, le Sial China est désormais organisé à Shanghai et à Shenzhen tandis que le Sial Canada se tient, depuis 2001, alternativement, à Montréal et à Toronto. Plus récemment, le Sial Interfood à Jakarta et le Sial India à New Delhi ont rejoint le réseau de onze événements internationaux.

L'édition de cette année – qui affiche d'ores et déjà complet, côté exposants – promet d'être l'une des plus riches. Parmi les points forts, citons Sial Insights, où sont présentées les tendances alimentaires mondiales de 2024 ; Sial Taste, qui permet de déguster cent produits parmi ceux retenus pour le concours Sial Innovation ; Sial Off – un guide des meilleurs lieux de restauration à Paris ; ou encore Sial Summits, une conférence grand format abordant les grandes thématiques d'avenir de la *supply chain* alimentaire.

TENDANCE

Les halles de restauration plébiscitées en Europe



Les Halles Bittoki, à Issy-les-Moulineaux dans les Hauts-de-Seine.

Le nombre de halles alimentaires en Europe a augmenté de près de 50 % au cours des sept dernières années, selon une étude menée par Cushman & Wakefield, l'un des leaders mondiaux des services spécialisés en immobilier d'entreprise. Cent trente-trois halles sont aujourd'hui ouvertes et neuf nouvelles halles sont à venir, selon le Food Halls of Europe Report. En 2017, on comptait 90 ouvertures ou projets en cours de développement. Le phénomène s'est accru, notamment au

Royaume-Uni et en France (les deux premiers marchés de ce modèle de restauration), avec respectivement 42 et 20 Food Halls ouverts ou sur le point de l'être. En France, cette tendance s'est étendue à la province puisque 15 des 20 halles alimentaires françaises sont désormais situées en dehors de Paris. « Les Food Halls pourront se développer dans des zones de forte affluence, en tirant parti du flux important de voyageurs », estime Cushman & Wakefield, pour qui « l'emplacement est essentiel, car la fréquentation doit être suffisante pour permettre une restauration tout au long de la journée, sept jours sur sept ».

EN BREF

1^{re} édition du championnat de France des fromages au lait cru

Le National du fromage, première édition du championnat de France des fromages au lait cru, aura lieu au Campus des métiers et de l'artisanat, de Joué-lès-tours (Indre-et-Loire), le 20 octobre. Cette compétition inédite soutenue par la Fédération des fromagers de France constituera le point d'orgue de trois journées dédiées aux fromages au lait cru, destinées aux professionnels comme au grand public.

VIENT DE PARAÎTRE

Les Français et leurs fromages, 2 000 ans d'histoire

Maggy Bieulac-Scott, « historienne du fromage » et qui fut la fondatrice et la directrice de l'Observatoire Cniel (Centre national interprofessionnel de l'économie laitière) des habitudes alimentaires (Ocha), s'est demandé comment les fromages étaient devenus emblématiques de la gastronomie et de l'identité en France. Elle retrace ici l'itinéraire du fromage dans la petite et la grande histoire française, mais aussi dans la géographie d'un territoire qui s'est construit lentement. À conseiller aux professionnels et aux amateurs – et ils sont nombreux ! – de la plus emblématique des spécialités françaises.

Maggy Bieulac-Scott, *Les Français et leurs fromages, 2 000 ans d'histoire*, 372 pages, 34 €, aux Éditions du Net.



V O L V O

JE SUIS LE **NOUVEAU EX90.**
JE SUIS LA SÉCURITÉ INCARNÉE.



Avec mes nouveaux systèmes de sécurité avancés, ma motorisation 100 % électrique efficiente et mon habitacle premium 7 places, j'ai l'ambition de faire basculer Volvo dans une toute nouvelle ère.

A 0g CO₂/km



Cycle mixte WLTP Volvo EX90 Recharge Twin Ultra :
Consommation (kWh/100km) : 20.9 - 21.9 – CO₂ en phase de roulage (g/km) : 0.

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

VOLVOCARS.FR

Au quotidien, prenez les transports en commun. #SeDéplacerMoinsPolluer

Bidaud

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

© Semmaris



18

JUIN

Pour la 4^e édition de son Démon Day, les jeunes entreprises de Rungis & Co, l'incubateur du Marché international de Rungis, ont proposé un parcours vivant au sein du Carreau des producteurs, pour faire découvrir leurs projets de façon plus concrète qu'un classique « pitch ». Neuf d'entre elles étaient réparties en trois pôles liés aux grands enjeux du secteur : « *circularité et solidarité* », « *traçabilité et durabilité* » et « *pédagogie, impact, filière locale* ». Ils ont dû convaincre le public présent constitué d'acteurs du Marché et d'entrepreneurs de la pertinence de leur proposition pour y répondre. Les start-up Zou, Neptune Elements et Cocorico sont ressorties gagnantes. Le cinquième programme d'incubation de Rungis & Co va démarrer prochainement.

© Semmaris



19

JUIN

La nouvelle gare de métro Cheilly-Larue – Marché International, située sur le prolongement de la Ligne 14, a été inaugurée en présence du P-DG du Marché international de Rungis, des élus locaux et de la presse. En mettant la Gare de Lyon à 20 minutes du MIN de Rungis et l'aéroport d'Orly à 5 minutes, l'arrivée de la ligne 14 aux portes du Marché constitue une excellente nouvelle pour tous les usagers du Marché et pour le territoire. Elle va faciliter les déplacements de centaines de salariés des entreprises du Marché, et renforcer l'accessibilité du site aux acheteurs et aux visiteurs de la capitale. Des visiteurs attendus en plus grand nombre avec l'arrivée prochaine de la Cité de la gastronomie Paris-Rungis.

© Semmaris



20
21

JUIN

Pour la septième année consécutive, le Marché de Rungis a accueilli la fête de la musique la plus matinale de France. Cette édition a débuté exceptionnellement le jeudi 20 juin à 21 heures et s'est poursuivie jusqu'à 2 heures du matin le vendredi 21 juin. La soirée, animée par Bernard Sabbah, a permis aux salariés du Marché de savourer un moment musical, festif et gourmand. Tout au long de la nuit, les artistes se sont succédé sur scène pour enchanter : Dany Brillant, Jonathan Dassin, Marc Fichel, Les Soignantes ou encore Génération Goldman avec Tony Guedj. Un rendez-vous devenu incontournable et largement relayé par TF1, FranceInfo, France Bleu, 20 minutes, etc.



2

JUILLET

La Commanderie des gastronomes ambassadeurs de Rungis a tenu son Assemblée générale annuelle. Les participants ont réaffirmé les objectifs de la Commanderie : assurer ensemble la promotion de la gastronomie et des savoir-faire de Rungis. L'AG s'est poursuivie par un déjeuner amical qui s'est tenu chez Edo Asian Bar, le nouveau restaurant asiatique du marché. À cette occasion, la Commanderie a intronisé quatre nouveaux membres : la cheffe Ghislaine Arabian ; Laetitia Maton, directrice administrative et financière de Groupe Meyer Champi ; Jérémie Becciu, directeur général du Grand Marché de Provence, et David Robert, président de Fory Viandes. Ils ont prêté le serment de la Commanderie « *Le meilleur de la table est à Rungis* ».



21

JUILLET

Matinée exceptionnelle ce dimanche de juillet sur le Marché : plus de 3 000 invités ont assisté au passage de la flamme olympique portée notamment par Stéphane Layani, président du Marché ; Guillaume Gomez, ambassadeur pour la gastronomie, l'alimentation et les arts

culinaires et parrain de la Rungis Académie, et aussi par Coline Bouet, Sandrine Coutant et Jérôme Lerville. Les participants ont ensuite pu se régaler des produits du marché grâce au 1^{er} Brungis organisé sur l'avenue de la Gastronomie. « Lorsque Paris accueille le monde, c'est Rungis qui remplit les assiettes, a rappelé Stéphane Layani. Nous avons voulu profiter du passage de la flamme organisé par le Département pour organiser le plus grand brunch du monde. L'objectif était de montrer au grand public, le savoir-faire en matière de gastronomie du marché, tout en partageant les valeurs du sport. »



22

JUILLET

Le Marché de Rungis était partenaire en denrées alimentaires de la réception organisée par l'Élysée pour les journalistes internationaux venus couvrir les Jeux. Vingt mille journalistes étaient accrédités pour couvrir les Jeux olympiques et paralympiques.

Le président de la République a tenu à leur souhaiter la bienvenue. Il a souligné la préparation de la France à cet événement d'envergure et la mobilisation de tous les services concernés pour accueillir le monde dans les meilleures conditions. « Quelle fierté pour les professionnels du Marché de pouvoir contribuer à ce moment convivial à l'image l'art de vivre à la française, visant à remercier celles et ceux qui contribueront à la visibilité de ce rendez-vous sportif exceptionnel à l'international », a écrit Stéphane Layani, président du Marché, à cette occasion ici avec Guillaume Gomez, et Fabrice Desvignes, ancien et actuel chef des cuisines de l'Élysée.



23

JUILLET

Avant de porter la flamme paralympique fin août dans l'Essonne, la jeune athlète de para-dressage Lisa Cez avait été reçue en grande pompe dans le pavillon de la volaille de Rungis. La société Courtin Hervouet, reprise en 2022 par Guillaume Marron, Alain et Gaëlle Dumont, avait en effet décidé il y a deux ans de soutenir cette jeune athlète paralympique dans son chemin vers les JOP de Paris. Une grande aventure des deux côtés, la famille de Lisa Cez



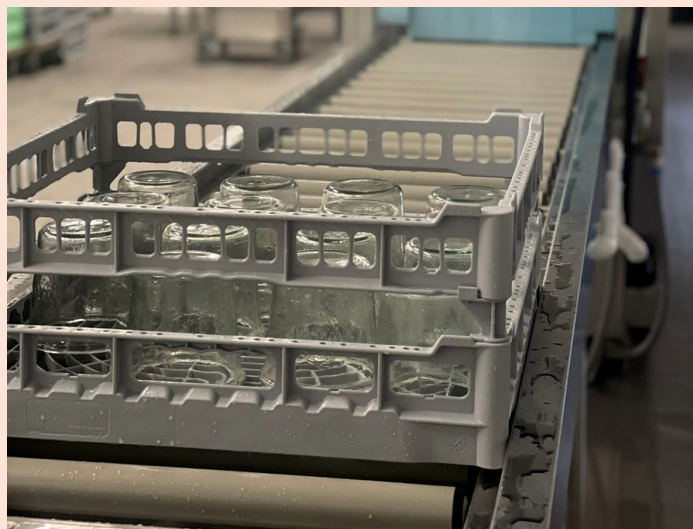
et les équipes de Courtin-Hervouet s'investissant volontiers dans ce partenariat. « C'est un mail de son papa, Jérôme, qui cherchait des sponsors, qui nous a touché », explique Gaëlle Dumont. « Il se trouve que c'est un ancien du MIN, aujourd'hui à la retraite ! ». Pendant deux ans, l'entreprise a suivi fidèlement le parcours de Lisa au niveau national et international et participé à sa joie d'être présélectionnée, puis sélectionnée.



SERVICES

Évidence favorise le réemploi des contenants alimentaires

Évidence, la première centrale de lavage en Occitanie, s'est installée au MIN de Toulouse le 2 mai 2024 sur un espace de 300 m² situé bâtiment 8 cellules 2, à côté de Cuisine Mode d'Emploi(s).



La centrale est en capacité de laver tout type de contenants, multiformat et multimatière.

Mathieu et Charlotte Mendegris, cofondateurs d'Évidence, la première centrale de lavage de contenants alimentaires en Occitanie.

Fondée en février 2023 par le couple de Toulousains Charlotte et Mathieu Mendegris, la start-up Évidence est le résultat d'une conviction, d'une première expérience dans les produits laitiers consignés et de deux ans de travail. En parallèle de leurs activités professionnelles, Charlotte et Mathieu Mendegris s'engagent en 2021 dans l'aventure du réemploi et travaillent avec la laiterie bio Biochamps, en Ariège, dont les yaourts sont disponibles en pots de verre consignés. Au cours de cette expérience, ils identifient une problématique majeure sur le territoire : l'absence de solutions de lavage dédiées. C'est alors que leur vient l'idée de créer le projet et qu'Évidence voit le jour. Dotée d'installations dernier cri permettant de laver jusqu'à 30 000 gobelets par jour et jusqu'à 4 millions de contenants par an avec un seul tunnel de lavage, la centrale de lavage Évidence s'adresse aux entreprises et aux collectivités soumises à la loi Egalim, qui prévoit l'interdiction de l'utilisation de contenants en plastique à usage unique dès janvier 2025. En plus de l'offre opérationnelle de lavage, la start-up propose une offre de conseil sur mesure pour accompagner les professionnels à trouver les solutions qui leur conviennent afin de basculer vers le réemploi : conseil, *sourcing* de contenants réutilisables et solution de lavage adaptés. Une offre inédite dans la région, dimensionnée pour faire

face aux nombreux défis de la transition vers le zéro plastique sur le territoire. « Chez Évidence, on collecte, lave, livre les contenants. Mais on est également là pour lever les freins en faveur du réemploi. On accompagne les prospects pour trouver les solutions qui leur conviennent pour basculer vers le réemploi », précise Mathieu Mendegris, cofondateur d'Évidence.

LAVAGE DES CONTENANTS DES CINQ RESTAURANTS D'ENTREPRISE D'AIRBUS

La centrale est en capacité de laver tout type de contenants, multiformat et multimatière : bocal en verre, bacs en inox, gobelets réutilisables en polypropylène pour les festivals, seaux de 5 litres, et même caisses de transports de fruits et légumes. Cette largeur de gammes de capacité de lavage permet à Évidence de se positionner comme un véritable partenaire de transition pour les structures en recherche d'alternatives aux contenants à usage unique. Ses services s'adressent dès lors aussi bien aux restaurateurs et aux traiteurs, mais également aux acteurs de l'agroalimentaire, grossistes et producteurs. Parmi ses clients, on trouve : La Brigade Traiteur, la plateforme logistique et commerciale dédiée aux professionnels, Produit sur son 31, sur le MIN de Toulouse et, au-delà, La Petite Ferme, Bocal en Boucle et Biochamps. La start-up travaille aussi avec plusieurs acteurs

locaux de la restauration collective, comme les groupes scolaires toulousains Le Caousou et Saint-Joseph, le groupe API Restauration et Sodexo, qui fait appel à ses services pour le lavage des contenants des cinq restaurants d'entreprise d'Airbus. Évidence cible également les acteurs de l'événementiel. Elle a notamment lavé tous les gobelets distribués lors des concerts de Bigflo et Oli les 8 et 9 juin derniers et lors du Rose Festival à Toulouse entre fin août et début septembre. La start-up poursuit ses nombreux projets et son développement. Elle emploie actuellement deux salariés et deux embauches supplémentaires sont prévues dans l'année à venir. « Nous sommes ravis d'accueillir au MIN une centrale de lavage, projet que nous soutenons depuis plus d'un an dans un contexte où notre responsabilité environnementale est primordiale », commente Maguelone Pontier, directrice générale du MIN de Toulouse. « Avoir une centrale de lavage au MIN représente un vrai atout car notre principal intérêt est de proposer des services pertinents et attractifs aux usagers. Évidence répond à un réel besoin des restaurateurs, transformateurs et opérateurs du secteur alimentaire. Elle permet de soutenir une démarche vertueuse de réduction des déchets des professionnels et les acteurs de la filière du réemploi que le marché souhaite fortement soutenir et qui correspond à sa politique RSE. »

Clémentine Cabrol



e-pack
HYGIENE

devient

ePackPro

Pensé pour les chefs, pensé pour vous.



Découvrez
notre nouveau site !
epackpro.com





COLLECTIVITÉS Des produits frais et durables dans les cantines

Collectivités, gestionnaires de cantines et sociétés de restauration mènent d'importants efforts pour favoriser les approvisionnements locaux, frais et durables.

Mais il reste encore du chemin à parcourir pour s'ajuster aux attentes de nos concitoyens.

Dossier réalisé par Bruno Carlhian et Olivier Masbou

Le ministre de l'Agriculture démissionnaire Marc Fesneau avait lui-même dû le reconnaître, au printemps dernier : en matière d'application de la loi Egalim en restauration collective, « *le compte n'y est pas* », avait-il déclaré en préambule d'une « *Conférence des solutions* » consacrée à cette thématique, en présence de nombreux élus et gestionnaires de cantines. Le secteur est en effet encore loin d'atteindre les objectifs de 50 % d'approvisionnement en produits durables et de qualité (dont 20 % de produits biologiques) fixés par le législateur, qui s'imposent à tous les établissements depuis bientôt trois ans (1^{er} janvier 2022). Quant aux seuils fixés par la loi Climat et Résilience (100 % de viandes et produits de la pêche durable et de qualité pour la restauration dépendant de l'État et 60 % pour les autres périmètres de la restauration collective), ils restent encore hors de portée.

Un bilan statistique de l'application des objectifs d'approvisionnement fixés à la restauration collective est établi chaque année par le ministère de l'Agriculture. Élaboré à partir des données transmises par une partie des établissements sur le site ma-cantine.agriculture.gouv.fr, il permet de se faire une

idée de l'évolution du contenu des assiettes, même si une minorité seulement des 81 000 restaurants concernés déclarent en ligne leurs données d'achat.

Selon la dernière édition du rapport, publiée en février 2024, le taux d'approvisionnement en produits durables et de qualité est estimé en 2023 entre 27,5 % et 29 %, dont 13,1 % de bio. S'il est encore loin des objectifs fixés, le chiffre est en progression sensible par rapport à 2022. Il est intéressant aussi de noter que la part des achats correspondant à des produits sous signes officiels de qualité (Label Rouge, IGP, AOP, etc.) est de l'ordre de 6,7 %, soit près de la moitié des achats Egalim hors bio. Le rapport donne également quelques précisions sur les achats de viandes et de poissons. Concernant les viandes, 42 % des achats sont d'origine France et 21,5 % sont « *Egalim-compatibles* » (bio, Label Rouge, HVE, etc.). La part des achats produits de la mer Egalim (bio, pêche durable, labels MSC et ASC) représente près de 34,3 % de cette catégorie.

LES COLLECTIVITÉS À LA MANŒUVRE

Si les objectifs sont encore loin d'être atteints, collectivités, gestionnaires de cantine et sociétés de restauration collective privée ●●●



© Pixabay

« On connaît bien nos agriculteurs et on mène tout un tas d'actions pour se "sourcer" localement sur les produits alimentaires courants et on y arrive plutôt bien. »

Sophie Danlos,

directrice de l'environnement et de l'agriculture du Conseil des Yvelines.

●●● (à qui les objectifs de la loi s'imposent depuis le 1^{er} janvier 2024) n'ont pas ménagé leurs efforts ces dernières années. Lors de la « Conférence des solutions » du printemps dernier, de nombreux élus ont témoigné de leur intention de prendre à leur charge l'effort nécessaire pour répondre à la lettre de la loi. « La région Grand Est a voté dernièrement le financement d'un bonus de 20 centimes par repas dédiés à des produits bio, locaux et sous SIQO [signes de l'origine et de la qualité, NDRLR] », a annoncé Béatrice Moreau, vice-présidente à l'agriculture de la Région Grand Est. « Notre intention est d'aller au-delà d'Egalim, et d'aboutir à deux tiers de circuit court dont un tiers de bio dans les cantines de lycées à l'horizon 2030. » La métropole de Dijon s'est elle aussi beaucoup investie dans la promotion des produits de l'agriculture locale dans les cantines municipales, avec un programme de développement des protéines végétales. « Le fait que la demande en légumes et légumineuses augmente contribue à structurer des filières de produits locaux de qualité autour d'une légumerie métropolitaine approvisionnée par des producteurs bio locaux », souligne Philippe Lemanceau, vice-président de Dijon Métropole. Des contrats ont été établis avec les producteurs leur garantissant volumes et prix. « Nous allons étendre l'expérimentation à l'ensemble de la restauration collective de la Métropole, qui représente 15 millions de repas par an, soit 2 000 tonnes de légumes », poursuit l' élu.

En Île-de-France également, les collectivités s'attellent à favoriser un approvisionnement local et de qualité. Le département des Yvelines, par exemple, déploie une politique ambitieuse d'approvisionnement local de la restauration de ses collèves. « On connaît bien nos agriculteurs et on mène tout un tas d'actions pour se "sourcer" localement sur les produits alimentaires courants et on y arrive plutôt bien »,



La cuisine centrale du Mans a fait d'importants efforts pour aller au-delà des objectifs d'Egalim, en privilégiant un approvisionnement local.



Les cuisines de collectivités ont des contraintes spécifiques auxquelles les fournisseurs doivent s'adapter.

explique Sophie Danlos, directrice de l'environnement et de l'agriculture du Conseil départemental. Six fois par an, du bœuf des Yvelines est même servi dans les cantines des collèves du département.

« Mais pour répondre à ce type de marché, il est essentiel de s'organiser en amont », témoigne Thierry Gibilaro, directeur d'Interbev Île-de-France, qui a œuvré à plusieurs expérimentations de mise à disposition de viande régionale de jeunes bovins dans les lycées franciliens. « À l'avenir, nous comptons nous appuyer sur la nouvelle organisation de producteurs Elvea Île-de-France pour mettre en place une planification des abattages en fonction des besoins. » Thierry Gibilaro encourage également les lycées de sa

région à regrouper leurs achats, via le Conseil régional ou Restau'co (association ouverte à tous les professionnels de la restauration collective), « de façon à valoriser des bêtes entières ».

LES « PAT », UN OUTIL PLÉBISCITÉ

Afin de mieux structurer l'offre locale en produits frais, les opérateurs peuvent s'appuyer sur le réseau de proximité des Projets alimentaires territoriaux (PAT) qui commencent, petit à petit, à monter en puissance. Créés en 2014, avec la loi d'Avenir pour l'agriculture, ces PAT ont pour mission de former une dynamique entre agriculture locale et alimentation, d'encourager les pratiques agroécologiques, tout en consolidant des filières agricoles. ●●●

Cantines scolaires : un modèle à faire évoluer ?

À la veille de la rentrée scolaire, Scolarest, spécialiste de la restauration des établissements d'enseignement sous contrat et des collectivités territoriales chez Compass Group France, a dévoilé les résultats d'une étude menée avec OpinionWay* auprès des parents d'enfants âgés de 6 à 18 ans et des enfants eux-mêmes pour sonder leurs attentes. Les résultats pointent le besoin de faire évoluer le modèle traditionnel sur plusieurs aspects. Sur le gaspillage alimentaire d'abord, 24 % des parents déclarent que leurs enfants ne terminent pas leurs repas à la cantine, et plus d'un enfant sur trois confirme que les portions des plats proposés sont, dans la plupart des cas, perçues comme « *trop importantes* », en particulier l'accompagnement de légumes (46 %) et l'entrée (44 %). Un constat qui, selon Scolarest, vient alimenter l'idée que les recommandations nutritionnelles actuelles ne suivent pas assez finement l'évolution physiologique constante des enfants, ainsi que les habitudes alimentaires des familles. « *Par exemple, les portions recommandées sont identiques pour un élève en classe de CP que pour celui en CM2, alors que leurs besoins ne sont pas les mêmes* », estime l'entreprise. Selon l'enquête, la révision du modèle traditionnel peut se traduire par différentes approches adaptées selon les âges des enfants. Pour les plus jeunes (6-10 ans), il s'agit d'ajuster les portions en fonction de la popularité des plats. 89 % des parents soutiennent l'idée d'ajuster les quantités des plats en fonction de leur popularité, tout en permettant aux enfants de se resservir pour éviter le gaspillage. Dès la 6^e (à partir de 12 ans), laisser plus de liberté et responsabiliser les jeunes convives deviennent des priorités. En effet, 92 % des parents sondés trouvent intéressant que leur enfant puisse choisir lui-même sa formule en fonction de son appétit du jour et du repas proposé. Plusieurs expérimentations sont en cours chez Scolarest. À Antony (Hauts-de-Seine), le restaurateur adapte les quantités servies en fonction de la popularité des plats, selon les goûts et l'âge des enfants. Cette approche permet aux enfants de goûter à tous les plats avec des portions adaptées, tout en limitant le gaspillage alimentaire.

* Étude quantitative réalisée auprès d'un échantillon de 981 parents ayant au moins un enfant de 6 à 18 ans mangeant à la cantine (issu d'un échantillon représentatif de parents d'enfants âgés de 6 à 18 ans) et 923 enfants âgés de 6 à 18 ans mangeant à la cantine.



© Pexels-Yan Krukov

Le « plan de transformation écologique de l'État » présenté en mars 2024 prévoit de financer des produits durables et de qualité dans certains circuits comme les Crous (universités), permettant d'y introduire du beurre bio ou encore du porc Label Rouge.

●●● En 2021, la Loi Climat et Résilience a introduit la création d'un réseau national des PAT avec trois grandes missions : suivre le déploiement des projets au sein du territoire national ; diffuser les bonnes pratiques et les retours d'expériences au plus proche du terrain ; et, enfin, construire des outils méthodologiques opérationnels. Ce coup de pouce législatif s'est doublé d'un coup de fouet financier en 2022 avec un apport supplémentaire de 80 M€, ce qui a fait passer leur nombre de 220 en 2020 à plus de 430 aujourd'hui. Il existe, à ce jour, au moins un PAT par département.

Conscientes de l'enjeu, de nombreuses communes ont fait le choix de préserver les terres agricoles dans leur plan local d'urbanisme afin de permettre aux agriculteurs de produire viandes et légumes pour les cantines locales. C'est notamment le cas de Toulouse qui a acquis 250 ha de réserve foncière agricole appelée Le Domaine, dont 12 ha de vignes, le reste étant semé en blé tendre, orge brassicole, pois chiches, lentilles, tournesol, etc. Ces cultures sont redirigées vers des débouchés locaux, notamment en travaillant avec la cuisine centrale de Toulouse.

Plusieurs dispositifs publics sont également susceptibles d'aider les gestionnaires de la restauration collective à améliorer la qualité de leur approvisionnement. L'aide à la tarification sociale des cantines scolaires, destinée aux communes rurales, prévoit un financement par l'État pour chaque repas proposé à un tarif inférieur ou égal à 1 €. Financé par l'Union européenne, le programme « Fruits et légumes

à l'école » et « Lait et produits laitiers à l'école » soutient la distribution de fruits et légumes frais et/ou de lait et de produits laitiers aux élèves du primaire et du secondaire dans les établissements scolaires publics ou privés sous contrat avec l'Éducation nationale dans l'Hexagone et les Outre-mer. Enfin le « plan de transformation écologique de l'État », présenté en mars 2024, prévoit de financer des produits durables et de qualité dans certains circuits comme les Crous (universités), permettant d'y introduire du beurre bio ou encore du porc Label Rouge.

ADAPTER LE CODE DES MARCHÉS PUBLICS

La montée en puissance des produits durables et de qualité passe cependant par une adaptation du fonctionnement de la commande publique. Un groupe de travail « Économie » constitué au sein du Conseil national de la restauration collective (CNRC) planche sur des dispositions qui permettraient de s'ouvrir plus largement aux produits issus des filières françaises. L'une d'elles tendrait à identifier « des caractéristiques différenciantes de la production française qui puissent être intégrées dans les cahiers des charges des acheteurs dans le respect du code de la commande publique », explique Stéphane Morin, adjoint à la direction des achats de l'État. Signe encourageant mais encore insuffisant, la Commission européenne a accepté de mettre en débat la possibilité d'orienter les achats de la commande publique dans les réglementations nationales « en faveur d'achats de proximité ». **B. C.**



L'adaptation des portions selon l'âge des enfants constitue un enjeu important en matière de gaspillage alimentaire.



L'origine France est majoritaire en restauration collective en matière de viande bovine. Ce qui n'est pas le cas dans les autres viandes.

Panorama de la restauration collective

La restauration « autogérée » impose des contraintes aux collectivités, mais offre une grande marge de manœuvre en matière d'achats.



© Nicolas Bertrand / INRAE



Le secteur de la restauration collective regroupe, d'une part, la restauration sociale (écoles, collèges, lycées, fac, maisons de retraite, hôpitaux, prisons) et, d'autre part, la restauration d'entreprise. Dans chacune de ces deux familles, l'activité de restauration peut-être soit autogérée, soit concédée. L'ensemble de ce secteur sert 3,4 milliards de repas par an dans près de 82 000 restaurants. Il nourrit en moyenne 10 millions de personnes chaque jour pour un chiffre d'affaires global de 25 milliards d'euros dont 14 milliards pour la restauration autogérée et 11 milliards pour la restauration concédée. Le secteur emploie 110 000 salariés en équivalent temps plein (+ 1 % par an depuis 2010). 50 % des repas de la restauration collective sont réalisés en restauration sociale (Ehpad, hôpitaux, crèches), soit 2,4 millions de personnes nourries chaque jour. La restauration scolaire représente 33 % du secteur pour 7,4 millions d'élèves, de collégiens, de lycéens et d'étudiants. Enfin, la restauration du travail dans les entreprises privées, l'administration et les armées concernent 1,9 million de personnes et représentent 9 % du secteur. Le secteur de la restauration collective concédée regroupe 484 entreprises (419 indépendantes et 65 organisées en groupes). 87 % du chiffre d'affaires du secteur est réalisé par des entreprises multinationales (29 % dans la restauration commerciale). Trois entreprises la britannique Compass et les françaises, Elior et Sodexo, réalisent 70 % du chiffre d'affaires du secteur. **O. M.**



Huguenin

2, avenue de la Villette,
Bât EOg – Fleurs 364
94637 Rungis Cedex

Mail : info@huguenin.fr

28 M€ de CA

300 clients livrés par jour

L'histoire

Laurent Plantier, cheville ouvrière de l'entrée de FrenchFood Capital chez Huguenin, est une figure bien connue du monde de la restauration. En 1998, il a en effet fondé avec Alain Ducasse « Alain Ducasse Entreprise » (aujourd'hui Ducasse Paris), qu'il a dirigé pendant 17 ans, participant ainsi à la grande aventure entrepreneuriale du célèbre chef français. Sa première rencontre avec Jean-Claude Huguenin intervient peu après. « À peine avait-il créé sa boîte qu'il a commencé à fournir Spoon. Il avait conçu un produit de volaille qu'il était le seul capable de proposer. » En 2016, Laurent Plantier crée avec Perrine Bismuth et Paul Moutinho FrenchFood Capital, une société de gestion spécialisée dans l'agroalimentaire aujourd'hui à la tête de 420 M€ d'actifs sous gestion. Ce membre de la Commanderie des gastronomes ambassadeurs de Rungis est un familier du Marché de Rungis. Cet amateur de bistrot est également actionnaire du Bon Saint-Pourçain à Paris, 6^e.

On a la chance de disposer de locaux tout récents et parfaitement aux normes au cœur de l'écosystème de Rungis. Mais peut-être aurons-nous un jour besoin de plus de place !

HUGUENIN

Transmission en vue pour les viandes des grandes tables

L'entreprise spécialisée dans l'approvisionnement sur mesure de viandes à la restauration dispose d'un nouvel actionnaire majoritaire, FrenchFood Capital, chargé d'assurer la transmission de l'entreprise.

C'est une nouvelle ère qui s'ouvre pour le groupe Huguenin, référence de la fourniture à façon de viandes à la restauration haut de gamme. En mai dernier, FrenchFood Capital, société de gestion spécialisée dans l'agroalimentaire, annonçait avoir pris une participation majoritaire dans le capital de la société fondée en 1997 par Jean-Claude Huguenin sur le MIN de Rungis.

« Il s'agit clairement d'une opération de transmission », précise Laurent Plantier, cofondateur de FrenchFood Capital, qui compte particulièrement s'impliquer dans le dossier. « Jean-Claude Huguenin, que je connais de longue date pour avoir été longtemps son client au sein d'Alain Ducasse Entreprise, souhaitait préparer soigneusement le passage de relais de cette entreprise qui porte son nom. Il a réinvesti à nos côtés et reste donc actionnaire, tandis que des collaborateurs clés en ont profité pour entrer également au capital. »

Le rôle de cet investisseur bien connu du secteur agroalimentaire sera donc de consolider l'entreprise et de lui donner des perspectives tout en la rendant moins dépendante de la personnalité de Jean-Claude Huguenin, aussi réputée auprès des chefs qu'elle est discrète dans les médias. Le nouvel actionnaire, qui reste en moyenne cinq ans au capital des entreprises, pourra s'appuyer sur l'excel-lente réputation dont bénéficie Huguenin auprès des chefs.

ÉTENDRE CLIENTÈLE ET ZONE DE CHALANDISE

L'opérateur, qui dispose de son propre atelier de transformation, s'est spécialisé dans le service sur mesure pour les cuisines des grands restaurants, étoilés, brasserie, traiteurs, etc. Chaque commande de viande (agneau, volaille, bœuf, veau, porc, gibier, etc.) est construite avec le client en matière de sélection, de maturation, de désossage, de piéçage et éventuellement de cuisson, précise l'entreprise. « C'est un travail à façon que peu d'entreprises sont capables d'effectuer », confirme Laurent Plantier. L'entrée des nouveaux actionnaires doit



Laurent Plantier, fondateur de FrenchFood Capital.

permettre à Huguenin d'étendre sa clientèle à de nouveaux formats de restaurants, mais aussi géographiquement, au-delà de l'Île-de-France. « Nous avons besoin de sélectionner quelques clients supplémentaires qui amènent du volume et de la récurrence sur plusieurs références », indique Laurent Plantier. « Je suis confiant, car les besoins en service n'ont jamais été aussi importants, tant les cuisines manquent aujourd'hui de main-d'œuvre et, à Paris et dans les grandes villes, de place. » En concertation avec Jean-Claude Huguenin, un nouveau patron opérationnel, Arnaud de Boisé (ex-Pomona), vient d'être nommé à la tête de l'entreprise.

B. C.



SARL Joret et Fils

2, rue du Corps-de-Garde
50430 Saint-Germain-sur-Ay

Tél. : 02 33 07 17 95

50 % de la production de
l'entreprise Joret est destinée
à la carotte des sables

14 kg de carottes
sont mises dans chaque caisse
par les ramasseurs

20 % des récoltes de carottes
sont éliminées

L'histoire

Depuis plusieurs générations, la famille Joret produit et commercialise des carottes et des poireaux sur le territoire français. Auparavant en nom propre, la société s'est transformée en SARL pour mieux intégrer les générations suivantes. De par son activité, les membres de la SARL Joret souhaitent avoir une relation directe avec tous ses clients, du commerce de gros aux consommateurs. « Nous travaillons dans le respect de notre environnement et de nos clients », précise la société Joret et Fils.

Je ne comprends pas qu'on accepte d'importer d'Italie des carottes qui continuent de bénéficier d'une dérogation d'utilisation du dichloropropène.

MATHIEU JORET, PRODUCTEUR DE CAROTTES DES SABLES

Pépité des bords de la Manche

Près de Créances (Manche), Mathieu Joret croit à la spécificité de la carotte locale, parfaitement adaptée au terroir du littoral ouest de la Manche.

Autrefois, la mer recouvrait les terres du littoral de l'ouest de la Manche. Elle ne s'en est jamais vraiment éloignée et reste présente en embuscade dans la petite baie formée par les villages mitoyens de Créances et de Saint-Germain-sur-Ay. À la fin de février dernier, elle s'est rappelé au bon souvenir des habitants de cette dernière localité en envahissant le bourg lors des grandes marées. Mais l'eau salée ne s'attarde jamais longtemps dans cette contrée. Ce pays marécageux qui s'étend entre Portbail et Agon Coutainville, à l'ouest du Cotentin, est constitué de sable dont le pouvoir drainant facilite le reflux. Lorsqu'une étendue d'eau perdure dans les champs, elle est le plus souvent douce et marque le niveau de la nappe phréatique, rechargée l'hiver par les fortes précipitations. Ce climat et cette géologie particulière expliquent qu'une des plus célèbres carottes françaises ait élu domicile dans ce territoire. « Elle a besoin d'eau l'été lors de sa croissance », explique Mathieu Joret, président syndicat des producteurs de carottes de Créances. Elle va la puiser grâce à ses racines dans la nappe phréatique toute proche. L'hiver, au contraire, elle a besoin d'un sol sec pour se conserver. À cet égard, le sable avec son pouvoir drainant est idéal. »

La carotte des sables de Créances a obtenu son Label Rouge dès 1967 avec l'appui du syndicat des producteurs. À l'époque, cette plante ombellifère orangée était surnommée « l'or rouge de Créances ». Historiquement, ces terres pauvres de cette région côtière étaient dédiées au maraîchage. « Lorsque Joseph, mon grand-père, a créé en 1949 l'entreprise familiale, rappelle Mathieu Joret, il a jeté son dévolu sur ces terres parce qu'elles étaient deux fois moins chères que celles constituées de sol plus argileux. »

CRÉANCES FÊTE SA CAROTTE

À l'époque, la culture du melon demeurait la référence sur cette partie de la côte. Mais peu à peu, il a disparu au profit de la carotte. Avec le commerce moderne, les distributeurs ont découvert avec intérêt ces carottes robustes, longues, lisses, colorées et régulières produites dans la région. Elles se sont vite imposées



Mathieu Joret.

dans les cuisines, remplaçant les spécimens difformes qui poussaient en terres argileuses. La légende de la carotte des sables de Créances était née. Depuis plus de 30 ans, à la mi-août, le village de Créances fête cette racine potagère.

C'est un produit très spécifique. Les semis débutent en juin ; fin août-début septembre, les premières racines sont arrachées progressivement au gré de la demande. Dès le mois de novembre, les producteurs coupent les fanes et couvrent de paille les plantations restantes. La carotte entre en vernalson, une forme d'hibernation. La paille la protège du froid l'hiver, et au printemps elle l'isole des premiers rayons de soleil susceptibles de déclencher la floraison. À leur époque, les grands-parents de Mathieu Joret n'utilisaient pas de la paille, mais des algues qui étaient épanchées en deux fois. En août, l'apport d'une première variété venait nourrir la racine. Enfin, durant l'automne, des algues séchées faisaient office de paillage.

La collecte du goémon étant de plus en plus réglementée sur les plages normandes, la famille Joret a dû y renoncer pour se tourner vers la paille pour couvrir. Des artisans lui fournissent des extraits d'algues afin d'amender le sol. Ainsi grâce à cette méthode culturale, la carotte des sables de Créances est disponible de la fin d'août à la fin d'avril.

Jean-Michel Déhais

© Fruttini

**Fruttini**24, rue Saint-Placide
75006 Paris

Tél. : 01 43 20 47 31

50 à 60

recettes sont proposées

10 employés
dans le laboratoire**L'histoire**

C'est en décembre 2018 que commence l'histoire de Fruttini. Deux amies, Marie-Laure Pollet et Ollivia Berdah, décident de se lancer dans ce nouveau challenge, alors qu'elles n'étaient pas du métier. L'une travaillait dans le prêt-à-porter féminin, tandis que l'autre était avocate. Elles quittent leurs emplois respectifs et entament alors une reconversion professionnelle. Pendant un an, elles voyagent, dégustent des goûts différents et s'imprègnent de glaces diverses et variées qu'elles découvrent. Une fois ces expériences terminées, elles se jettent à corps perdu dans l'élaboration de leur projet de fruits givrés, participant à chaque étape de la chaîne de production. Aujourd'hui, la boutique Fruttini s'est bien développée et les recettes fusent au gré des saisons.

On voulait remettre au goût du jour une gourmandise de notre enfance.

MARIE-LAURE POLLET, FRUTTINI

Les sorbets à consommer sans modération

Défi réussi pour Marie-Laure Pollet et Ollivia Berdah.**Les fondatrices de Fruttini ont construit un concept de fruits givrés innovant. Installé en plein cœur du quartier de Notre-Dame-des-Champs (Paris 6^e), Fruttini rayonne et s'exporte.**

Fruttini, c'est l'histoire d'un souvenir d'antan. « Dans les années 1980, on avait un dessert, un citron givré avec un petit chapeau. On adorait ça », explique Marie-Laure Pollet, cofondatrice de l'enseigne. Fruttini symbolise en quelque sorte ce joli souvenir, comme un dessert nostalgique. Le concept est né à partir de cette image-là : « On voulait remettre au goût du jour une gourmandise de notre enfance », poursuit-elle.

En effet, Fruttini est une pâtisserie de fruits givrés, utilisant uniquement des fruits de saison et exotiques. Dès le début, Marie-Laure Pollet et Ollivia Berdah ont tout de suite mis la main à la pâte : « On était dans le laboratoire avec le chef, à creuser les fruits et à comprendre comment on travaille le produit. » D'ailleurs, les deux cheffes d'entreprise demeurent toujours multitâches : « J'aime bien dire qu'on a un bac d'eau chaude et d'eau froide. On est présentes de la conception des recettes jusqu'à la vente en magasin, ainsi que pour toutes les tâches de gestion. On aime ça et ça nous permet de connaître par cœur le produit que l'on vend. »

En décembre 2018, c'est le début de l'aventure. Leur première boutique-salon de thé ouvre rue Saint-Placide, dans le 6^e arrondissement de Paris. Les clients sont au rendez-vous et le commerce grandit progressivement. Leur laboratoire, quant à lui, se situe à Saint-Ouen (Seine-Saint-Denis). Aussi, face à ce succès, de plus grands locaux s'imposaient pour l'entreprise Fruttini : « On souhaite préserver ce savoir-faire artisanal et ce travail d'orfèvre, donc on avait besoin de plus d'espace. »

LE GOÛT AVANT TOUT

Force est de constater que les saveurs des sorbets plaisent. Seuls trois parfums sont de la crème glacée : banane, noix et châtaigne. De plus, Fruttini travaille exclusivement avec des produits de saison et exotiques. Chaque aliment est alors travaillé avec soin et méticuleusement : « Par exemple, le kiwi et le litchi, il faut les vider à la main et faire attention à ne pas casser la coque. C'est ce qui contient le sorbet », précise



Marie-Laure Pollet.

Marie-Laure Pollet. En outre, la carte est renouvelée assez régulièrement : « Chaque saison, on change les arômes. On choisit les fruits quand ils sont bien mûrs pour avoir le moins de sucre à ajouter possible. » Les clients apprécient ce fonctionnement par saison, qui leur donne une bonne raison de revenir. Il leur arrive d'ailleurs de confectionner de nouvelles recettes à la suite des retours clients. « Notre Fruttini avocat a été inspiré par des touristes brésiliens, qui nous racontaient qu'ils buvaient des smoothies à l'avocat au Brésil », se souvient la gérante. Par ailleurs, la pâtisserie a collaboré avec Hélène Darroze, en 2021, un vrai moment de partage pour les équipes. « Après, on a gardé l'idée des noisettes pralinées dans le sorbet avocat. »

Pour choisir leurs fruits et légumes, le chef et les fondatrices se rendent au Marché international de Rungis, que Marie-Laure Pollet décrit comme « un jardin ouvert ». En plus d'avoir tissé des liens avec les commerçants, ils y trouvent leur bonheur. « Depuis le début, on se rend à Rungis. C'est toujours un plaisir d'y aller. Il y a de très bons produits. On y achète tous nos aliments : de la verveine, de la tomate, des framboises, etc. Tout le monde est sympathique. Pourquoi faire autrement ? » **Victoria Mbele**

**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

CONSEIL CUISINE CRÉATION
GOURMET & SAVEURS PRESTIGE

Tél. : +33 6 16 82 51 52

charles_soussin@hotmail.com

linkedin.com/incharles-soussin



Charles Soussin

Charles Soussin est un chef atypique. Il n'a pas de restaurant, mais il court les salons, en France et à travers le monde. On peut également le croiser à l'Élysée ou dans une salle de classe.

Le chef globe-trotter

Du Salon de l'agriculture à Asia Fruit Logistica, du Canada à l'Espagne, sans oublier les cours en école hôtelière, l'agenda de Charles Soussin est bien rempli.



Je cuisine depuis l'âge de 15 ans. Je ne suis pas issu d'une famille de restaurateurs, mais d'une famille de mère et de grand-mère cuisinières...

». Cette phrase suffirait à décrire le lien entre Charles Soussin et la cuisine : la passion, la transmission, la formation. L'itinérance, qui caractérise son activité, lui vient certainement de son père gendarme. Son enfance et son adolescence sont ainsi rythmées par les affectations successives de son papa.

Né à Niort (Deux-Sèvres), c'est à Bordeaux (Gironde) que Charles fera son école hôtelière, celle de Bordeaux Talence. Le lycée hôtelier de Talence, devenu aujourd'hui le Lycée de Gascogne Hôtellerie et Tourisme, est une institution de plus de 50 ans. À sa création, il incluait un des tout premiers hôtels d'application de France. Ce lycée revendique encore aujourd'hui de former « *des professionnels de valeur dans des métiers exigeants* ». Situé à Talence, le lycée est une adresse prédestinée : rue François-Rabelais. Charles Soussin sort du lycée hôtelier de Talence avec deux diplômes : un BTH et un BTS. Dès lors, c'est le parcours classique pour les débutants dans la carrière de l'hôtellerie-restauration. Il entre comme commis de cuisine à l'hôtel Arce à Saint-Étienne-de-Baïgorry dans les Pyrénées-Atlantiques. Cet ancien « trinquet », créé en 1865, est encore aujourd'hui une des plus belles adresses du Pays basque. On pourrait plus mal commencer... Après cette première expérience, Charles prend le large et intègre, toujours comme commis de cuisine, l'hôtel-restaurant Fleur de sel (1 étoile Michelin) à Noirmoutier-en-l'Île (Vendée). Il ne sait pas encore que, en travaillant la fameuse bonnotte de Noirmoutier, il croiserait la route des fruits et légumes d'exception, une passion qui plus tard ne le quittera plus. En 1991, après quatre années dans l'île vendéenne, il rejoint la région parisienne. D'abord, il devient commis de cuisine au Relais du château de Vincennes (2 étoiles Michelin à l'époque, avec comme chef Gabriel Biscay Meilleur Ouvrier de France). Il y reste trois ans et obtient son premier grade :

semi-chef de partie. Puis les expériences se succèdent. En 1992, il pose pour un an sa toque dans les cuisines de l'Hôtel de Crillon (avec le chef Christian Constant) où il a, entre autres, une activité de caviste. Arrive le service national qu'il effectue au Cercle national des Armées, place Saint-Augustin à Paris. Son service terminé, il passe un an en tant que second de cuisine, à l'hôtel Mercure de Saint-Mandé (Val-de-Marne). Puis, il est recruté par l'Atria Novotel Noisy-le-Grand comme second de cuisine, puis chef de cuisine et enfin responsable restauration. L'établissement dispose d'un centre de conférence, de trois pôles de restauration et sert 120 000 couverts à l'année. Ainsi, Charles Soussin prend contact avec l'organisation d'événements plus ou moins importants. Il y reste quatre ans avant de sentir que le moment de commencer une nouvelle aventure est venu.

UNE RENCONTRE DÉCISIVE

La première étape passe par l'ouverture de sa propre affaire, un restaurant, le Charles dans le 16^e arrondissement de la capitale. Mais notre globe-trotter a la bougeotte. Aussi en 2017, c'est le grand saut et l'ouverture, avec un associé, d'un restaurant français, le C si Bon, en Floride, à Miami. Il en est copropriétaire et chef exécutif. C'est l'expert des cuisines à Miami ! Et puis un événement va orienter le cours de sa vie professionnelle. Il organise une prestation avec Interfel, l'interprofession des fruits et légumes frais. « *C'est au hasard d'une rencontre, riche d'enseignement que je me suis tourné vers les fruits et légumes* », raconte-t-il. Le courant passe, et il lui est demandé d'accompagner les équipes d'Interfel à Berlin (Allemagne) où se tient tous les ans, au début de février, Fruit Logistica, le plus grand rendez-vous mondial du commerce des fruits et légumes. Cette rencontre est un double déclic : la découverte de sa passion pour les fruits et



légumes, et celle des grands rendez-vous professionnels mondiaux. Dès lors, Charles Soussin crée sa propre entreprise Conseil Cuisine Création. Il est également cofondateur de GS Prestige. Charles multiplie les activités : traiteur, conseils culinaires, animations d'ateliers. Il enseigne aussi une fois par semaine. Il est professeur de cuisine en école hôtelière au lycée François-Rabelais (encore lui) à Dugny (Seine-Saint-Denis).

Ainsi, il peut faire croiser ses compétences. Quand il accompagne une interprofession française en France ou à l'étranger (celle des fruits et légumes à Berlin, à Madrid [Espagne] – salon Fruit attraction – à Hong Kong [Chine]...), il lui arrive de prendre des élèves avec lui. Ce fut le cas récemment au Salon international de l'agriculture. Une douzaine d'élèves du lycée hôtelier de Dugny ont eu l'opportunité de travailler sur plusieurs stands : France Agrimer, Pavillon des Vins, Interfel Fruits et légumes frais, Passions céréales, fromages de chèvres. « *Dans le cadre de leur formation, nos élèves ont dû gérer un événement sur neuf jours, soit 350 couverts du petit déjeuner au déjeuner en passant par les cocktails et les goûters. Ils ont assuré le petit déjeuner d'Emmanuel Macron et d'Édouard Philippe. Ce sont les valeurs comme l'adaptabilité et la disponibilité, inhérentes à leurs futures fonctions qui ont été mises en avant* », souligne-t-il à l'époque.

Son activité le conduit à travailler des produits d'excellence. Et c'est tout naturellement qu'il se tourne vers le Marché de Rungis pour ses approvisionnements. Notamment pour les fruits et légumes. « *Les fruits et légumes sont une source d'inspiration inépuisable. Taillés, crus, cuits, bruts, dans tout leur état, il est possible de les décliner à l'infini. Cette passion pour les fruits et les légumes, cette capacité à être créatif dans la simplicité, cette faculté à redonner vie aux produits boudés, je la mets aujourd'hui au service du grand public avec humilité* », aime-t-il rappeler. Tout cela, il le retrouve à Rungis, chez ses fournisseurs. Dans la mesure du possible, il organise régulièrement des visites du Marché pour ses élèves. Ce qu'il apprécie aussi à Rungis ce sont les couleurs, les odeurs, la vie dans les cafés. Et puis, « *il n'y a pas de prix sur les produits. C'est la vraie économie de marché* ».

Sa passion pour les produits frais, sa présence, aux côtés des filières françaises, dans les grands rendez-vous internationaux, ont conduit Charles Soussin à recevoir, en 2018, les insignes de chevalier de l'ordre du Mérite agricole. « *Dans le milieu de la gastronomie et de la restauration, ce qui compte avant tout c'est l'expérience, le goût et l'émotion* », conclut le chef.

Olivier Masbou



Un nouvel atelier

Charles Soussin a installé, il y a quelques mois, son nouvel atelier à Arpajon (Essonne). Ce fut un investissement important pour l'entreprise, mais ces nouveaux locaux sont mieux adaptés aux multiples activités du chef et de ses équipes. Son laboratoire lui permet de préparer et de cuisiner des produits frais, toujours faits maison pour ses clients, à Paris, en Île-de-France, partout dans le pays et autour de la planète.

Ses fournisseurs

À RUNGIS

Fruits et légumes :

Mouneyrac

Desmettre et Desmettre bio

Paris select

Terre Azur Rungis

Carreaux des producteurs

Viandes :

LPN volaille

Bigard

Cantrel

Jauno porc

Poissons :

Terre azur Rungis

Demarne

La vallée des Aldudes

Capitale de
la gastronomie basque

Jambon Kintoa, Ossau-Iraty, truite de Banka, vache Pirenaica, agneaux de lait... Ces produits haut de gamme ont transformé une vallée en déshérence, il y a trente ans, en vallée florissante et prospère.

Tableau aux mille nuances de vert en plein cœur du Pays basque intérieur et à la frontière espagnole, la vallée des Aldudes doit son destin à l'agriculture et à un homme en particulier.

Reportage de Julia Castaing

La philosophie des Aldudes (Pyrénées-Atlantiques), c'est de prendre le temps. Cela vaut aussi bien pour flâner sur les sentiers de randonnée, que pour ses produits locaux. La truite de Banka se développe pendant cinq ans, le porc basque vit pendant 12 à 14 mois et son jambon est affiné pendant près de deux ans, la vache Pirenaica a besoin de deux années... Ici, on prend le temps de faire des bons produits.

Composée de trois villages, Banka, Aldudes et Urepel, nichés au creux des montagnes de Basse-Navarre, une des sept provinces qui composent le Pays basque, la vallée s'étire sur à peine 30 km et compte un millier d'âmes attachées à leurs terres. Traversée par la Nive des Aldudes, elle regroupe des montagnes homogènes dominées par les crêtes d'Iparla (1 044 m). En dépit de son isolement (à 1 h 15 de Bayonne et à 2 heures de Pau), la vallée étonne par son dynamisme économique. De nombreuses structures se sont implantées entre les années 1980 et 2000 et génèrent aujourd'hui 384 emplois, attirant même une centaine de travailleurs extérieurs. En 2018, le taux de chômage était de seulement 3 % quand celui du niveau national était de 9,1 %. L'économie des Aldudes gravite principalement autour de l'agriculture. L'artisanat et le BTP sont également vecteurs d'employabilité, avec le tourisme qui, depuis peu, offre de belles retombées économiques à la vallée, reconnue pour son cadre exceptionnel et sa gastronomie haut de gamme. À elle seule, elle détient trois des quatre AOP du Pays basque : l'Ossau-Iraty, le jambon Kintoa et l'Irouléguy. Seul le piment d'Espelette n'est pas situé aux Aldudes.

Historiquement, la vallée des Aldudes n'était pas reconnue et appartenait plus globalement à la vallée de Baïgorry, qui prend son nom au village Saint-Étienne-de-Baïgorry, situé à une dizaine de kilomètres en contrebas. « *La vallée des Aldudes ne se découvre pas par hasard, il faut avoir la volonté d'y venir* », illustre Frantxoa Oteiza, directeur de l'entreprise éponyme.

LE ROI DE LA VALLÉE

Elle doit sa renommée en grande partie... au porc basque. Et à Pierre Oteiza. On ne peut pas parler de la vallée des Aldudes sans raconter leur histoire commune. Il y a 35 ans, ce boucher-charcutier se rend ●●●

La ferme Burubeltx offre une belle vue sur le Pays de Quint, en Navarre.



© Studio Waaz

Pierre Oteiza et son fils Frantxoa, dans le séchoir collectif, pendant la découpe du jambon. Kintoa.

● ● ● au Salon de l'agriculture à Paris et découvre cette espèce en voie d'extinction. Il décide alors, avec une poignée d'éleveurs, d'acheter les 20 bêtes restantes pour relancer la race sur ses terres d'origine. L'élevage de ce porc à la croissance très lente avait été abandonné après la guerre à cause de son rendement trop faible. Aujourd'hui, 80 éleveurs s'occupent des 8000 porcs basques. Le Kintoa a obtenu l'AOP en 2017 et l'entreprise Oteiza emploie plus de 60 personnes. La qualité de la race et les conditions d'élevage optimales en ont fait une viande d'exception, qui s'exporte dans 26 pays, notamment au Japon, au Benelux, au Canada et dans les quatre dragons d'Asie.

Emportés par cet élan, les autres agriculteurs de la vallée s'y mettent à leur tour : truies de montagne, fromages de brebis, la vallée se spécialise dans les produits du terroir haut de gamme. À l'heure où de nombreux villages meurent faute de travail et d'habitants, la vallée des Aldudes, elle, revit. « *S'il n'y avait pas eu mes parents, la vallée ne serait pas ce qu'elle est aujourd'hui* », résume Frantxoa Oteiza. Depuis le début de l'année, il a repris les rênes de l'entreprise familiale. Avec 50 truies de reproduction et 300 porcs à l'engraissement en moyenne, Oteiza reste le principal acteur de la filière.

Reconnaissable par sa robe bicolore avec des taches noires sur la tête et l'arrière-train, de longues oreilles croisées sur le groin, le porc basque vit en plein air jusqu'à 14 mois en montagnes, forêts et prairies pour répondre aux exigences de l'AOP. Il se nourrit d'herbes et de fruits de saison (châtaignes, glands, faines) et de céréales. Cela lui permet de développer un gras très particulier, intramusculaire, qui donnera au jambon son goût persillé, sa couleur rouge sombre et le fondant en bouche. Si cela vous fait saliver, vous ne trouverez pourtant jamais de Kintoa dans les rayons d'un supermarché. La politique de la filière est de bannir la grande distribution : 50 % de la production d'Oteiza est ainsi vendue en vente directe dans ses neuf boutiques et son site Internet. Et la moitié restante est dédiée aux professionnels des métiers de bouche.

« *Pour rentabiliser un cochon, il faut l'utiliser dans son ensemble et pas seulement les pièces nobles, on travaille aussi les pattes, la cochonnaille, le boudin, les jarrets, les oreilles et les pieds*, souligne Frantxoa Oteiza.



Les porcelets Kintoa, race endémique du Pays basque, vivent trois mois près de leur mère.

Tout le reste, qui n'est pas commercialisable, va être transformé en saucissons. Le dicton "tout est bon dans le cochon" est vrai ! »

Avec son séchoir collectif, la marque Pierre Oteiza peut fabriquer son jambon de manière autonome et indépendante. Créée en 2000 par cinq artisans charcutiers du Pays basque, la surnommée cathédrale Notre-Dame-du-Jambon a permis de mettre en commun les coûts et les savoir-faire. Ainsi, 45 000 jambons séchent tranquillement à l'air libre, au rythme des saisons. Si de nombreuses structures familiales ont pris le parti de se lancer dans la transformation de leur production en vente directe à la ferme, certains se sont regroupés en créant des outils collectifs. À l'instar de ce séchoir, deux fromageries et une coopérative de transformation de produits fermiers ont vu le jour. La coopérative Belaun, créée en 2010, permet de mutualiser la commercialisation des produits. « *Il y a eu une vraie volonté de vivre de l'activité fermière dans les années 2000. Avant, les agriculteurs vivotaient* », confirme Marie-Hélène Ernaga, responsable du pôle Basse-Navarre à l'Office du tourisme.

UNE TRUITE D'EXCEPTION, CONNUE JUSQU'AU JAPON

Fondée par Jean-Baptiste Goicoechea en 1965, l'entreprise Truite de Banka a aussi contribué à l'essor de la vallée. Surtout quand Michel, son fils, a repris le bébé il y a 40 ans. À l'époque, créer une ferme aquacole dans un moulin à grains du XVIII^e siècle était vu comme une folie. « *Un vrai pisciculteur n'aurait pas mis un centime ici* », assure Michel Goicoechea. Mais le bûcheron d'origine s'est servi de son « *bon sens de la nature* ». Avec l'eau de la source Arepa, une des plus pures et poissonneuses de France, puisée à 110 mètres de profondeur (pour une plus grande richesse de l'eau), il a recréé un torrent en suivant le dénivelé naturel du terrain, quand les bassins de pisciculture sont habituellement à plat. « *Le débit important permet une oxygénation des bassins, la pesanteur fait son travail et le poisson est quasiment dans son environnement naturel*, souligne Michel Goicoechea. *La truite grandit lentement, sans stress.* »

Quand Michel Goicoechea revient au pays après des études de gestion qui ne l'intéressaient pas, l'entreprise n'était pas rentable. Il est donc allé à la rencontre des chefs pour comprendre leurs attentes, alors que



Michel Goicoechea veille sur ses truites Banka arc-en-ciel, qu'il élève en pisciculture.



Michel Goicoechea pratique l'aquaponie, cycle vertueux où poissons et plantes vivent en symbiose.

la truite de rivière avait mauvaise presse. Il sélectionne ainsi les meilleurs spécimens pour obtenir des poissons de 4 à 5 kg, pour en faire des darnes. Si les œufs viennent d'une pisciculture pyrénéenne, chaque poisson naît à Banka. La truite arc-en-ciel est nourrie de vers de farine et changée de bassin trois à quatre fois dans son cycle de vie. La qualité de ses truites est désormais de renommée mondiale. Elle était d'ailleurs la star du concours Prosper Montagné en 2022.

Chaque année, la pisciculture en produit 70 tonnes. « *On pourrait en faire le double mais par rapport à la place dont on dispose et la qualité de notre poisson, je pense qu'on a trouvé l'équilibre parfait. Ce n'est pas dans notre philosophie de faire toujours plus, on veut valoriser ce qu'on a déjà* »,

assure Michel Goicoechea. Grâce à l'ouverture de son site au public, il vend la moitié de sa production en direct : 30 000 visiteurs par an découvrent ainsi les secrets de l'élevage piscicole autour d'une promenade bucolique au rythme des chutes d'eau. Le site s'est également transformé en un atelier de production, où la truite est vendue sous toutes ses formes : filets, fumée, rillettes, terrines, œufs de truite, soupes... Mais aussi en sacs à main, porte-monnaie ou ceintures. Il y a 12 ans, il s'est lancé dans la maroquinerie avec un tanneur pour utiliser la peau de truite comme du cuir.

L'entrepreneur de 63 ans ne s'arrête plus. Cette année, l'envie d'un nouveau défi l'a poussé à expérimenter l'aquaponie : un écosystème ●●●

Vignoble d'Irouleguy, domaine AOP

Domaine Gutizia, à Irouleguy.



Le vignoble d'Irouleguy a été créé au XII^e siècle par les moines de l'abbaye de Roncevaux pour approvisionner en vin les pèlerins sur la route de Saint-Jacques de Compostelle. Depuis leur monastère, situé à 950 mètres d'altitude, ils ont choisi le secteur d'Irouleguy dont les sols répartis en terrasse étaient et sont toujours propices à la culture de la vigne. Depuis 2013, le vin d'Irouleguy est un vin AOP, dont le vignoble se déploie sur 240 ha et 80 % sont en bio. Plus petit vignoble de vin AOP en France, il regroupe 18 producteurs indépendants et une cave coopérative. Les ceps de vignes sont plantés en terrasses entre 200 et 400 mètres d'altitude, autour de la vallée de Baïgorry et Saint-Jean-Pied-de-Port, sur 15 communes. Les différences d'altitude en font notamment sa particularité avec des variations météorologiques puissantes et des vendanges plus tardives selon les domaines. Le climat doux entre l'océan et les terres permet de développer des notes fruitées et du caractère dans ses différents cépages : tannat, cabernet franc, cabernet sauvignon et petit manseng.



© Ivan Rodriguez-Svelt Studio

En moyenne, il faut compter 1 200 truites Banka par bassin piscicole.



Céline Monaco, installée dans la ferme familiale de Burubeltx, produit trois tonnes de fromage.

● ● ● vertueux mêlant l'élevage de poissons et la culture de végétaux hors-sol. La même eau circule entre les bassins à poissons et les plantes. Les déjections des truites chargées en ammoniac sont transformées par un biofiltre en nitrates, dont les plantes raffolent. Les plantes purifient l'eau à leur tour, qui va pouvoir être relâchée dans les bassins des truites. Ce procédé a permis de supprimer tous les désherbants et pesticides. De l'aneth, de la ciboulette, du persil et même des fraises, des salades et des piments doux poussent ici, les racines directement dans l'eau. La ciboulette présente des notes acidulées, aillées et une fraîcheur en bouche. Lorsqu'on a eu la chance de la goûter, il fut difficile de savoir si notre cerveau s'est fait influencer pour avoir décelé un léger goût de poisson...

SUR LA ROUTE DU FROMAGE

La route du fromage AOP Ossau-Iraty, c'est plus de 300 km et 125 étapes dans des fermes, fromageries, cabanes d'estive ou affineurs. Elle traverse horizontalement le Béarn et le Pays basque. Créée par le Syndicat de défense Ossau-Iraty, elle permet aux visiteurs de trouver un producteur, de découvrir la fabrication traditionnelle de ce fromage de brebis et le pastoralisme. Parmi les 125 étapes, la ferme Burubeltx, sur les hauteurs d'Urepel, est gérée par Céline et Mizu [Jean-Michel en basque, NDLR] Monaco, installés en Gaec sur l'exploitation familiale. Située à 650 mètres d'altitude, la ferme abrite 400 brebis Manech têtes noires ou têtes rousses, et une vingtaine de vaches Pirenaïca. Quelques porcs basques Kintoa complètent le cheptel. Le couple s'efforce d'être le plus autonome possible en assurant eux-mêmes la fabrication et l'affinage.

La ferme Burubeltx produit à elle seule trois tonnes de fromage de brebis au lait cru et 20 000 litres de lait par an. La durée d'affinage du fromage est de trois à quatre mois minimum. Tous les 15 jours, le couple fait vérifier son lait au laboratoire. « On doit avoir un lait de super qualité sinon on le paie sur le fromage », explique Céline Monaco, la fille de Pierre Oteiza. Pour obtenir de l'Ossau-Iraty selon les règles de l'AOP, le lait doit passer par différentes étapes. Il est d'abord disposé dans une

cuve au bain-marie à 28 degrés, afin de transformer le liquide en solide. « Ça devient comme du yaourt, et après trente minutes de repos, on casse le caillé », détaille Céline Monaco. Il est ensuite brassé puis chauffé à 38 degrés. Le petit-lait est évacué. S'il n'est pas encore valorisé par Céline et Mizu, ils le donnent parfois aux cochons qui en raffolent. Le reste du pâton est coupé en morceaux puis disposé dans des moules avec une toile de tissu et l'estampille AOP officielle. Le futur fromage est alors pressé pendant quatre heures pour égoutter les restes de petit-lait. Sur la croûte, ils inscrivent la date pour qu'il reste en affinage entre trois et cinq mois, puis devenir des tommes de deux à trois kilos.

L'élevage ovin suit un cycle au gré des saisons. À la fin de l'été, les brebis rentrent à la bergerie après une période de transhumance dans le Pays de Quint, en Espagne, pendant quatre à six mois pour démarrer la période d'agnelage en novembre. Mi-décembre, les premiers agneaux sont vendus, tandis que la traite des brebis commence et se poursuit jusqu'au mois de juin, en vue de fabriquer le fromage. Puis, elles retournent en montagne se nourrir d'herbes. « Tous les jours, je monte leur rendre visite avec mon chien pour vérifier les points d'eau, la nourriture pour les diriger ailleurs si besoin », indique Mizu Monaco. « En juin, il faut déjà penser à l'hiver alors qu'on attend l'été toute l'année », ironise Céline Monaco, qui évoque les « conditions rudes » en montagne. « On travaille comme on vit et on vit comme on travaille, résume Céline Monaco. Lentement. »

La *success story* du jambon Kintoa inspire la race de bœuf Pirenaïca, qui emprunte le même chemin quelques années plus tard. Proche de l'extinction dans les années 1970, cette race pyrénéenne rustique a été relancée dans les Aldudes et en Navarre pour être convertie en vocation bouchère. Quand la blonde d'Aquitaine, au rendement boucher beaucoup plus important, a besoin de seulement six mois, la Pirenaïca a besoin de deux ans. Son élevage lent et ses conditions en estive en font une viande exceptionnellement tendre et propice à la maturation. Toujours dans un souci de mutualisation des ressources, une association d'éleveurs s'est montée pour sa protection et sa commercialisation, ainsi que pour constituer un dossier de demande d'AOP. Un de plus peut-être pour les vallées des Aldudes ?



Brebis Aldaparri, de la ferme Burubeltx, au moment de la transhumance.



L'estampille AOP Ossau-Iraty Fermiers garantit la fabrication au lait cru par l'éleveur.

Aujourd'hui, la vallée joue de son cadre idyllique pour attirer les visiteurs gourmets. De nombreux touristes viennent de toute la France pour goûter au roi de la vallée, le Kintoa, à en croire les plaques d'immatriculation agglutinées sur le parking du restaurant Pierre Oteiza en plein mois d'août : Gironde, Landes, Corse, Loire-Atlantique, Île-de-France, Bretagne, Savoie, Hérault. Venue de Paris entre amis avec cinq enfants pour un séjour sur Bayonne, Caroline a prévu une journée entière aux Aldudes. « On avait envie de se balader dans les montagnes, voir des animaux et goûter le jambon, alors on nous a conseillé de venir ici. C'est génial pour les enfants et même pour les adultes », assure-t-elle.

UN TOURISME ESTIVAL EUROPÉEN AUSSI

Aujourd'hui, la vallée de Baïgorry reçoit plus de 2000 visiteurs par mois sur la période estivale (juillet et août 2023), quand Saint-Jean-Pied-de-Port accueille entre 16 000 et 20 000 visiteurs aux mêmes dates. « *Garazi* [Saint-Jean-Pied-de-Port en basque, NDLR] est la porte d'entrée de Baïgorry et des Aldudes, souligne Marie-Hélène Ernaga. Les touristes viennent beaucoup pour la journée depuis Saint-Jean-Pied-de-Port ou même depuis Bayonne, ça fait partie des incontournables qu'on leur propose à voir dans les alentours. » Si la majorité vient du Sud-Ouest et de la région parisienne, le tourisme est européen, essentiellement d'Espagne et de Belgique. Même quelques Américains s'aventurent jusqu'aux Aldudes. Pour cause, de plus en plus d'établissements voient le jour dans la vallée, qui compte désormais une douzaine de bars, hôtels, restaurants, et une quinzaine de gîtes ou chambres d'hôtes et même une auberge de jeunesse. « Ce qui fait la force de la vallée, c'est son agriculture et sa gastronomie, ses paysages naturels préservés, et ses racines basques, résume Marie-Hélène Ernaga. On est situés en moyenne montagne, donc c'est vraiment accessible à tous. C'est également une porte d'entrée vers l'Espagne. » Pour valoriser le savoir-faire de ses agriculteurs et faire déguster de bons produits, l'association AIBA [acronyme de « Vallée des Aldudes toujours de l'avant » en basque, NDLR] organise tous les deux ans, au mois d'octobre, sa foire. Celle-ci rassemble sur le week-end jusqu'à 10 000 visiteurs, aussi bien touristes que locaux.



Cédric et Ana Baudour, Logis Saint-Sylvestre, à Aldudes.

Au Logis Saint-Sylvestre

Le chef Cédric Baudour met un point d'honneur à valoriser les produits nobles des alentours dans ses assiettes. Sa carte est exclusivement « sourcée » à quelques kilomètres, à l'exception de quelques vins de Bourgogne et du canard des Landes. « Je ne mets pas en valeur les produits, ils le font très bien tout seuls, je les cuisine le plus simplement possible pour rester fidèle au vrai goût, souligne le chef. Par exemple, l'agneau, je n'y ajoute que du sel, du poivre, de l'ail et du piment d'Espelette, rien de plus. On a la chance d'avoir des produits d'exception qui n'ont besoin de rien d'autre. » Né d'une mère des Aldudes et d'un père de Bigorre, il a repris l'entreprise familiale en 2018 avec sa femme, Ana. Doté de dix chambres, l'hôtel accueille régulièrement des couples et des familles amoureuses de la nature et de bonnes tables.



© syndicat figues de Solliès AOP

Figue, la fleur charnue

Messagères de l'automne, les figes possèdent le goût de l'été retrouvé. Une fois arrivées à maturité, elles sont délicates à manipuler mais la saveur mielleuse qu'elles renferment mérite que l'on s'y attarde en cuisine.

Originaire d'Orient, le figuier prospère sur l'ensemble du pourtour méditerranéen. Sa présence opulente à l'état sauvage dans ces régions gorgées de soleil confère à son fruit son parfum enivrant si particulier, subtil mélange de la douceur laiteuse de sa sève, de la fraîcheur herbacée de ses feuilles et des effluves mielleux de son trésor antique : la figue. Bien qu'elle en ait la saveur délectable, la figue, véritable rareté végétale, n'est pas à proprement parler un fruit. Du moins, pas au sens botanique du terme. « Comme la fraise, les vrais fruits, ce sont les petits grains croquants présents à l'intérieur de la pulpe de la figue. On les nomme akènes », explique Jean-Baptiste Cokelaer, pharmacien botaniste et auteur de l'ouvrage *Des Cueillettes et des Hommes* (Éditions de la Martinière, 2020). Ainsi, lorsque nous nous délectons d'une figue, nous mangeons en réalité un réceptacle floral, sorte de fleur inversée, nommé sycone. « C'est une inflorescence propre à certaines espèces de

la famille des Moracées, dont fait partie le figuier », poursuit Jean-Baptiste Cokelaer.

Dès l'instant où nous croquons dans une figue, nous consommons en réalité plusieurs centaines de minuscules fruits, au passé de fleurs. Celles-ci sont fécondées grâce à une petite guêpe : le blastophage. « Il existe des pieds de figuiers mâles et des pieds de figuiers femelles. Le pollen, produit par les fleurs mâles du figuier mâle, va être transporté par la guêpe femelle jusqu'au figuier femelle. Cet insecte, dont l'objectif est d'atteindre une figue pour y pondre ses œufs, pénètre à l'intérieur de la pulpe en passant par l'ostiole, un petit orifice situé au niveau de l'extrémité basse du sycone », explique Jean-Baptiste Cokelaer. Dès lors, le blastophage peut déposer sa poussière dorée sur les fleurs femelles présentes à l'intérieur du réceptacle floral ; c'est le phénomène de pollinisation. Nous aurions donc tort de penser que les figuiers ne sont jamais en fleurs ; leur

floraison nous est seulement dissimulée par le sycone, que nous appelons à tort fruit. Initialement vert, ce dernier se transforme en une figue savoureuse en mûrissant au soleil. De ce fait, les figues méditerranéennes sont l'aboutissement d'une symbiose. « Cette guêpe ne peut pas se développer sans les figuiers et on ne peut avoir de figues si l'on n'a pas cette guêpe. Ces deux espèces vivent en communion pour perpétuer les ressources, c'est un échange vertueux », affirme le botaniste Jean-Baptiste Cokelaer. Il existe néanmoins des variétés autofertiles dont les arbres peuvent fructifier sans que leurs fleurs soient pollinisées. Les fruits qu'ils produisent sont dits « parthénocarpiques », ce qui signifie que leurs graines ne possèdent pas d'embryon. C'est notamment le cas de la figue de Solliès, la seule figue qui, à ce jour, possède une Appellation d'origine protégée (AOP).

Élisa Hendrickx



Au Fromager de Rungis

PARIS

Les **PRIX** de Rungis livrés partout en **FRANCE***

**Réservé
aux
Pros**



Crédit photo : CBA_Monde

www.aufromagerderungis.com



Je me connecte



Je sélectionne



Je suis livré/e



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

*Livraisons en France Métropolitaine





© UnSplash

Une fois les quotas de chasse effectués, une quantité importante de gibier sauvage, ou d'élevage, ne trouve pas preneur. Pourtant, avec des qualités nutritionnelles intéressantes, les viandes comme le sanglier peuvent être une véritable option.

Appartenant à la famille des porcins ou suidés, le sanglier est l'animal ongulé (mammifère dont les pieds sont terminés par des sabots) le plus prélevé en France : 842 000 ont été abattus en 2021. Avec une chasse ouverte toute l'année, à l'exception du mois de mars – correspondant à la période de gestation, le sanglier est présent sur tout le territoire français. Toutefois, huit départements font l'objet de prélèvements supérieurs à 20 000 sangliers par an : Loir-et-Cher (31 638), Gard (25 314), Moselle (24 263), Haute-Corse (23 955), Bas-Rhin (21 917), Cher (21 874), Hérault (21 799) et Var (20 594).

Mais cette grande quantité de gibier ne trouve pas forcément preneur, la faute à une filière peu développée en France. « Quand on trouve du gibier dans les commerces, les GMS, il n'est pas français. Il provient généralement de l'étranger où les filières de gibier sont beaucoup plus démocratisées », explique Clarisse Vigneron, directrice marketing de chez Nemrod, marque de produits à base de gibier exclusivement sauvages et français. Concernant « le goût fumé de la viande de sanglier », ce n'est pas une

constante. Il aurait « *seulement lieu quand le chasseur laisse le gibier faisandé chez lui*, assure Clarisse Vigneron. *Quand il s'agit d'un gibier que l'on récupère, il passe directement dans notre chambre froide avant de finir chez le boucher. En réalité, le sanglier n'a pas de goût fumé et son goût se rapproche de celui du porc.* »

LA VIANDE DE DEMAIN ?

Si on se concentre sur l'apport nutritionnel de la viande de sanglier, il a de vraies cartes à jouer : il est cinq fois moins gras et deux fois moins calorique que le porc. Pourtant, cela n'empêche pas au gibier de sanglier d'apporter plus de protéines, plus de fer ou encore moins de lipides que la viande de porc. Pour 100 grammes de sanglier rôti, on comptabilise environ 126 kcal, 4,3 g de lipides, 20,6 g de protéines et 2,1 mg de fer. « La viande sanglier est plus riche nutritionnellement, car il s'agit d'un gibier sauvage en totale liberté et avec une alimentation libre », précise Clarisse Vigneron. Malgré tous ces points forts, la viande de sanglier, comme celle des autres gibiers, peine à se faire une

place dans les commerces français. Une tendance que s'efforce d'inverser Nemrod, grâce à leur collaboration avec le chef étoilé et Meilleur Ouvrier de France, Olivier Nasti (La Table d'Olivier Nasti**, à Kaysersberg, Haut-Rhin). Ensemble, ils réalisent des recettes telles que le hot dog à la saucisse de sanglier, la salade de pêches rôties au jambon de sanglier sauvage ou bien le sanglier caramélisé façon *pulled pork*. Même si ce travail a pour but de démocratiser aux yeux du grand public, Nemrod n'oublie pas l'ensemble des débouchés. « *Pièces de viandes, brochettes, charcuteries... On livre partout en France pour les particuliers et les professionnels. Par exemple, ce que l'on recommande pour des enseignes de type brasserie, c'est notre planche de saucisson de cerf et de sanglier. Cela permet de montrer une option simple du gibier sauvage* », précise la directrice marketing. « *Récemment, notre dernière recette est un saucisson de sanglier aux amandes fumées avec du Kalios [fromage grec, NDLR]. Sur une carte, cela aura sa touche d'originalité !* »

Marceau Devide-Perrot



© Collectif de l'échalote traditionnelle de Bretagne

L'échalote, en quête de reconnaissance

Au sein de la gastronomie française, l'échalote s'est imposée comme un condiment indispensable. Depuis trois ans, le Collectif de l'échalote traditionnelle de Bretagne se bat pour la préservation d'un savoir-faire et d'un patrimoine alimentaire.

L'échalote traditionnelle n'est pas à confondre avec l'échalote de semis. Cultivée à partir d'un bulbe et récoltée une à une, elle représente un véritable artisanat des maraîchers bretons. De plus, sa plantation n'est pas de tout repos : *« Les bulbes sont plantés de façon manuelle, courant février. Ensuite, ils sont progressivement arrachés à la main dès le début de juillet. On les laisse sécher au champ pendant une dizaine de jours. Puis, les agriculteurs les ramassent et les stockent, en fonction de la demande »*, nous explique Camille Le Monnier, responsable de mission pour le Collectif de l'échalote traditionnelle de Bretagne.

Chaque année, ce sont 30 000 tonnes d'échalotes qui sont produites dans les 200 exploitations agricoles de Bretagne. D'ailleurs, 90 % de la production nationale provient de cette région (qui ne donne pas d'échalote de semis). La plantation et la récolte mobilisent près de 700 emplois, tandis que la préparation, l'équeutage, le calibrage et le conditionnement en concernent 500 autres.

Ainsi, de nombreux professionnels ont décidé de se réunir en un organisme : le Collectif de l'échalote traditionnelle de Bretagne. Cette

association, créée en août 2021, compte aujourd'hui près de 130 adhérents, dont 15 négociants. *« On a tous types de producteurs : des exploitants bio, des conventionnels, des indépendants, des agriculteurs adhérents, ou non, à des coopératives... »* Mais chacun défend et valorise sa production régionale. L'association a même été reconnue par l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) comme représentante de la filière « échalote traditionnelle ». Désormais, l'objectif est de mettre en place un label IGP sur l'échalote traditionnelle de Bretagne.

L'IGP, UNE BATAILLE

Depuis maintenant quelques années, le collectif travaille à l'obtention de ce label de qualité. Un processus long où il faut s'armer de courage et de patience : *« Dans un premier temps, on a rassemblé les acteurs de la filière afin d'établir un cahier des charges. Le but n'est pas de modifier les pratiques de cultures actuelles, mais bien de mettre tout le monde d'accord sur des conditions de production »*, nous éclaire Camille Le Monnier. Le collectif entend être restrictif, pour garantir une qualité minimale

pour le produit, sans pour autant en faire pâtir les producteurs. En avril 2023, il dépose le dossier à l'INAO. En décembre de la même année, la commission permanente de l'INAO lance l'instruction nationale et rend un avis favorable au dossier. Commence ensuite la phase d'instruction nationale. *« Il s'agit d'une période où l'on informe tous les acteurs de la filière de l'avancement de la procédure »*, détaille-t-elle. Dès juillet 2024, les travaux de la commission d'enquête permettent d'établir si le cahier des charges est applicable. Pour le moment, cette commission vient de valider le dossier de cette association. La prochaine étape de la procédure de reconnaissance en Indication géographique protégée est la présentation du dossier devant le Comité national de l'INAO.

« Le chemin est long mais on s'accroche. Le dossier avance plutôt bien et on collabore avec des élus locaux pour qu'il soit appuyé », confie la responsable du collectif breton. Dans un futur plus lointain, et bien que l'IGP reste en ligne de mire, l'association aimerait également obtenir le Label Rouge.

Victoria Mbele

Les entreprises du paysage

Le secteur des entreprises du paysage se développe. Il compte beaucoup de jeunes structures, souvent avec un seul actif. Au sein de cette filière, le segment des marchés publics est, lui aussi, en hausse.

En 2022, on dénombre 32 450 entreprises du paysage⁽¹⁾ en France. Ce nombre a progressé de 2,5 % en dix ans. Sur cette période, on assiste à une progression quasi continue du nombre d'entreprises en France métropolitaine. Le secteur du paysage est composé d'une part importante de jeunes entreprises : plus de la moitié a été créée ou reprise après 2015 et un cinquième d'entre elles après 2020. À noter toutefois que pour les entrepreneurs du paysage, plus d'un quart des entreprises créées à partir de 2020 n'ont pas de salariés alors que dans les entreprises créées en 2015 ou avant, la proportion de structures sans salarié est inférieure à 2 %. Au final, 62 % des entreprises du paysage n'ont aucun salarié ; 24 % ont entre un et cinq salariés et 14,5 % ont plus de cinq salariés.

Les entrepreneurs du paysage génèrent en 2022 un chiffre d'affaires de 7,7 milliards d'euros (avec les territoires d'Outre-mer). En Métropole, il passe de 6,2 milliards en 2020 à 7,5 milliards en 2022, soit une hausse de 21 %. Une progression à prendre avec précaution, compte tenu du contexte inflationniste qui a généré une hausse des charges reportée au moins en partie sur les coûts. À long terme, le secteur voit son activité s'accroître quasiment en continu.

La profession emploie 131 100 personnes dont 104 000 salariés. En France métropolitaine, le nombre d'actifs est passé de 121 650 en 2020 à 127 650 en 2022, soit une hausse de 5 %. Les non-salariés sont à 97 % des chefs d'entreprise.

Parmi ce monde des entreprises du paysage, on recense, en 2020, 3 850 paysagistes

concepteurs et assimilés⁽²⁾. 97,5 % d'entre eux travaillent en programmation, conseil, recherche, étude, maîtrise d'ouvrage, maîtrise d'œuvre, enseignement... et 2,5 % dans le cadre d'une entreprise de travaux. L'activité d'entretien des jardins et espaces verts se porte mieux que celle de la création. Ce segment de marché croît, mais à un rythme de plus en plus faible depuis le second semestre 2021.

Le marché des particuliers est en croissance de 5 %, après une hausse de 3,5 %. Le chiffre d'affaires généré par les marchés publics progresse de 3,5 % après avoir crû de 5 %. Le marché des professionnels privés (entreprises, immobilier, syndic, HLM) affiche une tendance plus favorable au second semestre, avec +6 % contre 2,5 % au premier semestre 2023 (par rapport au même semestre de l'année précédente). L'indice des prix Insee de production des services d'aménagement paysager continue d'augmenter. Pour le

premier semestre 2024, les entrepreneurs interrogés anticipent une hausse de 2,5 % de leur chiffre d'affaires.

Avec 32 500 projets en 2023, les agences privées de concepteurs paysagistes et assimilés ont accumulé un chiffre d'affaires de 401 millions d'euros, ce qui correspond à un chiffre d'affaires moyen de 308 500 €. Ce chiffre d'affaires est majoritairement issu de l'activité de maîtrise d'œuvre (55 %) et à hauteur de 26 % des études et de 19 % de l'activité paysage. Les entreprises de plus de dix salariés génèrent, comme en 2020, un tiers du chiffre d'affaires alors qu'elles ne représentent que 4 % du nombre total des agences.

Olivier Masbou

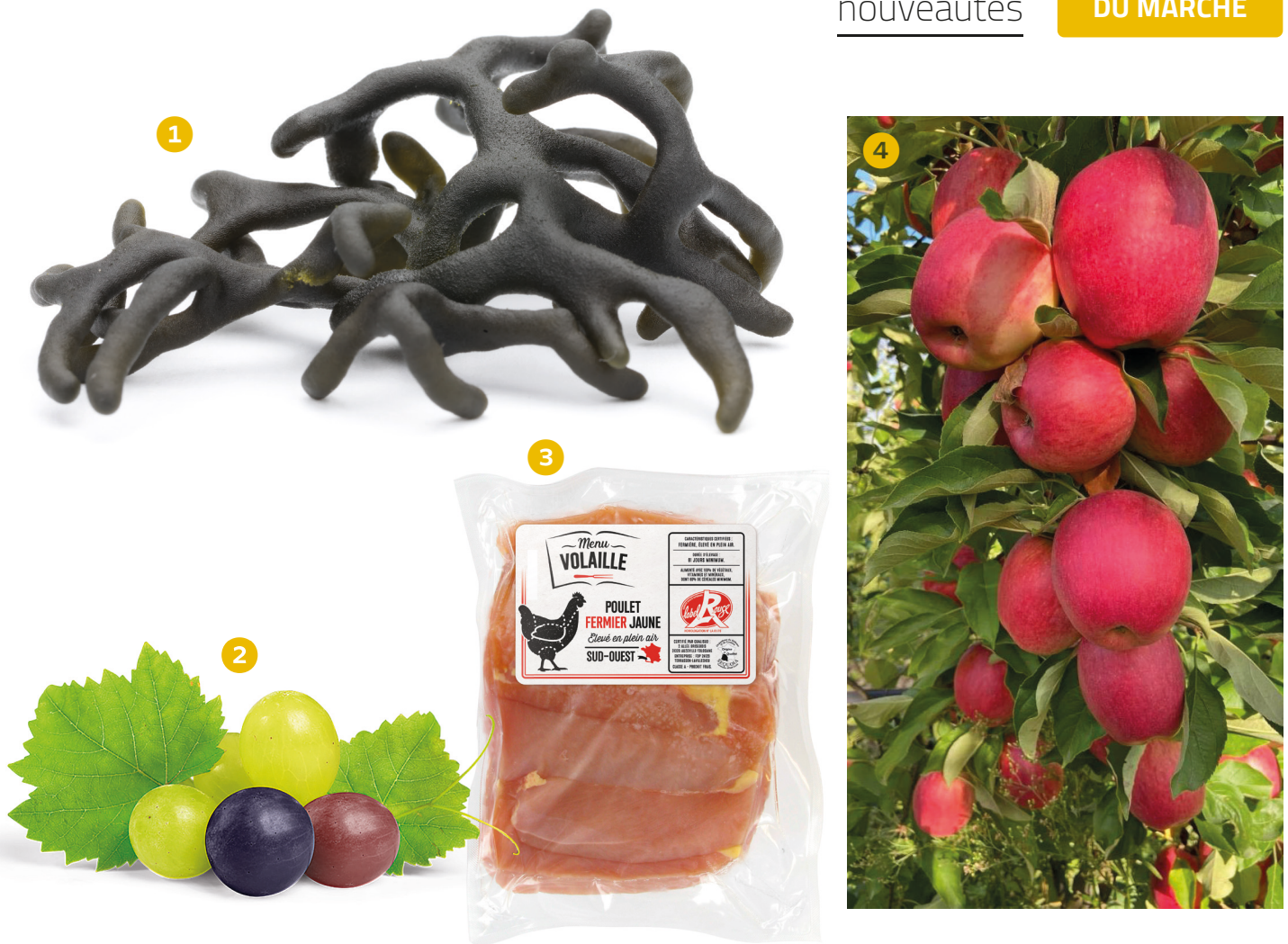
⁽¹⁾ « Chiffres clés 2022 des entreprises du Paysage », étude Xerfi Spécific pour Valhor et l'Unep, chiffres 2022.

⁽²⁾ « Chiffres clés paysagistes concepteurs et assimilés, données 2023 », FranceAgriMer et Valhor.



En chiffres

- 32 450 entreprises du paysage
- 131 000 salariés
- 7,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires



1 CODIUM BLUE

Une algue bleue aux saveurs puissantes

Koppert Cress, spécialiste néerlandais des jeunes pousses aromatiques, présente une algue, Codium Blue, présentée comme la « truffe des mers ». Avec sa couleur bleu vert profond et sa texture corallienne, Codium Blue ne laisse pas indifférent. Croquante et juteuse, elle a un goût rappelant l'umami, et une forte salinité. Elle s'harmonise avec les crustacés, le poisson, le poulet et les plats à base de plantes. Il suffit de la rincer et de la déguster crue, comme un sashimi, mais elle peut également être légèrement cuite. Elle peut être conservée à une température ambiante de 17-25 °C jusqu'à la date de péremption indiquée.

Pavillons des fruits et légumes

2 GRAIN DE PLAISIR

Le raisin sans pépins pour tous les goûts

Agricommerce, filiale française du groupe espagnol AMC, a lancé la marque Grain de plaisir, qui regroupe les différentes variétés de raisins sans pépins commercialisés par le groupe. Grâce à une production répartie dans le monde entier (Espagne, France, Portugal, Maroc et dans l'hémisphère sud), elle propose toute l'année des variétés apyrènes de raisin blanc, rouge et noir. Des variétés « spéciales », proposées en général de juillet à octobre sur l'hémisphère nord, offrent des goûts plus originaux tels que barbe à papa, fruits rouges, fruits exotiques et muscaté. Barquette en carton avec un *flowpack* compostable, en conformité avec la loi Agec.

Pavillons des fruits et légumes

3 MENU VOLAILLE

De la volaille pensée pour les chefs

Les Fermiers du Sud-Ouest, filiale du Groupe Coopératif Maisadour, viennent de concevoir une nouvelle marque pour les restaurateurs : « Menu Volaille ». Sa vocation est de leur offrir une alternative intermédiaire Label Rouge entre la volaille standard et la volaille sous signe IGP, à des prix accessibles. La marque a été pensée pour les chefs avec une grande variété d'espèces (poulet, pintade et coquelet, découpes, etc.), un choix de calibres adaptés à leurs besoins ainsi que différents conditionnements pour plus de praticité. Ces poulets à croissance lente, nés, élevés et préparés dans le Sud-Ouest sont élevés 81 jours minimum en plein air.


Secteur Volailles

4 FRUITS

Akita, la pomme nouvelle

La création d'une nouvelle variété de fruits est toujours un événement rare. Il faut entre 10 et 15 ans pour effectuer les recherches nécessaires, faire les premiers essais, et ensuite proposer le fruit sur le marché. C'est donc un moment unique qui a eu lieu le 5 septembre dernier, à Reignac, en Charente, avec la présentation de la variété de pomme Akita. Issue du programme de création de la SAS Vernogé, elle a été créée par l'agronome Jean-Marie Lespinasse, spécialiste des arbres fruitiers, de réputation internationale. Akita, pomme bicolore (rouge et verte), est croquante et juteuse ; sa saveur est proche de celle de la Gala.

Pavillons des fruits et légumes



Du côté du Ritz Paris
Le Comptoir, le sandwich
jambon truffe de
François Perret.

Véritable institution de la gastronomie française, le sandwich revient en force. Loin du classique jambon beurre, les recettes pour casser la croûte sont de plus en plus travaillées et goûteuses. Baguettes, pains briochés, feuilletés... le sandwich se conjugue à toutes les sauces, parfois même à la sauce trois étoiles.

Un mets intemporel. « Je pense que le sandwich a toujours été à la mode, il n'est pas revenu. Il n'a jamais été détrôné par le burger, les tacos ou les kebabs, assure Elsa Rampazzo (Club Sandwich, à Biarritz). Ce qui a changé, c'est qu'avant on consommait seulement à emporter alors qu'aujourd'hui on va s'installer pour le manger au restaurant comme un plat classique. Le sandwich s'est "gastronomisé". » La cheffe de 31 ans a ouvert son établissement 100 % dédié aux sandwiches, voilà près de trois ans. « À moins d'avoir une excellente boulangerie, on est toujours déçu des sandwiches, il n'y a pas assez de jambon, le pain est mou », poursuit-elle, avec regret. Pourtant, les chefs sont unanimes : le sandwich est loin d'être une contrainte et offre des possibilités créatives infinies. De son côté, le chef parisien Julien Sebbag, à la cuisine étonnante, ne dira pas le contraire. Chez Micho, dans le 1^{er} arrondissement de Paris, on trouve ainsi des sandwiches au ragout de bœuf, patate douce, tahini, paprika, chou rouge, persil et noisette ou aux boulettes de bœuf écrasées, à la salade d'herbes mixtes, amandes, tahini, moutarde et miel. De vrais plats cuisinés emmitouflés d'un hallah, un pain brioché traditionnel juif. Quand le projet d'ouvrir un restaurant de *street food* a vu le jour, le concept était déjà là. Il adapte d'ailleurs ses envies et ses idées aux saisons. « S'il fait très froid en plein hiver, je vais proposer un sandwich avec du fromage à raclette et des oignons confits. Là, en ce moment, j'ai envie de créer un sandwich frais et printanier avec du saumon gravlax. »

Dans sa salle à l'esprit resto des années 1970, le chef autodidacte propose aussi les garnitures de sandwich à l'identique à déguster dans une assiette, avec des couverts. La preuve qu'un sandwich est un vrai repas. Moïse Sfez,

© Bernhard Winkelmann

Le sandwich

Deux morceaux de pain pour un grand moment de plaisir

le créateur du lobster roll à la française, voue un culte au sandwich. Il soutient que l'on peut y mettre ce que l'on veut. Il glisse entre ses deux tranches de pain brioché l'un des produits les plus nobles de la gastronomie : le homard. « Dans un plat, nous aurons tendance à tremper la viande dans la sauce, prendre un bout de légumes pour réunir tous les ingrédients et avoir toutes les saveurs d'un coup. Le sandwich, c'est la bouchée parfaite du début à la fin », soutient-il. Homer Lobster est une enseigne parisienne, qui s'est exportée à Saint-Tropez, Marseille et même à Dubaï, mettant en lumière les traditionnels lobster rolls américains. Avec déjà son idée en tête de faire de la *street food*, Moise Sfez s'est d'abord formé dans les plus grands palaces français pour acquérir de la technique. « Je voulais connaître le haut du panier de la restauration pour l'adapter en *street food* et faire la cuisine que je voulais d'une façon complètement différente », explique celui qui a ensuite voyagé aux États-Unis. C'est d'ailleurs dans la capitale des sandwiches au homard en Nouvelle-Angleterre que Moise Sfez a décroché la première place au concours du meilleur lobster roll au monde en 2018. Cet amoureux des sandwiches a également créé Janet où il remet au goût du jour le classique Delicatessen au pastrami à Paris et, plus récemment, le coffee shop Maurice.

LE SECRET RÉSIDE DANS LE PAIN

Pour Moise Sfez, il faut prendre en considération qu'un sandwich est composé à 50 % de pain, le choix de celui-ci est donc primordial. « Par exemple pour le homard, je n'allais pas

prendre de la baguette qui aurait eu un goût trop prononcé et qui aurait effacé le produit, il fallait de la délicatesse, un pain brioché, dodu, léger et croustillant, soutient-il. Le jambon beurre dans une brioche n'aurait aucun sens alors qu'un bon pain de campagne va être efficace. Le pain sert à sublimer le produit, mais il faut aussi sublimer le pain. » Pour travailler le homard tout en respectant le produit, approfondir ses connaissances sur ses accords et sa cuisson, Moise Sfez s'est notamment formé auprès de Jocelyn Herland au Meurice.

Si le fameux casse-croûte s'est vu « gastronomisé », il a aussi vu son prix grimper. Chez Micho, ils atteignent facilement les 15 €. Dans son enseigne basque, Elsa Rampazzo propose, parmi son offre, un sandwich *pulled pork*. « On a un travail de plus de 48 heures sur la viande qu'on masse avec un mélange d'épices et qu'on fait mariner. Elle repose pendant 24 heures avant la cuisson lente de huit heures, puis elle repose de nouveau pour une deuxième cuisson au bain-marie avant le service, détaille Elsa Rampazzo. Forcément, on ne peut pas mettre cela à 4 euros car il y a autant voire plus de travail que sur un plat traditionnel. Il faut aussi prendre en compte les charges du restaurant plus importantes qu'un plat à emporter. » Chez Homer Lobster, il faudra compter entre 17 et 25 € pour le fameux sandwich au homard. Il reste encore une partie de la population à convaincre. Tout le monde n'est pas prêt à mettre ce prix dans un sandwich, loin de là. Question de moyen, mais aussi une histoire de génération ? « Oui, un peu, le cœur de ma clientèle à Club Sandwich, ce sont les 25-35 ans, mais j'ai aussi beaucoup de familles car le sandwich plaît à tout le monde mais c'est vrai que j'entends parfois des gens dire qu'ils ne mettront jamais 15 euros dans un sandwich et qu'ils préfèrent aller au restaurant, concède Elsa Rampazzo. Pourtant, le sandwich peut être aussi intéressant nutritionnellement qu'un plat ; il possède tout ce qu'il faut. »

Pour Moise Sfez, c'est aussi une question de localisation. « Dans la capitale, on va dépenser plus alors qu'en province, le pouvoir d'achat est moindre. » Et pour cause : l'un de ses sandwiches atteint 55 €. « Il y a 30 grammes de homard et 20 grammes de caviar de Sologne. Nos marges sont plus petites qu'en restauration classique car le but, c'est de faire de la quantité et de rendre accessible des produits qui coûteraient plus de 120 euros s'ils étaient consommés au restaurant classique », justifie le chef.

INVERSER LES PROPORTIONS

Au Comptoir du Ritz, François Perret, Meilleur Chef pâtissier de restaurant du monde (2019), a pensé cette nouvelle annexe du palace

Un marché toujours en essor

2,6 milliards. C'est le nombre de sandwiches vendus en France en 2021 ! Alors que le marché du burger arrive à maturité avec 1,5 milliard écoulé en 2023, soit un repli de 3,5 % par rapport à 2019, selon Gira Conseil, le sandwich, lui, a de beaux jours devant lui. Il revient sur le devant de la scène avec toujours plus de nouvelles enseignes et de recettes toujours plus créatives. Il n'est pas rare non plus de voir des sandwiches avec un prix à deux chiffres. Le traditionnel jambon beurre dans la vitrine réfrigérée d'une boulangerie à 4 € à emporter semble laisser place à de délicieux sandwiches travaillés, cuisinés et dégustés sur un coin de table comme dans les grands palaces. Plus intéressant nutritionnellement parlant qu'il n'y paraît, le sandwich a plus d'un tour dans son sac.

comme un « un lieu pour faire sortir le Ritz de ses murs, s'adresser à une clientèle plus variée ». Si c'est une ode à la pâtisserie, le chef a tout de même tenu à proposer une offre salée. La star de la série « *The Chef in the Truck* » sur Netflix a notamment revisité l'incontournable jambon beurre. Dans une pâte feuilletée en forme de U pour mettre en valeur la garniture se trouve un beurre moutardé, du comté affiné 24 mois, du jambon cuit à l'os et des cornichons. « J'ai voulu rendre la garniture au sandwich car il y a toujours trop de pain, regrette le chef. Je me suis amusé à peser les ingrédients, dans un sandwich classique on a environ 70 % de pain pour 30 % de garniture ; j'ai inversé les proportions. »

Pour le chef, le format du sandwich est plus une solution qu'une contrainte. « Il permet de déguster facilement et c'est justement le défi avec le sandwich, à savoir le rendre moins utilitaire et encore plus gourmand », affirme François Perret. Avec ce visuel en U, il a également créé le sandwich au saumon avec une crème de raifort, saumon fumé, roquette et segments de citron mais, cette fois, dans une base de pain de mie au sarrasin, toujours en forme de U. Ainsi que le sandwich César « qui donne l'impression de manger une salade » avec tous les ingrédients de ce plat classique. Le sandwich gastronomique a encore de beaux jours devant lui.

Julia Castaing



© Emmy Martens.

Moise Sfez a importé le lobster roll voilà sept ans, et a ramené les sandwiches sur le devant de la scène.

Digital Foodlab

La « foodtech »
face à de nouveaux défis

Les investissements dans les start-up de la chaîne alimentaire ont subi le contrecoup du ralentissement économique mondial. Ils se sont maintenus dans l'agriculture et la transformation, mais ont fortement décliné dans la livraison.

Le ralentissement économique mondial a entraîné une baisse très nette des investissements dans la *foodtech*, mais aussi une réorientation au sein des différents sous-secteurs de l'écosystème de l'innovation agroalimentaire. C'est l'enseignement principal qui ressort du premier rapport mondial sur les investissements dans la *foodtech* réalisé par Digital Foodlab, un cabinet français de conseil en stratégie spécialisé dans l'alimentation et les boissons.

Les experts ont constaté une baisse impressionnante des fonds injectés dans le secteur en 2023. L'année dernière, les start-up de la *foodtech* ont levé « seulement » 15,1 milliards de dollars, soit 48 % de moins qu'en 2022 et -72 % par rapport aux sommets atteints en 2021. Une dégringolade que Digital Foodlab estime cependant devoir être freinée à la lumière des chiffres du premier semestre 2024. Durant les six premiers mois de l'année, « les start-up de la *foodtech* ont déjà levé 7,9 milliards de dollars, montrant le premier signe d'un rebond », écrivent les experts.

Le trou d'air traversé par le secteur s'explique principalement par l'effondrement des investissements dans les start-up de livraison, qui ont longtemps été le fer de lance de l'écosystème. Alors qu'elles ont représenté jusqu'aux trois quarts de l'ensemble des financements, elles ont atteint leur niveau le plus bas en 2023, avec seulement 21 % de l'argent investi dans la *foodtech*. Après des années d'investissements records, ceux-ci se sont notamment effondrés en Chine.

Dans ce domaine, l'heure est plutôt à la consolidation des acteurs émergents, un phénomène que l'on constate dans les principaux « megadeals » récents. Zepto, la plateforme indienne de livraisons express, vient ainsi de boucler un tour de table de 622 M€ pour développer son réseau de *dark stores*. Nestlé a



Dans le domaine agroalimentaire, les alternatives végétales tiennent toujours le haut du pavé, comme ici les produits de Meati Foods, start-up américaine de protéines à base de champignons.

investi 100 M€ dans Wonder Group, une start-up britannique dédiée à la préparation et à la livraison de repas. Enfin, Pic Nic, la société néerlandaise de livraison de courses à domicile, qui a débarqué en France en 2023, a annoncé une cinquième levée de fonds, de 355 M€.

LA LIVRAISON DANS LE DUR

Mais alors qu'il y a dix ans, la *foodtech* était presque synonyme de start-up spécialisées dans la livraison, de nouvelles catégories ont émergé, notamment en amont, les « AgTech », les acteurs de la technologie agricole, qui concentrent désormais 23 % des investissements. Cette meilleure résistance à la crise « s'explique par un regain d'intérêt pour les solutions durables en agriculture, telles que les bio intrants ou les technologies de réduction du méthane, mais aussi pour la robotique » (drones, capteurs et logiciels de gestion agricole, etc.),

explique le rapport. Les plus gros investissements récents (2023 et 2024) ont porté sur les engrais décarbonés du suisse Atlas Agro (325 M€), les microbes végétaux élaborés par l'américain Indigo Agriculture (270 M€) dans le but d'améliorer les rendements du coton, du blé, du maïs, du soja et du riz ou encore sur les innovations dans le domaine de l'aquaculture d'eFishery (220 M€). La licorne française Ynsect figure en quatrième place du classement des plus grosses opérations de financement avec 175 M€. Le pionnier de secteur de l'élevage et de la transformation des insectes pour obtenir de la protéine, de l'huile et des engrais, doit prochainement livrer ses premiers lots de protéine de vers de farine produits sur son site d'Amiens.

L'intérêt pour l'aval de la filière et ses start-up de l'agroalimentaire est également resté élevé. « Bien qu'il y ait une vague de doutes quant à la capacité des start-up spécialisées dans les



protéines alternatives à produire des résultats à court terme, les investissements dans les marques (nouveaux produits alimentaires et boissons) aident la catégorie dans son ensemble», indique le rapport. De fait, parmi les placements les plus importants effectués ces derniers mois figurent plusieurs pionniers des « alternatives végétales » : Meati Foods (ex-Emergy Foods) start-up américaine des protéines à base de champignons qui a levé 90 M€ pour augmenter sa capacité de production ; ou encore Perfect Day, société indo-américaine (80 M€), qui utilise la microflore pour créer des protéines de lait d'origine non animale.

D'un point de vue géographique, la période récente montre que la part des investissements dans la région Asie-Pacifique, notamment en Chine, est en baisse, au profit de l'Europe et de l'Amérique du Nord. S'ils ont été lourdement impactés par la baisse des investissements, les États-Unis dominent en effet largement la *foodtech* au niveau mondial avec 8 Md€, loin devant l'Inde (1,8 Md€). L'Allemagne arrive quatrième position (1,10 Md€), devant le Royaume-Uni (1,1 Md€) et la France (810 M€).

Pour 2025, Digital Foodlab prévoit cependant un rebond des investissements « qui devrait commencer aux États-Unis et se matérialiser en Europe ». « Il sera certainement lent à se matérialiser car le nombre de "start-up finançables" a diminué, du moins pour les investissements significatifs », indiquent les auteurs du rapport. De plus, les investisseurs ont revu leurs exigences à la hausse « et nous devons peut-être attendre 2026 (au moins) pour voir une reprise substantielle et revenir aux niveaux de financement de 2020 ».

Bruno Carlhian

La tendance forte actuelle se porte sur les assiettes végétales.

Le « foie gras de synthèse » bientôt homologué ?

La start-up française Gourmey a demandé, fin juillet, à l'Autorité sanitaire européenne (Efsa) la permission de commercialiser de la viande in vitro, en premier lieu du foie gras. Ces demandes d'autorisation visent cinq marchés : les États-Unis, le Royaume-Uni, Singapour, la Suisse et l'Union européenne. L'entreprise basée à Paris avait levé, en octobre 2022, 48 M€ pour industrialiser son foie gras de synthèse, produit en laboratoire à partir de cellules animales. La décision de l'Efsa ne devrait pas intervenir avant la fin de l'année 2025 voire le début de l'année 2026, en raison des analyses et évaluations à réaliser. Gourmey veut développer aussi de la viande cellulaire de poulet, de dinde et de canard. En 2021, l'interprofession du foie gras avait précisé que l'appellation « foie gras » n'était autorisée « que pour définir un foie issu d'un canard, ou d'une oie, engraisé par gavage ». Et qu'il est donc « interdit de l'utiliser pour un produit qui n'est pas issu de ce procédé ».



© Christophe le Potier

En bref

Maison Reynaud digitalise ses process

Acteur emblématique du marché français des produits de la mer, la Maison Reynaud, qui célèbre cette année son 100^e anniversaire, a fait le choix de Klarys pour soutenir son plan de transformation digitale et entrer dans une nouvelle étape clé de son développement. « Parmi les bénéfices utilisateurs attendus : optimisation des achats et des coûts logistiques et réorientation du temps de leurs équipes sur des tâches à forte valeur ajoutée », explique un communiqué de Klarys, une plateforme de commerce adaptée aux enjeux spécifiques des produits frais. « La digitalisation et la capacité à disposer de données fiables sont indispensables pour moderniser les processus, améliorer l'efficacité opérationnelle et renforcer la qualité de service », soulignent les frères Gauthier et Mathias Ismail, les dirigeants

de R&O Seafood Gastronomy (Reynaud). La solution mise en place va permettre à la Maison Reynaud de simplifier, centraliser et automatiser ses achats, en offrant notamment une visibilité en temps réel sur les offres de ses fournisseurs (stocks, prix, origines, etc.). L'ensemble des acheteurs des différentes entités du groupe vont bénéficier de processus unifiés et automatisés avec un référentiel produit unique et standardisé permettant ainsi une sécurisation complète des approvisionnements et une réactivité accrue face à la volatilité du marché. La Maison Reynaud réalise un chiffre d'affaires consolidé d'environ 300 M€ pour 35 000 tonnes de produits de la mer commercialisés, et totalise près de 1 300 collaborateurs répartis entre la France, Madagascar et l'île Maurice.



Île-de-France

L'agroalimentaire francilien entre tradition et innovation

Les agriculteurs et PME agroalimentaires de la région Île-de-France comptent capitaliser sur la demande en produits de proximité. Le succès des rencontres organisées en juillet dernier par l'Aria les y encourage.

« Une vraie réussite ! » Guillaume Caffin, le président de l'Association régionale des industries alimentaires d'Île-de-France (ARIA-IDF) ne cachait pas sa satisfaction à l'issue de la deuxième édition des Rencontres du commerce agroalimentaire d'Île-de-France, qui s'est déroulée le 11 juillet dernier dans les locaux d'AgroParisTech, à Palaiseau (Essonne). Une cinquantaine d'entreprises, des plus méconnues aux mieux installées, avaient fait le déplacement pour rencontrer des responsables régionaux de la grande distribution, de la restauration collective et du négoce alimentaire et tenter de répondre au souhait des uns et des autres de développer l'offre locale. « Contrairement à ce que l'on imagine parfois, l'Île-de-France est bien une région d'agriculture mais aussi d'agroalimentaire », rappelle Guillaume Caffin. « On y recense près de

800 établissements de transformation représentant plus de sept milliards d'euros de chiffre d'affaires », explique le fondateur de la biscuiterie Les Deux Gourmands... également céréalier dans la plaine de Versailles. « Ces entreprises offrent des profils très divers tant par leur taille que par leurs secteurs d'activité. » Au salon, se côtoyaient Daco Bello, spécialiste bien connu des fruits secs (Hauts-de-Seine), Cruscana, pionnier des tartinables de la mer (Val-d'Oise), ou encore La Boîte à Champignons (Yvelines), qui fut hébergée un temps sur le Marché de Rungis. Lors du salon, les entreprises agricoles étaient particulièrement bien représentées. « Au moment où l'on s'interroge sur la nécessité de reconquérir notre souveraineté, c'est un beau message envoyé que de réunir les mondes de l'agriculture de l'alimentaire », se félicite Guillaume Caffin. Plusieurs fermes laitières

d'Île-de-France comme celles de la Tremblaye, de Viltain ou encore celle de Grignon, toutes situées dans les Yvelines et dont les produits sont parfois distribués sur le Marché de Rungis, avaient envoyé des représentants.

DES FERMES ENGAGÉES DANS LA TRANSFORMATION

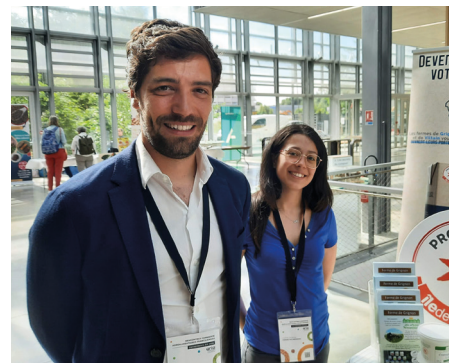
La ferme de Grignon, qui a vu ses étudiants quitter le site – depuis le départ d'AgroParisTech pour Saclay (Essonne), s'est ainsi associée l'année dernière avec celle de Viltain et à trois autres fermes d'Eure-et-Loir pour proposer des briques de lait UHT « de proximité » sous la marque « Le lait des cinq fermes ». « Le lait de nos 180 vaches Prim'Holstein est collecté par une usine voisine appartenant à la Laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel (LSDH) », précise la responsable de la ferme de Grignon. « Mais, nous continuons à proposer en direct les produits issus de la transformation à la ferme comme des yaourts et des fromages blancs. » Des exploitations du réseau Bienvenue à la Ferme, qui se sont récemment lancées dans la transformation de leur production, présentaient également leurs « nouveaux » produits.



Depuis son installation en 2021 dans la ferme familiale, Cécile Wattiez a lancé une gamme d'huiles et vinaigrettes.



Barthélemy Peuchot a découvert en Inde le fruit du Jacquier et créé Nudj, des produits végétaux à partir de cet ingrédient.



Guillaume Caffin, président de l'ARIA Île-de-France, est aussi le fondateur de la biscuiterie Les Deux Gourmands.

Cécile Wattiez, qui a repris la ferme familiale (céréales et colza) de Seine-et-Marne, a ainsi récemment investi dans une presse à huile pour proposer une gamme d'huile et de vinaigrettes d'Île-de-France. « J'avais pour projet, lors de mon installation en 2021, de développer des produits gastronomiques, mais aussi d'ouvrir la ferme au public pour y faire de la pédagogie », explique la jeune agricultrice. Pour les vinaigrettes, Cécile Wattiez a conçu un vinaigre de miel avec un apiculteur voisin et se fournit en moutarde de Meaux produite localement. La production, qui a démarré en juin dernier, connaît un accueil favorable auprès de revendeurs locaux, d'épiceries de village, de boutiques à la ferme, en attendant des référencements chez les grossistes ou en grandes surfaces.

Plus expérimentée, Virginie Détante a créé, de son côté, il y a cinq ans, un atelier de fabrication de pâtes alimentaires au sein de la ferme exploitée avec son mari au cœur de la Brie. Originalité du modèle : les pâtes sont fabriquées à partir de blé tendre et d'épeautre et moulues dans l'un des derniers moulins artisanaux d'Île-de-France au Moulin des Gauthiers, à Château-Landon (Seine-et-Marne). « Nous travaillons tous les clients en direct, notamment les chefs de restauration collective qui apprécient de pouvoir cuisiner un produit original et local », explique Virginie Détante, qui regrette que les grandes surfaces « s'impliquent insuffisamment en dépit d'un affichage favorable ».

LE VÉGÉTARIEN EN PLEIN BOOM

Aux côtés de ces acteurs traditionnels, une dizaine de jeunes pousses appartenant à la pépinière Food'InnLab, hébergée par le Campus AgroParis de Saclay, faisaient tester aux visiteurs des gammes particulièrement innovantes. Leurs points communs ? Dans leur majorité, ces start-up franciliennes entendent profiter du prometteur marché des « alternatives végétales », en s'appuyant

sur les ingrédients parfois les plus insolites. « Notre ambition à tous, c'est d'inventer les recettes de la deuxième génération, des produits sains et goûteux, pas des galettes ultra-transformées pleines de texturants et d'additifs », explique Barthélemy Peuchot, qui a fondé il y a quatre ans Nudj, avec son frère Foucauld. Les deux frères ont découvert, en Inde, le fruit du Jacquier, un fruit tropical méconnu en France, couramment consommé dans les currys à la place de la viande. « Ses qualités nutritionnelles et gustatives sont très intéressantes », argumente Barthélemy Peuchot. « La chair du fruit, riche en protéines, en fibres et en vitamines, dispose

d'une consistance proche du poulet. » Convaincus de l'intérêt de cette ressource abondante et jusqu'ici mal valorisée, les deux entrepreneurs ont élaboré à Saclay différentes recettes de galettes et de nuggets prêts à l'emploi. « Cela relève plus de la cuisine que de l'industrie ! », affirme le jeune entrepreneur. « Nous n'agréments la pulpe qu'avec des ingrédients naturels : chapelure, oignons, farine, huile de tournesol, etc. » Ces « nudj », galettes végétales, sont cuites et pasteurisées et peuvent se consommer immédiatement, seules ou accompagnées de féculents ou de légumes.

« Nous avons démarré la production en 2022, après deux années consacrées à monter la filière du fruit du Jacquier bio que l'on fait venir du Sri Lanka en commerce équitable », poursuit Barthélemy. Une partie de la fabrication est assurée par un atelier situé à Wissous, près d'Orly (Val-de-Marne), l'autre dans le Sud-Ouest. En moins de deux ans, les deux frères, désormais épaulés par huit employés, ont commercialisé 300 000 portions en GMS et s'attaquent à la restauration collective. Mais les frères Peuchot ne sont pas les seuls sur le créneau. À la pépinière d'AgroParisTech, plusieurs start-up lorgnent le pactole des alternatives végétales. Auralip, fabrique ainsi à Évry-Courcouronnes (Essonne) des bâtonnets à partir de graines de chanvre français fermentées. De son côté, Fayot a inventé des aliments riches en protéines à base de légumineuses et de céréales françaises. La start-up Glim Africa a misé, quant à elle, sur le niébé, un haricot à haut potentiel nutritionnel et environnemental qu'elle transforme au Cameroun en pâtes alimentaires, semoule de couscous et farine. Enfin, Zalg s'appuie sur des algues bretonnes, pour proposer une large gamme de produits, entièrement végétale et bio, de l'apéro au plat principal. C'est en Île-de-France que s'invente donc en partie l'alimentation de demain !

Bruno Carlhian

Une marque étendard



Créée par la Région en 2018, la marque « Produit en Île-de-France » regroupe plus de 6 000 références alimentaires de la région et compte plus de 500 agriculteurs adhérents. Complémentaire des labels de qualité officiels, elle garantit au consommateur l'ancrage territorial et l'origine tracée des produits. Naturellement engagée auprès de la marque « Produit en Île-de-France », l'ARIA Île-de-France, créée en 2004, fédère près d'une centaine d'entreprises alimentaires de toutes tailles.

★ POINTS FORTS

Thermique ou électrique
2 longueurs, 2 hauteurs
Thermique dès 40 000 € HT
Électrique dès 50 000 € HT



Le Renault Master est lancé en même temps en thermique et en électrique.

Le Master, maître des grands fourgons

Le nouveau Renault Master, qu'il soit thermique ou électrique, tient toutes ses promesses. Innovant à plus d'un titre, d'un caractère très affirmé, il est convaincant et confirme son statut de maître des grands fourgons.

Tout commence par un physique, impressionnant, c'est le moins que l'on puisse dire. Le tout nouveau Renault Master tend vers l'univers des camions avec cette face avant massive, cette calandre immense, très verticale et ces optiques gigantesques. Le capot moteur, très à plat, se trouve haut perché, 10 cm plus haut que sur l'ancien modèle. L'ensemble confère au Master un caractère très affirmé. Une vraie signature, unique dans le monde des utilitaires.

Qu'il soit thermique ou électrique, le Master est réalisé sur une toute nouvelle plate-forme pensée pour accueillir tout type d'énergie, gas-oil, électrique et même hydrogène. Côté Diesel, rien de neuf, c'est l'exception sur ce Master. Le 2 litres dCi est décliné en quatre puissances de 105, 130, 150 et 170 chevaux. Toutes ces motorisations sont pour le moment couplées à une boîte de vitesses manuelle à six rapports mais une boîte de vitesses automatique à neuf rapports fera son apparition en fin d'année. En électrique, deux motorisations, de 96 ou 105 kW, avec deux capacités de batteries, de 40 kWh ou 87 kWh, apportant une autonomie d'environ 200 km avec la petite batterie, et 420 km avec la grosse batterie.

DEUX LONGUEURS ET DEUX HAUTEURS

En thermique, le Renault Master est disponible avec deux PTAC, 3,3 t. et 3,5 tonnes. Tous sont des tractions, les propulsions arriveront dans quelques mois. Le Master Diesel est proposé en deux longueurs (L2 et L3) et une hauteur (H2). Les combinaisons apportent des volumes

utiles de 10,8 m³ en L2H2 et 13 m³ en L3H2. L'espace de chargement s'est allongé, de 10 cm. La longueur de chargement atteint 3,18 m en L2 et 3,81 m en L3. Les charges utiles sont de 1 971 kg en L2H2 et 1 900 kg en L3H2. À terme, le Master sera proposé en L3H3 et en L4, comprenant alors une version lourde en propulsion.

En électrique, deux combinaisons possibles, L2H2 et L3H2 avec deux PTAC de 3,5 ou 4 tonnes. La charge utile est de 1 645 kg et la capacité de remorquage de 2,5 tonnes. Attention cependant ! La petite batterie, à autonomie urbaine, n'est proposée que sur le L2H2 en 3,5 tonnes. Toutes les autres versions accueillent la batterie grande autonomie.

Le Renault Master est proposé en deux niveaux de finition, Advance et Extra. Les deux sont plutôt complets avec notamment l'écran de 10" de série sur toute la gamme, qui vient s'intégrer dans une planche de bord totalement inédite se refermant sur le conducteur. Très esprit camion là encore, mais ce n'est pas que de l'esthétisme. Cette orientation permet une excellente lecture de l'écran central, très tourné vers le conducteur.

En ce qui concerne les tarifs, le nouveau Renault Master se montre plutôt raisonnable. Les modèles thermiques démarrent à 40 000 € HT et atteignent 46 500 € HT pour la version L3H2 Extra 170 chevaux. En électrique, le prix de base est à 50 000 € HT (L2H2 Advance 40 kWh). Au plus haut, le Master E-Tech atteint 61 500 € HT (L3H2 4 tonnes Extra).

Richard Pizzol

Toyota complète sa gamme d'utilitaires

Toyota dispose désormais d'une gamme d'utilitaires complète avec la famille Proace, qui vient de s'enrichir d'un grand fourgon.

Il y a déjà le Proace et le Proace City, voici le Proace Max. Avec lui, Toyota Professional dispose désormais d'une gamme d'utilitaires complète, allant de la fourgonnette au grand fourgon en passant par le moyen. Les trois de chez Toyota sont en fait trois véhicules Stellantis. Le Proace City est à l'identique des Peugeot Partner et autres Opel Combo. Le Proace n'est autre que le Citroën Jumpy ou le Fiat Scudo et le Proace Max est une copie du Fiat Ducato ou du Peugeot Boxer. Autrement dit, les nouveautés proposées par Toyota sont celles qui sont apparues récemment sur toute la gamme des utilitaires Stellantis.



La vraie nouveauté pour Toyota est le Proace Max. Comme son nom le laisse deviner, c'est lui le plus grand de la famille. Ce grand fourgon reprend toutes les caractéristiques des autres fourgons de même taille de chez Stellantis. Réalisé sur deux empattements (3,45 m et 4,03 m), il est proposé en trois longueurs (5,41 m, 5,99 m et 6,36 m) et trois hauteurs (2,25 m, 2,52 m et 2,76 m), offrant ainsi six combinaisons, de L2H1 à

L4H3, et des volumes utiles allant de 11 à 17 m³. Le Proace Max sera disponible en Diesel et en électrique. En Diesel, le choix pourra se faire entre trois puissances de 120, 140 ou 180 chevaux, avec des boîtes de vitesses manuelles à 6 rapports ou automatique à 8 rapports. En électrique, le Proace Max affiche une puissance de 270 chevaux (200 kW) et un couple de 410 Nm. Il sera disponible avec une batterie d'une capacité utile

de 110 kWh, apportant une autonomie maximale annoncée de 430 km. Les PTAC des versions Diesel sont de 3,3 ou 3,5 tonnes. La charge utile est au maximum de 1 425 kg et la capacité de remorquage atteint 3 tonnes avec une remorque freinée. En électrique, le PTAC est de 3,5 ou 4,25 tonnes, mais bien qu'il s'agisse dans ce cas d'un poids lourd, ce véhicule peut être conduit par dérogation avec le permis B. Ces modèles 100 % électriques sont uniquement proposés en quatre tailles : L3H2, L3H3, L4H2 et L4H3. La charge utile va selon les versions de 700 à 1 500 kg et la capacité de remorquage peut atteindre 2 400 kg. Un mot sur les prix : l'entrée de gamme du Proace Max Diesel se situe à 34 400 € HT, tandis que la version électrique démarre sa grille tarifaire à partir 53 400 € HT.

R. P.

Ford E-Transit : encore plus loin !

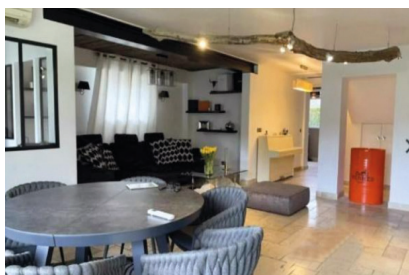
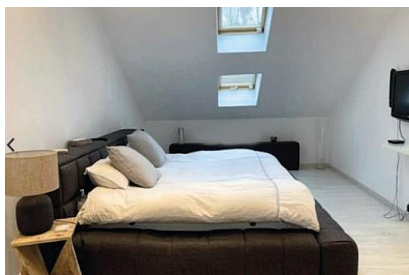


Ce Ford E-Transit qui va plus loin sera disponible courant 2025.

Le Ford E-Transit passe le cap des 400 km d'autonomie ! Cette nouvelle version à autonomie étendue du grand fourgon électrique sera inscrite au catalogue prochainement avec une batterie de 89 kWh apportant 402 km d'autonomie pour être précis selon le constructeur. Pour rappel, le modèle actuel est équipé de batteries d'une capacité de 75 kWh pour une autonomie de 316 km.

Autre nouveauté sur ce E-Transit à autonomie étendue, des performances de recharge plus rapides. En courant alternatif (AC), la puissance maximale passe de 11 à 22 kW, ce qui fait qu'une recharge complète prend moins de six heures. En courant continu (DC), la puissance augmente de 115 à 180 kW. Dix minutes suffisent alors pour récupérer 116 km d'autonomie. Et il ne faut que 28 min pour recharger la batterie de 10 à 80 %. Cette version du E-Transit comprendra 19 déclinaisons autour deux longueurs (L3 et L4) en fourgon, simples et doubles cabines avec des charges utiles d'environ 1,5 tonne en fourgon et 1 800 kg en châssis-cabine.

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

VENDS MAISON AUVERGNATE

de 71 m²

Située dans le Cantal à 7 km d'Aurillac

Notre site www.gite-cantal-houx.fr

est disponible

Contact au 06 86 95 76 58



AFFAIRE À VENDRE

Prix : 387 000 €

Emplacement : À 2h de Paris

DESCRIPTION

Type : Hôtel Restaurant de Charme

Travaux : Aucun nécessaire, possibilité
d'agrandissement

État : Parfait, aux normes

Points forts :

Taux d'occupation : 88 %

Rentabilité : En progression constante

Clientèle : Affaires et tourisme

Distinctions : 1 toque au Gault et Millau

Licence : IV

CARACTÉRISTIQUES

Région : région Centre

Entre Chambord et le Zoo de
Beauval, région touristique en expansion

Chambres : 13

Restaurant : 2 salles, petit-déjeuner,
terrasse et jardin

Personnel : En place depuis 20 ans,
autonome

Terrain : 6700 m², clos, jardin arboré,
parking

Logement de fonction : Très agréable

AUTRES DÉTAILS

Fermeture annuelle : 1.5 mois

Possibilité : Achat des murs

CONTACT

Téléphone : 06 30 25 58 34

DEMANDE D'EMPLOI

Serveur 55 ans

cherche place sur Paris

Etudie toutes propositions

Tél : 07 78 76 76 91

OFFRE D'EMPLOI

Recherche cuisinier expérience

minimum 5 ans salaire motivant

nourri/logé région bord de mer

Bretagne Sud

Tél : 06 08 71 36 37

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)



EQUIPHOTEL

Home of Hospitality

Scannez le code pour obtenir
votre badge gratuit



PSMRAEH24

Foodservice
Design
Wellness
Tech & services

3-7 NOV 2024
Paris

Built by
RX In the business of
building businesses

LES JOURS UTILES

DU 25 AU 27 SEPTEMBRE 2024



Consommations de carburant : Citan de 5,1 à 6,9 l/100km. Vito : de 6,8 à 8,0 l/100km. Sprinter : de 7,7 à 12,7 l/100km.
Émissions de CO₂ : Citan de 134 à 157 g/km. Vito de 180 à 211 g/km. Sprinter de 202 à 333 g/km. © Mercedes-Benz : marque déposée de Mercedes-Benz Group AG, Stuttgart, Allemagne. Mercedes-Benz France, SAS au capital de 75 516 000 € - 7 avenue Niépce, 78180 Montigny-le-Bretonneux. RCS Versailles 622 044 287.

Nouveaux équipements, nouvelles technologies, nouvelles énergies.

Prenez un temps d'avance avec le Citan et les Nouveaux Vito et Sprinter, ainsi que leurs versions 100 % électriques.

Trouvez votre distributeur le plus proche en scannant le QR code.

