

Gault & Millau

N°76 HIVER 2015-2016

Expert gourmand

MARCHÉS DES CHEFS 100 adresses en France

GASTRONOMIE
La tentation
de l'art

120
CHAMPAGNES RARES
pour les fêtes



Florian Lecha
Au Petit Marais
marché de Pa
Paris 16^e

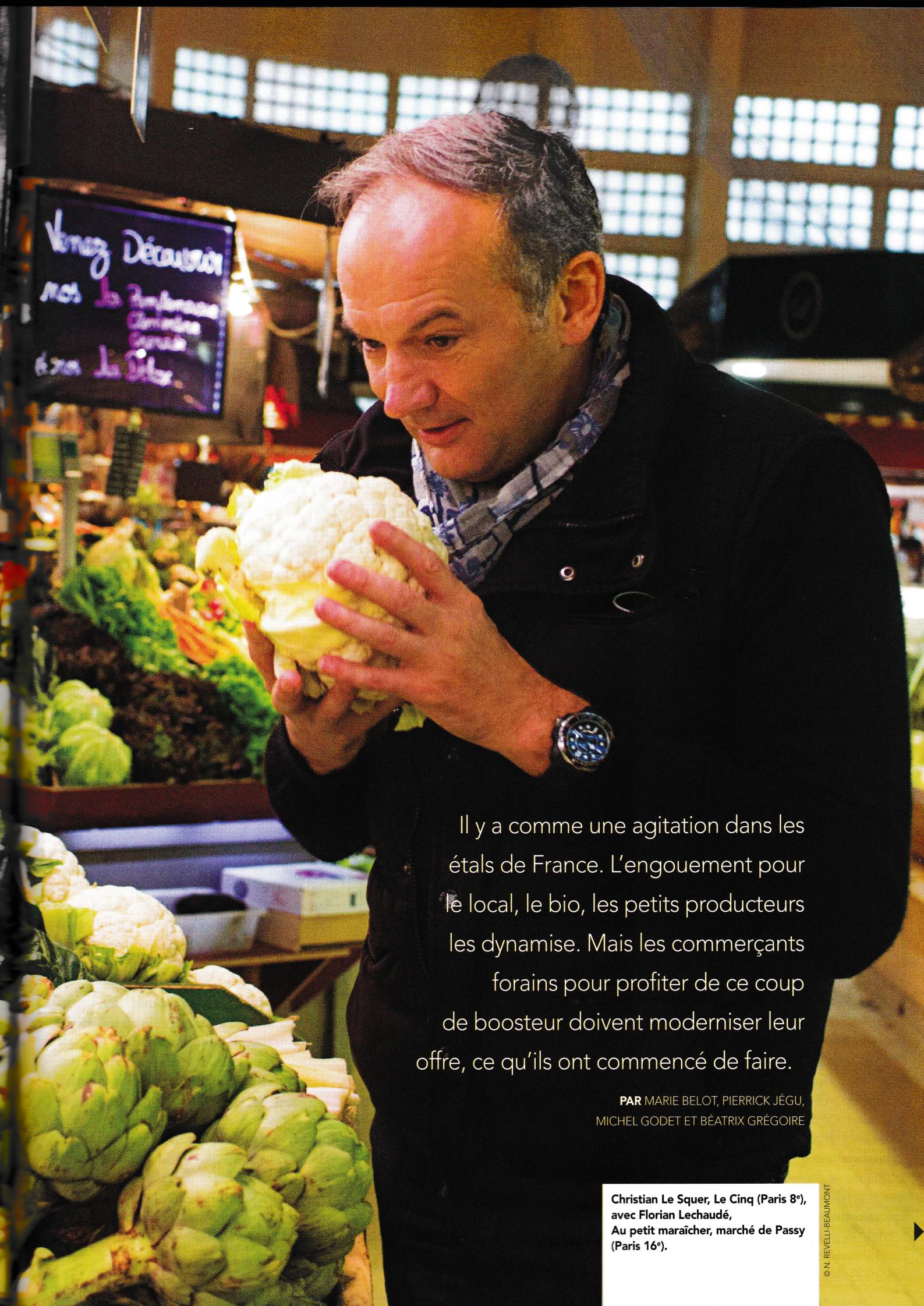
L 12679 - 76 - F: 8,90 € - RD



Dossier Marchés des chefs

LES MARCHÉS passent à l'action





Il y a comme une agitation dans les étals de France. L'engouement pour le local, le bio, les petits producteurs les dynamise. Mais les commerçants forains pour profiter de ce coup de boosteur doivent moderniser leur offre, ce qu'ils ont commencé de faire.

PAR MARIE BELOT, PIERRICK JÉGU,
MICHEL GODET ET BÉATRIX GRÉGOIRE

Christian Le Squer, Le Cinq (Paris 8^e),
avec Florian Lechaudé,
Au petit maraîcher, marché de Passy
(Paris 16^e).



Le marché couvert d'...
a été inauguré en 190...
est de style Baltard.

On le voyait déjà rangé entre les dinosaures et les bals musettes, mis au rencart d'abord par les grandes surfaces, ensuite par le clic de la souris rythmant la navigation sur toile. Mais, est venu le temps du retour au local, des produits frais, de maintenant, des circuits courts, de la recherche du contact autrement que par widget interposé. Et c'est alors que la population a peu à peu repris le chemin des marchés, qu'ils soient de rue ou couverts.

Les citadins ont besoin aujourd'hui de retrouver un lien avec la terre, avec le rythme naturel des saisons. «Les Français réinvestissent l'espace de leur cuisine, recherchent des denrées dont l'origine est mieux garantie, et montrent une perception citoyenne de nouvelles voies de développement durable», analyse Jean-Pierre Williot, professeur d'histoire contemporaine à l'université de Tours. Ce que Jérôme Kohn, directeur du Cervia (Centre régional de valorisation et d'innovation agricole et alimentaire) IDF appelle en d'autres termes : «Tracer du champ à l'assiette, du champ au consommateur.»

D'ailleurs, si l'alimentaire représente 40% des entreprises du secteur en France, il prend nettement l'avantage à Paris, puisque sur les 95 marchés existants de la capitale,

82 lui sont entièrement dédiés. Et si la fréquentation des 8 000 marchés de l'Hexagone reste occasionnelle, 10% seulement de la population y fait en effet ses courses deux fois par semaine, la clientèle rajeunit. Les 55-65 ans y sont plus nombreux qu'il y a dix ans. Comme le souligne Monique Rubin, présidente de la Fédération nationale des marchés de France, «Quelques marchés sont créés, comme celui de Jourdan à Paris, beaucoup sont aussi rénovés. Ainsi les halles de Chambéry, de Reims et le marché

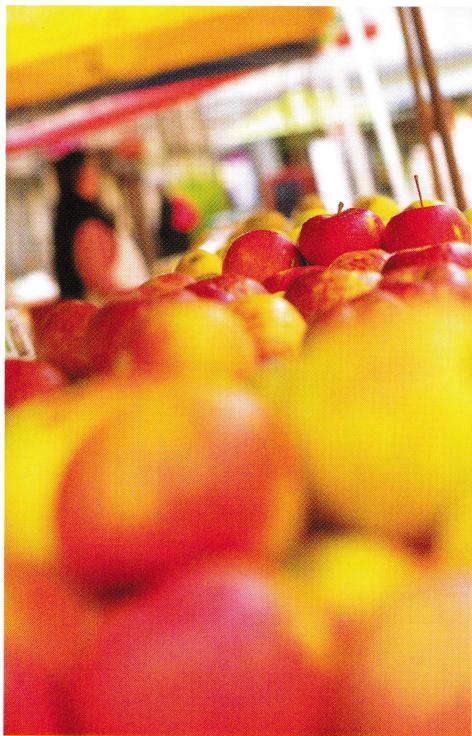
de La Guerche-de-Bretagne (35) ou Rennes (35). Ces deux municipalités ont carrément ramené leurs marchés dans la catégorie patrimoniale et les font visiter comme des monuments ou des musées. Pendant toute l'année, la capitale bretonne organise ainsi des balades gourmandes aux Lices pour 10€ guidées par l'association Slow Food ou un grand chef de la région.

COMMANDER SUR LE WEB

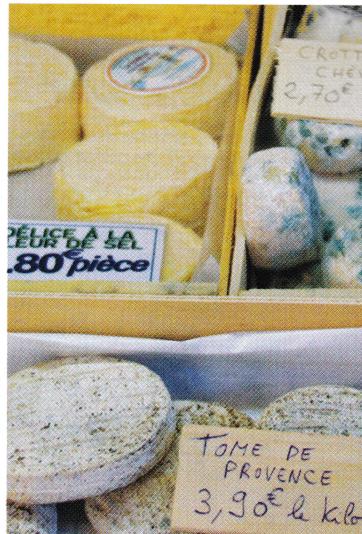
N'empêche, reconnaissent les professionnels, il est temps aujourd'hui de passer à l'ère numérique, de se démarquer des habitudes culturelles et traditionnelles liées à des conditions de vie d'après-guerre. Même si le fonds de commerce se contente de rester inchangé pour garder cette identité qui plaît à nouveau : le produit frais voire le produit original avec les légumes oubliés. Par exemple, le circuit direct du producteur au consommateur pour une touche locavore sera bienvenue, le contact et le conseil auprès du client avec recettes à l'appui. Mais les cadres, les structures ne sont souvent pas adaptés. Pourquoi ainsi s'obstiner à maintenir que le matin de 8h à 13h alors que la population travaille toute la journée et n'a pas le droit plus volontiers à la pause du déjeuner, même le soir? À preuve le succès des marchés nocturnes, bien sûr l'été, mais aussi le reste de l'année. À Aix-les-Bains (73), Rouen (76), il vend encore à 18h, à Lille jusqu'à 19h, au marché d'Aligre à Paris (12^e) 19h30. Plus fort, à

LES FRANÇAIS INVESTISSENT L'ESPACE DE LEUR CUISINE

de Narbonne ont été entièrement restaurés. D'autres ont redémarré dans la capitale tels en 2000 le mythique Les Enfants Rouges dans le troisième arrondissement ou le marché de la rue Saint-Honoré, dans le deuxième, en 2003. Une dynamique parfois accompagnée, ou initiée par les collectivités locales. À l'exemple des actions gastronomo-touristiques de mairies comme celle



PHOTOS © DR



Monique RUBIN « L'envol de la rôtisserie »

Chapelière dans la Drôme et l'Ardèche. Monique Rubin, 67 ans, chapeaute la Fédération nationale des marchés de France. Elle nous parle de l'évolution du secteur.

RECUIELLI PAR MARIE BELOT



© DR

Gault&Millau : Quelles sont les régions les plus en pointe sur les marchés ?

Monique Rubin : En Île-de-France, il y a 12 millions de bouches à nourrir et un bon budget alors les marchés sont dynamiques. Dans le Nord, l'offre est très riche. C'est en partie lié à la paupérisation d'une région qui veut « trouver les plus bas prix possible ». Et évidemment, les marchés du Sud-Est représentent un fort attrait touristique, notamment sur la Côte-d'Azur.

G&M : Quelles sont les nouvelles tendances ?

M.R. : Ils s'ouvrent de plus en plus aux traiteurs, aux produits préparés sur place. Le phénomène de rôtisserie a vraiment pris son envol ainsi que celui de la restauration sur le marché, comme aux Enfants Rouges à Paris.

G&M : Et les marchés bio ?

M.R. : Plusieurs ont ouvert leurs allées ces dernières années en Île-de-France, comme celui de Mantes-la-Jolie ou celui des Batignolles à Paris. Mais les marchés bio demeurent très marginaux. Ils s'adressent à une clientèle spécifique, les prix étant plus élevés. Je ne suis pas très favorable à la séparation entre les bio et les autres, je trouve plus attractif de créer un grand marché qui associe les deux.

G&M : Que se passe-t-il l'hiver ?

M.R. : Les marchés sont plus dégarnis, l'offre en fruits et légumes frais est restreinte. De plus, les conditions météo sont parfois très difficiles. C'est un peu différent à Paris et dans les marchés couverts où la fréquentation est même parfois plus élevée l'hiver.

G&M : Que pensez-vous des marchés de Noël ?

M.R. : Il y a les vrais marchés de Noël, ceux d'Alsace, à Colmar, Strasbourg, qui sont de véritables merveilles. Ils ont été copiés ailleurs mais qualitativement, ces marchés n'ont rien à voir avec Strasbourg. On y trouve même du « made in China ».



Jérôme Kohn,
directeur du Cervia Île-de-France.

© C. DAYA / HTR-FRANCE

de Plounévézel, dans le Finistère, ouvre à 16 h et ferme à 20 h.

Et même si l'approche humaine doit être privilégiée, pourquoi s'exclure du monde numérique ? Internet peut être une nouvelle passerelle. Le groupe Géraud, qui gère 300 marchés sur tout le territoire, développe des sites de plus en plus interactifs. Nogent-sur-Marne (94), les Capucins à Bordeaux (33), Croix dans le Nord possèdent désormais leur plate-forme virtuelle. On peut y trouver le contact de son marchand de primeurs, bien pratique si on veut lui commander des choux pointus pour 12 personnes, le plan des allées, les actualités des animations... « Nous n'avons pas encore instauré la vente par Internet mais ce sera sans doute la prochaine étape, une fois que les sites seront bien implantés », explique le service communication du groupe. En revanche, le site www.mespaysans.com a déjà atteint l'étape en question. Deux jeunes entrepreneurs, Anthony et Julien Ledieu, proposent de faire son marché autrement dans la métropole bordelaise. Le concept est assez simple et s'adresse aux fameux et nombreux feignassous du dimanche matin. Quand ils comprennent que la réponse sera « Non », à la question : « Est-il vraiment utile, demain matin, de se déscotcher de son lit à la température bien calée de 38°C, pour aller au marché par un temps pareil ? » Solution pour qu'ils mangent tout de même frais et local, ils peuvent alors commander 24 heures à l'avance leur panier. Et on leur

Dossier Marchés des chefs

livre ou, s'ils sentent un miraculeux regain d'énergie vers midi le dimanche, ils peuvent le récupérer au point-retrait sur place. Toutes ces initiatives numériques ne sont pas pour déplaire à la Fédération nationale des marchés, qui envisage d'instaurer un service de livraison hebdomadaire relayé par Internet. Mais, d'un autre côté, elles ne sont pas pour lui plaire vraiment. «La valeur de notre offre réside dans l'ancre territorial et la relation de proximité avec les clients. Le marché, c'est l'échange, le contact. On ne veut pas calquer la grande distribution», insiste Monique Rubin.

TENDANCE TRAITEUR

Si le Web ne rencontre pas encore l'unanimité, et si on parle de relation humaine, pourquoi ne pas proposer alors plus d'animations, de rencontres différentes? Albi organise ainsi chaque année des dégustations avec démonstrations de cuisine des chefs de la région, tout comme Les Halles du Boulingrin à Reims ou encore dans le Loiret ou les Lices à Rennes. Et vous pouvez aussi apprendre gratuitement quelques astuces grâce aux cours de cuisine sur les marchés lancés par la mairie de Paris deux fois par mois. Dans le même esprit, la tendance traiteur se confirme. Quoi de plus sympathique que d'aller manger des huîtres ou des oursins à l'étal de son poissonnier, se payer une galette-saucisse devant un stand breton ou une soupe au pistou à Avignon?

D'ailleurs, Jérôme Kohn a bien l'idée de monter des «food halles», un lieu où on pourrait à la fois rencontrer des producteurs, acheter des produits de qualité, et les manger sur place. Un peu à la manière d'Eataly, de l'autre côté des Alpes.

Les marchés s'agitent, tentent de nouvelles voies, mais ont compris qu'il fallait miser sur la qualité et la proximité afin de survivre au rouleau compresseur des grandes surfaces. Pour vous aider à les redécouvrir ou à mieux les connaître, nous avons demandé à des chefs dans toute la France de nous donner et de nous commenter l'adresse de leurs marchés préférés, ceux de leur lieu de résidence ou d'enfance et de nous indiquer leurs étals favoris, les producteurs et revendeurs chers à leur cœur et à leur palais. Peut-être aurez-vous envie de les connaître ou peut-être fréquentez-vous les mêmes stands, les mêmes allées, qui sait... ■



Florian Lechaudé, Au petit maraîcher sur le marché de Passy (16^e), est producteur à Cergy.

Une imagination fertile

Christian Le Squer vient de s'arrêter en admiration devant une salade de mâche, son œil se pose ensuite sur le chou-fleur, il croque une tête, puis réclame un couteau pour couper un morceau de courge. Le chef est un fidèle d'Au petit maraîcher, un étal du marché de Passy à Paris (16^e). Les Lechaudé cultivent leurs 50 hectares à Cergy (95) quasiment tout à la main. Il y a eu Alain et Francine, et maintenant il y a Florian et Marjorie, respectivement 33 et 32 ans, leurs deux enfants. C'est Florian, le

porte-parole. Souriant, l'œil tantôt malicieux, tantôt déterminé, il ne manque pas d'idées. «Nous employons très peu de produits chimiques et ne pratiquons jamais de hors-sol. Et j'ai recours aux bourdons pour polliniser.» Fluctuant entre optimisme et pessimisme, Florian essaie d'avoir un discours juste. «Nous sommes de moins en moins nombreux à exercer ce métier à Cergy et de moins en moins de jeunes à vendre sur les marchés.» Il voudrait une meilleure adaptation à la clientèle, qui se raréfie en semaine pour venir plus

nombreuse le week-end. «Ce sont souvent des jeunes curieux, demandeurs de conseils, de recettes.» Intrigués par ses légumes oubliés, qu'il cultive «pour me démarquer» : le panais, le salsifis, les carottes de couleur plus sucrées que les traditionnelles «à préparer en salade», les courgettes jaunes, le pissenlit de Montmagny. Pour en savoir plus, rendez-vous au marché de Passy, les mardi, jeudi, samedi et dimanche, ou à Enghien-les-Bains les mardi, jeudi et samedi. ■ B.C.

www.lepetitmaraicher.fr