



PARIS

Enquête : Dominique GUILLOT

La marée, c'est capital !

La Seine n'est pas l'océan. Mais les Parisiens et les touristes peuvent compter avec le « port » de Rungis pour satisfaire leur appétit de marée. 15 % des quelque 10 000 établissements *intra muros* seraient considérés comme des spécialistes en produits de la mer.

L Île-de-France recense plus de 21 000 restaurants à table selon CHD Expert, dont la moitié à Paris. Un univers encore sous le choc d'une année 2015 particulière, les attentats du 13 novembre ayant achevé les espoirs d'un final satisfaisant. Entre ceux qui réalisent moins de 10 € de panier moyen (1 152) et ceux qui affichent plus de 60 € (286), le paysage est varié. Et les demandes en termes de produits aussi. Il y a les tables qui passent plutôt des poissons fins (sole, saint-pierre...) et des huîtres Gillardeau, Dupuch ou Perle blanche, et d'autres plus abonnées au saumon et aux crevettes d'élevage. Pourtant, les fusions chez les grossistes ou même dans les groupes de restauration conduisent à une concentration des flux.

Le nouveau propriétaire des Frères Blanc, le groupe Bertrand, est un grand nom de la

À savoir

20 919
 restaurants à table
 en Île-de-France dont
 10 722 à Paris

La moitié affiche
 un ticket moyen compris
 entre 10 et 30 €

(source : CHD Expert France)

restauration haut de gamme en France... et il vient de racheter Burger King ! Dans l'univers de la restauration, c'est d'ailleurs celle dite « rapide » qui génère les plus belles rentabilités. Selon une étude de Food service vision, la restauration à table en mode « gagnant » applique une partie des recettes de la restauration rapide : service en moins de 30 minutes, vente à emporter, livraison, traiteur... Elle mise aussi sur internet (réservation en ligne, promotions...) pour capter de nouveaux clients. Les plus branchés sur les produits de la mer pourraient être les plus concernés : « Entre repas d'affaires et de famille, il n'est pas toujours facile de rajeunir la clientèle, confie Laurent Scavizzi de Vin et marée. Nous proposons une formule express le midi, d'autres à emporter et même de la livraison à domicile. Et nous travaillons notre site web. »

Au chapitre « approvisionnement », l'étude de Food service vision note une demande d'excellence en termes de sourcing de la part des restaurateurs. Ils attendent de la qualité et un large choix de produits frais, locaux, d'exception ou spécifiques. Bernard Leprince, chef exécutif chez Frères Blanc, où l'on met en avant l'aspect Maître restaurateur et cuisine faite maison, « visite des ports, discute avec les fournisseurs. Nous avons un cahier des charges précis, mais le poisson, ce n'est pas des boullons. » Il travaille aussi beaucoup avec l'atelier de Transgourmet Seafood à Rungis. Une société qui fournit justement la restauration commerciale indépendante et collective. « Nous arrivons à passer du frais, et pas du surgelé, auprès des collectivités, se réjouit Jean-Philippe Bataille, directeur développement marée. Et en commercial, nous sommes proches d'une jeune génération de chefs qui s'orientent vers une cuisine originale, de qualité à pas très cher, avec une carte plus courte et renouvelée. Ils savent par exemple revaloriser les poissons bon marché. »

À l'image d'autres grossistes de Rungis, l'atelier de Transgourmet Seafood propose de plus en plus de services à sa clientèle. Un aspect sur lequel on retrouve une différence d'approche selon les qualités de produits. Chez les Frères Blanc, on indique que « les arêtes doivent rester au port. La transformation doit être effectuée par un professionnel à l'origine. Ainsi, plus personne ne touche au poisson hormis le chef à l'arrivée. » Le groupe fait néanmoins portionner son saumon écossais label Rouge à Rungis.

Chez Hiodée (groupe Vivalya), Fernando Lucas apporte son regard expérimenté. « Tout le monde cherche à acheter à la source en profitant de la plateforme logistique de Rungis. Avant, la fidélité était plus grande. On traitait avec une personne régulièrement et le prix ne faisait pas tout. Aujourd'hui, les coûts portions diminuent et la rentabilité s'amenuise. Les clients peuvent nous mettre en concurrence facilement. Il faut être capable d'offrir de beaux produits et du service : commande tardive, réactivité, dépannage, calibrage précis, désarêtage... Un poisson travaillé au dernier moment, comme un bar fileté à 4 heures du matin pour être sur la table à midi, cela offre un plus. Pour nous désormais, le grand écart entre la qualité petit bateau et les produits de volume facilite l'équilibre. Lorsque le haut de gamme est touché comme cette année, on est contents de passer quelques centaines de portions dans d'autres circuits. » ■

ÉCHOS d'ENTREPRISES

Les Frères Blanc, très normands



Constitué par Pierre et Jacques Blanc, l'ensemble des 15 établissements (dont deux hors Paris, à La Rochelle et au Luxembourg) a été cédé en février au groupe Bertrand, autre grand nom de la restauration en France. Tous les établissements ont un chef et une brigade et font évoluer la carte au gré des saisons. « Nous restons dans une idée de proximité en excluant par exemple le thon, rappelle Bernard Leprince, chef exécutif. Nous travaillons beaucoup avec la Normandie, notamment Saiter à Trouville, et sommes de grands consommateurs de coquille Saint-Jacques label Rouge. » Le tout transite par Rungis où le groupe travaille notamment avec Transgourmet pour le saumon d'Écosse label Rouge portionné.

de Bernard Leprince, chef exécutif

L'Européen, un banc bien assis

L'Européen, une belle brasserie créée au début du siècle face à la gare de Lyon, a intégré le groupe Gérard Joulie en 2006. Bruno Toutirais, le chef écailler, est depuis 30 ans dans le métier : « J'ai débuté au congrès Maillot en 1985. Nous étions 14 écaillers ! À l'Européen nous ne sommes que 5 à tourner pour environ 2 500 pièces par jour, avec un prix moyen de 42 €. » Impératrice du Cap Ferret, Perle blanche, Gillardeau... les plateaux peuvent s'agrémenter de langoustines, crevettes, homard... et parfois d'oursins d'Islande. Les enseignes du groupe sont autonomes, mais achètent l'essentiel via le siège social.



Bruno Toutirais, chef écailler de l'Européen

Un poissonnier chez Vin et marée

Rachetées en 2007 par Pierre Cassagne, les quatre enseignes parisiennes de Vin et marée offrent « de bons produits et des assiettes généreuses à des prix raisonnables », précise Laurent Scavizzi, le directeur opérationnel. Une carte propose assiettes, plateaux et menus de 18,50 (midi) à 98 €. En parallèle, une ardoise est rythmée par les saisons : soupe de poisson maison, choucroute de la mer, marmite de saint-jacques, voire formules à partager, comme la belle sole ou le gros homard breton. L'essentiel des produits est commandé en direct. « À 2 h 30, un opérateur va chercher les livraisons à Rungis et ramène le tout à notre poissonnier, avenue du Maine. Il assure filetage, décorticage... pour tous les restaurants. »



Laurent Scavizzi, directeur opérationnel