

LIVRE BLANC

ENSEMBLE

pour un commerce
alimentaire durable

14 PROPOSITIONS



**POUR DÉVELOPPER
L'ACCESSIBILITÉ**
des fruits & légumes



**POUR UN COMMERCE
RESPONSABLE ADAPTÉ**
aux attentes des consommateurs



**POUR UN DÉVELOPPEMENT
ÉQUILIBRÉ DES COMMERCEs**
au sein des territoires

Nos 14 propositions

- 01 Inscrire la profession de Primeur dans la liste des métiers éligibles au titre de l'Artisanat04
- 02 Instaurer un chèque fruits et légumes pour doper le pouvoir d'achat des ménages les plus modestes et les aider à s'alimenter plus sainement et durablement05
- 03 Développer des cours de cuisine à l'école05
- 04 Soutenir les investissements pour accompagner le commerce de demain06
- 05 Instaurer un fonds de modernisation pour les commerces alimentaires de proximité07
- 06 Soutenir l'acquisition de véhicules propres07
- 07 Maintenir les aides à l'alternance et déplaçonner l'âge maximal de l'apprentissage07
- 08 Lutter davantage contre les ventes au déballage afin de mieux garantir la qualité des produits vendus aux consommateurs08
- 09 Recentrer l'activité des magasins et stands de producteurs08
- 10 Renforcer l'accessibilité des commerces au sein des cœurs de villes et de villages09
- 11 Créer au sein des territoires une instance de concertation du commerce réunissant les différents acteurs locaux09
- 12 Réaliser systématiquement une étude d'impact avant la mise en place des ZFE10
- 13 Rendre plus opérationnelle la transmission du fonds de commerce sur les marchés11
- 14 Inscrire le périmètre des marchés et voies publiques destinées à la vente ambulante dans les plans locaux d'urbanisme11

L'ENJEU

pour les prochaines années

Le repeuplement des centres urbains et de l'espace rural, la recherche de lien social, les nouveaux enjeux écologiques (consommation de produits locaux, diminution des déplacements en voiture, etc.) ou encore le vieillissement de la population française, sont autant d'éléments qui contribuent au regain de dynamisme du commerce alimentaire de proximité.

La crise sanitaire a largement accentué ce phénomène. Limités dans leurs déplacements, les consommateurs ont privilégié le commerce de proximité.

Néanmoins, celui-ci est aujourd'hui confronté à de nombreux défis. Grâce au e-commerce qui représente déjà 6,5 % du commerce de détail, les clients peuvent désormais faire leurs courses de n'importe où et à n'importe quel moment. Ils peuvent obtenir tous les produits qu'ils veulent, sans être limités par les horaires d'ouverture d'un commerce traditionnel. Les livraisons sont également de plus en plus rapides. Pour autant, les clients restent très attachés au lien étroit qu'ils peuvent tisser avec leurs commerçants. Ainsi, plus qu'une menace, la technologie constitue une extraordinaire opportunité pour le commerce de proximité, qui lui permet d'amplifier ses atouts et de les valoriser auprès d'une clientèle qui a elle-même changé. Le digital assure au commerçant une présence en ligne : être référencé, présenter son offre, fournir des renseignements pratiques. Les réseaux sociaux constituent un canal d'information, d'animation et de fidélisation. Le digital offre aussi la possibilité de développer de nouveaux services, au premier rang desquels la livraison.

Il est donc important que le futur Président de la République, son Gouvernement et la future majorité parlementaire créent, pour les cinq prochaines années, les conditions d'un environnement favorable qui garantisse à nos concitoyens l'accès à la plus grande diversité de l'offre alimentaire à l'image de notre pays.

Pour nos villes et villages, il s'agit incontestablement de l'enjeu social et économique des prochaines années. Pour nos consommateurs, c'est un véritable choix de société.

C'est pourquoi Saveurs Commerce formule 14 propositions pour un commerce alimentaire durable.

14 propositions essentielles pour la préservation d'un commerce de proximité moderne, dynamique, créateur d'emplois, proposant aux consommateurs des produits de qualité et une offre diversifiée de services.

Christel Teyssèdre
Présidente de Saveurs Commerce

SAVEURS COMMERCE REPRÉSENTE ET DÉFEND LES PRIMEURS ET ÉPICERIES SPÉCIALISÉES,
qu'ils exercent leur activité en magasin, sur les marchés couverts ou de plein air.

18800

ENTREPRISES

1^{ère} branche du commerce alimentaire spécialisé

- 11 700 Primeurs dont 6 500 en magasin 5 200 sur marché
- 7 100 Épiceries spécialisées dont 6 088 en magasin 1 012 sur marché

18705

SALARIÉS

1^{er} employeur de la branche du commerce alimentaire spécialisé

- 13 580 salariés chez les Primeurs, dont 58,4 % de femmes
- 5 125 salariés dans les Épiceries spécialisées dont 63,2 % de femmes

8 Milliards €

DE CHIFFRE D'AFFAIRES en 2019

1^{er} en volume de CA de la branche du commerce alimentaire spécialisé

- En fruits & légumes : 3,5 milliards d'euros
- En épicerie spécialisée : 4,3 milliards d'euros

30%

DU CHIFFRE D'AFFAIRES du secteur des F&L

2^{ème} circuit de distribution (primeurs magasins et marchés) après la grande distribution



POUR DÉVELOPPER L'ACCESSIBILITÉ des fruits & légumes

L'enjeu essentiel réside dans la nécessité de faire adopter les bons comportements nutritionnels. Les Primeurs ont un rôle à jouer. Pour parvenir à une augmentation sensible de la consommation de fruits et légumes, il convient de les rendre plus accessibles en termes de prix, de proximité et de qualité.



01

INSCRIRE LA PROFESSION DE PRIMEUR DANS LA LISTE DES MÉTIERS ÉLIGIBLES AU TITRE DE L'ARTISANAT

Ces dernières années, les Primeurs ont élargi leurs offres et proposent aux consommateurs des fruits et légumes transformés (salades de fruits, soupes, compotes, jus, etc...), prêts à consommer (ananas découpés, légumes crudités...) sans oublier les corbeilles de fruits.

Leur savoir-faire s'assimile de plus en plus à celui des poissonniers ou des fromagers qui découpent et préparent leurs produits et ont récemment obtenu le statut d'artisan. Rappelons également que la Profession a obtenu en 2018, l'instauration du CAP Primeur après avoir accédé en 2011, au titre de Meilleur Ouvrier de France Primeur. À noter que depuis cette date une trentaine de CFA, répartie sur l'ensemble du territoire, propose cette formation.

C'est pourquoi Saveurs Commerce demande que le décret n° 98-247 du 2 avril 1998 soit modifié afin que les Primeurs ayant une expérience d'au moins trois ans dans la préparation et la transformation des fruits et légumes puissent s'inscrire à la chambre des métiers et prétendre ainsi au titre d'Artisan Primeur.



DES FRUITS & LÉGUMES POUR BIEN VIVRE ...

Parce qu'ils sont riches en eau et pauvres en énergie, l'intérêt nutritionnel des fruits et légumes a longtemps été sous-estimé. Or, les enquêtes épidémiologiques des 20 dernières années ont mis en évidence que ces végétaux exerçaient un rôle remarquable dans la diminution des processus de vieillissement et la prévention des pathologies majeures. Leurs effets sur la santé sont tels qu'ils font aujourd'hui l'objet de recommandations consensuelles de la part des nutritionnistes et des organismes de santé publique tels que l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) ou, en France, le Programme National Nutrition Santé (PNNS)

Du fait de la profusion de produits transformés, l'alimentation dans les pays occidentaux est à la fois carencée en fibres, en minéraux et en micronutriments. À cet égard, la richesse des fruits et légumes en minéraux et micronutriments représente un intérêt majeur pour pallier les défauts des aliments transformés. Ajoutée à leur forte densité nutritionnelle, leur densité énergétique très limitée confère à ces aliments une place privilégiée dans la lutte contre la surcharge pondérale : 300 g de fruits et 300 g de légumes apportent environ 240 Kcal par jour, soit le dixième des besoins quotidiens.

(Source : APRIFEL)

02

INSTAURER UN CHÈQUE FRUITS & LÉGUMES POUR DOPER LE POUVOIR D'ACHAT DES MÉNAGES LES PLUS MODESTES ET LES AIDER À S'ALIMENTER PLUS SAINEMENT ET DURABLEMENT

L'accès aux fruits et légumes est une problématique importante pour les ménages défavorisés, qui représentent 20% de la population. La moitié des personnes gagnant moins que le SMIC ne peut manger des fruits & légumes quotidiennement. 39% des ménages gagnant entre 1.200 et 2.000 euros par mois sont dans le même cas.

Saveurs Commerce propose la création de chèques fruits et légumes pour les populations à bas revenus, accompagnés de cours de cuisine, afin de permettre au plus grand nombre d'avoir accès chaque jour à ces produits. Le chèque fruits et légumes, financé par l'Etat, serait destiné aux 5,5 millions de foyers modestes qui perçoivent le chèque-énergie. Le chèque serait un outil visant à inciter les familles à acheter des produits frais, bruts, de saison, tout en étant également un moyen de prévention de maladies cardiovasculaires, du diabète de type 2 et de plusieurs cancers.

L'idée d'un chèque fruits et légumes n'est pas nouvelle. Elle a déjà été poussée par le ministère des solidarités et de la santé dans le cadre du Plan National Nutrition Santé (PNNS) 2006-2010. La convention citoyenne sur le climat a proposé la mise en place d'un chèque-alimentation durable. La loi Climat et Résilience a traduit cette proposition en la commande d'un rapport au Gouvernement à remettre au Parlement sur la faisabilité de la mesure.

03

DÉVELOPPER DES COURS DE CUISINE À L'ÉCOLE

La perte de savoir-faire culinaire au sein des foyers est un autre facteur entraînant la sous-consommation des fruits et légumes, particulièrement chez les jeunes générations qui adoptent des comportements alimentaires à risque. En France, près de 17% des enfants de 6 à 17 ans sont touchés par l'obésité (2019).

Saveurs Commerce demande la mise en oeuvre d'une politique d'éducation pour apprendre aux jeunes à préparer, cuisiner et conserver les fruits et légumes frais, avec notamment l'instauration de cours de cuisine à l'école. Éduquer les jeunes à l'alimentation et permettre au plus grand nombre d'accéder facilement aux fruits et légumes frais constituent un levier pour changer les habitudes alimentaires des Français.





POUR UN COMMERCE RESPONSABLE adapté aux attentes des consommateurs



04

SOUTENIR LES INVESTISSEMENTS POUR ACCOMPAGNER LE COMMERCE DE DEMAIN

Depuis 3 ans, notre secteur a eu à affronter successivement les « gilets jaunes », les manifestations contre la réforme des retraites et les confinements successifs. Dans certaines villes notamment à Paris, beaucoup de commerces ont fermé ...

En parallèle, les comportements des consommateurs, toujours plus exigeants, ont fortement évolué. Durant les confinements, les professionnels, même ceux exerçant sur marchés, ont su faire preuve d'innovation et créativité pour continuer à servir leurs clients. Ainsi, des initiatives de click & collect, ou bien de sites marchands ont vu le jour.

Il s'agit à présent de reproduire ces initiatives à grande échelle et d'accompagner le commerce sédentaire et non sédentaire vers un plan ambitieux de digitalisation de l'offre, à la fois au niveau individuel, mais aussi en encourageant le recours aux plateformes numériques locales.

La pérennité des entreprises dépend étroitement de leur capacité à investir. Le rapport de branche 2019 du commerce de détail des fruits et légumes montre que 41,7 % des entreprises ont moins de 5 ans et seulement 20% entre 10 et 20 ans. Or, selon l'Insee, plus d'une TPE sur deux ne réalise jamais d'investissement.

Saveurs Commerce demande, pour soutenir l'investissement des commerces alimentaires de proximité, la mise en place d'un crédit d'impôt dédié à l'investissement à la digitalisation et à la numérisation des commerces.

05 INSTAURER UN FONDS DE MODERNISATION POUR LES COMMERCES ALIMENTAIRES DE PROXIMITÉ

Les commerçants rencontrent parfois des difficultés financières pour entretenir et moderniser leurs points de vente. Or, l'attractivité des commerces passe également par des locaux rénovés qui répondent aux normes en vigueur. Un commerce rénové draine 15 à 20 % de clientèle supplémentaire.

La loi de finances pour 2019 a acté la suppression du FISAC, le fonds d'intervention pour les services du commerce et de l'artisanat, qui visait à favoriser la création, le maintien, la modernisation, l'adaptation et la transmission des entreprises et commerces de proximité.

Aussi Saveurs Commerce demande la création d'un fonds de modernisation pour les commerces alimentaires de proximité, auxquels seraient éligibles les travaux de rénovation concernant les vitrines, enseignes, l'accessibilité, la décoration, les équipements destinés à assurer la sécurité du local, des économies d'énergie ou encore les matériels professionnels spécifiques ...

06 SOUTENIR L'ACQUISITION DE VÉHICULES PROPRES

Avec la mise en place de Zones à faibles émissions (ZFE), de nombreuses municipalités interdisent l'accès des centres-villes à certaines catégories de véhicules et camions diesel et essence. Si Saveurs Commerce partage les objectifs qui sous-tendent les ZFE, il apparaît cependant que l'acquisition de véhicules propres reste très onéreuse et que les aides publiques sont insuffisantes pour couvrir les dépenses supplémentaires.



Saveurs Commerce demande la création d'un crédit d'impôt équivalent à 50 % des dépenses exposées dans le cadre des investissements dédiés à l'acquisition de véhicules propres de plus de 3,5 tonnes, dans la limite de 40 000 euros.

07 MAINTENIR LES AIDES À L'ALTERNANCE ET DÉPLAFONNER L'ÂGE MAXIMAL DE L'APPRENTISSAGE

Avec le CAP Primeur, sans oublier l'ensemble des diplômes formant aux métiers du commerce, le secteur accueille de nombreux alternants que ce soit en contrat de professionnalisation ou en contrat d'apprentissage. Grâce aux aides financières mises en place par le Gouvernement (5.000 euros pour un alternant de moins de 18 ans et 8.000 euros pour un alternant majeur, la première année de tout contrat conclu entre le 1^{er} juillet 2020 et le 30 juin 2022), les contrats en alternance ont connu un vif succès et permis de former de nombreux jeunes.

C'est pourquoi Saveurs Commerce demande de pérenniser les aides à l'alternance pour attirer les jeunes dans les métiers du commerce alimentaire spécialisé et de dé plafonner l'âge maximal de l'apprentissage pour englober les personnes en reconversion professionnelle ou au chômage et leur permettre de se former en entreprise.



LUTTER D'AVANTAGE CONTRE LES VENTES AU DÉBALLAGE AFIN DE MIEUX GARANTIR LA QUALITÉ DES PRODUITS VENDUS AU CONSOMMATEUR

Face à la multiplication des ventes au déballage sur une partie du territoire national, il est devenu urgent de renforcer la législation pour garantir la sécurité sanitaire des consommateurs et lutter contre les pratiques commerciales déloyales. De nombreuses ventes au déballage de produits alimentaires frais, essentiellement des fruits et légumes, sont effectuées dans des conditions ne respectant pas les règles les plus élémentaires d'hygiène (produits à même le sol)

et de traçabilité (étiquetage insuffisant ou fallacieux). Rappelons que jusqu'en 2005, les ventes au déballage étaient soumises à un régime d'autorisation préalable. Mais, l'article 21 de la loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises lui a substitué un simple régime de déclaration préalable. À la suite de cette évolution législative, le nombre de ces ventes a fortement augmenté.

C'est pourquoi Saveurs Commerce propose de revenir à un régime d'autorisation préalable. Lorsqu'elle sera effectuée sur le domaine public de la commune, la vente au déballage devra faire l'objet d'une demande d'autorisation d'occupation temporaire du domaine public auprès du maire. Par exception aux règles fixées par le décret n° 2015-1459 du 10 novembre 2015, le silence du maire pendant deux mois vaudra refus de la demande pour les ventes au déballage concernées.

À noter que le reste des dispositions actuellement applicables, notamment les dérogations au profit des particuliers des ventes au déballage de fruits et légumes frais effectuées en période de crise conjoncturelle et les dérogations au profit de certaines natures de vente, demeure inchangé.



RECENTRER L'ACTIVITÉ DES MAGASINS ET STANDS DE PRODUCTEURS

Les Primeurs participent à la valorisation des terroirs en tant que partenaires privilégiés de la filière de production des fruits, légumes et produits bio. Les producteurs locaux y participent également lorsqu'ils se regroupent pour commercialiser leurs produits dans le cadre de magasins de producteurs. Saveurs Commerce constate néanmoins que le développement de ce modèle de promotion des terroirs devient un mode de distribution à part entière. Ce développement est favorisé par l'autorisation de revente de produits non-issus de l'activité des producteurs agricoles à hauteur de 30% du CA du magasin. Par ces ventes, les producteurs perdent leur

spécificité, attachée à la vente directe, pour devenir des commerces de détail à part entière, tout en gardant leur avantage concurrentiel important lié à leur dénomination « magasin de producteurs ». Aussi, ces magasins se trouvent-ils en concurrence directe avec les autres détaillants susceptibles de vendre les mêmes produits.

En outre, sur les marchés, certains producteurs proposent également sans distinction claire des produits issus ou non de leur production. Cette pratique est de nature à tromper le consommateur et à créer une concurrence déloyale au détriment des détaillants en fruits, légumes et produits bio.

Saveurs Commerce demande que soit modifié l'article L611-8 du Code rural et de la pêche maritime afin que l'activité des magasins de producteurs soit strictement limitée à la revente des produits issus de l'activité des producteurs gérant ces magasins. Les producteurs qui souhaitent poursuivre la revente de produits non-issus de leur exploitation pourront le faire en totale liberté, à condition de ne pas utiliser la dénomination « magasins de producteurs » ou assimilée. Sur les marchés, il est demandé une différenciation stricte entre les produits achetés et les produits issus directement de leur exploitation.



POUR UN DÉVELOPPEMENT ÉQUILIBRÉ DES COMMERCES au sein des territoires

10

RENFORCER L'ACCESSIBILITÉ DES COMMERCES AU SEIN DES CŒURS DE VILLES ET DE VILLAGES

Même si les aspirations de nos concitoyens pour le développement durable et la défense du climat occupent désormais une place importante dans les politiques publiques, les clients de nos commerces alimentaires ont souvent besoin de leur véhicule pour transporter leurs courses. Les transports en commun et modes de déplacement « doux » comme le vélo ne sont pas toujours adaptés à celles et ceux qui font leurs courses alimentaires en centre-ville ou centre-bourg. Dans nos commerces, l'achat hebdomadaire de fruits

et légumes et d'autres produits alimentaires, parfois volumineux et lourds, rend l'usage de la voiture indispensable.

En d'autres termes, sans accès facile aux centres-villes et surtout, sans possibilité de stationnement, les Français renoncent à fréquenter les commerces de proximité et préfèrent aller en périphérie, avec leur voiture, pour faire leurs courses dans les centres commerciaux.

Saveurs Commerce propose d'instaurer la gratuité des stationnements en centre-ville, le week-end et de transformer la totalité des places de livraison en places réservées aux clients des commerces de proximité.

11

CRÉER AU SEIN DES TERRITOIRES UNE INSTANCE DE CONCERTATION RÉUNISSANT LES ACTEURS LOCAUX DU COMMERCE

Le commerce est un élément clé pour connaître la santé démographique et économique d'un territoire. Si la majorité de nos concitoyens dispose d'une offre commerciale attractive et diversifiée, certains en sont dépourvus et sont obligés d'aller faire leurs courses en voiture ou de recourir de manière croissante au commerce électronique.

Maintenir, voire développer des commerces, exige donc d'actionner tous les leviers d'attractivité d'une

ville : agrément de l'urbanisme, accès aisé aux rues commerçantes tant en véhicule individuel qu'en transport en commun, piétonisation de certaines rues, politique d'animation des rues, inscription des marchés dans les plans locaux d'urbanisme en recourant à des politiques de soutien ciblées. En résumé, il convient d'agir sur toutes les délégations dont disposent une municipalité et une intercommunalité et ce en concertation avec les représentants de commerçants.

Saveurs Commerce demande une modification du Code général des collectivités territoriales afin d'instaurer au sein de chaque territoire, une structure de concertation du commerce réunissant élus, représentants des commerçants, chambres consulaires et tous les acteurs investis dans la politique du commerce.

L'accessibilité des centres-villes est également un sujet de préoccupation majeur pour la livraison du dernier kilomètre de nos commerces de fruits et légumes. Parce qu'ils vendent des produits frais, ceux-ci ont besoin de s'approvisionner plusieurs fois par semaine. Mais, en raison du réaménagement de l'espace public, en particulier avec la suppression des places de stationnement en surface, nos primeurs, qui

utilisent des camions, ont de plus en plus de difficultés pour garer leurs véhicules.

En outre, avec la mise en place de Zones à faibles émissions (ZFE), de nombreuses municipalités interdisent l'accès des centres-villes à certaines catégories de véhicules et camions diesel et essence.

Saveurs Commerce demande qu'une étude d'impact économique soit systématiquement réalisée avant la mise en place des zones à faibles émissions et des zones à trafic limité.



13

RENDRE PLUS OPÉRATIONNELLE LA TRANSMISSION DU FONDS DE COMMERCE SUR LES MARCHÉS

La loi n° 2014-626 du 18 juin 2014 dite « Pinel » relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises dispose qu'un fonds de commerce peut être exploité sur le domaine public sous réserve de l'existence d'une clientèle propre (art. 72). Elle permet également aux commerçants titulaires d'une autorisation d'occupation personnelle dans une halle ou sur un marché, de présenter au maire - qui régit les droits de place - un repreneur en cas de cession de fonds (art. 71). La loi Pinel a aussi reconnu, en cas de décès, d'incapacité ou

de retraite de l'exploitant, que le droit de présentation d'une personne comme successeur peut être exercé par les héritiers ou ayants droit.

Cependant, après 8 années de mise en pratique du droit de présentation d'un successeur par le titulaire d'une autorisation d'occupation dans une halle ou sur un marché, codifiée à l'article L. 2224- 18-1 du code général des collectivités territoriales, certaines dispositions doivent être adaptées, dans l'intérêt à la fois des municipalités et des commerçants.

Afin d'empêcher les transactions spéculatives sur les cessions de fonds sur les marchés, Saveurs Commerce propose de fixer à cinq ans, au lieu de trois, la durée minimale de l'activité de commerçant non sédentaire dans une halle ou sur un marché, avant que celui-ci ne puisse réaliser une cession de fonds. Cette mesure permettrait de valoriser les commerçants qui ont réellement œuvré au développement des halles ou marchés au sein desquels ils ont travaillé.



14

INSCRIRE LE PÉRIMÈTRE DES MARCHÉS ET VOIES PUBLIQUES DESTINÉES À LA VENTE AMBULANTE DANS LES PLANS LOCAUX D'URBANISME

Couverts ou de plein air, les marchés sont un outil de développement économique et de création d'emplois. Ils sont aussi un outil d'attractivité et de notoriété pour les communes au-delà des seuls clients, et un levier pour la (re)dynamisation des centres-villes, des centres-bourgs et des quartiers.

Cependant, la crise sanitaire a mis en exergue la fragilité de ce type de commerce. Si pendant les confinements, la majorité des maires a soutenu ses marchés, certains élus ont pénalisé les commerçants et artisans en les déplaçant dans des endroits improbables, dépourvus de toute attractivité commerciale. En outre, les marchés sont souvent déplacés au gré d'événements festif, culturel, sportif,

associatif en leur lieu et place.

Certes, le domaine public est concédé à titre précaire et révocable. Pourtant la majorité des professionnels se lance dans des investissements de plus en plus qualitatifs et onéreux pour répondre aux attentes des consommateurs et satisfaire les normes d'hygiène. Ils bénéficient d'une Autorisation d'Occupation Temporaire (AOT) du domaine public, mais n'ont aucune assurance de pouvoir occuper le lieu de travail qui leur a été attribué.

Saveurs Commerce demande que le périmètre du marché ainsi que les voies publiques destinées aux commerces ambulants soient préservés et reconnus comme un espace commercial à part entière et qu'ils soient inscrits dans les PLU, au même titre que les autres zones commerciales.



Nos professionnels commercialisent au quotidien des produits de qualité et transmettent leur savoir-faire avec passion pour que demain les saveurs de nos terroirs soient toujours accessibles aux consommateurs.



Saveurs Commerce est la Fédération nationale des commerces alimentaires spécialisés de proximité.

Elle représente et défend les Primeurs et Épiciers spécialisés, qu'ils exercent leur activité en magasin, sur les marchés couverts ou de plein air.

97 boulevard Pereire 75017 Paris

Tél. : 01 55 43 31 90

contact@saveurs-commerce.fr

www.saveurs-commerce.fr

