

McDo et Burger King tentent de s'implanter sur les terres anti-malbouffe de l'Aveyron

PAR AMÉLIE POINSSOT
ARTICLE PUBLIÉ LE SAMEDI 13 FÉVRIER 2021



Affichette dans Millau. © AmP

Naïveté ou provocation ? Les deux chaînes de fast-food ont décidé, simultanément, d'ouvrir plusieurs magasins dans le département rural de l'Aveyron. Là où, en 1999, José Bové et d'autres avaient participé au démontage du McDo de Millau. La nouvelle a rencontré l'hostilité de nombreux habitants.

Se retrouver devant le fait accompli. C'est peut-être cela qui agace le plus Mathieu Causse, éleveur bovin à quelques kilomètres de la commune d'Espalion, dans le nord de l'Aveyron. « Avec toutes les informations sur la planète que l'on reçoit aujourd'hui, il est surprenant que l'on ne sache même pas ce qui se passe à quinze minutes de chez soi. Comment une telle initiative a-t-elle pu avancer dans l'ombre ? »

Comme d'autres, cet agriculteur, descendant d'une très longue lignée de paysans aveyronnais, a découvert l'installation prochaine d'un McDo à Espalion, une fois le permis de construire sur les rails. Lui qui fait pourtant partie de plusieurs organismes professionnels n'avait rien vu venir. Un comble dans ce département « où les valeurs du bien manger sont tellement identitaires »...

La nouvelle de l'arrivée de McDonald's a commencé à circuler pendant l'été. Elle a de quoi surprendre : Espalion, petite commune située au pied du plateau de l'Aubrac, ne compte que 4 600 habitants. Et l'ensemble de l'Aveyron, très rural, est l'un des départements français jusqu'ici les plus préservés des

chaînes de fast-foods : on n'y compte « que » six McDo... et zéro Burger King. Seule la Corse a évité, jusqu'à présent, l'arrivée des deux enseignes.

Un collectif, Pas de Micmac à Espalion, s'est aussitôt monté. Après le lancement d'une **pétition** qui a recueilli plus de six cents signatures, une manifestation, et l'interpellation de nombreux élus, ces habitants du coin cherchent d'autres moyens pour empêcher l'arrivée de la chaîne associée à l'industrie agroalimentaire et à l'étalement périurbain. La **lutte contre l'artificialisation des sols** fait précisément partie des propositions élaborées par la Convention citoyenne pour le climat. Reste qu'il n'est pas facile de s'opposer au mastodonte... et aux intérêts de certains entrepreneurs locaux.



Le permis de construire de McDonald's à Espalion, non visible depuis la voie publique. © Amélie Poinssot

C'est Michel Neyrolles, propriétaire du Super U d'Espalion et gérant de plusieurs sociétés aveyronnaises, qui a vendu son terrain à la chaîne américaine – l'une des rares parcelles de la commune où le fast-food pouvait s'installer, du fait des zones inondables liées à la proximité du Lot. Pour dégager la superficie suffisante, l'entrepreneur a d'ailleurs fait déplacer la station essence du supermarché de l'autre côté de la route.

Pourquoi McDonald's ? « Dans nos petites villes, les investisseurs ne sont pas si nombreux... Je n'en ai pas trouvé d'autre », dit-il à Mediapart, ajoutant : « Il y a une demande commerciale. Les habitants de notre commune vont jusqu'à Rodez pour aller au McDo... »

Rodez, la préfecture de l'Aveyron, à une trentaine de kilomètres de là. On y compte trois McDo, entre la commune elle-même et ses périphéries, autour d'Onet-le-Château et de Luc-la-Primaube.

À la sortie d'Espalion, direction Aurillac, le panneau est ainsi apparu le 6 janvier : « *Construction d'un restaurant McDonald's* », dit l'écriteau posé entre un Super U et un terrain arboré. Le hic : il tourne le dos à la route et n'est donc pas visible depuis la voie publique, comme le stipulent pourtant **les règles d'affichage** des permis de construire.

D'après le dossier que Mediapart a pu consulter en mairie, le bâtiment prévu a une surface de 160 m², à laquelle s'ajoute un parking de seize places. La capacité d'accueil est de 178 clients, pour un personnel de vingt à vingt-cinq individus.



Mathieu Causse, éleveur bovin à quelques kilomètres d'Espalion. © AmP

Signe que les arguments manquent pour défendre l'installation de ce nouveau McDonald's – la société compte déjà près de 1 490 établissements en France –, le maire d'Espalion, élu divers droite, Éric Picard, n'a pas voulu répondre à nos questions. Pas plus que la société elle-même, qui délègue sa communication à l'agence Plead pour éviter d'avoir à répondre aux demandes des journalistes (*voir en Boîte noire*).

L'ouverture de cet établissement permettrait la création de 47 emplois, et générerait des retombées économiques à hauteur de 4 millions d'euros au niveau local, nous fait-on savoir à travers un communiqué. « *Nous sommes impatients d'apporter un service attendu et contribuer au dynamisme local d'Espalion* », dit le texte transmis par l'agence Plead.

Bernard Petit, l'un des membres les plus actifs du collectif, n'en revient pas. « *En pleine épidémie, alors que le Covid est particulièrement grave en cas de surpoids, de diabète et de maladies cardiovasculaires, cela n'a pas de sens de laisser s'ouvrir ce genre de commerce alimentaire.* » Ingénieur chimiste à la retraite, cet habitant d'Espalion ne supporte plus les rapports parlementaires sur la santé et l'environnement

qui « *s'accumulent* » et « *n'ont aucune efficacité sur le plan local* ». Le dernier en date ? **Le rapport** de la députée Sandrine Josso (LREM), publié en décembre, sur l'évaluation des politiques publiques de santé environnementale. Les conclusions invitent notamment à une « *stratégie nationale de prévention de l'obésité* »...

Les effets de la restauration rapide sur la santé, pourtant, ne sont plus à démontrer. **Un article scientifique** du *Journal of Internal Medicine*, en 2013, faisait même la corrélation entre la densité de magasins McDonald's et la prévalence de l'obésité dans quarante-quatre pays.

Et si ce nouveau McDo s'approvisionnait en produits du coin ? Profitait de la proximité de l'Aubrac pour remplir ses Big Mac de steaks locaux issus d'une agriculture raisonnée ? Mathieu Causse, qui nourrit ses bêtes avec ses propres céréales et fait pâturer ses vaches tous les étés sur le plateau, n'y croit pas une seconde. « *Dans tous les cas, je ne vendrai pas mes produits à cette enseigne... Car à terme, on assimilerait McDo à des produits de qualité, ce qui aurait pour effet de dévaloriser la vraie qualité. Le "Burger Charolais" que l'entreprise avait lancé, par exemple, n'a eu aucune conséquence pour les producteurs locaux. La viande passait par des grossistes et la grande distribution.* »

En 1999, le démontage du McDo de Millau

Sans compter la viande importée. Sur son site internet, la société indique que « *75 % des produits alimentaires achetés par McDonald's* » sont issus d'« *entreprises agroalimentaires françaises* ». Cela ne donne aucune garantie sur l'origine des élevages. Or le local, « *ce n'est pas du vent* », dit encore cet éleveur installé en bio depuis plus de vingt ans, et qui s'efforce d'être le plus autonome possible dans sa ferme. « *L'économie circulaire existait il y a deux siècles... Ses principes élémentaires sont oubliés aujourd'hui.* »

Dans le centre d'Espalion, le commerce local fait triste mine. La petite échoppe Burgers de l'Aubrac, à deux pas du Pont Vieux, a fermé le rideau il y a deux ans. Les quelques restaurants et brasseries sont portes closes à cause des mesures sanitaires. Autant de conditions

royales pour les systèmes de *drive* et de commandes sur Internet adoptés par les chaînes de restauration rapide...

« *McDo vient-il nous clouer le bec ?* », lâche, sévère, Sébastien Persec depuis sa petite ferme de l'Aubrac, à quelques kilomètres de Laguiole. Porte-parole de la Confédération paysanne de l'Aveyron, cet éleveur bovin est convaincu que c'est le bio, et non l'alimentation industrielle, qui doit nourrir le plus grand nombre. « *La meilleure chose qui puisse nous arriver serait une sous-fréquentation de ce fast-food et une transformation, comme l'Après-M dans les quartiers nord de Marseille : après le confinement, d'anciens salariés de McDo ont converti le lieu en centre social.* »



Sébastien Persec, porte-parole de la Confédération paysanne en Aveyron. © AmP

Pour Sébastien Persec, qui nourrit ses bêtes sans aucun ajout de protéines, « *la gastronomie aveyronnaise participe largement à l'attraction des visiteurs pour le territoire. À aucun moment les gens ne viennent chez nous pour y trouver la même malbouffe qu'ailleurs.* »

Malbouffe. À l'été 1999, le mot fait la une des médias nationaux, la figure de José Bové surgit dans le débat public. Avec d'autres paysans, comme lui installés sur le Larzac, ce militant fondateur de la Confédération paysanne se met en tête de réagir à l'embargo des États-Unis sur le roquefort, décidé après l'arrêt des importations françaises de bœuf nourri aux hormones : le groupe procède au « **démontage** » du **McDo de Millau** alors en construction. Au pied du causse du Larzac, connu pour la lutte contre le camp militaire dans les années 1970 et réputé pour ses élevages de brebis, on entend bien défendre une alimentation locale et de qualité, et notamment ce fameux roquefort, première appellation d'origine encadrée en France, créée en 1925.

« *Nous luttons principalement contre le bœuf aux hormones en provenance des États-Unis* », raconte Christian Rouquayrol, qui prit part à l'action à l'époque et fut inculpé. Aujourd'hui, une nouvelle enseigne tente de s'ajouter dans le paysage : Burger King. Un permis de construire est apparu en bordure d'un rond-point, le 11 mai. Le combat a pris une ampleur nouvelle. « *On est sortis au printemps de l'épreuve du confinement avec une volonté de rebondir, une envie d'en profiter pour changer les choses... Et on se retrouve face à ce projet de Burger King à Millau. La mobilisation est partie de là : le monde d'après que nous voulons, ce n'est pas ce monde de la vitesse, où l'on se nourrit mal et qui nous rend sensibles aux pandémies.* »

Pique-nique sur le terrain concerné, affiches un peu partout dans Millau, rapprochement avec le collectif d'Espalion... Mais encore plus que dans le nord de l'Aveyron, la nouvelle de l'arrivée d'un deuxième fast-food, sur ce territoire du Parc naturel régional des Grands Causses classé par l'Unesco, a provoqué la stupéfaction. À tel point qu'elle a fortement influencé le second tour des municipales, l'an dernier : la candidate socialiste Emmanuelle Gazel qui avait affiché, *a contrario* du maire sortant, son hostilité au projet pendant la campagne a fini par l'emporter au second tour, à une quarantaine de voix près sur les quelque 16 000 électeurs que compte la ville de Millau.



Affichette dans Millau. © AmP

Grégoire de Saint-Jorre tient un hôtel-restaurant à quelques kilomètres de là, dans les gorges du Tarn. Il travaille essentiellement avec des producteurs locaux, dans un rayon de 30 km. Tout l'inverse des chaînes d'approvisionnement de la restauration rapide. « *Derrière ces multinationales defast-foods, on retrouve toute la mécanique de l'agriculture industrielle dont on ne veut plus aujourd'hui.*

Comment est-ce possible de laisser encore se construire de tels établissements, quand la France compte 17 % d'adultes obèses ? » Grégoire est d'autant plus remonté que la signalétique McDo, à Millau, est partout... y compris sur les T-shirts de l'équipe locale de rugby. « *Quand j'ai vu ça sur le maillot de mon fils, ça m'a tué. Ce n'est pas le monde que j'ai envie d'offrir à mes enfants.* »

Au-delà de la question alimentaire, l'installation à Millau d'un nouveau fast-food pose des problèmes d'urbanisme. L'emplacement de ce futur Burger King se situe à l'entrée nord de la ville et à la sortie des gorges du Tarn, en plein cœur du quartier résidentiel de Bellugues – une zone qui n'a rien de commercial.

Pour les riverains, la pilule est difficile à avaler... d'autant que ce projet n'aurait pas pu voir le jour sans la vente par la municipalité d'un terrain communal – un boudrome – au propriétaire du terrain attenant. C'est ce dernier, un entrepreneur local du nom d'Alain Puech, qui va louer son terrain à Burger King. Plutôt satisfait de sa décision, il indique à Mediapart : « *L'installation de Burger King va revaloriser la ville. Cela va représenter un dynamisme.* » Confiant dans le projet, il assure : « *On a entendu des dialogues de foldingues... Mais les opposants au projet ne pourront rien faire contre le permis de construire [...], il a été attribué dans les règles de l'art.* »

« Terrain sensible »

Tout cela n'est pas certain cependant. Quand elle a procédé à la vente de son terrain, fin 2019, la municipalité n'a pas organisé de consultation des riverains, comme il se doit lorsqu'une collectivité déclassifie une parcelle du domaine communal. Pour faire passer la vente en conseil municipal, le maire sortant, Christophe Saint-Pierre, avait simplement parlé d'un projet de « *grand restaurant* ».

D'après plusieurs documents que Mediapart a pu consulter, notamment le dossier du permis de construire, le maire était pourtant parfaitement au courant qu'il s'agissait d'un établissement du géant américain de la restauration rapide. Lorsque la commune donne son accord pour la vente, le 12 novembre 2019, la mairie le justifie d'ailleurs ainsi

dans un courrier à Alain Puech : « *Afin de vous permettre de réaliser l'opération de construction d'un restaurant Burger King.* »

« *Quand le maire a parlé de grand restaurant, beaucoup se sont imaginé un chef étoilé...* », raconte Doq Vernel, présidente de l'association La Défense de Bellugues montée par les propriétaires des maisons voisines de l'emplacement, qui ont eu le sentiment d'avoir été trompés par le pouvoir municipal.

L'association a déposé deux recours juridiques. L'un porte sur cette absence de consultation ; l'autre sur la validité du permis de construire sur quelques points précis, comme le nombre de places de parking (40) par rapport au nombre de places de l'établissement (140 places assises ; 176 au total plus 25 employés au quotidien) : un tel ratio fait craindre aux riverains un afflux de voitures dans leur quartier.



L'emplacement choisi par Burger King à Millau. © AmP

De fait, le rond-point de Bellugues est sur l'axe d'un important trafic. Celui des camping-cars en saison estivale. Celui aussi des camionnettes de marchandises qui contournent le viaduc de Millau pour éviter le péage. Un simple passage sur les lieux à la mi-journée permet d'observer une circulation soutenue. À cela s'ajoute la pente de la route qui descend du causse Rouge, sur laquelle les véhicules arrivent à toute vitesse. Or c'est là, selon les plans de Burger King que Mediapart a pu consulter, que seraient installés le passage piéton et l'accès des personnes à mobilité réduite.

« *Tout s'est fait en catimini, regrette Emmanuelle Gazel, la nouvelle maire. On n'avait pas le moindre soupçon qu'une chaîne comme Burger King allait s'installer là.* » La nouvelle édile va-t-elle réussir à s'opposer au projet, comme elle le promettait pendant la campagne électorale ? Légalement, elle ne peut

attaquer les décisions de son prédécesseur. Elle ne peut non plus aller contre une installation dans une structure privée. Elle ne peut que « *suivre avec attention* » les recours déposés par les habitants... et encourager Burger King à poser ses murs ailleurs. « *Nous avons plein de friches industrielles à réhabiliter et leur avons proposé d'autres emplacements, sur une zone commerciale*, explique-t-elle à Mediapart. *Nous voulons éviter le plus possible l'artificialisation des sols.* »

Or c'est précisément ce rond-point d'entrée dans Millau, parce qu'il fait l'objet d'une forte fréquentation automobile, que Burger King a choisi, nous indique – sous le couvert de l'anonymat – le prospecteur de l'enseigne sur ce projet. « *Les flux à la sortie des gorges du Tarn sont pour nous un avantage*, dit-il. *Les autres emplacements proposés par la mairie ne conviennent pas, que ce soit en termes d'accès ou de visibilité.* » De fait, le projet est suspendu pour le moment, en raison des recours juridiques, reconnaît le prospecteur, qui savait « *très bien* » que Millau serait « *un terrain sensible* ».



À Rodez, Burger King prévoit d'ouvrir ses portes le 14 avril. © AmP

Les projets de McDonald's et Burger King dans les terres aveyronnaises ne s'arrêtent pas là. Un peu plus au sud, à Saint-Affrique, McDonald's a également tenté de s'installer. L'entreprise avait pris contact avec l'ancien maire, le socialiste Alain Fauconnier, pour se positionner sur le quartier de la gare promis à un programme de réhabilitation urbaine. Son successeur Sébastien David (Les Républicains), élu en juin dernier, a changé de braquet : « *Je n'ai reçu aucun représentant de McDo dans mon bureau et aucun McDo ne s'installera sur les terrains de la commune* », assure-t-il à Mediapart. Le quartier de la gare, cependant, va être vendu à un promoteur immobilier, et une fois les parcelles passées sous propriété privée,

la mairie n'aura plus voix au chapitre. « *Nous avons réécrit le projet de l'ancienne équipe. Il n'y aura pas la place pour un fast-food dans cet ensemble* », promet toutefois le maire de Saint-Affrique.

Enfin, à Rodez, c'est un Burger King qui ouvrira ses portes à la mi-avril. La structure du bâtiment est déjà sortie de terre, en bordure du rond-point de Calcomier, à la sortie de la ville direction Cahors. Le gérant, Laurent Segade, a annoncé **dans la presse locale** la création de 70 emplois. En réalité, comme nous avons pu le constater, le recrutement, lancé en partenariat avec Pôle emploi, porte sur des postes à temps partiels (24 h/semaine). C'est le cas également pour la Lozère voisine, où un établissement, géré par le même Laurent Segade, devrait ouvrir ses portes, à Mende, d'ici l'été.

Ces ouvertures simultanées ne sont pas le fruit du hasard. D'après nos informations, Burger King, qui compte aujourd'hui 400 établissements dans l'Hexagone, a lancé un vaste plan de développement, avec des créations de magasins prévues dans 27 départements.

Ni Laurent Segade, ni la direction de Burger King n'ont toutefois répondu à nos questions. Comme McDonald's, la chaîne de restauration rapide délègue à une agence de communication les relations avec la presse. C'est ainsi que l'agence Publicis nous a d'abord posé toute une série de questions (*voir en Boîte noire*)... pour finalement ne nous accorder aucun contact avec la direction de Burger King. Seul un communiqué nous est parvenu, mettant l'accent sur les emplois directs et indirects créés par l'arrivée de l'enseigne à Rodez et à Millau. « *Un restaurant, c'est un lieu de vie animé 7/7 j, le soir, convivial et accessible au plus grand nombre* », dit le texte transmis par Publicis.

À croire que ces multinationales ne sont pas si à l'aise que cela avec l'idée de s'installer dans l'Aveyron. On peut les comprendre... Entre les anciens de la lutte du Larzac, les jeunes d'Extinction Rebellion qui se sont mis de la partie, d'autres collectifs comme l'Ami des lobbies (*voir cette vidéo* irrésistible sur l'arrivée de Burger King à Millau), et les riverains qui entendent

mener la bataille juridique jusqu'au bout, les géants de la malbouffe font face à une résistance joyeuse. Elle n'a pas dit son dernier mot.

Boîte noire

Pour réaliser ce reportage, je me suis rendue dans l'Aveyron du 1^{er} au 5 février 2021.

Plusieurs personnes n'ont pas donné suite à mes appels téléphoniques : le maire d'Espalion Éric Picard (divers droite), le maire de Rodez Christian Teyssède (PS).

MacDonald's ne m'a pas répondu non plus et m'a renvoyée vers son agence de communication, Plead. Là, j'ai parlé à plusieurs reprises à Yannick Augrandenis et lui ai envoyé par mail mes questions pour la direction de MacDonald's. Elles sont restées sans réponse. Yannick Augrandenis m'a fait parvenir le 10 février un communiqué au nom de MacDonald's, que je reproduis ci-dessous :

« Nous sommes très attachés au projet d'ouverture d'un restaurant McDonald's à Espalion. Nous y travaillons dans le cadre des procédures habituelles pour ce type de projet.

Chaque année, nous étudions de nombreuses opportunités avant de nous concentrer sur les projets les plus en adéquation avec notre stratégie en termes d'emplacement pour répondre aux enjeux de flux de passage et d'attente locale de nos produits et services. Nous sommes impatients d'apporter un service attendu et contribuer au dynamisme local d'Espalion. En effet, au-delà de plusieurs millions d'euros d'investissements auprès d'acteurs locaux du secteur du bâtiment, l'implantation d'un restaurant McDonald's :

- A un impact positif pour l'emploi avec en moyenne 47 créations d'emploi.*
- Génère des retombées économiques en termes d'activité de 4 millions d'euros au niveau local selon l'étude du cabinet Astérès.*
- Contribue à la valorisation des productions agricoles des 39 000 éleveurs et agriculteurs français qui fournissent l'enseigne.*

Dans la région Occitanie, selon les données de 2019, l'activité de McDonald's en France permet de :

- Soutenir 159 agriculteurs sous contrat avec l'enseigne.*
- Contribuer à l'activité d'un abattoir de la région auprès de qui nous nous approvisionnons à hauteur de 750 tonnes de viande bovine.*
- Générer 350 emplois chez nos fournisseurs directs grâce aux 45 millions d'euros d'achats de matières premières auprès d'entreprises de la région.*

Nous nous tenons à la disposition des parties prenantes locales pour travailler à la parfaite intégration de ce futur restaurant dans son environnement comme nous le faisons pour chaque ouverture. »

À Burger King, j'ai parlé avec la responsable de communication Lea Robin, qui m'a renvoyée vers Pauline Barriere puis Dimitri Hoornaert, tous deux de l'agence de communication Publicis. Ces deux derniers m'ont posé un certain nombre de questions (« Est-ce un article dédié à Burger King ? » ; « Vous avez interrogé d'autres entreprises de la région ? » ; « Quel est l'angle de votre article ? Le ton de l'article ? Est-ce que vous pouvez m'en dire plus ? » ; « Pourquoi vous vous intéressez à l'Aveyron ? Vous traitez plutôt d'agriculture et d'environnement... » ; « Je voulais vraiment cerner le sujet [...] Je vous appelle pour comprendre un peu l'angle du papier » ; « Vous dites que vous recoupez des infos, mais dans quel but ? »), sans répondre aux miennes.

J'ai également envoyé mes questions par mail ; elles sont restées sans réponse. Dimitri Hoornaert m'a fait parvenir le 10 février un communiqué au nom de Burger King, que je reproduis ci-dessous :

« Nos projets d'ouvertures de restaurants en Aveyron à Rodez (courant avril) ainsi qu'à Millau résultent de notre volonté de nous implanter au cœur des territoires. Très souvent, ces projets sont accueillis avec satisfaction et impatience de la part du public. Parfois, et ce fut le cas à Millau, les réactions sont plus contrastées. Parmi celles-ci, il peut y avoir des anti, il y a aussi des pro. Ce qui ne change pas, c'est que quand nous ouvrons un restaurant, c'est pour qu'il trouve sa place et nous mettons tout en œuvre pour qu'il s'intègre au mieux dans son environnement.

Localement, un restaurant, c'est de l'emploi direct – entre 60 et 70 personnes en CDI pour Rodez par exemple – mais aussi de l'emploi indirect. Burger King France, c'est aujourd'hui environ 70 % de nos achats alimentaires et emballages qui sont produits ou fabriqués en France, notamment la viande bovine.

Enfin, un restaurant, c'est un lieu de vie animé 7/7 j, le soir, convivial et accessible au plus grand nombre. Autant de raisons qui font que nous sommes convaincus qu'il y a de la place pour toutes formes de restauration, dans la vie de tous les jours et partout. »

Directeur de la publication : Edwy Plenel

Direction éditoriale : Carine Fouteau et Stéphane Alliès

Le journal MEDIAPART est édité par la Société Editrice de Mediapart (SAS).

Durée de la société : quatre-vingt-dix-neuf ans à compter du 24 octobre 2007.

Capital social : 24 864,88€.

Immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS. Numéro de Commission paritaire des publications et agences de presse : 1214Y90071 et 1219Y90071.

Conseil d'administration : François Bonnet, Michel Broué, Laurent Mauduit, Edwy Plenel (Président), Sébastien Sassolas, Marie-Hélène Smiéjan, François Vitrani. Actionnaires directs et indirects : Godefroy Beauvallet, François Bonnet, Laurent Mauduit, Edwy Plenel, Marie-Hélène Smiéjan ; Laurent Chemla, F. Vitrani ; Société Ecofinance, Société Doxa, Société des Amis de Mediapart, Société des salariés de Mediapart.

Rédaction et administration : 8 passage Brulon 75012 Paris

Courriel : contact@mediapart.fr

Téléphone : + 33 (0) 1 44 68 99 08

Télécopie : + 33 (0) 1 44 68 01 90

Propriétaire, éditeur, imprimeur : la Société Editrice de Mediapart, Société par actions simplifiée au capital de 24 864,88€, immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS, dont le siège social est situé au 8 passage Brulon, 75012 Paris.

Abonnement : pour toute information, question ou conseil, le service abonné de Mediapart peut être contacté par courriel à l'adresse : serviceabonnement@mediapart.fr. ou par courrier à l'adresse : Service abonnés Mediapart, 4, rue Saint Hilaire 86000 Poitiers. Vous pouvez également adresser vos courriers à Société Editrice de Mediapart, 8 passage Brulon, 75012 Paris.