

Rungis, Nantes, Saint-Charles : les marchés de gros font leur mue

- Le marché de Rungis, qui multiplie les investissements, va bâtir un pavillon dédié aux produits bio.
- Il résiste très bien à la crise.

AGROALIMENTAIRE

Laurence Albert
lalbert@lesechos.fr

Trois têtes de bœuf gisent au fond d'un container dans une mare de sang. D'un geste prompt, l'ouvrier saisit une tête, ôte la peau blanchâtre et rejette la carcasse. Non loin de là, un bataillon d'hommes en blouse prépare des onglets à la chaîne. Il n'est que 6 heures du matin mais à l'heure où la plupart des Français débentent leur journée, Rungis, ville dans la ville avec ses 12.000 salariés, achève la sienne. En cette fin août, l'ambiance n'a pourtant rien d'effervescent. Les clients ne se bousculent guère et achètent peu. « Cet été, avec la météo, j'ai fait - 15 % », se désole Gino Catena, le patron d'Avigros, qui a pignon sur rue au pavillon de la volaille (103 millions de chiffre d'affaires). « Bien sûr, il y a toujours quelques exceptions, mais, grosso modo, les secteurs vont bien », tempère Stéphane Layani, le président-directeur général de la Semmaris, qui gère Rungis.

Malgré la crise et la pression de la grande distribution, le premier marché de gros de France est en bonne santé. L'an passé, le site, réservé aux professionnels, a vu défiler 6,5 millions de visiteurs. Ses locaux - 1 million de mètres carrés - sont occupés à 93 % par 1.200 entreprises. Et son chiffre d'affaires avoisine 8,5 milliards d'euros. « Nous résis-

tons car nous sommes sur le créneau du haut de gamme. Il y a une concurrence réelle avec les centrales d'achats, mais, au final, les magasins s'approvisionnent, aussi, chez nous car nous avons tout », fait valoir Stéphane Layani. Un enthousiasme tempéré par les grossistes. « La grande distribution dicte ses choix aux producteurs, et notamment aux abattoirs, et nous devons nous adapter. Nous ne sommes plus qu'un client secondaire pour eux. »

Jouer sur une image traditionnelle

Pour résister à la concurrence, Rungis joue volontiers de son image traditionnelle. Surfant sur l'engouement des Français pour la cuisine, la Semmaris ouvrira avec les collectivités une cité de la gastronomie au grand public en 2023. Mais le groupe conduit aussi une stratégie de rationalisation et de modernisation, sous la houlette d'Altarea, le principal actionnaire de la Semmaris. « Au fond, mon métier, c'est aménageur », souligne Stéphane Layani. Après la rénovation du carreau des fruits (9 millions) et l'ouverture récente d'un pavillon de la gastronomie (traiteur...), le PDG caresse le rêve de rénover le secteur des fleurs. Avant cela, un pavillon 100 % bio de 6.000 mètres carrés verra le jour pour regrouper et valoriser des produits bio disséminés. Un investissement de 6 millions d'euros. Sans compter le projet de fibre optique.

Le marché en pleine mutation fait la part belle aux produits transformés, très prisés, et développe des activités « annexes » (restauration, courtiers). Résultat, le marché physique, s'il reste l'image de Rungis, ne représente plus que 53 % du chiffre d'affaires et 1,4 million des 2,4 millions de tonnes de marchandises commercialisées chaque année. Le reste est constitué d'activités de logistique pure, qui se déroulent dans de grands hangars, loin des travées animées et bon enfant des pavillons. ■

« La fonction de Rungis c'est d'être le pôle agroalimentaire le plus important de France. »

STÉPHANE LAYANI
Président-directeur général de la Semmaris

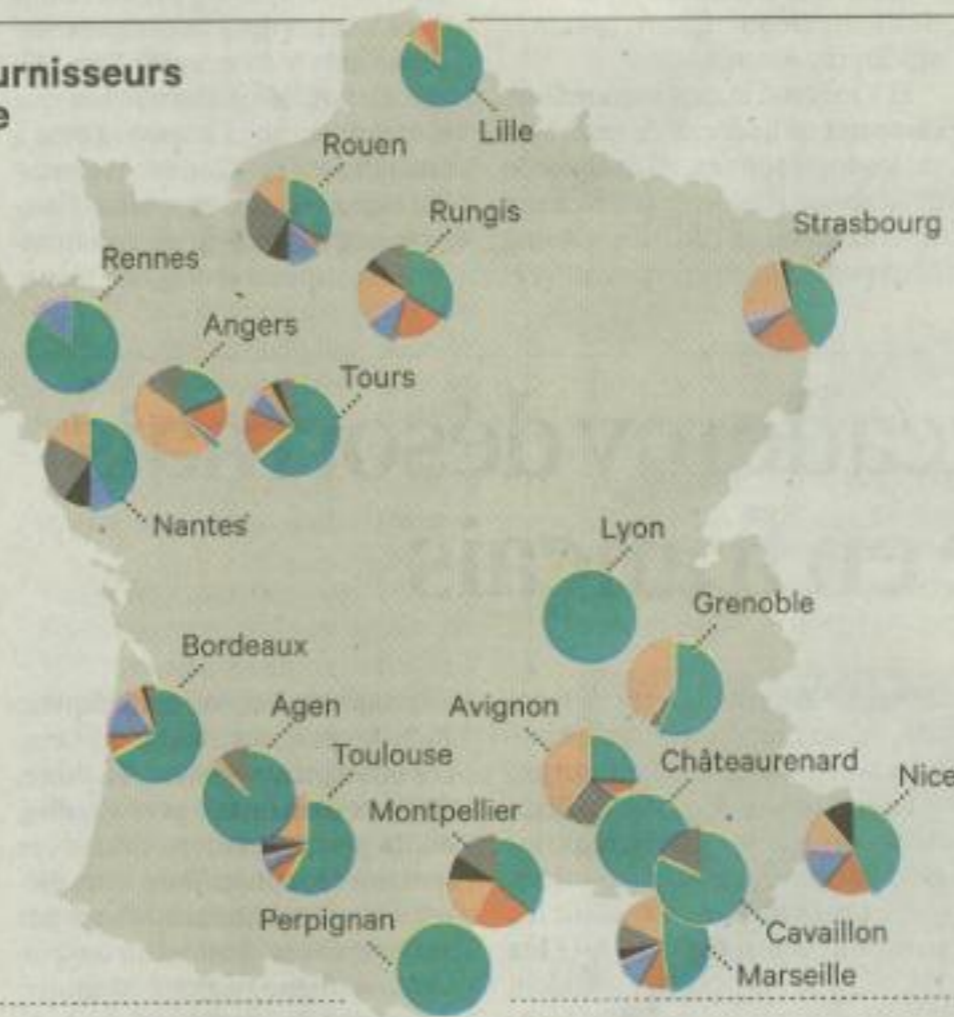


L'an passé, le site de Rungis, réservé aux professionnels, a vu défiler 6,5 millions de visiteurs. Ses locaux de 1 million de mètres carrés sont occupés à 93 % par 1.200 entreprises. Et son chiffre d'affaires avoisine 8,5 milliards d'euros. Photo Pascal Sittler/REA

Les marchés de gros fournisseurs de proximité alimentaire

Répartition du chiffre d'affaires par secteur

- Fruits et légumes
- Viandes et produits carnés
- Marée
- Autre alimentaire
- Fleurs, plantes et accessoires
- Non alimentaire



LES ECHOS / SOURCE : FPMIN

Perpignan : Saint-Charles élargit son rayon d'action

Le marché logistique est la première plate-forme d'éclatement des fruits et légumes pour l'Europe, mais le site peine à s'agrandir.

Hubert Vialatte
— Correspondant à Montpellier

Avec 1,5 million de tonnes de fruits et légumes provenant d'Afrique du Nord et d'Espagne, Saint-Charles, à Perpignan, pèse, sur ce segment, le double de Rungis. Contrairement au marché francilien, il ne fait pas office, en plus, de lieu d'approvisionnement des professionnels. Ce nœud logistique, qui déploie 300.000 mètres carrés d'entrepôts climatisés, est la première plate-forme d'éclatement de fruits et légumes pour toute l'Europe. Le groupement Saint-Charles International, créé il y a huit ans (150 entreprises, 2.000 salariés), affiche une progression en volume de 77 % (+ 260.000 tonnes) depuis sa création. Marketing agressif, lobbying, invitations de prospects étrangers... En juin, six acheteurs danois, autrichiens, lituaniens et irlandais sont venus négocier sur place les prix des fruits.

Sur ce modèle, Saint-Charles International vise plus loin : « Algérie, Tunisie, Égypte, Afrique du Sud, Togo, Burkina Faso », égrène Georges Jordan, le directeur. Et à terme, le Canada, les Emirats arabes unis et le Qatar. L'outil catalan mise sur la traçabilité et la sécurité. Une convention est signée tous les trois ans avec l'Etat. Les flux sont suivis en temps réel. Le projet Sectfel, toujours à l'étude, devrait permettre de fluidifier les opérations administratives entre partenaires publics et privés, français et étrangers, via un portail de mutualisation des documents.

Un manque de place

Le site est confronté à deux obstacles. Saint-Charles manque de place pour construire de nouveaux entrepôts. La communauté d'agglomération Perpignan Méditerranée travaille à une extension de 30 hectares sur le mas Orlène, pour l'instant sans résultat. Par ailleurs, le chantier de transport combiné rail-route, dont l'accroissement des capacités a englouti 40 millions d'euros d'aide publique, fonctionne toujours en sous-régime. Les flux sont majoritairement routiers : chaque jour 2.500 camions poids lourds et 20.000 véhicules légers débarquent leur cargaison, contre seulement 47.000 wagons de fret SNCF par an. « Il y a un monde entre le discours politique, qui dit vouloir développer les modes de transport alternatifs, et la réalité. Saint-Charles bouge chaque année des centaines de milliers de tonnes et on n'arrive pas à dynamiser un outil ferroviaire multimodal ultramoderne », regrette Jean-Luc Anglès, directeur commercial d'Anecoop France, une des plus grosses entreprises de Saint-Charles. ■

A Nantes, le MIN quitte l'île pour la périphérie

La ville investit 84 millions pour déménager son MIN sur un site plus accessible par la route. Il fera la part belle aux activités connexes comme le conditionnement.

Emmanuel Guimard
— Correspondant à Nantes

A Nantes, le Marché d'Intérêt National (MIN) est une institution, au cœur d'un territoire d'agriculture, de maraîchage et non loin des ports de pêche. Avec 1.200 salariés dans 109 structures et un chiffre d'affaires cumulé de 470 millions d'euros, il est le deuxième MIN après celui de Rungis. Evoqué depuis plusieurs années, son déménagement à Rezé

a fait l'objet de vifs débats entre partisans du statu quo et ceux désirant l'expatrier en périphérie et, avec lui, son trafic quotidien de poids lourds.

La question est désormais tranchée. En 2018, le MIN, administré par une société d'économie mixte, devra avoir quitté l'île de Nantes pour la commune voisine de Rezé. Il occupera un site de 16 hectares, plus accessible grâce au périphérique et à des accès routiers à réaliser. Nantes Métropole s'appête à lancer le concours de maîtrise d'œuvre pour ce projet de 84 millions d'euros, hors infrastructures routières. L'Etat, l'Europe et les autres collectivités seront sollicités pour le financement. Le budget comprend la construction de 48.000 mètres

carrés de bâtiments couverts, des entrepôts, des quais, selon une architecture revisitée et modulable. L'ambition de Nantes Métropole est de créer un pôle de production, de transformation et de distribution alimentaires d'intérêt régional. Une place sera laissée à des activités

industrielles connexes à celles du MIN comme le conditionnement ou la transformation florale.

Des emplois maintenus grâce au MIN

Le site actuel compte quelques PME de l'agroalimentaire, notamment dans la production bio ou haut de gamme avec NaturDis Grand-Ouest, les Coteaux Nantais, spécialiste de la production et de la transformation fruitière bio, ou Miti, spécialiste de la crevette élaborée (brochettes, etc.). « Le projet porte sur un bâtiment entre 2.500 et 3.000 mètres carrés. La superficie dépendra en fait des activités que nous pourrions mutualiser », détaille son dirigeant, Pierre Rof-

fino. La collectivité a confié à Ernst & Young les négociations avec les entreprises présentes sur les lieux, afin de déterminer les indemnités à leur verser ou de définir leur implantation sur le futur MIN. Le site sera connecté par une ligne de transport en commun en site propre. « Car le MIN permet aussi le maintien d'une catégorie d'emplois moins qualifiés dont le tissu économique a besoin », insiste Alain Robert, l'élu chargé du dossier à Nantes Métropole. En déplaçant son marché de gros, Nantes Métropole compte surtout récupérer 20 hectares sur l'île proche du centre-ville, pour de nouveaux logements et, surtout, pour la construction d'un CHU à l'horizon 2023. ■