



50
ANS

GARANTIR LE BONHEUR
DANS NOS ASSIETTES

1969 - 2019

DOSSIER
DE PRESSE



1969 - 2019
 POUR SES 50 ANS,
 LE MARCHÉ DE RUNGIS
 VOUS OFFRE DU
 « BONHEUR DANS
 VOS ASSIETTES »



LA NUIT DU 2 AU 3 MARS 1969 A MARQUÉ LES ESPRITS :

le transfert des Halles centrales de Paris à Rungis, appelé le « déménagement du siècle », a vidé le cœur de Paris de son activité alimentaire de gros au profit du nouveau Marché de Rungis, créé à cet effet à 7 kilomètres de la capitale.

Ce sont environ **20 000 personnes, 1 000 entreprises de gros, 10 000 m³ de matériel, 5 000 tonnes de marchandises, 1 500 camions** qui ont pris la route. Les grossistes en fleurs coupées et producteurs de plantes en pots ont ouvert la route, suivis des grossistes des produits de la mer, de la volaille, de ceux des fruits et légumes et des professionnels des produits laitiers. Malgré l'importance des effectifs et des marchandises transportées, le « **déménagement du siècle** » s'est déroulé sans encombre et le Marché de Rungis a pu ouvrir à la date retenue. En janvier 1973, les produits carnés ont quitté les abattoirs de La Villette pour s'installer à Rungis. Désormais, toutes les activités de gros sont concentrées sur le Marché de Rungis.

50 ans plus tard, le Marché de Rungis est devenu le plus grand marché de produits frais au monde avec ses 1 200 entreprises, ses 12 000 salariés, qui font transiter 2,9 millions de tonnes de produits alimentaires, pour un chiffre d'affaires 2018 de plus de 9,4 milliards d'euros.

LA PROSPÉRITÉ DU MARCHÉ EST UNE HISTOIRE D'HOMMES ET DE FEMMES :

ces professionnels de l'activité de l'alimentaire frais en gros, qui savent trouver les synergies adéquates et améliorer constamment leur savoir-faire, entre tradition et modernité.

C'est à eux que je veux dédier ce cinquantenaire, car ce sont eux qui offrent « du bonheur dans nos assiettes ».

Promoteur du goût et de la gastronomie, les maîtres-mots du Marché de Rungis se résument dans le triptyque Qualité-Diversité-Proximité des produits. Véritable cahier de tendances de la consommation, nous savons répondre aux besoins des consommateurs et aux exigences nouvelles du commerce, plus propre, plus responsable, plus vertueux. J'ai ainsi intégré trois grands axes à l'offre en mettant en avant le Bio, les circuits courts et les produits locaux et la digitalisation des transactions commerciales, avec la mise en ligne de la Marketplace, notre site de e-commerce.

LE MARCHÉ DE RUNGIS S'ADAPTE, INNOVE, ANTICIPE

Il entame sa transition, avec la marketplace notamment, mais aussi au moyen de son **développement à l'international**, pour répondre encore et toujours aux nouveaux codes de la consommation. Dans 50 ans ? Rungis demeurera le premier marché de gros du monde, avec des antennes partout dans le monde, et avec un pied dans le cloud. Tel sera le déménagement du 21^e siècle !

Stéphane LAYANI
 Président-directeur général
 du Marché de Rungis



Philippe Auguste érige **deux premières bâtisses en bois pour accueillir les activités marchandes**, essentiellement non alimentaires. Les Parisiens appellent communément le marché « Les Halles ».



1135

1183



Louis VI, dit Louis Le Gros, achète le lieu-dit Les Champeaux (« Petits Champs »), carrefour de circulation : les actuelles rue Saint-Denis, rue Montmartre et rue Saint Honoré.

1543



Les bâtiments sont entièrement détruits, repensés selon un plan ordonné et reconstruits sous les règnes de François 1^{er}, Henri II et Henri III. C'est la **première réformation des Halles**. Le Marché, jusque-là hebdomadaire, devient quotidien. Il s'enrichit d'un marché aux pains, d'un marché aux œufs, aux fromages et aux beurres et devient un marché uniquement alimentaire.

1811

Napoléon 1^{er} souhaite faire des Halles **un lieu structuré central de Paris**. La reconstruction des Halles est inscrite dans le projet d'embellissement de la capitale, mais les travaux ne seront jamais achevés.



1959

6 janvier : le **transfert des Halles à l'extérieur de Paris** est décidé par le Premier ministre Michel Debré (décret N59-44) sous l'impulsion du Général de Gaulle.

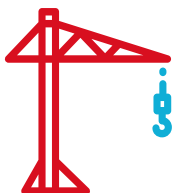


Décembre :

Le choix du lieu est arrêté : ce sera Rungis. Préféré à Valenton, **le site de Rungis a été choisi** par Michel Debré selon des critères précis :

- Un lieu comportant de vastes espaces libres et aisément constructibles,
- Un carrefour de grands axes routiers, ferroviaires et aériens.

1964



C'est le début du « **chantier du siècle** » : 2000 ouvriers vont bâtir 9 pavillons de fruits et légumes, 4 pavillons de produits laitiers, un pavillon de la marée, un pavillon de fleurs coupées et un centre administratif.

DE LA GÉNÈSE À NOS JOURS

15 SIÈCLES D'APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE VIA LES MARCHÉS DE GROS

1848

Une Commission des Halles est créée par le préfet de Seine, Claude-Philibert Barthelot de Rambuteau en vue de statuer sur l'avenir des Halles. Le projet des architectes Victor Baltard et Félix Callet est retenu.



1853

Victor Baltard, sous l'autorité du Baron Haussmann, réalise un second projet entièrement en charpente métallique. De 1853 à 1870, **dix pavillons sont ainsi érigés selon leur spécialité** : le numéro 3 pour la viande, le numéro 9 pour le poisson, etc. Les pavillons sont séparés entre eux par une allée sous verrière.



1949

678 000 tonnes de fruits et légumes transitent par les Halles pendant cette année.



1900

17 000 tonnes de fruits et légumes transitent par les Halles pendant cette année.



1969



3 mars :
le Marché de Rungis ouvre officiellement ses portes.





Le lundi 3 mars 1969, un millier de grossistes sont prêts à accueillir leurs clients pour la première fois à Rungis. En l'espace d'un week-end, le monde des Halles a fait un bond dans le futur à l'issue du « grand déménagement ». A bien des aspects, cette année 1969 symbolise l'entrée de la France dans l'ère de la modernité. La date anniversaire de Rungis a été fixée au 3 mars. C'est en effet le jour, un lundi, où le marché a accueilli la première fois les acheteurs du MIN. Dès le vendredi 28 février précédent, le déménagement des grossistes a commencé des Halles vers Rungis.

Il faut situer l'évènement dans son époque. Cette année 1969 fut le théâtre de bien des bouleversements et apparaît comme charnière dans la modernisation de la France. Au début de l'année, Georges Pompidou s'était calé dans les starting blocks de la future présidentielle. Il n'aura pas longtemps à attendre. Le 2 février, le général de Gaulle lance le référendum sur le Sénat et le 28 avril, suite à la victoire du non, il quitte le pouvoir. Le 16 juin, Georges Pompidou entre à l'Élysée en incarnant le défi du modernisme. Le visage de la France change, mai 68 est passé par là. À la radio, Serge Gainsbourg et Jane Birkin nous promettent une « année érotique ».

Ironie du sort, la veille de l'ouverture de Rungis, le Concorde, fierté de la technologie aéronautique française, décolle pour la première fois de l'aéroport de Toulouse Blagnac. Il ne survivra pas à l'accident de Gonesse en 2001. Le Marché de Rungis, lui, est toujours en place cinquante ans plus tard. Il a su se renouveler s'adapter au fil de ce demi-siècle, devenir une référence qualitative internationale.





3
MARS
1969

LE « DÉMÉNAGEMENT DU SIÈCLE »

LE DÉMÉNAGEMENT DU SIÈCLE EN QUELQUES CHIFFRES

Au départ, ce pari n'était pas gagné. Depuis près d'un siècle et demi, les gouvernants français ont régulièrement tenté de déplacer les Halles afin de désengorger le centre de la capitale.

Mais le ventre de Paris présentait une pesanteur insoupçonnée. Convaincre acheteurs et grossistes d'effectuer les 15,7 km qui les séparaient de Rungis fut plus compliqué que de bâtir le marché lui-même.

Ensuite, dès le 28 février, ce que Jean-Claude Goudeau qualifie dans son livre le Transfert des Halles à Rungis de « déménagement du siècle », a débuté. Le défi était de taille. Il a fallu transporter les **1000 entreprises** de gros à l'aide de **1500 camions** dont 400 camions de déménagement. Cela représentait **20 000 personnes**, **10 000m³ de matériel** et **5 000 tonnes de marchandises**. Un ancien de Saumur, le général Patz, avait été recruté pour assurer la logistique. Pour corser le tout, en ce premier week-end de mars, le Président américain, Richard Nixon était en visite à Paris...

Paris s'attendait à vivre le grand embouteillage. Le périphérique n'était pas encore achevé et un seul tronçon de l'A6 et la N7 permettaient de gagner Rungis. Les anciens se rappellent que l'armée avait pris position aux carrefours stratégiques de Paris. Abel Morvan, alors jeune conseiller de Libert Bou, le président de Rungis, se souvient que certains petits opérateurs étaient partis des Halles avec leur voiture à bras espérant assurer ainsi leur avenir à Rungis. Pourtant, durant le week-end, tous les Parisiens ont évité la zone de déménagement et l'A6 n'a jamais connu une période aussi calme !

LA DERNIÈRE FÊTE DES HALLES

Un mythe relate que les rats abondants aux anciennes Halles auraient accompagné le déménagement de Rungis. Jean Bourcin, architecte de la SEMMARIS, raconte qu'une marchande lui aurait montré quelques rats montés dans des camions affrétés pour le déménagement, mais c'était monnaie courante aux Halles. Les rats n'ont jamais vraiment rejoint Rungis et selon Jean-Claude Goudeau, ils ne se sont pas non plus déplacés dans un autre endroit de Paris. L'évaporation la gent trotte-menu demeure un mystère auquel le dessinateur Gotlib a consacré deux planches dans sa Rubrique-à-Brac.

Le départ des Halles et l'arrivée à Rungis ont donné lieu à de gigantesques fêtes sur le carreau. Dans la nuit du 28 février au premier mars, du cité de Saint Eustache, Jean-Claude Goudeau évoque une « kermesse. Toutes les chaînes de télévision et de radio sont là, des bateleurs, des musiciens, des dizaines de milliers de badauds se sont déversés dans les rues ». Arrivé à Rungis, le peuple des Halles n'a pas perdu le sens de la fête. Le 3 mars, les médias sont là pour assister à l'éveil de Rungis. Sur des podiums, des vedettes poussent la chansonnette, bals musettes et farandoles de jeunes gens égayent le MIN. Une tradition festive et de bonne chère qui reste à ce jour ancrée dans l'ADN rungissois !

LE MARCHÉ DE RUNGIS EN QUELQUES CHIFFRES CLÉS

89 %

des français font confiance aux marchés de gros comme le marché de Rungis pour garantir la qualité des produits alimentaires frais.*

92 %

des français considèrent que le Marché permet à la France d'être approvisionnée en produits frais de qualité*

90 %

des français considèrent que le Marché emploie des professionnels au grand savoir-faire*

88 %

des français pensent que le Marché appartient au patrimoine culturel et gastronomique français*

Pour les Français, le « bonheur » dans l'assiette est synonyme avant tout de produits...



frais de qualité & sains*

64 %



dont on connaît la traçabilité*

36 %

92 %

des Français ont une bonne image du Marché de Rungis*



dont **32 %**

très bonne* (+3 vs 2014)

*Étude KANTAR PUBLIC pour la SEMMARIS, janvier 2019

Près de 3 millions de tonnes de marchandises y transitent chaque année avec environ **300 000 références de produits alimentaires frais dans les 5 secteurs d'activités**, répartis comme suit :

RÉPARTITION DES ARRIVAGES HORTICULTURE SUR LE MARCHÉ PHYSIQUE



135 513

Fleurs coupées
(en milliers de tiges)



6 197

Feuillages
(en milliers de bottes)



13 264

Plantes en pot
(en milliers de pots)

Le marché
nourrit **18**
MILLIONS
de Françaises
et de Français



La répartition de ses
ventes s'effectue
comme suit :



1209
entreprises

chiffre
d'affaires de

9,4 €
MILLIARDS D'€

(en progression de + de 4 %)

soit **0,3%**
du PIB français

12 000
salariés



Il s'étend
sur une surface de

234 HA

plus grand donc que la
principauté de Monaco
(202 ha) ou que les
2^e et 3^e arrondissements
de Paris réunis (216 ha).

Sa fréquentation annuelle
est de l'ordre de

6,7 MILLIONS
de passage au péage



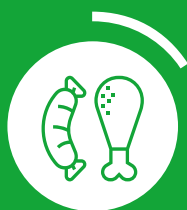
soit l'équivalent
de la fréquentation
de la Tour Eiffel

RÉPARTITION DES ARRIVAGES DE PRODUITS ALIMENTAIRES sur le marché physique (en pourcentage)



70%

Fruits
et légumes



16%

Produits
carnés



9%

Produits laitiers,
Produits traiteur
Alimentation générale



5%

Produits de la mer
et d'eau douce

LE PLAN RUNGIS 2025 : L'AMBITIEUX PLAN D'INVESTISSEMENT POUR UN MARCHÉ TOUJOURS PLUS ATTRACTIF ET PERFORMANT

La SEMMARIS, dont la mission de gestion et d'aménagement du Marché a été prolongée jusqu'à fin 2049, a pris l'initiative en concertation avec les entreprises, d'un vaste plan d'investissements pour consolider le marché physique, le projeter dans l'avenir et asseoir sa réputation internationale.

Main dans la main, la SEMMARIS et les entreprises du Marché investissent régulièrement dans les infrastructures du Marché de Rungis afin d'en soutenir la croissance à long terme, d'en assurer la pérennité et de faire rayonner un modèle d'excellence à la française à l'international. Chaque année, entre 30 et 40 millions d'euros sont ainsi consacrés à la rénovation et à la construction de nouveaux bâtiments sur le Marché de Rungis.

En 2015, l'Etat a choisi de prolonger la mission confiée à la SEMMARIS d'aménager et d'exploiter le site de Rungis jusqu'au 31 décembre 2049. Cette décision, gage de stabilité et de visibilité pour le Marché, a conduit la SEMMARIS, en concertation avec les professionnels, à adopter un plan d'investissement de 510 millions d'euros qui sera déployé jusqu'à 2025. Lorsque la SEMMARIS investit un euro sur le marché, les opérateurs en investissent autant, c'est ainsi plus d'un milliard d'euros que Rungis est en train d'investir au cours de la période 2015-2025.

264 000 M² **DE CONSTRUCTION PRÉVUS**

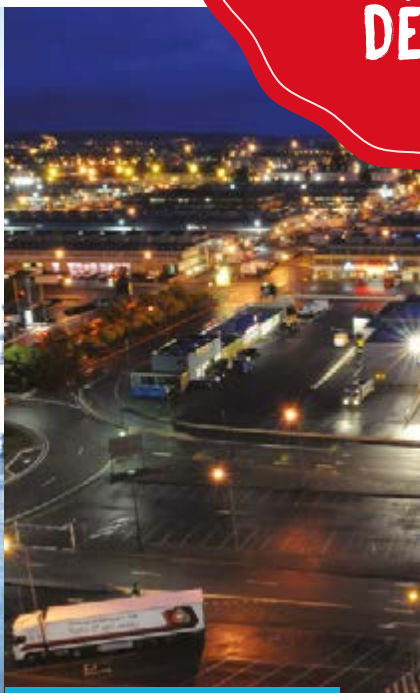
Les investissements du programme Rungis 2025 se concentrent sur le périmètre du MIN Rungis et concernent tous les secteurs. Au total, il est prévu la construction de 264 000 m² de bâtiments, la démolition de 132 000 m² et la réhabilitation de 88 000 m². Les chantiers ont pour objectifs :

- la construction d'un nouveau bâtiment pour le sous-secteur porc
- la restructuration du secteur horticulture & décoration
- la création d'entrepôts pour des acteurs de la logistique du dernier kilomètre
- la réhabilitation d'entrepôts plus anciens
- l'adaptation du marché physique aux nouveaux besoins logistiques, à la marée et aux fruits et légumes notamment
- la poursuite des engagements en termes de développement durable et d'empreinte écologique.





LES GRANDES RÉALISATIONS DE LA DERNIÈRE DÉCENNIE



CONSOLIDER LE MARCHÉ PHYSIQUE

Ce plan décennal « Rungis 2025 » vise à garantir un marché physique attractif et performant – conforme aux meilleures pratiques sur le plan sanitaire – et à consolider le développement des activités de service à l’image de la logistique urbaine et du e-commerce. Si l’activité du marché s’est considérablement diversifiée ces dernières années (transport, logistique, importation, transformation, etc.), le marché physique et son stock de produits frais et de qualité restent en effet à la base de l’écosystème de Rungis. La rentabilité de chaque projet a été étudiée et a permis d’établir une projection de la création de valeur.

DÉVELOPPER L’ACTION À L’INTERNATIONAL

Dans le cadre de ce plan, la SEMMARIS développe également depuis plusieurs années son action à l’international, identifiée comme un relais de croissance prometteur et un vecteur puissant de la notoriété du Marché de Rungis et de son image. Ce nouveau concept de création de marchés de gros sous licence, qui inclut notamment la faisabilité et la conception du projet, l’assistance à la réalisation et à l’exploitation avec licences de marque et de logiciels, a d’ores et déjà des dossiers à des stades d’avancement importants comme Le Kazakhstan, le Viêt-Nam, la Russie et bien encore le Bénin...

COUP D'ACCÉLÉRATEUR AU GRÉ DES TENDANCES DE CONSOMMATION DES FRANÇAIS

Carrefour entre tradition et modernité où se côtoient chaque jour le meilleur du savoir-faire français et les produits du monde entier, le Marché International de Rungis est avant tout un formidable cahier de tendances permettant une prise quotidienne du pouls de la consommation française. Comprendre et anticiper les nouveaux modes de vie et de consommation permet à Rungis de se rapprocher au plus près des besoins de ses clients-consommateurs, créant ainsi une proximité toujours plus accrue.

Voici quelques grandes réalisations de la dernière décennie qui montrent la grande adaptabilité du Marché et de ses opérateurs aux besoins des Français.

LE BIO

Se nourrir sainement, respecter notre planète, redécouvrir le goût du produit brut, réduire l'utilisation des pesticides et autres produits chimiques... Autant de raisons qui expliquent l'engouement croissant des consommateurs et des producteurs pour une alimentation biologique.

En 2017, l'achat de produits alimentaires bio en France augmente de 17% par rapport à l'année précédente, soit une valeur totale estimée à 8,373 milliards d'euros. Alors qu'en 2003, un Français sur deux ne consommait jamais de bio, ils sont **9 sur 10 à en avoir consommé sur les 12 derniers mois**. Les Français se rejoignent sur l'importance de développer l'agriculture biologique (86 % d'entre eux), et ils sont plus d'un quart (26 %) à avoir l'intention d'augmenter leur consommation actuelle. (Source : Agence Bio / CSA 2017).

Le Marché de Rungis ne se contente pas de suivre les tendances, il les initie. En tant que précurseur, il œuvre pour anticiper les grandes évolutions

de la consommation alimentaire, rester en phase avec les attentes des consommateurs, et ouvrir un débouché supplémentaire aux agriculteurs et transformateurs engagés dans la filière respectueuse de l'environnement qu'est le bio.

En 2015, c'est donc à Rungis qu'a été construite la plus grande halle bio d'Europe apportant ainsi une nouvelle dimension à l'offre du Marché deux ans après l'inauguration d'un pavillon dédié à la gastronomie. Construit sur 5 600 m², il s'inscrit complètement dans la démarche environnementale entreprise par la SEMMARIS avec son programme «Rungis Green Business». L'on y trouve des acteurs reconnus de la filière biologique qui proposent une palette très variée d'aliments certifiés biologiques : fruits et légumes, frais comme transformés, vins et spiritueux, produits laitiers, viande, charcuteries et produits traiteur, épicerie fine, etc. L'offre bio est également complétée par des produits sans allergène (sans gluten, sans lactose, sans œuf, sans soja), en fort développement également. Pour les agriculteurs et transformateurs de la filière bio,





LES GRANDES RÉALISATIONS DE LA DERNIÈRE DÉCENNIE



cette halle apporte depuis 4 ans un nouveau débouché de taille, car elle regroupe en un même lieu une offre de plus en plus réclamée par les clients du Marché, détaillants comme restaurateurs. À court terme, le Marché a pour objectif d'atteindre les 5 % de son chiffre d'affaires avec des produits éco-responsables, bio ou équitables.

Le bâtiment lui-même intègre des techniques et des matériaux respectueux de l'environnement.

L'éclairage à ampoules led et la couverture blanche du toit permettent un refroidissement passif ; le raccordement au réseau de chaleur du Marché est alimenté par les déchets produits sur place ; le réseau de froid se fait en propre ; les chambres froides fonctionnent grâce à la sur-isolation classique.

Les produits du pavillon sont a minima certifiés par le label européen et par le label AB ; certains même bénéficient du label Demeter qui atteste d'une agriculture biodynamique.

LA MARKETPLACE

Aujourd'hui, 20 % des achats B2B sont réalisés en ligne. **En 2020, on estime que plus de 30 % des entreprises auront recours au digital pour vendre leurs produits.**

L'e-commerce touche un nombre croissant de secteurs, parmi lesquels l'alimentaire qui voit émerger bon nombre de « pure players ». La digitalisation des métiers n'épargne personne, pas même le plus grand Marché de produits frais au monde ! Pour suivre ces mutations, Rungis a développé sa propre plateforme de vente en ligne afin de proposer des solutions d'achat en gros à ses clients professionnels de l'agroalimentaire et des métiers de bouche.

RungisMarket.com est le premier site d'e-commerce alimentaire entièrement dédié à la vente de produits frais, en direct de Rungis. Il n'a pas vocation à remplacer le marché physique ni le contact humain si caractéristique des pavillons du marché. C'est un outil destiné à permettre au plus grand nombre d'avoir accès facilement à la « qualité Rungis », où qu'il soit, et d'aider les grossistes à accéder à d'autres acheteurs. Accessible 7j/7 et 24h/24, il fait entrer sur la toile des milliers de produits en provenance des pavillons fleurs, viande, poissons, fruits, légumes, fromages et accessoires.

Simple d'utilisation, le site permet un parcours d'achat optimal pour des artisans du goût déjà très affairés. Quelle que soit leur zone géographique, les acheteurs peuvent se faire livrer leurs produits via un service de logistique optimisé ou de click-and-collect chez le vendeur, le tout grâce des transactions commerciales entre vendeurs et acheteurs extrêmement sécurisées.



COUP D'ACCÉLÉRATEUR AU GRÉ DES TENDANCES DE CONSOMMATION DES FRANÇAIS



LA RÉCUPÉRATION DES DÉCHETS

Emballages en carton, cagettes, déchets verts... Le Marché de Rungis valorise ses déchets, ainsi que ceux de 10 communes voisines, grâce à son centre de tri pour produits recyclables. Les déchets non recyclables sont, eux, brûlés dans l'usine d'incinération du Marché. La chaleur produite permet de chauffer le Marché et les zones environnantes en période hivernale. Quant aux déchets verts, ils sont transformés en compost.

Le Marché de Rungis valorise ses déchets grâce à la RIVED, sa régie personnalisée pour la Valorisation et l'Exploitation des Déchets de la région de Rungis. En coopération avec les services du territoire et des communes volontaires, un plan d'amélioration de la collecte sélective des emballages et papiers graphiques a été mis en place. Grâce à ce plan, les usagers disposent de moyens et d'informations adéquats qui leur permettent de trier, dans les meilleures conditions, l'ensemble de leurs déchets.

En 2017, 97,3 % des déchets traités ont été valorisés :

- 67% ont été valorisés sous forme énergétique (incinération), soit un total de 95 498 tonnes.
- 30 % ont été valorisés sous forme de matière, soit un total de 43 194 tonnes.
- 3 % seulement ont été enfouis en centres d'enfouissement techniques (CET), soit 4 246 tonnes.

LES ACTIONS SOLIDAIRES

Pour le Marché de Rungis, agir pour la planète c'est protéger la Terre, mais également être solidaire les uns des autres. Outre son usine de recyclage, son usine d'incinération et son pavillon bio, le Marché de Rungis a instauré en son sein le Potager de Marianne, issu du réseau national ANDES (Association Nationale de Développement des Epiceries Solidaires).

Permettre à tous de manger des produits frais, c'est l'objectif du Potager. Sur le Marché, cette association collecte, auprès des grossistes, les fruits et légumes qui ne seront pas vendus, mais qui restent bons à manger. Ces produits d'abord triés, sont ensuite redistribués aux épiceries solidaires d'Île-de-France, aux Restos du Cœur ou encore à la Banque Alimentaire. Revendus à faible prix, ils permettent aux personnes les plus démunies d'être nourries.



LES GRANDES RÉALISATIONS DE LA DERNIÈRE DÉCENNIE



LA LOGISTIQUE

Le Marché de Rungis, par son cœur de métier, est devenu un acteur logistique français majeur. Chaque année, près de 3 millions de tonnes de produits alimentaires transitent par ses 234 ha aux portes de Paris. Les activités logistiques représentent d'ailleurs 50 % de son chiffre d'affaires annuel. Véritable écosystème au service de l'alimentation des Français, le Marché de Rungis est l'un des acteurs référents dans la logistique développant une stratégie durable. Doté d'un terminal ferroviaire et de capacités d'entrepôts impressionnantes, le Marché a également développé des solutions logistiques du dernier kilomètre adaptées et innovantes.

Année après année, sa position de première plateforme logistique du dernier kilomètre en matière agroalimentaire s'est trouvée confortée avec notamment un flux quotidien de plus de 20 000 véhicules qui rejoignent et quittent le Marché.

Le dernier kilomètre est crucial car il est le plus coûteux à bien des égards : 20 % du coût total de la chaîne, il pèse pour 20 % du trafic à l'échelle nationale, occupe 30 % de la voirie et est à l'origine de 25 % des émissions de gaz à effets de serre. Consciente de ces enjeux, la SEMMARIS s'est engagée pleinement dans une stratégie visant à promouvoir une logistique efficiente et respectueuse de l'environnement, notamment dans le cadre du plan RSE «Rungis Green Business». Concrètement : station GNV inaugurée en mars 2017, station à hydrogène renouvelable en mai 2018, mise à disposition de bornes de recharge électrique, de véhicules en autopartage, etc. Les initiatives en faveur des modes de transport et d'énergie propres sont légions et font partie intégrante de l'écosystème rungissois.





GARANTIR LE BONHEUR... DANS LES ASSIETTES !

Depuis cinquante ans, Rungis démontre sa vitalité et son pouvoir d'adaptation aux évolutions du commerce. Déjà en phase avec la foodtech grâce à sa nouvelle marketplace, le MIN joue un rôle économique, mais offre également des garanties de sécurité exceptionnelles aux consommateurs grâce à une centralisation des moyens de contrôle.

Cet aspect sera mis en exergue lors des célébrations de ce cinquantenaire. Les responsables de la Semmaris ont choisi comme fil conducteur le thème « **Garantir le bonheur dans vos assiettes** ». Une manière de mettre en avant à la fois la sécurité alimentaire et la convivialité de la table. Une charte graphique a été retenue pour cet anniversaire et, depuis quelques semaines, les pavillons, la tour et les péages du Marché se sont parés des couleurs de l'événement !



17 MARS 2019 : LA PLUS GRANDE TABLE DU MONDE !

Partenaire de la Grande Table : FERRANDI PARIS

Créée en 1920 par la CCI Paris Île-de-France, **FERRANDI** Paris propose une offre de formation du CAP au Bac+6, préparant aux métiers de la gastronomie et du management hôtelier. Ecole de référence, FERRANDI Paris est la seule école du secteur de l'hôtellerie restauration en France dont les diplômes supérieurs (Bachelor) ont obtenu le CAP au Bac+6, préparant aux métiers de la gastronomie et du management hôtelier. Ecole de référence, FERRANDI Paris est la seule école du secteur de l'hôtellerie restauration en France dont les diplômes supérieurs (Bachelor) ont obtenu le Visa du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de l'Innovation. Formant 2500 étudiants et 2000 adultes déjà professionnels ou en reconversion, français comme internationaux, FERRANDI Paris dispense ses cursus sur 4 campus: Paris, Jouy-en-Josas, Saint-Gratien et Bordeaux. FERRANDI est aussi un lieu de réflexion et de recherche pour les entreprises, les chefs, les associations et fédérations du secteur. Plus d'informations sur : www.ferrandi-paris.fr



MEMO : LES TEMPS FORTS DU 50^E ANNIVERSAIRE

À partir du 3 mars :

Habillage de la tour de Rungis aux couleurs des 50 ans

17 mars :

La plus grande table du monde, et la revue Rungis Actualités fêtent leurs 50 ans

1^{er} mai :

Cérémonies de remise du muguet à l'Élysée et à la Mairie de Paris

13 juin :

Prix Rungis des Gourmets remis à Rungis

16-17 novembre :

Rungis emménage un week-end au Grand Palais, à Paris



A quelques heures du printemps, Rungis passera à table et s'attellera à battre le record de la plus grande table du monde. Il faudra aller au-delà des 342 mètres de longueur aujourd'hui homologués au « Guinness World Records ». L'alignement de tables traversera deux pavillons et devrait attirer plus de 2000 convives qui conjugueront art de vivre à la française et art de vie rungissois autour d'un immense banquet festif. Ce grand brunch sera l'occasion de célébrer le savoir-faire de tous les détaillants, artisans de métiers de bouche, professions hôtelières et de porter aux nues l'excellence des produits rungissois.



UNE ANNÉE DE FESTIVITÉS POUR UN DEMI-SIÈCLE D'HISTOIRE

**13 JUIN 2019 :
LE PRIX
LITTÉRAIRE
« RUNGIS DES
GOURMETS »**



Une fois le record du monde de la plus Grande Table battu, Le plus grand marché de produits frais du monde poursuivra les festivités en lançant le « Prix Rungis des Gourmets ». Une récompense qui viendra chaque année saluer un ouvrage célébrant le plaisir et les enjeux du « bien-manger ». Une récompense, dont le lauréat sera dévoilé le 13 juin 2019, qui porte également les valeurs fortes de Rungis : le plaisir, la générosité, le goût de demain...



Pour en savoir plus, flashez ce QR code pour charger le Dossier de Presse du « Prix Rungis des Gourmets ».

Pour clore cette année de festivités, le Marché de Rungis rentrera à Paris le temps d'un week-end ! A la mi-novembre, les grossistes accueilleront les Parisiens sous la grandiose verrière du Grand Palais pour leur faire découvrir le mode de vie rungissois et la pléthore de son offre.

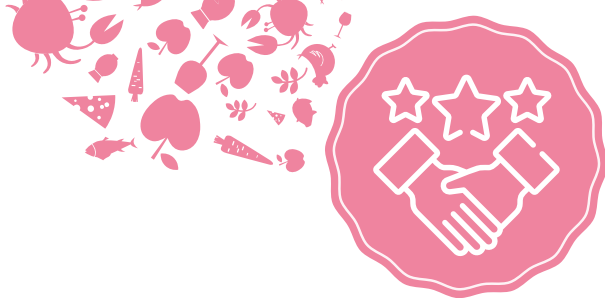
Entre-temps, beaucoup d'autres manifestations émailleront l'année 2019. Des photographes immortaliseront le bonheur des opérateurs, les cérémonies du muguet prendront un tour particulier et Rungis Actualités fêtera également son cinquantième anniversaire courant mars.

2019 constituera bel et bien une année particulière pour un marché qui semble bien parti pour franchir allègrement un autre demi-siècle !

**16 ET 17
NOVEMBRE 2019 :
RUNGIS RENTRE
À PARIS !**



NOS PARTENAIRES



À PROPOS DE AU FROMAGER DE RUNGIS



Que vous soyez Chef étoilé, fromager, épicerie fines, importateur, découvrez nos produits d'origines et de tradition, fruits d'une sélection auprès de producteurs et affineurs. Notre site « Aufromagerderungis.com », présent sur les réseaux sociaux et le e-commerce, nous a ouvert au grand export. Vous retrouverez prochainement notre enseigne, « Au Fromager de Rungis » sur le Marché de Rungis où nous sommes implantés et y découvrirez notre cave à meules, notre espace dédié aux spécialités caprines et bien d'autres encore !

À PROPOS DE BLUE WHALE



Malgré son nom anglo-saxon, lié à sa vocation d'exporter dans les années 1960, Blue Whale est une entreprise française. Elle regroupe 300 producteurs répartis sur les plus beaux bassins fruiticoles de France : Berry-Val de Loire, Sud-Ouest et Alpes-Provence. Passionnés, ils s'engagent chaque jour à produire des fruits de qualité, cueillis manuellement à maturité dans des vergers éco-responsables et cultivés avec des méthodes de production respectueuses de l'environnement et de la biodiversité.

À PROPOS DE EUROPE SERVICE



Europe Services Groupe (ESG) occupe une place prépondérante dans le secteur de l'environnement depuis 20 ans sur trois domaines de compétence stratégiques par des structures dédiées : Europe Services Propreté (spécialiste de la propreté industrielle), Europe Services Voirie (la propreté urbaine), Europe Services Déchets (la gestion des déchets). Pour assurer la qualité de ses services, un support logistique et technique a été mis en place, Europe Services Maintenance. Retrouvez-nous sur notre site internet : www.europeservicesgroupe.fr

À PROPOS DU GROUPE PETIT FORESTIER



Créé en 1907, le Groupe PETIT FORESTIER, entreprise familiale, exerce son savoir-faire dans le domaine du froid sur lequel il est leader. Il s'appuie sur un vaste parc locatif - plus de 52500 véhicules, 44000 meubles et 2900 containers frigorifiques - et sur un important réseau d'agences en France et à l'international où il est implanté dans 20 pays, en Europe, en Afrique, au Moyen-Orient et aux États-Unis. Grâce à ce maillage, le Groupe PETIT FORESTIER sert plus de 15000 clients avec la volonté constante de la qualité et de l'excellence du service. Le Groupe PETIT FORESTIER a réalisé un chiffre d'affaires de 715 millions d'euros en 2018.

Plus d'informations sur www.corporate.petitforestier.com

À PROPOS DE SIIM



SIIM est la principale filiale du groupe agroalimentaire familial OMER-DECUGIS ET FILS fondé en 1850 et implanté sur le Marché de Rungis dès son ouverture en 1969. Les activités de SIIM regroupent la production, le mûrissage et la distribution de fruits et légumes tropicaux. SIIM est reconnue pour son expertise, son exigence de qualité, de sécurité alimentaire et son engagement en faveur d'une agriculture durable respectueuse des territoires et des hommes.

En savoir plus : www.siim.net

À PROPOS DE TERRE AZUR - POMONA



En tant que spécialiste de la distribution de Fruits et Légumes et de Produits de la mer frais, notre mission au quotidien est d'aider nos clients professionnels des métiers de bouche à toujours mieux nourrir leurs convives grâce à des produits frais et des services de qualité, responsables et vertueux. Chaque jour, nous sélectionnons avec le plus grand soin nos produits et avons à cœur de développer des filières responsables avec nos producteurs, mareyeurs, pisciculteurs partenaires pour garantir à nos clients les bons produits. Présents sur le Marché de Rungis depuis l'origine, de la mer ou du champ à l'assiette, Terre Azur Île-de-France est toujours aux côtés des professionnels des métiers de bouche.

À PROPOS DE AG2R LA MONDIALE MATMUT



Premier Groupe de protection sociale en assurance des personnes et de leurs biens, AG2R LA MONDIALE MATMUT est né du rapprochement entre AG2R LA MONDIALE et la MATMUT le 1^{er} janvier 2019. Acteur-clé sur le marché de l'assurance, le Groupe compte 18 millions d'assurés, plus de 500 000 entreprises et plus de 120 branches professionnelles. AG2R LA MONDIALE MATMUT est un Groupe complet qui, avec 16000 collaborateurs et 650 agences réparties sur l'ensemble du territoire, répond à l'ensemble des besoins de ses assurés en protégeant leur santé, leur retraite, leurs proches, leurs biens et leur patrimoine au quotidien et tout au long de la vie.

Plus d'informations sur : www.ag2rlamondialematmut.fr

À PROPOS DE BLAMPIN



BLAMPIN FRUITS est une entreprise familiale créée il y a 117 ans par Georges BLAMPIN spécialisée en fruits et légumes frais, présente sur la majorité des marchés de gros français. C'est le grossiste de carreau leader en France dirigée aujourd'hui par Jean Paul BLAMPIN.

BLAMPIN FRUITS groupe, c'est 4 enseignes sur Rungis avec BLAMPIN, FRUGISOL, MIGHIRIAN et KERLEGUER. Nous sommes présents sous l'enseigne BLAMPIN sur Marseille et Nice. Mais c'est aussi l'enseigne SOULAGE FAVAREL à Toulouse, BLAMPIN THERME à Lyon, BAUZA à Rouen, COUTON à Tours et SOLOR à Perpignan.

Notre métier est de sourcer les meilleurs saveurs en partenariat avec nos producteurs pour une garantie optimale de commercialisation de nos produits.

À PROPOS DE STRATÉGIE GOURMET



Stratégie Gourmet, association de promotion rattachée à l'Union des Grossistes de Rungis, a pour mission de promouvoir toutes actions favorisant le rayonnement économique du Marché International de Rungis, de concevoir, d'organiser et de soutenir des manifestations et animations collectives dans les différents secteurs du Marché ; et enfin de susciter et renforcer les liens d'amitié et de solidarité entre les concessionnaires de Rungis.



 **Rungis**
MARCHÉ INTERNATIONAL

 **Rungis**
MARCHÉ INTERNATIONAL


50 ANS

**GARANTIR LE BONHEUR
DANS NOS ASSIETTES**

Point point des
Halls



CONTACT PRESSE

AGENCE TADDEO

Anne Charlotte NEAU
anne-charlotte.neau@taddeo.fr
01 83 97 41 48 - 06 23 73 56 03

Elvire CHARBONNEL
elvire.charbonnel@taddeo.fr
01 80 05 82 88 - 06 04 76 58 13

MARCHE INTERNATIONAL DE RUNGIS - SEMMARIS

Clémence SAVIDAN
clemence.savidan@semmaris.fr
06 64 46 29 03