

# Le nouveau Pavillon de la Volaille du Marché de Rungis

## CONTACTS PRESSE

**Image 7**  
Karine Allouis  
Isabelle Dunoyer de Segonzac  
Tél : 01 53 70 74 81 / 85  
Fax : 01 53 70 74 60  
kallouis@image7.fr  
isegonzac@image7.fr

**Marché International de Rungis**  
Philippe Stisi  
Tél : 01 41 80 80 83  
Fax : 01 41 80 81 68  
philippe.stisi@semmaris.fr

*Images libres de droit  
à télécharger sur :*  
[www.rungisinternational.com](http://www.rungisinternational.com)



## Un outil moderne pour le commerce et la restauration

L'activité de commerce de gros de la volaille et du gibier de Rungis a déménagé le 5 avril 2011 pour s'installer dans un bâtiment entièrement neuf. L'outil, qui répond aux dernières normes sanitaires et techniques, va permettre d'améliorer le service apporté aux acheteurs, d'étendre la gamme des produits proposés et de répondre à une demande en croissance.

Le chantier du nouveau pavillon de la volaille, entamé au mois de septembre 2009, s'achève avec son ouverture à l'activité commerciale le 5 avril 2011. Le bâtiment offre désormais une capacité totale d'approvisionnement annuel de 120 000 tonnes et dispose d'une plateforme logistique commune.

chargement et de déchargement, le nouveau en compte 34 et sa plateforme logistique 10. Un trafic fluidifié, moins de manutention à effectuer : les marchandises sont mises à la disposition des acheteurs plus rapidement. La plateforme logistique, gérée collectivement par les grossistes au sein de la Somavog, permettra de mener des opérations de stockage, groupage-dégroupage, préparation de commandes, flux poussés, étiquetage, livraison et transit.

*Le nouveau pavillon de la volaille constitue un progrès immédiat pour les utilisateurs du Marché et répond aux évolutions en cours dans le secteur du commerce de la volaille.*

### Fluidité et confort des achats

Les véhicules des acheteurs peuvent se mettre à quai sur des rampes situées tous les deux quais et un parking couvert de 60 places a été créé rue de Salers. L'amélioration des process et des flux logistiques va permettre aux clients de faire leurs achats plus rapidement (majoritairement entre 4 et 6 heures du matin) et donc de pouvoir repartir plus tôt du Marché pour éviter les premiers embouteillages. La création d'une vaste allée marchande centrale permet aux visiteurs de visualiser d'un coup d'œil les produits proposés à la vente par chacune des entreprises. Par ailleurs, ils ont désormais directement accès aux magasins de deux accessoiristes (la Bovida et Centr'Halles) dans l'enceinte même du pavillon, au café-restaurant le Saint Hubert ainsi qu'aux bureaux SEMMARIS, point d'accueil du secteur Produits Carnés.

### Augmentation des capacités de stockage et de transit

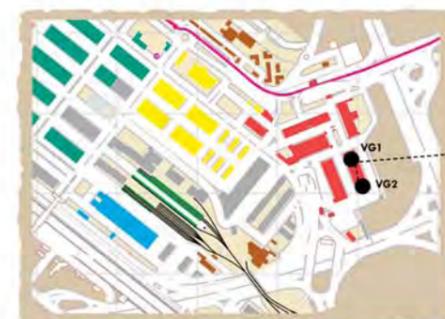
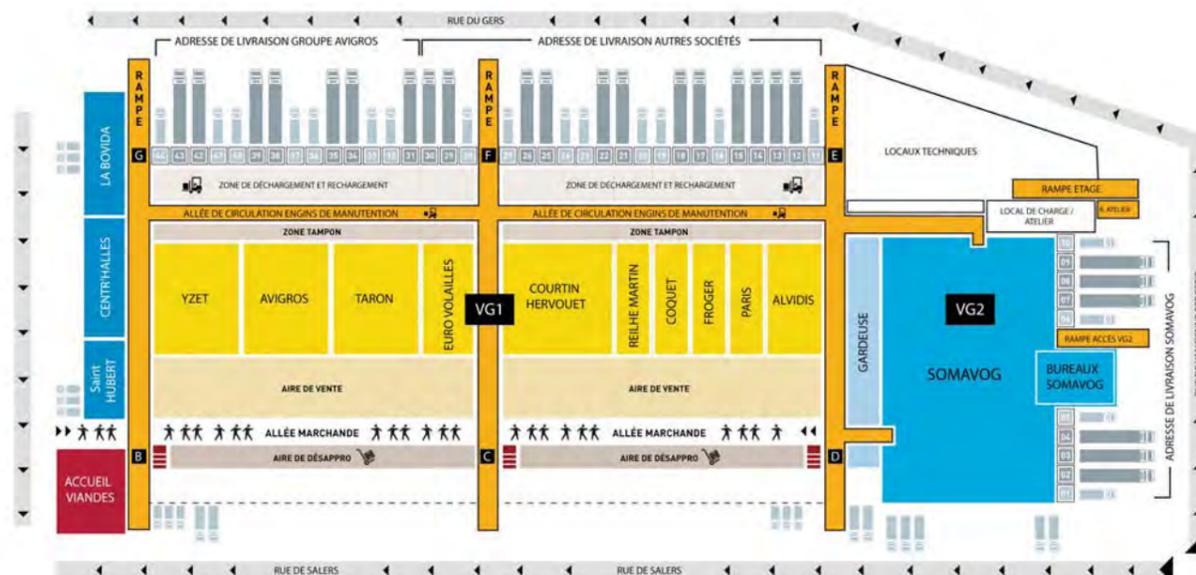
La surface totale du pavillon a été portée à 18 750 m<sup>2</sup> (16 000 m<sup>2</sup> pour les installations collectives et individuelles, 2 750 m<sup>2</sup> pour la plateforme) contre 13 300 m<sup>2</sup> précédemment. L'optimisation de l'espace va permettre de répondre à une demande en croissance. Les tonnages de volaille (produits entiers, découpes, produits élaborés dont le foie gras) et de gibier commercialisés sous le pavillon ont augmenté de 3,2 % en 2010, soit 75 300 tonnes. Les entreprises du Marché misent sur la modernisation du pavillon et de ses infrastructures logistiques pour conquérir de nouvelles clientèles (restauration commerciale et collective et GMS notamment) et développer l'export.

### Des produits toujours plus frais

Les produits sont mis à la disposition de la clientèle dans des conditions optimales. Le nouveau bâtiment garantit la conservation de la fraîcheur des produits tout au long de leur séjour sous le pavillon. En période d'activité, une température de 2° à 4° est respectée en permanence sous les allées marchandes et dans les espaces privatifs des entreprises. Le pavillon dispose d'un numéro d'agrément attestant

### Amélioration des conditions d'approvisionnement et de désapprovisionnement

Le nouveau pavillon de la volaille s'est doté d'équipements logistiques à même de répondre à la croissance de l'activité et de raccourcir les délais de mise à disposition des produits. Alors que l'ancien pavillon ne comptait que 12 quais de



*Pavillon de la Volaille*

Le pavillon de la volaille de Rungis  
**Ça déménage!**



# Rungis, au cœur de la filière volaille française

Le pavillon de la volaille de Rungis reflète la grande diversité de la production avicole et cunicole (production de lapin) française. Il joue aussi un rôle stratégique dans la filière en rapprochant les éleveurs du commerce et des consommateurs.

## Le chemin le plus court vers les consommateurs

Le pavillon de la volaille de Rungis constitue la dernière étape de la filière avant la mise à disposition des produits par les détaillants ou les restaurateurs. C'est aussi souvent, on ne le sait pas assez, le circuit le plus court emprunté par les produits de l'élevage pour parvenir jusqu'aux 12 millions de consommateurs de la grande région Ile-de-France. Les grossistes s'approvisionnent en effet quotidiennement en direct auprès des abattoirs français, des plus grandes entreprises aux PME locales. Ils livrent également tous les jours des milliers de bouchers-détaillants, marchands forains, collectivités, restaurateurs, en jour A pour B et de plus en plus en jour A pour A.

## Une contribution essentielle au commerce de centre-ville

Le pavillon de la volaille de Rungis participe à la revitalisation du commerce de centre-ville dans la région francilienne et au-delà. Les bouchers-volailleurs artisans, les marchands forains et les restaurateurs figurent en effet en tête du hit-parade de la clientèle du pavillon et les marchés de gros sont irremplaçables pour assurer leur approvisionnement dans de bonnes conditions de compétitivité, pour dynamiser le commerce indépendant de centre-ville et contribuer à l'aménagement du territoire rural.

## Une vitrine de l'élevage français et de son industrie

Le pavillon de la volaille de Rungis est reconnu pour être le principal marché de distribution des volailles françaises de qualité, entières ou en découpe (poulet, canard, dinde, pintade, lapin etc.). Toutes les origines de volailles fermières, Label Rouge, IGP, AOC ou biologiques y sont commercialisées. Il n'y a souvent qu'à Rungis que l'on puisse se procurer des volailles d'exception issues de souches anciennes : le

Coucou de Rennes, la Gélina de Touraine, la gauloise blanche à crête pâle ou la poulette de Houdan. Le Marché constitue également la principale plateforme nationale de distribution de gibier, qu'il s'agisse de petit gibier à poil (lièvre, lapin de garenne...), de gros gibier (cerf, chevreuil, biche, sanglier...), de gibier à plumes (pigeon, caille, perdrix rouge, faisan...) et de gibier d'eau (colvert, sarcelle, poule d'eau). Rungis joue donc un rôle central dans la valorisation des produits de l'élevage français. Plus de 80 % des produits commercialisés sous le pavillon sont d'origine française : 61 000 tonnes sur 75 300 en 2010. Par la diversité de son offre, le pavillon de la volaille de Rungis contribue ainsi à préserver la diversité de l'offre alimentaire proposée aux Français.

## Un outil qui s'adapte aux évolutions de la consommation.

Les grossistes du Marché se sont adaptés aux importantes évolutions de la consommation enregistrées ces dernières années dans le domaine de la volaille. Les catalogues des entreprises comptent en moyenne plus de 500 références. Si les volailles entières (poulet, dinde, canard, pintade, caille, pigeon, etc.) constituent toujours le fer de lance de l'offre de Rungis, particulièrement pendant les périodes de fête, les grossistes proposent une gamme en augmentation constante de coupes (cuisses, ailes, magrets), de charcuteries de volaille, de foies gras, d'autres espèces comme le lapin et le chevreau, de viandes exotiques (autruche, kangourou, bison, etc.) et du gibier de chasse et d'élevage. Ces dernières années ont vu l'émergence de la gamme des produits halal. Environ un tiers des produits de volaille vendus sur le pavillon sont issus d'abattages rituels, particulièrement adaptés à une clientèle musulmane. Le réseau des boucheries halal est en effet fortement représenté dans la région Ile-de-France. La grande distribution et la restauration collective s'intéressent d'ailleurs de plus en plus à cette gamme de produits.

de sa conformité aux normes sanitaires les plus élevées. Les entreprises bénéficient elles-mêmes d'un numéro d'agrément individuel leur permettant de faire valoir auprès de leurs fournisseurs et de leurs clients le respect des Bonnes Pratiques d'Hygiène (B.P.H.), et l'application du principe HACCP par la mise en place du plan de maîtrise sanitaire (PMS). Dans leurs parties privatives, les entreprises ont aménagé des zones frigos, certaines d'entre elles à température négative, de manière à pouvoir proposer aussi des produits congelés.

## Une gamme de produits étendue

L'extension des espaces privatifs des entreprises et la création de frigos à froid négatif (-20°) vont permettre aux entreprises d'étendre leur offre aux produits élaborés, aux produits surgelés, voire pour certaines à la déclinaison de marques propres. La consommation de volaille s'accroît en effet grâce à l'extension de la gamme de produits : coupes (cuisses, ailes, magrets), charcuteries de volaille, foies gras, produits halal, Labels, bio...

## Un pôle d'attraction pour le Marché

Le commerce de gros de la volaille et du gibier est présent à Rungis depuis janvier 1973. Les grossistes s'y sont installés avec l'ensemble des professionnels de la viande (bœuf, porc, triperie) quatre ans après le "déménagement du siècle" qui avait vu l'essentiel de l'activité des Halles de Paris rejoindre cette commune du Val-de-Marne. L'activité viandes et produits carnés n'a cessé depuis d'y grandir, au point de constituer aujourd'hui un véritable pôle économique de dimension nationale. Les produits carnés représentent à eux-seuls 21 % des arrivages de produits alimentaires sur le Marché de Rungis. Ce sont ainsi 295 000 tonnes de marchandises qui ont été commercialisées l'année dernière par les différents pavillons du secteur des produits carnés : V1P, V1T, V1M, V2M, V1G. 91 entreprises de commerce sont implantées, dont 67 grossistes. Elles emploient plus de 1 500 personnes pour un chiffre d'affaires global du secteur d'environ 1,6 milliard d'euros. L'ouverture du nouveau pavillon de la volaille et du gibier achève un cycle d'investissements qui aura vu la modernisation de l'ensemble des outils du secteur des produits carnés. Les dernières étapes ont été l'ouverture d'un nouveau pavillon de la triperie en 1998 et d'un pavillon pour les viandes de boucherie en 2000. Les travaux de gros œuvre du nouveau pavillon de la volaille ont été entamés fin 2009 pour une livraison aux entreprises en mars 2011.



# La production et la consommation de volailles en chiffres

## La France, premier producteur européen

La France demeure le premier producteur de volailles de l'Union européenne, avec un tonnage de 1,8 million de tonnes équivalent carcasse en 2010, un chiffre en hausse de 1,8 % par rapport à 2009.

La production de volailles labels atteint un peu plus de 100 millions de volailles.

On compte en France 20 000 élevages de plus de 500 volailles.

C'est une production très organisée avec une centaine d'organisations de production représentant 95 % de la production totale.

La transformation est également un maillon solide. Il existe 190 entreprises d'abattage de plus de 20 salariés employant près de 32 000 salariés.

## Statistiques France en Tonnes Équivalent Carcasse

Poulet	1 041 970 tec
Dinde	411 620 tec
Canard (maigre et gras)	240 090 tec
Poule	80 210 tec
Pintade	39 580 tec
Autres espèces (oies, caillies...)	3 620 tec
Lapin (vol. pondéré 2008 / 2009)	55 930 tec
<b>TOTAL</b>	<b>1 873 020 tec</b>

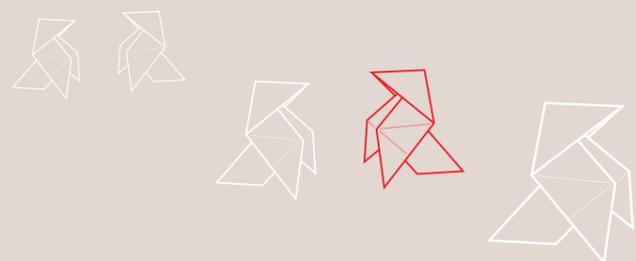
## Une consommation toujours dynamique

Après un recul de trois années (2006-2009) dû à l'épisode de l'influenza aviaire et à une hausse des prix à la consommation, les achats de volaille ont repris leur course à la hausse.

Selon les bilans provisoires du ministère de l'agriculture, après un repli de 1,8 % en 2009, la consommation de volaille est estimée en hausse de 4,3 % en 2010 tirée par la consommation de poulet (+ 3,6 %).

La consommation de dinde progresserait de 7,3 % et celle de canard de 0,9 % alors que la consommation de pintade se replierait à nouveau de 4,6 %.

En 2010, les achats de toutes viandes fraîches (hors charcuterie) par les ménages, progressent de 1,3 %, tirés par les achats de volailles alors que ceux de bœuf et de porc se replient respectivement de 1,8 % et 1,6 %.



# Des entreprises familiales arrivées à maturité

Les entreprises présentes sous le nouveau pavillon se sont considérablement développées ces dernières années, en se regroupant et en étoffant leur clientèle. Le nouveau pavillon de la volaille accueille ainsi une douzaine d'enseignes, propriétés de huit groupes. Leur chiffre d'affaires cumulé s'élève à environ 215 millions d'euros. Leur taille varie (de 7 à 77 millions d'euros de CA), mais elles progressent toutes grâce à la diversification de la clientèle, à l'élargissement des gammes et au développement de nouveaux services. Le pavillon de la volaille attire désormais des acheteurs venus de tous les horizons : bouchers-volailleurs sédentaires de la grande région Ile-de-France, marchands forains, magasins de libre-service, cantines, restaurants, demi-grossistes de province, importateurs, etc.



**ALVIDIS SAS**



**Groupe AVIGROS :**

- BGL AVIGROS
- TARON
- Ets YZET



**COQUET BOUSSION SAS**



**COURTIN HERVOUET & Associés :**

- COTTIN
- JOUHAUD



**EUROVOLAILLES**



**FROGER SAS**



**PARIS ET CIE**



**REILHE MARTIN**

# Points de vue...

## Le point de vue des éleveurs

“ Le Marché de Rungis constitue un débouché économiquement important et qualitativement valorisant pour les productions françaises de volailles. Toutes les espèces de la filière française y sont représentées, notamment les productions de qualité, Label et IGP. Le professionnalisme des entreprises du Marché en matière de sélection et de respect du produit est reconnu en amont. La clientèle de Rungis, celle des bouchers-volaillers et des restaurateurs, est la plus à même de faire apprécier aux consommateurs le travail effectué par les éleveurs. Le Marché participe ainsi à maintenir la diversité de la production française de volaille, de lapin et de gibier. ”

**Christian Marinov,**  
Directeur de la  
confédération française de  
l'aviculture (CFA)

## Le point de vue des entreprises d'abattage et de transformation

“ Rungis est un client important pour les entreprises françaises de volaille, des PME aux grands groupes. Si, jadis, le pavillon de la volaille était parfois un débouché pour les surplus, c'est aujourd'hui un client valorisant pour l'ensemble de nos productions. Nous vendons à Rungis des gammes spécifiques, comme les volailles festives, la caille ou le lapin, mais aussi des références plus standard comme les produits de la dinde ou la découpe de volaille. Elle va permettre aux grossistes du Marché de conquérir de nouveaux clients, ce dont l'industrie va profiter dans son ensemble. Il y a désormais une forte concurrence à Rungis entre fournisseurs. C'est aussi un stimulant pour les entreprises ! ”

**Alain Melot,**  
membre de la Fédération  
des Industries Avicoles et  
Président de l'association  
de promotion de la volaille  
française (APVF)

## Le point de vue des artisans bouchers d'Ile-de-France

“ Le pavillon de la volaille est un outil indispensable pour les bouchers artisans de la région parisienne. Les détaillants y disposent de toute l'offre disponible, ce qui leur évite d'avoir à développer des relations directes avec l'amont. La volaille est constituée d'une gamme attractive de produits pour les bouchers, notamment pour ceux qui ont développé une activité de rôtisserie. La modernisation du Marché est une très bonne nouvelle. Nous sommes convaincus que les entreprises et la société de gestion du Marché ont tout fait pour encore améliorer le service. Les bouchers disposent sur place d'interlocuteurs d'un grand professionnalisme. ”

**Bernard Merhet,**  
Président de la fédération  
de la boucherie de la région  
parisienne

## Le point de vue des professionnels du Marché

“ L'ouverture du nouveau pavillon de la volaille est un moment clef pour l'ensemble des acteurs du Marché International de Rungis. Elle est le symbole fort de notre ambition collective, celle de faire du Marché une plateforme incontournable dans les échanges de produits frais, un pôle de compétence unique en Europe, un champion français à l'international. En permettant à ses occupants d'être à la pointe en termes de productivité, de commercialité et donc d'attractivité, le nouveau pavillon de la volaille est à lui seul une parfaite illustration de cette stratégie. ”

**Marc Spielrein,**  
Président du Marché  
International de Rungis

“ Les entreprises du Marché ont atteint dans les années 2000 une taille critique qui leur a permis de diversifier leur sourcing et leur clientèle. Le pavillon de la volaille est devenu un pavillon européen, tant du point de vue de la clientèle que des fournisseurs. Le nouveau pavillon va nous permettre de consolider nos positions. Il symbolise bien le fait que nos entreprises sont arrivées à maturité. ”

**Marc Hervouët,**  
Président du Syndicat des  
grossistes de la Volaille et  
du Gibier et pdg de la  
société Courtin-Hervouët

“ Nous comptons développer une nouvelle clientèle sur le nouveau pavillon, celle des collectivités, voire de l'export. Nous avons investi 250 000 euros sur notre travée et nous disposerons de 50 m<sup>2</sup> supplémentaire. De quoi encore améliorer le service. ”

**Patrick Boussion,**  
pdg de Coquet Boussion

“ Nous allons profiter de l'arrivée sur le nouveau pavillon pour lancer des marques propres. Nous allons aussi développer des campagnes de publicité sur le Marché, ce qui pour nous est nouveau. On a changé d'époque. ”

**Bruno Courillon,**  
pdg d'Eurovolailles

“ Nous allons développer les gammes de produits élaborés, avec des rôtis faits main ou des produits farcis. C'est le moment pour l'entreprise, qui double sa surface sur le nouveau pavillon (de 150 à 300 m<sup>2</sup>). Nous avons déjà presque doublé notre chiffre d'affaires en six ans. ”

**Sylvain Neufcour,**  
cadre dirigeant de Paris  
(et Compagnie)

“ Jusqu'à présent, on passait les deux-tiers de notre temps en manutention de marchandises. C'était beaucoup d'énergie. Sur le nouveau pavillon, on fait moins d'allées et venues. L'infrastructure va nous permettre d'être livrés plus tôt, dans de meilleures conditions et de disposer de surfaces de vente et de stockage plus importantes. Le froid, c'est aussi une marge de manœuvre supplémentaire pour les grossistes. Car quand on ne peut pas stocker dans de bonnes conditions, on est obligé de vendre vite et parfois mal. ”

**Eric Laplaine,**  
Président de la  
société Froger

“ La clientèle a de moins en moins de temps pour choisir ; la présentation plus claire sur le nouveau carreau va les aider à se déterminer. Le service, la réactivité sont des éléments essentiels de la prestation des grossistes. ”

**Jean-Luc Lasjusnies,**  
Président d'Alvidis

“ Le nouveau pavillon va nous permettre de présenter un échantillon beaucoup plus large de notre catalogue que nous ne pouvions pas proposer jusqu'à présent. Surtout, nous avons construit une case grand froid qui va nous servir pour stocker et proposer à la vente des produits surgelés. Enfin, on va toucher une nouvelle clientèle, les collectivités. On y travaille depuis deux ans. ”

**Gino Catena,**  
pdg du groupe Avigros

“ Ce qui va changer, c'est qu'on pourra se servir de nos postes comme lieu de stockage, à température de froid positif (entre 0 et 2 degrés). J'ai organisé mon espace de manière à pouvoir, après le marché, stocker mes produits pour le lendemain. ”

**Franck Martin,**  
Directeur général  
de Reilhe Martin



# Chiffres clés du nouveau pavillon de la volaille de Rungis

**22** millions d'euros  
d'investissements.

**18 750** mètres carrés de surface,  
dont **16 000 m<sup>2</sup>** pour le pavillon (VG1)  
et **2 750 m<sup>2</sup>** pour la plateforme logistique (VG2).

**44** quais d'approvisionnement et de désapprovisionnement :  
**34** quais pour le pavillon,  
**10** pour la plateforme logistique (contre 12 auparavant)

**120 000**  
tonnes de capacité annuelle

**3** grossistes équipés en  
chambre froide négative (-18°)

**12** enseignes **8** entreprises

**550 m<sup>2</sup>**  
de surface de frigo collectif  
sur la plateforme logistique  
permettant aux grossistes de  
disposer d'un stockage tampon

**275** salariés,  
**215** millions d'euros  
de CA cumulé.

**2° à 4° :**  
la température permanente  
sous l'ensemble du pavillon

**7** entrées  
dans le pavillon  
(contre 30 auparavant),  
pour mieux préserver le froid

**86 300** tonnes de volailles commercialisées à Rungis en 2010,  
dont **75 300** sous le pavillon,  
un chiffre en hausse de plus de 3 % par rapport à 2009.

# Le Marché International de Rungis en chiffres

- Le plus grand marché du monde, avec un chiffre d'affaires de près de **7,7 milliards d'euros**
- Une ville dans la ville de **232** hectares à moins de 7 km de Paris
- **1,5 million** de tonnes de produits alimentaires à l'arrivage sur le marché physique
- **18 millions** de consommateurs desservis dont 12 millions en Ile-de-France
- **Plus de 1 200** entreprises implantées (grossistes, producteurs, courtiers, logisticiens, centrales d'achat, sociétés de service)
- Un bassin d'emploi majeur avec **près de 12 000** salariés employés
- Une activité diversifiée :
  - 50 % des clients sont issus du commerce de détail sur marché et en magasin, 35 % de la restauration hors domicile et 15 % des grandes et moyennes surfaces
  - 60 % des ventes sont effectuées en vente physique sur le Marché et 40 % en livraison
  - 65 % des ventes sont destinées à l'Ile-de-France, 25 % à la province et 10 % à l'export
- **26 000** entrées par jour en moyenne aux portes du Marché
- **82 %** de notoriété spontanée auprès des Français, **79 %** d'image positive (TNS SOFRES 2009)

