

Date : 16/10/2014

Rungis, l'ambition green

Par : Yves Cappelaire



En 2013, le **Marché de Rungis** a reçu 1 478 426 tonnes de **produits** alimentaires. Son chiffre d'affaire est en hausse de 3,8% - © **Semmaris**

A l'occasion de la journée de lutte contre le gaspillage alimentaire, Stéphane Layani, Président Directeur Général de la Semmaris présente les initiatives du Marché de **Rungis** dans ce domaine, ainsi que les différents axes de la politique RSE de cet endroit unique.

Le 16 octobre, c'est la journée nationale contre le gâchis alimentaire. Comment l'un des symboles forts du savoir-faire français en matière d'alimentation aborde-t-il cette problématique?

C'est une longue tradition à **Rungis** de lutter contre le gaspillage alimentaire. Par exemple, cela fait huit ans que sont installés les "Potagers de Marianne", une entreprise d'insertion qui a pour objet de récupérer les invendus, les trier et les mettre à disposition des personnes les plus défavorisées: les Restos du Cœur ou épiceries solidaires d'Ile-de France. Nous contribuons ainsi à fournir des **fruits** et légumes à des populations qui en manquent le plus.

Hormis ce premier aspect, il ne faut pas oublier que nous bénéficions d'un atout considérable. En effet, **Rungis** est un **marché** premium, haut de gamme. Les denrées que nous vendons, primeurs,

a Évaluation du site

Site de la chaîne TV et de la radio BFM Business, il propose des articles consacrés à l'actualité économique et financière.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 304

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

fromages, **viandes**, poissons, sont donc des produits de qualité que chacun est beaucoup moins enclin à jeter.

De plus, nos clients sont les petits commerçants, les halles, les marchés forains et les restaurateurs. Leur attitude vis-à-vis du produit et du calibrage, si souvent mis en cause quand on évoque le gaspillage alimentaire, n'est pas la même que dans les GMS qui se situent plus dans une consommation de masse, avec des exigences différentes.

Notre force c'est la diversité et donc le sourcing. Bien-sûr chez nous vous trouverez des pommes rouges et brillantes, mais nous sommes plus proches du sur-mesure, de la proximité, ce qui en soit lutte contre l'envie de gaspiller.

Rungis c'est aussi une logistique impressionnante avec beaucoup de transports. Quelle est votre approche et objectifs en termes d'émissions carbone ?

Nous avons conduit une étude sur l'empreinte carbone du **Marché**. Je n'ai pas souhaité la rendre publique tant ce qui y figure va à contre courant des idées reçues. Les choses y apparaissent plus complexes et il faut évaluer **produit** par produit et filière par filière.

Un exemple: il est moins impactant de faire venir des tomates du sud de la France par train en hiver que des tomates cultivées en Ile de France sous serres et acheminées par camion. Je ne parle ici que d'émissions carbone. Les producteurs d'Ile de France sont bien présents à **Rungis** et un "carreau" (ndlr : hall de **vente**) leur est consacré.

Cela nous impose de raisonner, non pas globalement, le fameux dogme du "local et de saison", mais bien bien produit par produit et saison par saison.

Je veux rappeler ici que si le citoyen exprime l'envie de consommer des produits hors saisonnalité, c'est bien lui qui crée le besoin. Pas le grossiste ou le commerçant.

D'un point de vue plus logistique, nous n'avons pas une grosse empreinte carbone, car nous bénéficions d'une voie ferrée qui entre dans directement dans le marché. Elle permet d'acheminer jusqu'à 400 000 tonnes de fruits et légumes par an.

Évidemment nous recevons aussi des camions. Dans le cadre de notre plan **Rungis Green Business**, nous nous préoccupons de la logistique amont en et nous allons travailler sur des solutions de prise de rendez-vous afin de mutualiser les flux, ce qui n'existe pas actuellement.

Plus en aval, nous travaillons avec la Mairie de Paris pour nous conformer aux règles relatives à l'entrée des camions diesel en 2017 et généraliser des modes de transports de type camions électriques.

**Semmaris - Stéphane Layani,**

Président Directeur Général de la SEMMARIS

Que deviennent vos déchets organiques?

Comme nous sommes le plus grand **marché** du monde, nous pouvons mutualiser et mettre en œuvre des projets d'envergure en matière de gestion des déchets.

À **Rungis**, près de 100 % des déchets sont valorisés, que ce soit sous forme de recyclage (14 000 tonnes) d'incinération (29 000 tonnes), ou de biodéchets (4 500 tonnes). Auparavant, notre usine d'incinération brûlait tout. Depuis, nous avons mis en place le tri qui nous permet de réaliser de la méthanisation. Une des utilisations du gaz récupéré est de faire fonctionner nos transpalettes ou nos chariots élévateurs. Mais nous produisons également de la chaleur pour chauffer nos bâtiments, l'aéroport d'Orly, les entreprises voisines et les habitations privées. L'ensemble représente 200 000 mWh/an.

Enfin, j'ai souhaité appliquer le principe pollueur-payeur. Payer pour ses déchets responsabilise et chacun fait plus attention. Nous sommes passés de 60 000 à 37 000 tonnes. Le progrès est donc significatif.

Plus qu'une boucle locale, nous bénéficions de la vision des fondateurs du **Marché de Rungis** qui ont voulu concentrer les activités. Du coup, on optimise la logistique, les échanges et on pollue moins. C'est, à titre de comparaison à même différence entre l'habitat collectif et les maisons individuelles.

Vous bénéficiez d'une grande surface. Envisagez-vous d'exploiter les toitures ou d'autres surfaces pour produire de l'énergie?

Nous sommes plus grands que Monaco! Nous avons, en effet, posé cette question il y a cinq ou six ans. Mais, soyons honnêtes, l'électricité achetée aujourd'hui sur le réseau classique est moins chère que celle produite localement.

Corinne Lepage me posait la même question il y a quelques temps. Ce à quoi je lui ai répondu que nous sommes dans le nord et que ces investissements relèvent, aussi ou d'abord, d'un calcul économique.

Je vous disais que nous produisons notre propre chaleur, de fait, notre problématique énergétique est majoritairement réglée.

N'oubliez pas que notre métier est de fournir des denrées alimentaires dans les meilleures conditions sanitaires. Notre plus gros poste de consommation énergétique, c'est le froid. Nous avons impérativement besoin d'une fiabilité totale sur la fourniture en énergie de la chaîne de froid. Je ne prendrai aucun risque sur ce point.

Ces priorités étant établies, nous allons installer l'énergie solaire pour un certain nombre d'entreprises qui en ont besoin.

Par exemples, **Samsic**, qui s'occupe de notre facility management, utilise des véhicules électriques qui ont besoin de recharge. Je viens de signer l'investissement.

Et pour nos toitures, notre orientation serait plutôt la végétalisation.

Qu'en est-il de la gestion de l'eau?

Peu de gens savent qu'il y a 400 ans une reine de France, Catherine de Médicis, a créé un aqueduc souterrain reliant Rungis au jardin du Luxembourg. Aujourd'hui, toute cette eau que j'ai sous les pieds est sous-utilisée. Nous sommes en train de récupérer cette ressource non traitée pour le nettoyage de nos bâtiments. Plutôt que ponctionner le réseau, nous allons utiliser ces eaux de ruissellement sans les rejeter dans le réseau d'eaux usées, car nous la traitons en sortie.

Là encore, nous sommes en boucle locale.

Le **Marché de Rungis** lutte contre le gaspillage alimentaire aux côtés des associations

L'Association **Disco Soupe** organise des événements festifs durant lesquels sont distribués des repas issus de récupération alimentaire.

L'Association **SOLAAL** formée à l'initiative de Jean-Michel Lemétayer, ancien Président de la FNSEA pour augmenter l'offre de dons de **produits** agricoles et alimentaires et faciliter la chaîne du don.

Rungis est membre de l'association depuis sa création aux côtés du Crédit agricole, de la MSA, de la FNSEA, de Carrefour, Métro, Comexposium entre autres. Grâce à l'Association **SOLAAL** 1 000 tonnes de denrées alimentaires ont été récupérées et distribuées aux associations caritatives.

COFIL lutte contre le gaspillage alimentaire sous la présidence de Guillaume Garot. **Rungis** a signé le pacte de lutte contre le gaspillage le 14 juin 2013 s'engageant à inciter et à promouvoir des conventions volontaires avec les organismes de don alimentaire pour participer à la mise en place de filières de récupération et de transformation des invendus de **fruits** et légumes.

Par ailleurs, **Rungis** a participé à la Journée nationale de lutte contre le gaspillage l'année dernière et participera, aux côtés de ses partenaires **ANDES** et SOLAAL à la deuxième édition de cette même initiative.

Afin d'identifier les flux de gaspillage alimentaire et optimiser les dons, la **SEMMARIS** a mis en place un logiciel de saisie «Sésame».

En 2013, les efforts réalisés par le **Marché de Rungis** ont permis de trier, reconditionner et transformer à destination des plus démunis 669 tonnes de fruits et légumes, dont 258 directement issus du don des grossistes du Marché.