

**MARCHE INTERNATIONAL DE RUNGIS** rapport annuel deux mille huit **MARCHE**  
mille huit **MARCHE INTERNATIONAL DE RUNGIS rapport annuel** deux mille  
rapport annuel **2008** **MARCHE INTERNATIONAL DE RUNGIS** rapport annuel

# L'horticulture et la décoration



## Un jardin extraordinaire, fleuri toute l'année

En 2008, les plantes en pot et les fleurs coupées ont dû faire face à la morosité de seconde partie d'année. Mais la décoration reste un des attraits de Rungis pour les clients du secteur. Leur fréquentation importante fait du Marché un lieu unique en France.

### Arrivages *(en tonnes)*

**Fleurs coupées** *(en milliers de tiges)*

197 896

**Plantes en pot** *(en milliers de pots)*

16 609

Variation  
2008/2007

\*

- 5,0 %

\* En milliers de tiges depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2008 (pas de variation).



	Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires 2007	Estimation/ Variation CA 2008/2007	Effectifs
Grossistes	80	205 137	- 1,7 %	388
... en plantes	12	60 667	- 4,5 %	74
... en fleurs coupées, feuillages	68	144 470	- 0,5 %	314
Producteurs	104	15 499	- 5,2 %	104
Courtiers et sociétés d'import-export	3	3 311	N.C.	5
<b>Horticulture</b>	<b>187</b>	<b>223 947</b>	<b>- 1,2 %</b>	<b>497</b>

“Nous aimons l’ambiance conviviale de Rungis.”



Leur idée était simple : “mettre tous nos œufs dans le même panier” ! Sophie Dareau et Stéphane Ventura travaillaient déjà sur Rungis chacun de leur côté. Le couple a choisi d’y créer sa propre société, Natural, le 19 août 2008. Il réunissait ainsi des compétences complémentaires, d’acheteur pour lui, de commerciale pour elle, pour vendre des fleurs sur le Marché. “Un choix évident par rapport à notre expérience” explique Sophie Dareau, d’autant que “pour nos clients, Rungis constitue tout de suite une carte de visite”. En outre, grâce à sa fréquentation, “nous pouvons y rencontrer la plus large palette de clients et nous avons rapidement noué des nouveaux contacts commerciaux, en plus des connaissances que nous avons déjà”. Et le couple d’affirmer de concert : “nous aimons l’ambiance conviviale

de Rungis, qui crée de la confiance entre les parties, y compris avec nos confrères”. Tout en évoquant au passage “la proximité et l’écoute des services de la SEMMARIS, qui sont très réactifs par rapport à nos besoins”.

Horticash a démarré son activité sur Rungis en 2008. Basée à Angers, l’entreprise y cherchait depuis quelque temps déjà une implantation pour fournir des accessoires aux fleuristes de la région francilienne. L’entreprise y propose des papiers d’emballage et des mousses florales, des vases et des pots, de la vannerie et du zinc ; en un mot, tous les consommables nécessaires pour soutenir les ventes de produits horticoles. “Nous avons été surpris par l’importante fréquentation que nous recevons dans un laps de temps très court”



**RUNGIS ACCUEIL, UN SERVICE PERSONNALISÉ POUR LES CLIENTS DU MARCHÉ**  
Le service des cartes d’accès est devenu Rungis Accueil en 2001 : tout un symbole ! En effet, il s’agit d’offrir aux usagers du Marché un accueil personnalisé. L’obtention de la carte d’accès au Marché n’est donc plus conçue seulement comme une formalité administrative mais elle garantit à ses détenteurs de nombreux services. Réservée aux seuls professionnels, la carte d’acheteur est gratuite et valable durant deux ans : elle permet un tarif d’entrée préférentiel sur le Marché, des stationnements réservés sur les parkings et la réception de nombreux supports de communication comme Rungis Actualités ou le “Qui fait quoi à Rungis”. Par ailleurs, l’inscription en ligne est possible à tout moment sur le portail internet du Marché. En 2008, plus de 3 600 nouvelles cartes d’acheteur ont été créées.

explique Laurent Camus, directeur associé : *“elle nous impose d’être particulièrement réactif”*. Avec un grand nombre de grossistes et une forte affluence de clients, *“Rungis est le pôle commercial le plus important de France dans notre domaine”* tranche-t-il. Résultat : *“nous avons atteint nos objectifs dès 2008”*. Et l’entreprise prépare déjà en 2009 une seconde implantation, sur une surface équivalente, *“pour étendre notre gamme avec des produits complémentaires, par exemple avec de la verrerie haut de gamme et des fleurs artificielles ou séchées”*.

### **Les fleurs pénalisées par les arbitrages des consommateurs**

Plus que les autres secteurs du Marché, l’horticulture et la décoration ont été influencées par la morosité qui a gagné la consommation en 2008. Par définition, cet univers ne propose pas des produits de première nécessité, contrairement aux secteurs alimentaires.



Et l’arbitrage des consommateurs privilégie évidemment l’assiette au vase. Ce phénomène a été particulièrement ressenti par les entreprises proposant des fleurs coupées. Dans ce domaine (à l’exception des feuillages), les arrivages sont comptabilisés à la tige et non plus à la botte depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2008. Gagnant ainsi en précision, les statistiques se trouvent temporairement dans l’incapacité d’être comparées à celles de l’année antérieure (où les arrivages s’étaient montrés stables par rapport à 2006). Toutes les provenances ont sans doute pâti de la conjoncture, notamment à partir de la rentrée de septembre, sachant que les produits d’importation en représentent les trois quarts (près de 62 % pour les seules fleurs néerlandaises). Au vu des dernières années, il est probable que seuls les produits dits *“de niche”* aient moins souffert, comme les roses d’Equateur ou d’autres fleurs exotiques qui, de par leurs spécificités, parviennent à se différencier des produits *“standard”* à fort volume.

**“Nous avons été surpris par l’importante fréquentation du marché.”**

Par ailleurs, les statistiques des plantes en pot qui, elles, peuvent être comparées à celles de l’année précédente, indiquent une tendance baissière. La légère diminution enregistrée en 2007 (- 2,9 %) s’est amplifiée en 2008 à - 5 %. Pour cette catégorie, les conditions climatiques jouent également un rôle important. Des conditions hivernales très rigoureuses suivies d’un printemps clément encouragent les nouvelles plantations, en remplacement de celles que le gel a détruites. Un phénomène qui ne s’est pas produit en 2008, puisque les plantes à massif n’ont diminué que de 3,7 %, soit moins que l’ensemble de leur catégorie, tirée par l’essor des plantes vertes (+ 9,3 %) mais handicapée par la contre-performance des plantes fleuries (- 7,1 %).



## DE LA VERDURE A DECOUVRIR

Plus de 80 000 mètres carrés de pelouse, plus de 26 000 mètres carrés d'herbe, plus de 12 200 mètres carrés de massifs d'arbustes, plus de 1 100 arbres, des haies, des jardinières... Le Marché de Rungis est aussi un espace de vie. Mais comme cela n'est pas sa vocation principale, cette dimension est restée cachée durant longtemps.

Le rond-point des Halles a été restructuré au mois de novembre 2008 pour être doté de plantations alternant suivant les quatre saisons : outre ces fleurissements saisonniers, il comprend désormais une plantation de massifs arbustifs colorés ainsi qu'un camouflage végétal des blocs de béton mis en place pour des opérations événementielles comme les décorations de Noël. Une étude a été lancée en 2008 pour embellir l'ensemble des espaces verts du Marché.

“Pour nos clients, Rungis constitue tout de suite une carte de visite.”

### La décoration, locomotive du secteur

La troisième famille du secteur, les accessoires et la décoration, ne peut pas être suivie, quant à elle, par les statistiques. Elles ne sauraient agréger des produits aussi divers que la vannerie et la poterie, mais aussi les bougies, les voilages ou même le mobilier en bois ou en fer forgé. Toutefois, les entreprises spécialisées affichent depuis quelques années de belles progressions de chiffre d'affaires, parfois à deux chiffres et elles représentent désormais plus de 15 % des ventes du secteur.

Malgré la conjoncture, une année en horticulture est aussi le fruit des grandes fêtes qui sont autant d'occasions d'offrir des fleurs ou des plantes. La Saint Valentin 2008 s'est ainsi fort bien passée pour les professionnels, notamment parce qu'elle se situait hors vacances scolaires et en milieu de semaine. En revanche, le muguet du 1<sup>er</sup> mai connaît quelques difficultés depuis plusieurs

années. Rendu complexe par ses approvisionnements et ses réseaux de vente, l'événement encourage certaines spéculations dont des opérateurs préfèrent désormais s'abstenir. Une fois de plus, la mise en œuvre d'une réglementation uniforme risque de mettre en péril une fête traditionnelle.

### Des fêtes aux destins variés

Tandis que la fête des grand-mères s'installe progressivement dans le calendrier, la fête des mères reste un moment privilégié pour les grossistes. A l'inverse de la célébration des défunts, à la Toussaint, dont la tradition s'estompe d'année en année même si les ventes de chrysanthèmes restent importantes. Enfin, l'année se clôt avec la “campagne sapin”. En 2008, alors que les fêtes de fin d'année ont relancé les ventes des secteurs alimentaires, il semble que les Franciliens aient, encore une fois, accompli des arbitrages à leur détriment.



Le fameux Nordmann, en provenance du Danemark notamment, a pâti de cours en hausse peu justifiée, profitant au plus classique épicéa dont les formats de 1,5 à 2 mètres ont progressé de 6 %, alors que la plupart des autres sapins ont vu leurs arrivages baisser. A noter en revanche le regain du sapin en motte (+ 3 %) et surtout l'explosion du houx en botte (+ 122 %).

# SEMMARIS

1, rue de la Tour - BP 40316 - 94152 Rungis Cedex  
[www.rungisinternational.com](http://www.rungisinternational.com)