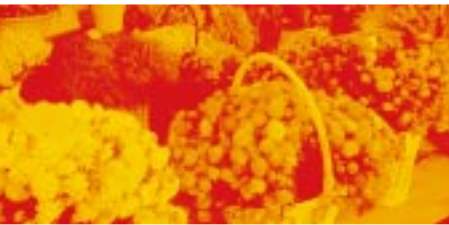
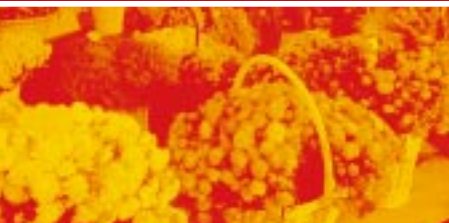


Les Marchés de Gros



Des rôles multiples et complémentaires

Le réseau des 18 Marchés de Gros en France a été mis en place pour simplifier les circuits de distribution et sécuriser l'approvisionnement des villes en produits alimentaires. Les Marchés sont rapidement devenus des pôles agroalimentaires et des plateformes logistiques au service de la distribution alimentaire.



Des pôles agroalimentaires de gros

Des « centrales d'achats » du commerce de détail et de la restauration, lieux uniques où toutes les formes de distributions alimentaires peuvent s'approvisionner régulièrement dans des conditions qui leur sont adaptées :

- Une véritable concurrence entre 2400 opérateurs recherchant sans cesse la qualité, en particulier organoleptique, des produits et celle des services pour satisfaire leurs 50000 clients, avec le meilleur rapport qualité / prix / services ;
- Différents modes d'achat : marchandises emportées ou livrées, paiements comptants ou différés, prix affichés ou négociés...
- Un large assortiment de produits régionaux, nationaux et d'importation, finement segmenté pour répondre à la variété des besoins des acheteurs et favoriser la biodiversité ;
- Un accès à une information fiable sur les tendances des marchés, la réglementation...

Des débouchés réguliers pour les producteurs indépendants, des lieux de promotion des produits locaux, des marchés de régulation pour des excédents occasionnels de production, voire pour des produits hors des standards dominants.

Des zones d'accueil pour toutes les activités agroalimentaires de commerce ou de première transformation.

Les Marchés de Gros sont les garants d'une indispensable pluralité de la distribution.

Des plateformes logistiques

Un réseau national de 18 plateformes réparties dans les principales zones de consommation offrant :

- 100 000 m² d'entrepôts utilisés par 160 transporteurs et logisticiens ;
- des services logistiques adaptés aux besoins du B2B et/ou du B2C*.

Des acteurs de la logistique urbaine, grâce à leur localisation à proximité des grands axes de circulation (facilité d'approvisionnement) et des centres-villes (facilité d'éclatement et de livraison des marchandises en ville),

Des lieux traditionnels de concentration des flux : échanges commerciaux, circulations des personnes et des marchandises, informations...

Des infrastructures modernes, ou des terrains, mis à disposition des professionnels dans des conditions techniques et économiques concurrentielles, adaptées en permanence aux besoins des utilisateurs.

* B2B : De Professionnels à Professionnels (Business to Business) ;
B2C : De Professionnels à Particuliers (Business to Consumers).




Les Marchés de Gros



Des outils au service des collectivités locales

Les Marchés de Gros Alimentaires, en raison de l'importance de leur rôle économique et social au niveau régional et national, sont des outils d'animation des centres-villes, d'aménagement du territoire, de régulation des prix... au service des collectivités territoriales.



Des outils d'aménagement et d'animation des villes.

Les commerces de détail alimentaires indépendants sont les garants d'une animation et d'une vie collective dans les centres-villes et les grands ensembles :

- Ils dépendent entièrement des Marchés de Gros pour leur approvisionnement, car eux seuls peuvent leur fournir, dans de bonnes conditions de compétitivité, la large gamme de produits et les petites quantités dont ils ont besoin pour une clientèle exigeante.

Des acteurs de régulation des prix et des quantités dans la distribution alimentaire.

La régulation de l'offre et de la demande des produits agricoles par le biais des prix est imparfaite :

- Les Marchés de Gros Alimentaires rassemblent des offres d'origines très diverses et bénéficient d'une grande variété de clients. Les transactions sont réalisées par un grand nombre d'opérateurs directement concurrents ;
- Les prix sur les Marchés de Gros servent de base à l'établissement des mercuriales utilisées quotidiennement par les professionnels.

Des appuis à la mise en marché des produits locaux et régionaux.

Les consommateurs font de plus en plus confiance aux signes de qualité

et à l'origine géographique des produits :

- Les Marchés de Gros Alimentaires centralisent les productions régionales, donc l'ultra frais ;
- Les producteurs régionaux trouvent des débouchés pour les gros ou petits volumes, pour les produits spécifiques ou saisonniers...

Des outils d'aménagement du territoire et de politique régionale.

Les Marchés de Gros Alimentaires sont des plateformes de concentration physique où transitent chaque année près de 5 millions de tonnes de produits alimentaires.

Les Marchés de Gros accueillent des opérateurs et des clients qui sont souvent des entreprises à caractère familial qui trouvent là un terrain naturel de développement.

Les producteurs présents sur les Marchés de Gros Alimentaires contribuent au maintien des « ceintures vertes » autour des grandes agglomérations.

Des acteurs du développement durable.

Les Marchés de Gros offrent des produits variés et segmentés, adaptés à la diversité des goûts et des consommateurs ;

Les Marchés de Gros participent efficacement à la défense de l'environnement par la mise en place de systèmes innovants de collecte et de valorisation des déchets.

