

Comment Rungis et Califrais ont pivoté ensemble pour livrer les particuliers

En quelques jours, le plus grand marché au monde de produits frais s'est mis à livrer les particuliers. Rungis s'est appuyé sur la startup Califrais pour opérer ce pivot éclair.

Temps de lecture : minute

24 avril 2020

C'était la petite révolution du confinement : le marché de Rungis, d'ordinaire réservé aux professionnels, s'est mis à livrer les particuliers ! La fermeture des restaurants puis l'interdiction des marchés ont obligé le plus grand marché au monde de produits frais à pivoter, comme une startup. C'est d'ailleurs avec la jeune pousse Califrais que le marché international a lancé Rungis livré chez vous, son service de livraison aux particuliers, dans des temps records.

Retour le 14 mars : dans l'après-midi de ce samedi, le Premier ministre exige que les établissements "*non indispensables à la vie du pays*" comme les restaurants ferment leurs portes dès minuit. Le 23 mars, c'est au tour des marchés ouverts, jusque-là maintenus, d'être interdits. Soit "*une mise à l'arrêt de deux de nos canaux de distribution principaux : la restauration et les marchés de plein vent*", souligne le marché de Rungis. Même tarif pour Califrais, startup qui avait été incubée par la structure d'accompagnement du marché, Rungis&Co, et qui assure la livraison de produits frais pour les professionnels. "*Avec la fermeture des restaurants, nous ne pouvions pas assurer les livraisons uniquement pour les restaurants qui faisaient de la livraison à domicile*", explique Pierre Lévy, fondateur de Califrais.

"En dépit des difficultés et des impacts socio-économiques engendrés par la crise, nous avons dû nous adapter pour aider les grossistes et producteurs franciliens qui vendent leurs produits à Rungis à trouver de nouveaux canaux de distribution" , évoque le marché de Rungis. De son côté, le fondateur de Califrais reconnaît avoir "toujours eu le B2C dans un coin de la tête" . Une idée qu'il n'avait pas encore eu le temps de concrétiser. "Nous ne voulions pas nous disperser, la restauration restait un énorme marché. La crise nous a encouragé à bousculer nos plans pour ne pas prendre de retard dans le développement de l'entreprise." Et la solution s'est rapidement imposée : "développer un site de commerce électronique B2C afin que les Parisiens et les Franciliens puissent avoir une solution pour s'approvisionner en produits frais de qualité" , note le marché de Rungis.

Un défi technologique, opérationnel et logistique

Il a d'abord fallu concevoir une plateforme capable d'encaisser la charge avec *"des pics de 20 000 visiteurs simultanés"*. Et le marché n'a pas hésité longtemps avant de se tourner vers Califrais : *"c'était la seule entreprise du marché capable en une semaine de développer, de bout en bout, une solution e-commerce B2C"* , souligne-t-on du côté de Semmaris, l'entreprise gestionnaire du marché de Rungis.

Puis vient le casse-tête du catalogue. L'objectif ? *"Environ 100 références sur les verticales fruits et légumes, crèmerie, viande, poisson et épicerie. Notre objectif principal dans la construction du catalogue était de proposer un maximum de produits français et issus de la région Île de France"* , liste le marché de Rungis. Bref, du made in France et, autant que possible, du local. Mais passer du B2B au B2C n'est pas aussi simple que de changer une lettre : *"il y a pas mal de différences : cela ne demande pas les mêmes conditionnements, qui ne répondent pas aux*

mêmes normes, les produits ne sont donc pas approvisionnés par les mêmes fournisseurs" , précise Pierre Lévy. Et si Califrais avait déjà entamé son sourcing, il a fallu accélérer la cadence pour constituer un catalogue en quelques jours seulement !

Puis il a fallu s'organiser pour gérer les commandes. "Nous avons dû équiper un entrepôt pour la préparation des commandes : 1300 m2 avec 7 postes, 6 préparateurs par poste pouvant préparer 40 commandes simultanément soit 4 rotations par jour" , égrène Semmaris. Un défi logistique relevé haut la main, puisque de 250 commandes la première semaine, le site assure aujourd'hui 6500 commandes hebdomadaires, dans six départements.

Allier les forces

C'est notamment la complémentarité du grand groupe qu'est Semmaris et de la jeune pousse Califrais qui a permis au projet de se déployer si rapidement. "Il a fallu gérer la montée en puissance du service, pour satisfaire le plus grand nombre, tout en garantissant la qualité du service. Dans ce cadre contraignant et à géométrie quotidiennement variable, la solution technique de Califrais a montré toute sa valeur : agilité, scalabilité, réactivité" , encense Semmaris. De son côté, Pierre Lévy s'est facilement accommodé de la "pression positive" inhérente à ce défi de taille. "Pour un entrepreneur, c'est le rêve : on a l'excitation de relancer un business pour faire grandir l'entreprise plus vite. C'est une sorte de levée de fonds sans lever des fonds !"

Reste que "la plateforme est une solution qui a été créée pour faire face à une crise inédite" , rappelle Semmaris. "Rungislivréechezvous.fr est un canal de distribution alternatif parmi de nombreuses initiatives mises en place par les acteurs du Marché. elle n'a pas vocation à durer, Rungis reste un marché de gros à destination des professionnels." De son côté, Califrais est satisfait de ce lancement en grande pompe de son projet

B2C. Et n'exclut pas de prolonger l'expérience au-delà de la crise si la demande perdure elle aussi.

Article écrit par Geraldine Russell