Publié le 22 juillet 2010

Agroalimentaire : Le Min d’Avignon souffle ses cinquante bougies

Après avoir traversé cinquante années d’évolution des modes de consommation, le Min d’Avignon profite de la tendance en faveur des produits de qualité pour mettre en avant la production locale.

Né en 1960 à la faveur du déplacement en rase campagne d'un marché du centre ville, le marché d'intérêt national d'Avignon, l'un des premiers du genre en France, fêtait ses cinquante ans le 2 juillet. L'occasion d'un livre qui revient sur l'histoire mouvementée d'un lieu qui a suivi, parfois malgré lui, cinq décennies d'évolution des modes de consommation.

À l'origine, les 4 000 m2 de bâtiments du « Marché Gare » accueillaient quelque 500 producteurs locaux de fruits et légumes dont la marchandise était essentiellement transportée par le rail. Mais alors que les surfaces utilisées n'ont cessé de progresser avec l'arrivée du froid et le développement du transport routier, le nombre de producteurs a été quasiment divisé par dix depuis cette période. « Les transporteurs se sont développés parallèlement à la baisse du nombre de producteurs, dans un contexte de pression urbaine croissante et de développement des grandes surfaces », analyse Didier Auzet, directeur général du Min d'Avignon. Dans les années 90, c'est au tour du transport routier de subir un phénomène de regroupement provoquant la disparition des plus petits d'entre eux. « Beaucoup sont devenus logisticiens et sont donc allés se développer ailleurs où il y avait plus de place », note Didier Auzet. Le Min est alors sorti pour la première fois de son rôle originel, pour se lancer dans une mission de « développement économique masqué », selon les mots de son directeur général.

La création de bâtiments de bureaux et la récupération des entrepôts vides ont permis au marché de développer une forte activité de location à destination d'un public d'entreprises varié. Une offre qui profite largement de la croissance urbaine d'Avignon qui a ramené le Min à proximité immédiate du centre ville. Les professionnels de l'agroalimentaire y côtoient désormais des grossistes de viande, des spécialistes de l'hôtellerie-restauration comme Métro et Promocash, et même des entreprises du bâtiment. Attirés par les services d'hébergement offerts par le site, ces derniers ont contribué à doper sa fréquentation. « Métro a par exemple apporté 10 000 nouveaux clients autour de l'alimentaire alors que le Min n'en comptait que 150 », assure Didier Auzet.

Le marché compte aujourd'hui sur la forte tendance en faveur des produits de qualité issus de l'agriculture raisonnée et du bio pour relancer la demande en produits locaux. Une réflexion est également en cours pour développer un service d'approvisionnement destiné à répondre aux enjeux environnementaux liés à la circulation en centre ville.

© 2025 www.lesepl.fr