



REVUE DE PRESSE

Semaine 39
du 27/09 au 01/10/2021

Revue de presse réalisée à partir des revues et sites suivants :

- L'Officiel des transporteurs
- LSA et son édition numérique lsa.fr
- Les Marchés - le média de l'alimentaire
- Les Nouvelles
- Décisions PL
- L'Antenne
- VoxLog
- Transport Info
- Bulletin des transporteurs et de la logistique

N'hésitez pas à nous adresser des coupures de revues concernant l'activité du transport et de l'entreposage frigorifique dans vos régions en nous les envoyant à l'adresse mail :

alison.paquette@lachainelogistiquedufroid.fr

La diffusion de cette revue de presse se fait dans le cadre d'un contrat avec le CFC (centre français d'exploitation du droit de copie). En effet, en application de l'article I 122 10 du code de la propriété intellectuelle, la photocopie d'un article de presse ou d'un extrait d'ouvrage au sein d'une entreprise, d'une administration, d'une association ou d'une autre organisation constitue une reproduction d'œuvre protégée qui nécessite donc l'autorisation du CFC. La Chaîne Logistique du Froid rappelle que la reproduction d'un article de presse ou d'une page de livre sans autorisation du CFC constitue un délit de contrefaçon qui est puni de 3 ans d'emprisonnement et d'une amende de 300 000 euros. Cette revue de presse est donc destinée à l'usage exclusif du destinataire.

SOMMAIRE

PREMIÈRE PARTIE – L’actualité des transporteurs et logisticiens frigorifiques

- **L’Officiel des transporteurs :**
 - Logistique du froid : entre réactivité et anticipation
- **Actu.fr :**
 - L’entreprise mayennaise Gandon Transports est rachetée par GEODIS
- **Les Marchés :**
 - Califrais, STEF et Webhelp chargés de la marketplace de Rungis

DEUXIÈME PARTIE – L’actualité des donneurs d’ordres :

- **L’Officiel des Transporteurs :**
 - Carrefour : le distributeur totalise 600 camions BIOGNC
- **Les Marchés :**
 - La reprise de la restauration offre son lot d’opportunités pour les fournisseurs
 - Avril confirme entrer en négociation exclusive avec Bigard pour la cession d’Abera et Porcgros
 - Les français plus adeptes des légumes frais que des fruits
- **LSA :**
 - « Nous ne vendrons jamais Auchan ! »
 - E-commerce : en un an, le chiffre d’affaires progresse de 25% et atteint 32,4 milliards d’€

TROISIÈME PARTIE – L’actualité technique, juridique et réglementaire :

- **L’Officiel des Transporteurs :**
 - Port de Calais : le pari des autoroutes ferroviaires et du non-accompagné
 - OIT : des applications dédiées à la chaîne du froid
- **VoxLog :**
 - UVOTec déploie un convoyeur dans l’entrepôt frigorifique de LuikNatie
- **Transport info :**
 - « Le paquet mobilité va augmenter le coût général du transport »
- **Décision PL :**
 - *Les camions au gaz plus polluants et cancérigènes que le diesel ?*

PREMIERE PARTIE :

L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET LOGISTICIENS



LOGISTIQUE DU FROID

ENTRE RÉACTIVITÉ ET ANTICIPATION

Les acteurs de la chaîne logistique du froid, après avoir su répondre aux urgences pendant la crise du Covid, profitent à présent de l'essor de l'e-commerce alimentaire en France. De nouveaux défis se présentent à eux, aussi bien sur le plan de la réduction de leur empreinte énergétique que sur le suivi affiné des températures par l'Internet des objets. Dossier réalisé par Grégoire Hamon

La crise du Covid a démultiplié l'intérêt de la livraison à domicile, et la chaîne logistique du froid est parvenue à en tirer profit. Tel fut le principal enseignement d'une conférence organisée lors de la dernière SITL le 15 septembre 2021. Et pourtant les premiers jours du confinement furent assez rudes. « *Nous avons été un peu assommés au début mais nous avons pu répondre présents grâce à notre mode de fonctionnement déjà très digitalisé, qui a permis par exemple de placer toutes les équipes de back-office en télétravail sans difficulté. Nous n'avons jamais été en situation de travailler en mode dégradé* », assure Marc Joly, directeur développement de Star Service. Ce pionnier du dernier kilomètre en France a pu basculer très rapidement ses chauffeurs destinés aux activités automobiles et restauration collective vers la livraison à domicile, où la demande bondissait. « *Les besoins en e-commerce alimentaire ont été multipliés par deux à cinq dès les premiers jours de la crise sanitaire* », renchérit David Bally, directeur développement e-commerce de STEF. Il indique que la croissance du marché de l'e-commerce alimentaire a été surtout portée par le drive, qui a représenté 9,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2020 (avec près de 92 % du marché), même s'il faut tenir compte d'une forte progression de la distribution à domicile (7 % du marché). « *La croissance a été de 42 %, elle aurait pu être de 100 % si nous avions eu la capacité de répondre à tous les besoins. Tous nos entrepôts ont tourné à pleine capacité et ce phénomène va perdurer* », ajoute-t-il. Les consommateurs qui ont testé ce mode de livraison l'ont adopté, ce qui a conduit à l'ouverture de nombreux sites logistiques à température dirigée.

Nouveaux besoins

« *L'e-commerce a gagné de quatre à cinq ans de développement avec le Covid ; 21 % des clients ont acheté plus de produits alimentaires à domicile et 79 % pensent continuer à se faire livrer ainsi* », assure Marc Joly. Cet engouement pousse les acteurs de la chaîne logistique à répondre à de nouveaux besoins, qui émanent autant des acteurs traditionnels que de nouveaux entrants. « *On a vu naître des enjeux et une accélération de l'e-commerce dans l'alimentaire, observe David Bally. Ce phénomène a été porté par les acteurs historiques comme la grande distribution, avec un changement de modèle apporté par une mécanisation des process, ce qui a entraîné une augmentation des volumes et de la croissance. Mais on a aussi vu apparaître des besoins émergents avec des pure players venus du monde des start-up.* » STEF a donc commencé à équiper des entrepôts pour l'e-commerce alimentaire, avec 10 000 à 15 000 références et capables de traiter entre 1 000 à 1 500 commandes par jour, qui ont généré 40 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2020 contre 2 millions en 2018. Mais il s'agit désormais d'apporter une réponse ultra-rapide. « *Auparavant, il fallait six mois pour créer une base logistique. Nous avons réduit ce délai à trois mois*, explique David Bally. *Mais nous avons voulu aller encore plus loin en proposant à tous ceux qui n'ont pas les moyens d'avoir*

un entrepôt dédié, comme les start-up, une offre clés en main qui propose la logistique, le stockage, la préparation de commande et la distribution, avec une tarification précise. Ces acteurs ont besoin de pouvoir démarrer leur activité très rapidement pour lancer leur activité en moins d'un mois, tout en sachant combien la distribution va leur coûter. Notre cœur de métier c'est la massification, nous devons utiliser ce savoir faire pour arriver à faire baisser les coûts. » Un premier site doit ouvrir à Lieusaint (77) fin septembre en sec, puis en température dirigée. « Si on a un bon ressenti, on ouvrira également sur d'autres grandes agglomérations comme Bordeaux, Marseille, Lyon ou Nice », complète ce dirigeant. Pour sa part, Star Service continue sa perpétuelle recherche d'innovation avec un futur service de consignes réfrigérées bitempérature à Paris et dans les grandes agglomérations. « Ces consignes diffèrent de la concurrence car elles créent un nouveau parcours client, en tenant compte de la propreté, de l'ambiance, du facteur olfactif également, tout en étant sécurisée, promet Marc Joly. Leurs emplacements sont situés en cœur de ville, au pied d'immeubles, l'idée est de proposer au client un détour de 500 mètres maximum. » La crise sanitaire ne doit pas faire oublier la crise écologique. Comme tous les professionnels amenés à circuler en ville, les acteurs de la chaîne logistique du froid ont vu de nouvelles contraintes peser sur leur parc véhicules, tant sur la motorisation que sur le bruit généré.

Énergies alternatives

Déjà impliqué dans le verdissement de sa flotte, le groupe STEF a souhaité aller plus loin à travers son programme Moving Green. « Nous avons pour objectif de réduire de 30 % les émissions de gaz à effet de serre [GES] liées à nos véhicules d'ici à 2030, en optimisant nos schémas de transport, en réduisant la consommation de carburant de nos véhicules et en privilégiant des énergies alternatives », indique Armelle Perrier, directrice du développement durable de STEF. Cette action concerne aussi ses sous-traitants puisque dans sa charte d'achats responsables, STEF s'engage à « privilégier les fournisseurs proposant des solutions innovantes, performantes et durables, tout en respectant les attendus édictés dans les cahiers des charges des appels d'offres, notamment en termes de qualité, efficacité, délais et prix de revient ».

Solutions pour réduire le CO₂

Le groupe a pris le virage vert depuis dix ans, avec déjà 150 t de CO₂ évités, grâce notamment à un suivi attentif des consommations en carburant impliquant les conducteurs : de quoi gagner 10 % ces cinq dernières années. Les chauffeurs suivent également une formation sur le respect de la chaîne du froid organisée par Cemafroid (cf. infra) : 300 d'entre eux ont déjà suivi un cursus sur les bonnes pratiques. Les clients non plus ne sont pas oubliés. « Nous allons les intégrer pour trouver une solution qui limite le CO₂, comme la réduction du vide dans les emballages, ou l'assouplissement des horaires de livraison pour éviter toute congestion », précise Armelle Perrier. La partie entreposage est également concernée puisque STEF compte utiliser 100 % d'énergie bas carbone dans ses bâtiments d'ici à 2025. Si l'énergie nucléaire, dominante en France, pourra faciliter la tâche, il n'en va pas de même dans les autres pays européens couverts par STEF, qui compte sur le déploiement de panneaux photovoltaïques sur ses sites.

Management de l'énergie

En complément, un système de management de l'énergie sera déployé pour réduire la consommation énergétique. Ces objectifs une fois définis, STEF compte effectuer un suivi régulier sur une base mensuelle. « Le suivi de ces solutions sera également très important, de manière à mesurer si l'on obtient effectivement des gains en CO₂ et dans quelle mesure, ce qui permet d'effectuer des modifications au cas où cela s'avère inefficace », souligne Armelle Perrier.

Ce mouvement d'économie est global, puisque la France a pris des engagements forts en matière d'économies d'énergie avec un objectif pour faire baisser de 17 % sa consommation d'énergies d'ici à 2030, et de 40 % celle d'énergies fossiles sur la même période (loi de transition énergétique pour la croissance

verte). Afin d'aider des entreprises comme STEF à s'y conformer, le Cemafruid – organisme agréé pour la délivrance des attestations de capacité aux opérateurs procédant à la manipulation de fluides frigorigènes – a mis en place avec des partenaires le programme Ecler (économie circulaire logistique écologique et responsable), pour réaliser des économies d'énergie à grande échelle dans le domaine du transport sous température dirigée. Ce programme a démarré en mars 2019.

Des formations aux bonnes pratiques

« Aujourd'hui, plus de 4 000 conducteurs ont été formés aux bonnes pratiques du respect de la chaîne du froid et nous en visons 10 000. Pour bénéficier de ce programme, les entreprises doivent contractualiser avant la fin de l'année 2021 », indique Ibrahim Zaïd, responsable de l'unité certification à Tecnea Cemafruid. Ce dernier précise que pour atteindre cet objectif ambitieux, l'organisme forme également des formateurs internes aux entreprises – c'est le cas chez STEF – qui diffuseront à leur tour les bonnes pratiques. Pour gagner en bilan CO₂, il est également possible de miser sur des innovations de rupture, est venu rappeler Gilles Labranque, président de Sofrigam. Cette société spécialiste du transport réfrigéré de médicaments, a présenté pendant la SITL la solution proposée par sa filiale Coldway (rachetée en 2018), qui développe des conteneurs réfrigérés par une réaction chimique entre de l'ammoniac et des sels. La réaction génère du froid qui dure suffisamment longtemps pour que les caisses restent autonomes de douze à vingt-quatre heures, sans avoir besoin d'une batterie ou d'être reliées à un moteur ou un compresseur. « Il s'agit d'un réfrigérant neutre, disponible 24 heures sur 24. Il suffit de recharger sur une prise le soir », indique Gilles Labranque. Cette solution, destinée aux utilitaires et scooters pour les derniers kilomètres, est déjà utilisée par Gandon Transports pour la logistique du dernier kilomètre des produits de santé, ou bien par Saveurs et Vie pour le portage de repas.

MAYENNE. L'ENTREPRISE MAYENNAISE GANDON TRANSPORTS EST RACHETEE PAR GEODIS

L'entreprise installée depuis 1953 à Mayenne Gandon Transports a été rachetée par Geodis, qui souhaite élargir ses capacités.



L'entreprise Gandon Transports, basée à Mayenne, a été rachetée par Geodis. (©Geodis)

C'est un nouveau départ pour la société **Gandon Transports**, créée au **Ribay (Mayenne)** en **1953** par Raymond Gandon et comptant environ 280 salariés en 2018. L'entreprise actrice de référence dans le secteur du transport de produits pharmaceutiques sous température dirigée a été rachetée par **Geodis**, une holding regroupant des entreprises de logistique, messagerie, et transport routier présente dans 60 pays.

« Disposer de moyens supplémentaires »

Un rachat dans la continuité de la politique de l'entreprise qui compte plus de 41 000 collaborateurs et un chiffre d'affaires de 8,4 milliards d'euros en 2020. Notre volonté est de disposer de moyens complémentaires, de capacités que nous n'avons pas aujourd'hui. Cette opération viendra répondre à l'exigence croissante de nos clients de disposer d'une offre de transport en température dirigée pour les produits de santé qu'ils nous confient.

Maintenir et ouvrir d'autres agences

Bien que Gandon Transports, dirigée par Joël Gandon depuis 1979, change de main, il ne devrait pas y avoir de bouleversement dans la société au chiffre d'affaires de 28 millions d'euros en 2018. « On veut faire progresser l'entreprise et capitaliser sur ses capacités. On va maintenir les agences en place et potentiellement en ouvrir d'autres dans le futur », affirme Stéphane Cassagne. Un ou deux sites pourraient voir le jour. Dans l'optique du développement de Gandon Transports, Geodis propose des postes à pourvoir. « On est présentement en manque de chauffeurs », confie Stéphane Cassagne. L'entreprise sera présente aux Rencontres de l'emploi qui se dérouleront **mardi 21 septembre 2021** à la salle polyvalente de Mayenne, de 9h30 à 17h30.

CALIFRAIS, STEF ET WEBHELP CHARGES DE LA MARKETPLACE DE RUNGIS

Le marché international de Rungis poursuit sa digitalisation et lance une nouvelle version de sa marketplace.

Le Marché de Rungis a confié l'exploitation de la nouvelle version de sa marketplace au groupement Califrais, STEF et Webhelp à l'issue d'un appel d'offres, a annoncé la Semmaris le 24 septembre.

Cette concession de service va permettre de poursuivre la digitalisation du marché, au bénéfice de tous les acteurs de la chaîne de valeur, et principalement les grossistes. Elle va aussi permettre de repenser l'approvisionnement des restaurateurs et des professionnels de l'alimentaire.

Disponible avant la fin de l'année

D'ici la fin de l'année, les clients qui s'approvisionnent sur le marché tous les jours pourront bénéficier d'un mode de commande digital supplémentaire, via **une plateforme simplifiée permettant de choisir des produits de l'ensemble des secteurs : produits carnés, marée, produits laitiers et de gastronomie, fruits et légumes.**

De la solution informatique à la logistique, les commandes seront gérées par le groupement retenu dans le cadre de l'appel d'offres. **Les commandes passées jusqu'à minuit seront livrées dès le lendemain à Paris**, tel est l'engagement des partenaires associés. Les clients bénéficieront ainsi d'une commande et d'une facturation uniques.

« Dès la mise en place de la solution, les grossistes de Rungis auront accès à l'ensemble de nos outils technologiques de préparation de marchandise et de gestion de stocks », précise Pierre Lévy, CEO de Califrais, la startup qui assure la partie digitale et technologique et qui s'était distinguée lors du lancement de « Rungis livré chez vous » pendant le confinement. De son côté, le groupe STEF fera bénéficier les grossistes de son expertise en matière d'organisation de flux de transport de marchandises alimentaires.

DEUXIÈME PARTIE :

L'ACTUALITE DES DONNEURS D'ORDRES ET DU MARCHE



CARREFOUR

LE DISTRIBUTEUR TOTALISE 600 CAMIONS BIOGNC

Jacky Perrenot et Carrefour ont misé sur la motorisation gaz dès 2012. Ces pionniers du bioGNC ont contribué au lancement du marché en France et ne comptent pas en rester là.

Le 13 septembre dernier, sur le salon SITL, le transporteur Jacky Perrenot, Iveco et Carrefour ont fêté l'arrivée du 600^e camion de la flotte du distributeur roulant au bioGNC (gaz naturel comprimé). Un coup d'œil dans le rétroviseur permet de mesurer l'étendue du chemin parcouru en l'espace de neuf ans, car ce qui semble désormais une évidence tenait encore du pari à l'époque. En 2012, les trois partenaires ont commencé à tester cette solution avec trois véhicules biométhane.



Il s'agissait d'approvisionner les magasins Carrefour de la région lilloise. Trois ans plus tard, l'expérimentation avait triplé pour atteindre neuf camions bioGNC, et jugée suffisamment probante pour que Carrefour se décide à donner une véritable impulsion en commandant d'un coup 200 véhicules gaz. « *L'engagement de Carrefour a contribué au décollage des camions gaz en France, indique Clément Chandon, directeur produit d'Iveco. Lorsque cette enseigne nous a demandé de nous engager dans le GNC en proposant un contrat de 200 camions en 2015, Iveco n'avait commercialisé que 330 camions au gaz. Nous avons répondu présent en mettant 50 millions d'euros sur la table tout en sachant qu'il fallait vendre 3 500 camions pour arriver à l'équilibre. Nous y sommes arrivés en 2019. En 2020, nous avons commercialisé 5 000 véhicules et cette année nous arriverons à commercialiser entre 9 000 et 10 000 camions GNC. Sur dix véhicules contribuant à la transition énergétique vendus en France, sept sont produits par Iveco.* »

Un TCO équivalent à celui du diesel

Engagé dans l'aventure, le transporteur Jacky Perrenot – premier transporteur de la grande distribution en France – possède également une flotte de 600 camions GNC, dont environ 150 roulent pour Carrefour. « *Avec 600 véhicules au gaz naturel, nous disposons aujourd'hui de la plus grande flotte française et européenne de poids lourds à énergie alternative, précise Philippe Givone, président-directeur général de Jacky Perrenot. La conversion à ces véhicules est facilitée par leur autonomie, leur TCO (coût total de détention), leur temps de recharge et leur confort de conduite, équivalents à ceux d'un véhicule diesel. Avec le gaz naturel, nous pouvons accéder aux zones à faibles émissions et effectuer des livraisons silencieuses, de jour comme de nuit. Cette solution prend une part croissante dans notre flotte et devrait atteindre 24 % d'ici à la fin 2025, puis 30 % d'ici à la fin 2030.* » Sur le salon SITL, le dirigeant a confié que Carrefour s'était engagé

à soutenir le risque financier. « *Lors du lancement, Carrefour s'était engagé de manière à ce que le ROI ne coûte pas plus cher que le gazole sur six ans.* » L'équation a tenu bon, selon le PDG, qui précise que le TCO d'un camion gaz est identique à celui du gazole si le véhicule dépasse les 120 000 kilomètres par an.

Bientôt l'hydrogène

Carrefour compte sortir du diesel avant la fin de la décennie. Le distributeur va commencer par doubler sa flotte de camions bioGNC pour atteindre 1 200 véhicules d'ici à la fin 2022. De quoi réduire ses émissions de CO₂ de moitié. Le distributeur est également producteur de gaz grâce au recyclage d'une partie de ses déchets en biométhane, ce qui a donné lieu à la création de 20 stations publiques de bioGNC. Les véhicules utilisés par Carrefour sont certifiés Pieck Quiet Truck 71 dB, avec un bruit divisé par deux à trois, et entrent dans la catégorie Crit'Air 1. Fin 2022, les trois acteurs entendent participer au lancement d'un premier camion hydrogène. Un challenge « *immense* », selon Clément Chandon, qui rappelle que le coût du véhicule sera multiplié par quatre, avec une énergie qui coûte presque quatre fois plus cher que le prix du gaz, sans compter que le prix des stations est actuellement quinze fois plus cher qu'une station GNV (qui coûte elle-même deux à trois fois plus cher qu'une station gazole). « *Le marché des camions hydrogène se trouve à peu près au même niveau que celui des camions GNV en 1993* », explique-t-il. Rendez-vous dans trente ans pour s'y retrouver côté TCO.

Restauration

LA REPRISE DE LA RESTAURATION OFFRE SON LOT D'OPPORTUNITÉS POUR SES FOURNISSEURS

Depuis la réouverture, la restauration ne cesse de monter en puissance. Le Sirha Lyon 2021, placé sous le signe de la relance, fut l'occasion pour les entreprises de présenter leurs nombreuses innovations. Tour d'horizon de l'ambiance chez les exposants du salon.

Alors que le secteur de la restauration retrouve peu à peu des couleurs, la pandémie a quelque peu bousculé les habitudes de consommation. Elle est vue, par certains, comme un accélérateur de tendances que ses fournisseurs avaient plus ou moins anticipé. Malgré un manque criant de visibilité rendant difficile la gestion des commandes, les différents acteurs semblent retrouver un certain optimisme. « *Globalement, la reprise ne se passe pas trop mal* », indique Laurent Repelin, président du Geco Food Service, lors d'une conférence de presse le 21 septembre dernier. « *Nous avons réussi à honorer la totalité de nos commandes* », se félicite Bruno Le Pemp, directeur général de Lactalis Foodservice France.

Malgré une perte record de 17,6 milliards d'euros entre janvier-mai 2021, par rapport à la même période 2020, le chiffre d'affaires de la restauration s'est redressé fortement durant la période estivale. Il affiche une diminution de 14 % durant ces deux mois, avec un point culminant à -10 % en juillet, relaie Food Service Vision dans une étude publiée en septembre 2021. « *Lors de la réouverture, la demande était forte. Les touristes de l'été ont été présents sur certaines zones* », assure Hervé Bussiere, directeur food service chez Guyader Gastronomie, à l'occasion du Sirha à Lyon.

De janvier à mai 2021, le marché de la restauration hors domicile et de la distribution automatique a subi une diminution de 50 % de ses revenus totaux par rapport à 2019, selon le Geco Food Service, mais cette baisse se redresse à -36 % de janvier à août 2021 par rapport à la même période en 2019, indique Food Service Vision. Si l'ensemble des acteurs de la restauration imagine un « *retour au niveau de 2019 en 2022* », selon Michaël Ballay, directeur associé de Food Service Vision ou même « *d'ici à 2023 pour la restauration des avions, trains et transports maritimes* », détaille Hervé Bussiere. Les fournisseurs vont clairement opérer dans un paysage différent d'avant 2020. À titre d'exemple, Lactalis Foodservice n'a retrouvé qu'environ 85 % de son activité.

Un retour au niveau de 2019 en 2022

Comme toute crise, la pandémie a ouvert de nouvelles perspectives, créant des occasions à saisir pour les entreprises agroalimentaires. Le secteur de la boulangerie-pâtisserie semble sortir gagnant de la crise sanitaire, avec une activité supérieure à 2019, selon l'étude de Food Service Vision. « *Le réseau de la boulangerie-pâtisserie a gagné en importance par rapport à 2019. Nous travaillons à l'adaptation de notre offre pour répondre à ses nouveaux besoins* », complète Bruno Le Pemp.

Besoin de pallier le manque de main-d'œuvre

Avec la fermeture des établissements, de nombreux salariés ont quitté le navire de la restauration, créant un manque de main-d'œuvre dans le secteur qui doit faire face à la forte demande liée au retour des convives. Certains fournisseurs l'ont compris et proposent des produits plus rapides à préparer, comme Charal et sa gamme surgelée, répondant à la demande de praticité des restaurateurs. Déjà portionnés dans leur conditionnement, les produits Charal sont également accompagnés de sauce pour apporter de l'originalité aux plats. « *Les restaurateurs doivent proposer des cartes attractives tout en restant flexibles*

dans leur organisation pour s'adapter aux aléas des conditions sanitaires », souligne Émilie Rautureau, chef de groupe des produits surgelés Charal.

Certaines sociétés proposent des produits prêts à l'emploi, comme Sicoly, spécialiste des fruits et des purées de fruits surgelés, avec sa gamme d'inserts de fruits pour pâtisseries. *« Les produits semi-finis répondent aux enjeux de reprise en palliant le manque de main-d'œuvre », résume Camille Cortial, chargée de communication à Sicoly.*

La crise pousse à l'innovation

Certaines entreprises ont profité de la crise et de la redistribution des habitudes de consommation pour investir le marché de la restauration ou pour renforcer leurs gammes existantes afin d'accompagner les établissements dans la reprise. C'est le cas d'Azura Atlantic, présent au Sirha pour faire connaître son offre de palourdes haut de gamme, qui semble avoir suscité l'intérêt de nombreux chefs. *« Nous voulons profiter de la reprise », affirme Nicolas Calo, directeur de la communication d'Azura Atlantic.*

La société Color Foods arrive aussi sur le marché pour proposer une offre de fruits secs sous sa nouvelle marque Sun Chefs, tandis que Rivière innove aussi avec une gamme de plats cuisinés haut de gamme pour les hôtels ne disposant pas de service de restauration. Elle se décline en neuf recettes, disposant d'une date limite de consommation de quatre ans et contenues dans des bocaux en verre. La société Nxtfood, spécialiste des alternatives végétales à la viande, a, quant à elle, profité du Sirha pour mettre en avant sa marque Accro, composée de quatre références avant de passer à onze en mars 2022. *« Aujourd'hui, de nombreux acteurs de la restauration envisagent de mettre à leur carte en 2022 un burger contenant un steak végétal. Ce type de produit peut aussi être adapté à la restauration scolaire dans le cadre de la loi Egalim. Nous sommes actuellement en discussion avec de gros acteurs de la restauration », assure Thomas Bonduelle, directeur commercial de Nxtfood.*

Des tensions sur l'approvisionnement

Les fournisseurs de l'agroalimentaire font face à une tension sur la chaîne d'approvisionnement variable selon les secteurs, avec une hausse des prix des matières premières. C'est particulièrement le cas pour les fruits, touchés par le gel du mois d'avril. *« Il y a de très grosses tensions sur la framboise, mais nous sommes parvenus à sécuriser nos approvisionnements », indique Camille Cortial, chargée de communication à Sicoly.* Le son de cloche est assez similaire au sein de la filière foie gras, touchée par l'influenza aviaire. *« L'été 2021 n'a pas été meilleur que l'été 2020 à cause du peu de matières premières », précise Camille Guillard, chef de produits RHD France et international chez Sarrade.*

AVRIL CONFIRME ENTRER EN NEGOCIATION EXCLUSIVE AVEC BIGARD POUR LA CESSIION D'ABERA ET PORCGROS

Comme nous l'annoncions dans notre dernier hebdomadaire, Bigard s'apprête à reprendre les sociétés Abera et Porcgros, propriétés d'Avril. Dans un communiqué daté de ce 28 septembre, le groupe Avril confirme être entré en négociation exclusive avec le groupe Bigard pour la cession du contrôle des sociétés Abera et Porcgros, comme nous l'annoncions dans les colonnes de notre hebdomadaire le 24 septembre dernier.

Confidentiel

■ BIGARD EN BONNE VOIE POUR REPRENDRE ABERA

Selon nos informations, le groupe Bigard serait en bonne voie pour reprendre l'abattoir et l'usine de transformation Abera, mis en vente par le groupe Avril au mois d'avril 2021. Le groupe a reçu plusieurs offres, de l'allemand Tönnies, partenaire d'Abera ou encore du groupe coopératif breton Cooperl. Il semblerait que celle de Bigard l'emporte. La filière porcine d'Avril pourrait être valorisée à la hauteur de ses fonds propres, voire au-dessus, entre 80 et 100 millions d'euros. Si Bigard reprenait Abera, quid du partenariat de ce dernier avec Tönnies sur le hard-discount en France? Pour l'heure, Avril indique seulement que « le processus est en cours » et Bigard n'a pas répondu à nos sollicitations.

■ QUI VA PAYER LE BIEN-ÊTRE ?

Pas le consommateur, ni le distributeur, si l'on en croit la récente mésaventure de Pasquier et Saint Jean. Ces deux industriels avaient pour projet de passer des œufs de cage au plein air pour leurs produits,

projet abandonné faute de soutien de la GMS qui refuserait de revaloriser les prix pour ces démarches, selon des opérateurs. Alors que la question du surcoût de l'ovosexage sème le trouble dans la filière, ce genre de signal n'est pas de bon augure pour l'amont.

■ LA PÉNURIE DE CO2 OUTRE-MANCHE FAIT INTERVENIR LE GOUVERNEMENT BRITANNIQUE

The Guardian s'est fait l'écho le 21 septembre 2021 d'un tweet de Sky News selon lequel le gouvernement britannique a conclu un accord avec CF Industries. Cet accord faisait courir le risque d'une pénurie de CO2 du fait de l'arrêt de deux usines d'engrais. Ce risque de pénurie a affolé les industriels de l'alimentaire outre-Manche en début de semaine 38, en particulier les industries des viandes de volaille et de porc. Selon l'analyste des conjonctures GlobalData, « les fabricants n'ont pas réagi assez rapidement aux défis de la chaîne d'approvisionnement qui se présentent depuis des mois », entraînant aussi cette crise du CO2.

2 - 24 SEPTEMBRE 2021 - LMHN° 551 - www.reussir.fr/lesmarches

Pour Avril, ce projet s'inscrit dans la dynamique de recentrage de ses activités industrielles autour de la transformation végétale, avec quatre axes prioritaires de développement : les ingrédients de spécialité, les produits de grande consommation, les énergies renouvelables, et les services & solutions à destination des exploitants agricoles, cultivateurs ou éleveurs. Dans les mains de Bigard, les sociétés Abera et Porcgros pourront "renforcer le partage d'expertises, offrant ainsi de nouvelles perspectives d'avenir pour le développement de leur outil industriel et la pérennité de leurs activités".

Il est prévu que le groupement de producteurs de porcs, Porc Armor Evolution, reste au capital d'Abera à hauteur de 15%, et les familles fondatrices (Pellosio, Brocheriou-Loy et Dagand) au capital de Porcgros à hauteur de 40%. Elles vont accompagner cette reprise majoritaire par le groupe Bigard. Cette opération assurera la continuité des débouchés aux éleveurs partenaires ainsi qu'aux filières Sanders, assure Avril. La réalisation effective de cette opération est soumise à la consultation des instances représentatives du personnel et des salariés des deux sociétés, à qui le projet a été présenté ce 28 septembre, ainsi qu'à l'autorisation des autorités de la concurrence.

A l'issue de l'opération, qui devrait être finalisée à la fin de l'année 2021, Bigard détiendrait donc 85% d'Abera et 60% de Porcgros. Pour l'heure, Avril indique que le processus est toujours en cours pour la cession de ses activités œufs.

Consommation

LES FRANÇAIS PLUS ADEPTES DES LEGUMES FRAIS QUE DES FRUITS

Si les Français ont moins acheté de fruits frais et de pomme terre sur la première partie de 2021, les achats de légumes frais étaient bien orientés.

Les achats de **fruits frais** par les ménages cet été ont reculé par rapport à l'an dernier, à mettre en lien avec la faiblesse de la production, qui a aussi été plus tardive, et avec une météo parfois peu propice à la consommation. Sur les sept premiers mois de l'année, les achats s'établissent à **4 815,5 kg/100 ménages**, rapporte FranceAgriMer, c'est 4,8 % de moins que le haut niveau de l'an dernier et 2,2 % de moins qu'en 2019. Avec **886 kg/100 ménages**, la **banane** confirme sa place de fruits le plus acheté par les Français et voit ses volumes stables par rapport à leur bon niveau de l'an dernier. La **pomme** perd 13,3 % sur un an et 1,4 % par rapport à 2019, à 836,5 kg. Recul aussi en **oranges** (732,1 kg, -6,8 % /2019) et **clémentines** (425,9 %, -2,7%/2019).

Bonne tenue des achats de légumes frais

Ambiance différente en **légumes frais**, puisque les volumes sont restés stables par rapport à leur très bon niveau de 2020, à 5 152 kg/100 ménages, soit -0,5 % sur un an mais +5,1 % sur deux ans. Les légumes frais confirment leur bonne place dans les repas pris à domicile, *"avec une croissance des plats à base de légumes comme les soupes, ratatouille, purées et gratin"* décrypte FranceAgriMer. Sur les sept premiers mois de l'année, la **tomate** est le légume le plus acheté (840,8 kg/100 ménages, +0,6 % sur un an), devant la **carotte** (525,3 kg, -5,1 %), la **courgette** (333,8 kg, -1,2 %) et le **melon** (372,6 kg, +1,7 %).

Repli en pomme de terre

Après un pic lors du premier confinement, les achats de **pommes de terre fraîches** par les ménages français ont reculé. Sur les sept premiers mois de l'année, la baisse est de 6,2 % par rapport à l'an dernier, mais les volumes progressent de 2,2 % par rapport à la moyenne 2016-2020. Ils ont atteint 1 516 kg/100 ménages.



BARTHELEMY GUISLAIN, PRESIDENT DE L'ASSOCIATION FAMILIALE MULLIEZ: "NOUS NE VENDRONS JAMAIS AUCHAN!"

Dans la Voix du Nord, Barthélémy GUISLAIN, Président de l'Association familiale Mulliez (AFM), répond aux rumeurs de rapprochement entre Auchan et Carrefour.



Après les propos tenus par **Gérard Mulliez**, au sujet d'éventuelles discussions entre Auchan de Carrefour, **Barthélémy Guislain**, président de l'Association familiale Mulliez (AFM), a communiqué auprès du quotidien La voix du Nord. *«Nous veillons au respect des fondateurs, entrepreneurs historiques de nos entreprises, et en même temps à l'intérêt collectif des collaborateurs, des entreprises et de la famille actionnaire. Dans ce sens, la famille revendique le soutien aux projets des entreprises, porteurs de sens, de performance et des valeurs auxquelles nous sommes attachés. Nous pensons que le futur se construit par les échanges, l'ouverture aux autres et potentiellement par des partenariats portés par nos entreprises autonomes.»* Avant d'ajouter: *«Nous pouvons discuter d'alliances ou de partenariats»*. On peut aussi y lire: *«Explicitement, la famille ne peut soutenir l'idée que ses entreprises puissent composer un écosystème fermé pour répondre à leurs enjeux notamment environnementaux et digitaux»*, souligne le communiqué que l'Association familiale a fait parvenir de manière exclusive à La voix du Nord.

Et de conclure très clairement: *«Nous pouvons discuter d'alliances ou de partenariats. Nous l'avons toujours fait. Mais une chose est certaine: nous ne vendrons jamais Auchan!»*.



E-COMMERCE : EN UN AN, LE CHIFFRE D’AFFAIRES PROGRESSE DE 25 % ET ATTEINT 32,4 MILLIARDS D’€

Les ventes sur internet ont progressé de 24,9% au deuxième trimestre 2021 vs la même période en 2020, marquée par les confinements selon la Fevad. Une forte hausse qui s’explique grâce au redémarrage des services et aux efforts des magasins physiques. Sans surprise, Amazon reste en tête des sites marchands les plus fréquentés.

27 000 nouveaux sites se sont créés sur un an, rapporte la FEVAD. C’est l’équivalent d’un nouveau site marchand toutes les 20 minutes ! © Rawpixel Ltd.

Un dynamisme certain ! Le marché global du e-commerce (vente de produits et services) a connu un chiffre d’affaires en hausse au deuxième trimestre, avec une progression de 24,9%. Attention, ces résultats sont bien sûr à relativiser. En cause : l’effet de base favorable avec un second trimestre 2020 à +5,3% très impacté par la chute brutale des services. Ces derniers bénéficient d’un net rebond au second trimestre 2021. Aujourd’hui, le ratio entre la vente de services et de produits se situe à 50 % chacun, précise encore la Fevad.

+ 10 % pour la vente de produits en ligne

La vente de produits a elle aussi poursuivi également sa croissance sur ce trimestre, à +10%, en raison du troisième confinement (3 avril-19 mai) et de l’arrivée de nombreux nouveaux sites marchands. L’indicateur trimestriel de création de nouveaux sites connaît en effet une accélération importante, à +16%, ce qui représente un solde net de 27 000 nouveaux sites sur un an. C’est l’équivalent d’un nouveau site marchand créé toutes les 20 minutes !

Principaux sites fréquentés par les Internautes au deuxième trimestre 2021 :

	Visiteurs uniques moyens par mois	Couverture France mensuelle (en % de la pop. française)	Visiteurs uniques moyens par jour
1 Amazon*	35 782 000	56,7%	7 889 000
2 Leboncoin.fr*	29 001 000	46,0%	7 811 000
3 Cdiscount*	21 720 000	34,4%	2 217 000
4 Vinted*	16 661 000	26,4%	5 120 000
5 Leroy Merlin*	15 056 000	23,9%	1 334 000
6 Fnac*	15 025 000	23,8%	1 112 000
7 Carrefour*	14 267 000	22,6%	1 461 000
8 Booking.com	13 600 000	21,6%	1 083 000
9 AliExpress	13 470 000	21,3%	2 383 000
10 E.Leclerc*	12 660 000	20,1%	1 431 000
11 ManoMano*	11 671 000	18,5%	798 000
12 eBay*	11 601 000	18,4%	1 326 000
13 Wish	11 098 000	17,6%	2 087 000
14 Veepee*	10 997 000	17,4%	2 445 000
15 Sheln	10 298 000	16,3%	1 765 000
16 Rakuten France*	10 140 000	16,1%	976 000
17 Decathlon	10 123 000	16,0%	681 000
18 Darty*	9 961 000	15,8%	602 000
19 Boulanger*	9 562 000	15,2%	582 000
20 Airbnb	9 489 000	15,0%	917 000

Alors que le pays est confiné pour la troisième fois du 3 avril au 19 mai et que la plupart des magasins sont à nouveau fermés, les ventes de produits grand public issues du panel iCE 100 (mesure de la croissance sur un échantillon constant d'une centaine de sites parmi les sites leaders) retrouvent quasiment le niveau record atteint lors du premier confinement du deuxième trimestre 2020 (-1,7% vs T2 2020 soit +44% vs T2 2019).

Si les ventes hors produits de grande consommation (PGC) se maintiennent au niveau de l'an dernier (+2%) au 2ème trimestre 2021 vs 2020 (+46% vs T2 2019), **les ventes de mobilier/décoration continuent d'accélérer avec +35%** (+140% au mois d'avril). Les produits techniques/électroménager et beauté/santé se rapprochent des niveaux records de vente enregistrés lors du 1er confinement en hausse respectivement de 47% et 91% par rapport au deuxième trimestre 2019.

+ 8 % pour l'e-commerce des enseignes physiques

Au cours de ce trimestre, les ventes internet des commerces physiques ont dépassé leur niveau record de l'an dernier notamment grâce à un mois d'avril au cours duquel la croissance s'est à nouveau accélérée avec un historique 2020 déjà haut (+35% vs avril 2020 soit +141% vs avril 2019) sous l'effet du troisième confinement.

Au global sur le 2ème trimestre 2021, **le chiffre d'affaires e-commerce des enseignes magasins a augmenté de 8% vs T2 2020 soit un chiffre d'affaires double de celui du 2ème trimestre 2019**. Les ventes aux professionnels du panel iCE 100 qui avaient reculé de 9,6% au 2ème trimestre 2020 en raison des fermetures et des chutes d'activité des entreprises se rattrapent avec +39,6%.

TROISIEME PARTIE :

L'ACTUALITE TECHNIQUE, JURIDIQUE & REGLEMENTAIRE



PORT DE CALAIS

LE PARI DES AUTOROUTES FERROVIAIRES ET DU NON-ACCOMPAGNE

Inauguré jeudi 9 septembre, le nouveau port de Calais se veut plus fluide et sécurisé pour les transporteurs. Il mise aussi sur le développement des autoroutes ferroviaires et des remorques non accompagnées en transmanche.

En avant toute sur le non-accompagné et les alternatives modales ! En 2021, le port de Calais entre dans une nouvelle ère. Bridé jusqu'alors dans son développement, le port a doublé son volume et est désormais en mesure d'accueillir des ferrys de plus grande capacité (de plus de 220 mètres de long) tout en s'offrant trois nouveaux postes d'embarquement. L'acheminement des marchandises, s'il ne délaisse pas la route, se dirige vers de nouvelles perspectives, avec l'augmentation significative des capacités de gestion des remorques non accompagnées. Le hub intermodal de 13 hectares peut accueillir 600 remorques en même temps ! « *Et nous avons prévu la place pour continuer à nous développer* », assure Jean-Marc Puissesseau, PDG des ports de Boulogne–Calais. Résultat, le seul port européen à être équipé d'un terminal d'autoroutes ferroviaires compte bien être un moteur de la montée en puissance de l'acheminement de marchandises depuis le rail. Actuellement connecté dans le Sud au Boulou, à Orbassano, à Mâcon, et bientôt à Sète, il regarde désormais vers l'est. L'ouverture d'une ligne avec la Pologne est attendue en fin d'année-début 2022. « *Un retard dû au Covid, mais c'est en bonne voie* », commente Jean-Marc Puissesseau. L'Allemagne est aussi évoquée. Quant aux lignes vers le sud, elles seront renforcées à terme, comme celle de Mâcon, qui devrait passer d'un à deux trains quotidiens en 2022. Le non-accompagné, qu'il vienne de la route ou du rail, fait briller les yeux du PDG. « *Nous avons déjà de bons retours sur la ligne Calais-Sheerness, ouverte par DFDS en juillet et destinée au non-accompagné. L'offre va se multiplier, j'en suis convaincu, explique le dirigeant. Le non-accompagné est moins cher, les transporteurs ne sont pas dépendants des intempéries, on économise du CO₂.* » Sur le trafic de fret non accompagné, le port de Calais souhaite atteindre 100 000 remorques transbordées de la terre ou le rail vers la mer à l'horizon 2025. Avec un objectif de 250 000 remorques par an. Par la route, la fluidité et la sécurité sont au cœur de ce port nouvelle génération, assure Jean-Marc Puissesseau. « *Pour les transporteurs, nous avons opté pour une plus grande sécurité. Jusqu'alors, en cas de très fortes affluences et ralentissements de contrôles douaniers, dès qu'il y avait 100 à 120 camions en attente dans le port, pour les autres, le parking devenait l'autoroute A16.* » Avec toutes les difficultés que cela générerait dans le contexte de forte présence migratoire. « *Désormais, nous avons un parking avec 400 places, donc si vous calculez 20 mètres par camion, ça évite 8 kilomètres de bouchons sur l'autoroute...* » Les contrôles vont être accélérés avec l'ouverture d'une nouvelle voie. « *Tout concourt à ce que l'acheminement des marchandises vers le port soit plus fluide et pleinement sécurisé.* »

Ce nouveau port a coûté quelque 863 millions d'euros. Ce sont 43 millions de tonnes de marchandises pour 1,8 million de poids lourds qui y transitent chaque année. En deux décennies, le volume de fret a triplé et le trafic doublé.



IOT

DES APPLICATIONS DESTINEES A LA CHAINE DU FROID

L'édition 2021 de la SITL a été l'occasion de mettre en avant plusieurs applications Internet des objets (IoT) dévolues au respect de la chaîne du froid. Afin de ne pas créer de rupture, les acteurs logistiques peuvent désormais s'appuyer sur des sondes connectées de plus en plus pointues.

La société JRI, acteur de référence sur la logistique du froid des produits thermosensibles, garantit ainsi le bon fonctionnement des compartiments des 742 camions réfrigérés bitempérature de Transgourmet (frais et congélation), et ceci pendant toutes les phases de transport entre l'entrepôt et le client. « *Chaque camion dispose de deux capteurs qui envoient un relevé des températures automatisé en temps réel avec une grande flexibilité, puisque l'installation d'un capteur ne prend que quelques secondes, il n'y a plus besoin de passer chez le garagiste lors de l'arrivée d'un nouveau véhicule comme c'était le cas avant l'avènement de l'IoT* », indique Philippe Lagnès, chargé d'affaires grands comptes de JRI. Pour ce suivi, le prestataire a fait le choix de capteurs-enregistreurs de température LoRa* de très longue portée, capables de se connecter au réseau LoRaWan des opérateurs télécoms avec une autonomie de deux ans dans le respect de la Norme EN 12830.

L'investissement s'élève à 1 euro par capteur et par mois pour surveiller près de 3,2 millions d'euros de produits alimentaires transportés chaque mois. Mais l'usage de capteurs permet d'opérer en mode préventif. « *Il s'agit de garder dans le circuit de distribution un produit avant qu'il dépasse sa température en réagissant en temps réel et ainsi d'éviter des pertes* », indique Adrien Content, PDG de Koovea.

Cette start-up créée en 2015 propose une solution plug and play avec un capteur relié à un routeur et à une application : une facilité d'utilisation qui commence à séduire les gros acteurs du secteur. Mais l'entreprise souhaite aller plus loin que la surveillance en temps réel en proposant du prédictif. « *La data collectée permet déjà de mettre en évidence des zones de défaillance en identifiant par exemple les chauffeurs aux comportements le plus inadéquat. Nous travaillons désormais sur l'aspect prédictif, en mettant en avant, grâce à l'intelligence artificielle, les zones les plus problématiques d'un trajet et en proposant des parcours alternatifs. Par exemple, si un trajet transite par l'aéroport de Roissy, les analyses remontent qu'il y a un risque de défaillance en cas d'attente des marchandises au soleil, et l'IA va proposer d'autres solutions plus sécurisantes* », souligne Adrien Content.

De même, en cas de hausse soudaine des températures, l'IA pourrait calculer automatiquement sur quels trajets, et dans quels véhicules les risques de défaillances seraient les plus susceptibles d'arriver en puisant dans les données archivées.

*LoRa (Long Range) est une technologie de communication radio bas débit et longue portée.



INTERNATIONAL

UVOTEC DEPLOIE UN CONVOYEUR DANS L'ENTREPOT FRIGORIFIQUE DE LUIKNATIE



UVOTec installe pour le logisticien LuikNatie un convoyeur télescopique à bande dans son entrepôt réfrigéré implanté sur le port d'Anvers, en Belgique.

Confronté à une forte croissance, le prestataire logistique **LuikNatie** a fait appel à **UVOTec**, fournisseur d'équipements de manutention et distributeur exclusif de **FMH Conveyors**, pour installer un convoyeur télescopique à bande BestReach dans son entrepôt

frigorifique d'Anvers en Belgique. « *En cinq ans, nous avons triplé notre chiffre d'affaires et par conséquent notre volume d'activité. Nous avons besoin d'un système qui nous permet de gagner en efficacité* », explique Arne Van Osselaer, responsable des opérations LuikNatie. Dans ce centre de distribution sont entreposées des denrées alimentaires, dont des fruits à une température ambiante de +5 C° et des produits surgelés (poisson, viande) à une température de -25 C°. Elles ont vocation à être distribuées dans le monde entier.

Une automatisation multipliant la productivité par trois

Équipé de vérins hydrauliques autorisant le déchargement à différentes hauteurs et d'une nacelle permettant à l'opérateur de tenir confortablement debout dans le conteneur, le convoyeur télescopique BestReach automatise efficacement le déchargement des colis. LuikNatie déclare que la solution permet à un seul opérateur d'effectuer autant de travail que trois manutentionnaires : « *Ça nous permet de mieux déployer nos forces vives dans l'entrepôt en les effectuant à d'autres tâches* », lance Arne Van Osselaer ; « *nous sommes aujourd'hui l'un des rares acteurs à avoir une telle installation dans un entrepôt frigorifique, ce qui représente un véritable avantage concurrentiel* ».

LUIS GOMEZ, PRESIDENT DE XPO LOGISTICS EUROPE : “LE PAQUET MOBILITE VA AUGMENTER LE COUT GENERAL DU TRANSPORT”

Ancien dirigeant de Norbert Dentressangle, aujourd’hui à la tête de XPO Logistics en Europe, Luis Gomez balaye tous les sujets qui entourent son entreprise : des rumeurs de rachat à la pénurie de conducteurs, en passant par la réglementation européenne.

Transport Info : Depuis le 2 août, les contours du groupe XPO ont changé, que s’est-il passé ?

Luis Gomez : Au lieu d’avoir le leader mondial du transport et de la logistique avec XPO, nous retrouvons d’un côté **GXO** dédié à la logistique contractuelle et de l’autre XPO Logistics pour le transport routier. Les deux entités, numéro 1 dans leurs domaines respectifs, sont cotées à la bourse de New York. XPO Logistics Europe que je dirige représente 13 500 collaborateurs dans 15 pays dont 7 200 en France et un chiffre d’affaires de 2,3 milliards d’euros. Nous sommes premiers dans l’Hexagone avec plus d’un milliard d’euros de CA enregistré en 2020 et deuxièmes en Europe.

TI : Quelle est la logique de cette scission ?

LG : Elle a été réalisée pour valoriser les deux activités car l’organisation en holding empêchait une valorisation à la hauteur de notre croissance et de nos résultats. La séparation permet aux investisseurs de mieux comprendre les différences entre métiers. GXO, ce sont des contrats de 10, 15 ans tandis que XPO Logistics affiche des contrats de 3 à 5 ans. Auparavant, l’action XPO valait autour de 100-110 dollars. À l’annonce du projet, elle est montée jusqu’à 130-140 \$. Un mois après le spin-off, l’addition des deux représente 170-175 \$ avec une création de valeur énorme à la clé. Le fondateur du groupe, Brad Jacobs, est toujours le Pdg de XPO Logistics.

TI : Sur le plan opérationnel, quels sont les changements ? XPO et GXO gardent-ils des liens contractuels ?

LG : Cela n’a rien changé pour les clients en termes de contrat, ni pour les collaborateurs, excepté pour certaines fonctions communes au niveau de la holding. Aujourd’hui, chaque branche peut se focaliser à 100 % sur son métier. Les relations avec les clients sont plus faciles et plus directes. Si des camions continuent à charger dans des entrepôts GXO, il n’y a aucun contrat de préférence entre les deux entités.

TI : Comment se porte l’activité ?

LG : Nous avons enregistré une baisse assez significative au deuxième semestre 2020. Grâce à notre agilité, on a essayé de réagir vite et d’utiliser notre cross-docking pour des secteurs d’activité à fort besoin comme l’alimentation et les livraisons à domicile de produits volumineux. À partir de l’été 2020, on a commencé à sentir une reprise assez significative avant de retrouver, en fin d’année, un niveau assez similaire à 2019.

En juin 2021, nous l'avons même dépassé alors que certains secteurs comme l'automobile tournent moins bien faute de matières premières ou de composants. Depuis le début de l'exercice 2020, nous avons ouvert sept nouveaux sites en France, au nord de Paris et de Lyon, à Caen, à Montpellier et dans les régions de Nice, Marseille et Bordeaux.

“A très court terme, la hausse des matières premières peut engendrer un processus d'inflations.”

TI : Comment voyez-vous la suite pour le secteur ?

LG : Dans les prochains mois et jusqu'en 2022, le cycle économique de croissance va se poursuivre car la demande reste assez forte. Mon inquiétude réside dans l'offre qui n'arrive pas à répondre à la demande en raison de la pénurie de matières premières. À très court terme, peut-être durant 6 ou 12 mois, cela peut provoquer un processus d'inflation, mais nous restons assez optimistes dans notre capacité à croître.

TI : Quelle est votre feuille de route à la tête de XPO Logistics en France et en Europe ?

LG : Je m'appuie sur quatre piliers fondamentaux. Le premier concerne nos collaborateurs. Nous veillons à leur santé physique et psychologique. Nous représentons une société de services et si les salariés se sentent bien, cela rejillit forcément sur leur job. Nous souhaitons qu'ils considèrent XPO comme le meilleur endroit où travailler. Le deuxième pilier, c'est le développement durable. Il passe par des investissements importants dans les bâtiments et, bien sûr, à travers notre flotte de véhicules. Nous disposons de 3 000 camions en France (entre 7 000 et 8 000 en Europe) que nous renouvelons tous les trois ans avec les dernières motorisations du marché. Nous misons notamment sur des poids lourds au GNL pour la longue distance. Les performances sont à peu près similaires par rapport au diesel avec une grosse différence en faveur du gaz concernant les émissions de particules. Dans la continuité de notre expérimentation à Paris avec Franprix, nous allons aussi bientôt tester en France des véhicules électriques en ville.

TI : Quel est le troisième pilier ?

LG : C'est l'investissement dans la technologie. Je travaille dans ce secteur depuis 24 ans et ce qui va se passer dans les prochains mois est beaucoup plus “disruptif” que tout ce que j'ai vécu auparavant. Si notre métier reste de bouger des marchandises, la gestion des informations est aujourd'hui fondamentale. Nous avons ainsi investi dans un outil qui s'appelle XPO Connect et qui nous permet depuis 2019 d'échanger avec nos clients pour qu'ils nous envoient toutes leurs données pour gérer au mieux les stocks et tous les protocoles PoD et CMR. XPO Connect sert aussi aux relations avec nos sous-traitants transporteurs pour apporter des informations au chauffeur (l'endroit où se restaurer, la marchandise disponible la plus proche...). Cela permet aussi de réduire les kilomètres à vide et de dégager moins de CO₂ tout en réalisant des économies de gazole. Avant la scission, nous avons dépensé 550 millions de dollars sur la partie digitale et nous prévoyons un nouvel investissement de 300 millions fort d'une équipe de 900 experts.

“Notre histoire a été jalonnée d'acquisitions dont nous sommes toujours sortis plus forts.”

TI : La partie croissance externe est-elle présente dans votre feuille de route ?

LG : Notre quatrième pilier qui est de réaliser de la croissance peut également venir d'acquisitions. Le marché du transport est très fragmenté. Nous sommes leaders dans plusieurs pays en Europe, mais notre part de marché ne dépasse pas plus de 3 à 4 %, ce qui laisse la place à des projets de rachat.

TI : De nombreuses rumeurs ont évoqué la vente de XPO logistics. Qu'en est-il ?

LG : GXO et XPO Logistics ont la possibilité d'être vendus ou achetés. Mon travail consiste à appliquer une feuille de route. Est-ce qu'il peut y avoir un rachat de XPO Logistics ou un changement d'actionnaires ? Ces réponses ne sont pas de mon ressort. Ce que je peux juste vous assurer, c'est que notre histoire a été jalonnée d'acquisitions dont nous sommes toujours sortis plus forts.

TI : Vous constatez une pénurie de chauffeurs toujours importante, comment essayez-vous d'y remédier ?

LG : Chez nous, cette pénurie est énorme : elle tourne autour de 17 % des effectifs à l'échelle européenne et bien plus encore en Grande-Bretagne à cause du Brexit. Nous sommes leaders du marché avec une bonne réputation, mais nous recherchons constamment du personnel. Certes, on a pas mal de candidats, mais il faut quand même trouver entre 200 et 300 conducteurs en permanence en France. Que faisons-nous ? Nous travaillons à attirer des jeunes en considérant qu'en étant bien formé à 18 ans, on peut devenir conducteur. C'est un métier qui comporte de plus en plus de technologies avec lesquelles les jeunes sont à l'aise. Dans un certain nombre de régions – comme en Angleterre et en Espagne –, nous avons mis en place une académie de chauffeurs pour leur permettre de passer le permis de conduire, de réaliser des stages et ensuite de travailler chez nous.

TI : Les camions autonomes peuvent-ils pallier ce manque de conducteurs ?

LG : Cette perspective est extrêmement intéressante par rapport à cette pénurie. Les aides à la conduite sont déjà présentes dans les camions pour améliorer la sécurité et optimiser la consommation. Je pense que l'autonomie quasi complète peut arriver autour de 2030.

TI : Pour attirer des conducteurs, la rémunération est un élément important. Comment vous situez-vous par rapport à vos concurrents ?

LG : À l'instar d'autres métiers, je pense que nous devons rester aux niveaux du marché en gardant toujours cette équation en tête : être attractif tout en restant compétitif. Je pense que l'attractivité fait partie de notre réputation. Nous réalisons des investissements dans des moyens technologiques et dans la formation pour les chauffeurs avec des objectifs élevés en matière de développement durable.

TI : Reste que la réputation de XPO est parfois entachée par des conflits et des procédures sur les conditions sociales des conducteurs...

LG : Nous sommes actifs dans 15 pays dont les États-Unis, le Canada, et le Mexique en respectant à chaque fois la réglementation locale en vigueur. Pour une société cotée comme la nôtre, c'est fondamental.

La législation n'est pas homogène en Europe et peut ainsi engendrer de la confusion et des interprétations propices à quelques affaires. C'est un constat qui n'est pas propre à XPO mais qui est aussi valable pour les principaux acteurs du transport et de la logistique. Il est important de souligner que nous sommes reconnus par le magazine *Forbes* comme l'une des meilleures entreprises dans laquelle travailler.

TI : Justement, le paquet mobilité doit permettre d'éviter le dumping social et la concurrence des conditions de travail entre les différents pavillons. Qu'en pensez-vous ?

LG : Nous sommes très demandeurs d'une réglementation commune européenne. Si on souhaite éviter des différences de réglementations qui nous obligent à nous adapter constamment, c'est très positif. Cependant, cela risque d'avoir un impact négatif dans le domaine économique. Beaucoup de transporteurs implantés à l'Est auront des coûts plus élevés pour effectuer des trajets avec l'Ouest. Je pense qu'ils exploiteront leur flotte uniquement dans leur région d'origine ou vers des pays plus lointains. Ce phénomène risque d'entraîner un manque de camions tout en renforçant la pénurie de chauffeurs. Le coût général du transport et de la logistique va probablement augmenter à cause de cette absence d'offre.

TI : Le transport combiné peut-il être une réponse pour la longue distance ?

LG : Nous effectuons déjà beaucoup de multimodal avec des trains, des bateaux, entre l'Angleterre et la France, entre le Maroc et l'Espagne, entre la Turquie et la France... Mais cela correspond à un certain type de produits. La réalité, c'est que la route va rester leader avec plus de 80 % de part de marché, même si les moyens alternatifs restent un bon complément.

LES CAMIONS AU GAZ PLUS POLLUANTS ET CANCERIGENES QUE LE DIESEL ?

Selon des études commanditées par Transport & Environnement, les camions roulant au gaz naturel liquide entretiennent l'effet de serre et engendrent des cancers du cerveau. L'ONG demande aux législateurs de tourner le dos à cette solution.



Selon des études commanditées par Transport & Environnement, les camions roulant au gaz naturel liquide entretiennent l'effet de serre et engendrent des cancers du cerveau.

Voilà qui lance un sérieux pavé dans la mare. Selon l'ONG Transport & Environnement (T&E), les camions au gaz naturel liquide ne représentent aucune perspective de réduction des émissions nocives et émettent plus de particules cancérigènes. Pour affirmer cela, l'organisation se base sur de nouveaux tests indépendants qui tendent à démontrer que les camions au GNL ne sont pas meilleurs pour l'environnement que les camions au diesel, et polluent bien plus que ne le prétendent les fabricants. T&E, qui a commandité les essais sur route, déclare que seuls les camions neutres en émissions, à l'instar des véhicules à batterie électrique, devraient être soutenus par les législateurs. L'organisation demande que les stations de remplissage au gaz naturel soient exclues des objectifs européens d'infrastructure de distribution de carburant, et que le gouvernement français mette fin aux « *génereuses mesures d'incitation à l'achat accordées aux camions GNL* ».

Selon l'étude, le camion au GNL S-Way d'Iveco émet 13,4 % de gaz à effet de serre de plus que son équivalent diesel sur une période de 20 ans. « *Compte tenu du fait que le méthane a un impact beaucoup plus important sur le réchauffement climatique que le CO₂ dans les 20 ans qui suivent son émission, le récent rapport du Giec montre qu'il faut absolument le réduire afin d'éviter des hausses catastrophiques de température* », explique T&E. L'ONG reconnaît toutefois que si l'on ramène à une période de 100 ans, où le méthane est beaucoup moins puissant, le camion au GNL émet 7,5 % de moins que le diesel.

Pire encore, selon l'étude, le camion au GNL, par rapport au diesel, émet 37 fois plus de particules ultrafines qui pénètrent en profondeur dans l'organisme et sont liées à des tumeurs au cerveau. Par ailleurs, si les camions au gaz ont l'avantage sur les diesel, en ce qui concerne les émissions de NOx « *ils n'atteignent pas les économies de 90 % vantées par le fabricant* ». L'analyse de T&E a également conclu que l'alimentation des camions européens aux gaz renouvelables n'était pas envisageable. Rien que dans les six plus grands pays européens, la demande de biométhane, pour les camions, surpasserait largement la quantité disponible, selon elle.