



REVUE DE PRESSE

Semaines 22 - 26
29/05/2023 – 30/06/2023

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
- L'Antenne
- Stratégie Logistique
- Froid News
- Le Monde du Surgelé

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 :

info@lachainelogistiquefroid.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 L 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 Chaine 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

- **LSA**
 - Chronofresh investit pour profiter de l'essor de l'e-commerce alimentaire
- **L'Officiel des transporteurs**
 - Stef, Jacky Perrenot et Bert&You multiplient les tests
 - Le groupe Olano acquiert Philippe Bonnart Transports
 - FrigoTour – promouvoir les métiers sur le terrain
 - Bertrand Bompas, LA CHAÎNE LOGISTIQUE DU FROID, « attirer plus de transporteurs »
 - Valérie Lasserre, LA CHAÎNE LOGISTIQUE DU FROID, « nos inquiétudes portent sur la santé de nos clients et la crise énergétique »
 - Le transport frigorifique, un marché à 7,6 Mds€ en 2027
 - Des vélos-cargos en température dirigée dans Paris
 - Sofrilog veut donner plus de poids à l'activité transport
 - Les transports Verbeke & Fils pris dans la tourmente
- **L'antenne**
 - Sofrilog se renforce sur le port de Dunkerque
- **Froid News**
 - Sofrilog, la croissance au vert
 - STG consolide sa dimension nationale

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

- **Marché – le media de l'alimentaire**
 - Inflation : les produits laitiers frais ont résisté en 2022
 - Le Duff met fin à son projet d'usine de viennoiseries Bridor à Liffré
- **LSA**
 - Parts de marché : en juin, les indépendants rient, Casino pleure
 - Le redémarrage prudent de la filière volaille
 - Tous les chiffres sur l'e-commerce en France
 - Prix du porc, baisse de la consommation ... l'industrie charcutière sous forte pression
 - Charles de Kervénoaël, nouveau président d'Herta SAS
 - Un ancien dirigeant de Mars à la tête de Bonduelle
 - Lidl, Aldi, Netto... les discounters à l'assaut du frais
 - Casino devra recevoir les offres d'apports en fonds propre le 3 juillet au plus tard
- **Stratégie Logistique**
 - La France au 13^{ème} rang mondial : peut mieux faire !
 - Décarbonation du transport : mix énergétique requis
- **Le monde du surgelé**
 - Fédalis : Christophe Loison passe le relais à Jacques Déronzier
 - Consommation à domicile, Glaces : le moral est au beau fixe
 - Leclerc et Lidl gagnent encore du terrain
 - Biofrost, un magasin de surgelés tourné vers le bio

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

- **Stratégie Logistique**
 - L'entrepôt à étages manque de visibilité réglementaire
 - Lidl décarbone avec l'IA
- **Bulletin des transports et de la logistique**
 - Mise en place des ZFE-M
 - Futur règlement sur les émissions CO₂ véhicules lourds
 - Gazole, GNR, plus que 7 ans de ristourne
- **L'officiel des transporteurs**
 - Véhicules légers – une solution de réfrigération sans batterie et sans bruit
 - Des essieux à récupération d'énergie pour les groupes frigorifiques
 - Cap sur la réduction de l'impact environnemental
 - Traçabilité – Ekolis déploie une offre pour les VUL de transport frigorifique

PREMIERE PARTIE :

L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET LOGISTICIENS



Chronofresh investit pour profiter de l'essor de l'e-commerce alimentaire

La filiale de Chronopost spécialisée dans les colis alimentaires a ouvert l'an passé deux sites dédiés, en région parisienne et dans le Lyonnais. Tant pour s'affranchir de son « grand frère » que pour gagner en efficacité.

À Chilly-Mazarin, dans l'Essonne, Chronofresh dispose d'un nouvel entrepôt sous température dirigée doté de 2 500 m² de chambres froides.

Les enjeux

- **Auparavant, chez Chronofresh, le frais et le froid** étaient gérés par des entrepôts généralistes de Chronopost équipés de chambres froides.
- **La croissance de l'e-commerce alimentaire** rend difficile l'absorption de ces volumes accrus dans de petits espaces.
- **La spécialisation de deux sites** permet des économies d'échelle et une massification des tournées de livraison dans les zones denses, avec des camions dédiés.

Chronofresh, la filiale de Chronopost dédiée au transport express de produits frais et surgelés, surfe sur la croissance de l'e-commerce alimentaire. L'activité de l'entreprise a gagné 23% en 2022, surtout grâce aux entreprises comme Picard, Quitoque et Hellofresh livrant des particuliers ; ils représentent 70 % de son business. L'an passé, Chronofresh a livré 8 millions de colis alimentaires pour un chiffre d'affaires de 120 millions d'euros.

« Nous constatons à la fois une augmentation de l'e-commerce alimentaire BtoC, mais aussi une progression du BtoB, avec des chefs qui signent chez Chronofresh pour s'approvisionner chez des petits producteurs, ou des restaurateurs qui commandent sur des plates-formes », précise Benoît Frette, président de Chronopost, une filiale de La Poste.

Le prix de l'électricité est un vrai sujet. Évidemment pour la température de nos entrepôts, mais aussi pour nos livraisons.

Christophe Desgens, président de Chronofresh

Pour répondre à cette évolution, Chronofresh construit des entrepôts spécifiques dédiés à l'alimentaire. Les deux premiers ont ouvert en 2022 : l'un en Île-de-France, à Chilly-Mazarin (91), l'autre en banlieue lyonnaise, à Corbas (69). Ces sites sont mutualisés avec une autre activité du groupe ayant de forts besoins de réfrigération, Chronopost Healthcare, qui sert l'industrie pharmaceutique. Au total, les investissements représentent 22 millions d'euros, répartis à parts égales entre l'alimentaire et la santé.

Qui est Chronofresh ?

- **Fondé en 2015**, Chronofresh livre des colis alimentaires sous température dirigée.
- **Son activité est à 70% pour des clients BtoC**, comme Picard, Quitoque et HelloFresh, pour des livraisons à domicile.
- **Les 30% restants sont des échanges entre professionnels** qui souhaitent s'approvisionner rapidement en produits frais.
- **120 M€**, le CA de Chronofresh en France en 2022, à +23% vs 2021.
- **8 millions** de colis transportés en 2022

Des économies d'échelle

Avec 23 % de croissance en 2022, l'activité de livraison de colis alimentaires de Chronofresh progresse bien plus vite que l'ensemble de Chronopost (2,7% en 2022). Jusqu'ici, Chronofresh gérait ses livraisons via des espaces sous température dirigée de 300 m² au sein d'entrepôts généralistes du grand frère Chronopost. « Cela devenait impossible, avec l'augmentation des volumes, de gérer nos livraisons dans ces petits espaces », raconte Christophe Desgens, président de Chronofresh. Une question de place, mais aussi d'économies d'échelle. Dans les zones denses avec beaucoup de commandes, Chronofresh peut ainsi massifier ses tournées, avec des camions dédiés à cette activité.

Toutefois, dans les zones rurales avec peu de volumes, les camions de Chronopost continueront de donner un coup de main à Chronofresh. Car les dirigeants souhaitent continuer à s'appuyer sur la puissance du réseau d'une centaine d'agences et 13 hubs de livraison de Chronopost en France. Grâce à lui, un client peut s'approvisionner en vingt-quatre heures chez un producteur à l'autre bout du pays. Selon Chronofresh, ce

réseau et sa rapidité permettent à des producteurs d'étendre leur clientèle au-delà d'une consommation locale ou régionale.

Le développement de Chronofresh ne s'est toutefois pas fait sans accrocs. Comme d'autres ses concurrents, l'entreprise est fortement pénalisée par l'explosion des coûts de l'électricité, qu'elle n'a pas souhaité chiffrer. Tout juste sait-on que la facture annuelle d'électricité se compte en dizaines de millions d'euros. Car un entrepôt Chronofresh, c'est un frigo géant qui maintient les marchandises à bonne température avec une partie où le thermomètre descend jusqu'à - 30 °C pour les surgelés.

« *Les prix de l'électricité est un vrai sujet. Évidemment pour la température de nos entrepôts, mais aussi pour nos livraisons, car nous sommes passés massivement aux véhicules électriques ces dernières années, observe Christophe Desgens. Nous essayons de limiter ces impacts, notamment en installant des panneaux photovoltaïques sur nos sites, mais cela ne suffit pas.* » Malgré cette pression, la société est restée bénéficiaire en 2022, assure-t-il, sans en dire davantage. À titre indicatif, Chronofresh enregistrerait un résultat net de 6,18 millions d'euros pour un chiffre d'affaires de 90,5 millions en 2021. Soit un taux de marge de 6,83 %, qui a très probablement fondu en 2022 sous l'effet du réchauffement des prix.

Nous constatons une augmentation de l'e-commerce alimentaire BtoC, qui représente 70% de notre CA, mais aussi du BtoB.

Benoît Frette, président de Chronopost

Un maillage européen

Autre difficulté rencontrée l'an passé, le manque de glace. Les coûts de l'électricité exorbitants pour la fabriqueront fait passer certains producteurs sous le seuil de rentabilité, provoquant des faillites ou des interruptions temporaires d'activités, entraînant à leur tour des pénuries. Pour ne plus revivre cela, Chronofresh a profité de la création de ces entrepôts dédiés pour internaliser la production de neige carbonique, du dioxyde de carbone à l'état solide. Une machine installée à Chilly-Mazarin produit des petits pains de glace enveloppés individuellement dans du plastique, et qui sont ensuite placés dans les caisses transportant les marchandises. « *Nous en produisons 14 tonnes par jour pour alimenter tous les entrepôts du groupe en France* », précise Christophe Desgens.

L'Hexagone s'inscrit dans une nouvelle stratégie de livraison alimentaire du groupe La Poste en Europe. Car la « pieuvre » française possède une ribambelle de filiales européennes de transport de colis, réunies sous la maison-mère Geopost, dont font partie Chronopost et l'allemand DPDGroup. Des déploiements similaires ont déjà été lancés en Belgique et en Espagne, l'Italie démarre tout juste, tandis que les Pays-Bas sont dans les cartons et le Royaume-Uni à l'étude. Le groupe espère aussi développer un commerce transfrontalier entre ces entités.

MIX ÉNERGÉTIQUE

STEF, Jacky Perrenot et Bert&You multiplient les tests

Focus sur ces transporteurs « du froid » dont les flottes sont à la recherche du mix énergétique le mieux approprié à leur métier, entre longue distance et distribution dans des agglomérations de plus en plus soumises à la mise en place de zones à faibles émissions.



Le groupe Jacky Perrenot teste un groupe froid doté d'un système de réfrigération électrique autonome.

STEF s'est engagé dans une démarche climat baptisée « Moving Green ». Au programme : réduire de 30 % ses émissions de gaz à effet de serre (GES) d'ici à 2030 (-13,3 % en 2021 selon la direction) et intégrer ses sous-traitants à sa démarche. En matière d'énergies alternatives, STEF a mis le cap sur le B100 avec l'objectif d'alimenter un tiers de son parc PL à l'Oleo100, au bioGNV ou à l'électrique. Des solutions qui doivent constituer autant de sésames pour s'ouvrir l'accès aux zones à faibles émissions (ZFE) dans les grandes agglomérations françaises. Par ailleurs, le groupe se déclare en première ligne pour les tests en cours sur les camions électriques et pour les « avancées concernant l'utilisation de l'hydrogène » qu'il considère comme « l'énergie du futur ». Dans le cadre de sa démarche environnementale, STEF a recours à l'intelligence artificielle au travers d'une solution (DCbrain) permettant « une exploitation plus vertueuse du réseau de transport ainsi qu'une efficacité énergétique améliorée », explique Jean-Marc Platero, directeur des ressources techniques de STEF, qui a également instauré une démarche d'accompagnement de ses sous-traitants. Avec notamment une clause de réduction de l'empreinte

carbone intégrée au cahier des charges. Pour ses groupes froids, le numéro un européen du secteur entend capitaliser sur le projet Fresh₂, élaboré en collaboration avec Bosch, Carrier Transicold et Lamberet, lequel utilise une pile à combustible à hydrogène. Autre innovation : l'alimentation de la semi-remorque en électricité par un des essieux de la remorque en circulation.

LE TEMPS DES TESTS

Chez Jacky Perrenot, la transition énergétique est en marche depuis 2012. Sur les 6 000 moteurs en circulation, 15 % tournent déjà au GNC, au bioGNC, au bioGNL et à l'électricité. Au rayon gaz, l'unité Supra GNC maison offre une seule source de carburant pour alimenter à la fois le moteur et le groupe frigo au GNC et ce, avec un seul point de remplissage. Selon Denis Bertin, le directeur général Opérations et Développement du groupe, « cette technologie constitue une solution durable pour les livraisons urbaines⁽¹⁾ ». Depuis peu, le groupe drômois s'est ouvert au B100 et au HVO (*Hydrotreated Vegetable Oil*; huile végétale hydrotraitée) et prépare, pour fin 2023, l'intégration dans sa flotte de tracteurs à l'hydrogène dans le cadre de l'appel à projets Ryse en région Paca. Par ailleurs, il a mis en circulation deux porteurs électriques (Renault ZE 26 tonnes) doté d'un groupe électrique (Carrier Siberia) entraîné électriquement par le module de puissance Eco-Drive, lequel est alimenté hydrauliquement par le moteur du camion. « Ces véhicules ne génèrent aucune émission », assure Denis Bertin.

Jacky Perrenot a également recours à l'azote liquide pour alimenter certains de ses groupes froids. « Une solution zéro particule, qui garantit une empreinte carbone inférieure de 85 % par rapport à un groupe froid die-

CHOISIR LES ÉNERGIES ALTERNATIVES SELON L'USAGE

Entre court et long termes, les motorisations pour camions se positionnent sur des carburants alternatifs d'origine renouvelable (bioGNV, B100, ED95 et électrique-hydrogène) et fossiles (GTL et GNV). La chasse aux émissions de CO₂ reste le Graal de toutes les motorisations, avec les limites inhérentes à l'autonomie des véhicules, mais pas seulement : « L'inflation sur les prix des véhicules et les délais de livraison désormais plus longs pourront être des freins à cette transformation », souligne Jean-Marc Platero, directeur des ressources techniques du groupe STEF. Présentés comme des énergies de transition, les biocarburants ont le vent en poupe chez les transporteurs, frigoristes compris. ED95 (-88 % de CO₂), B100 (-60 %), B30 (-3,6 %). De l'avis des experts du secteur cités par le site Terre-TLF, la longue distance devrait à long terme adopter un mix énergétique constitué de l'électrique, du biogaz et de l'hydrogène vert. Dans les centres-villes où apparaissent de plus en plus de zones à faibles émissions (ZFE), la prime devrait aller à l'hydrogène vert, à l'électrique (PL et VUL), au bioGNV et au B100 si le Conseil d'État n'invalide pas son éligibilité, décidée par le président de la République en avril dernier. En tout cas, depuis le projet de loi de finances 2021, tous les véhicules achetés jusqu'au 31 décembre 2024 peuvent bénéficier d'un suramortissement. Par ailleurs, un décret du 27 avril 2022 prévoit une prime¹ au retrofit électrique pour les poids lourds.

S.B.

* 40 % du coût de transformation du véhicule à motorisation thermique dans la limite de 50 000 euros.

sel », estime le directeur qui pointe également le gain en termes de nuisance sonore pour l'accès aux ZFE.

Le groupe piloté par Philippe Givone – il vient de racheter la société lyonnaise Trans-Ajolans (10 M€ de chiffre d'affaires) – teste actuellement un groupe froid doté d'un système de réfrigération électrique autonome. En projet : des essais sur un groupe frigorifique à l'hydrogène.

Chez Bert&You, le « frigo » est une activité récente, depuis le rachat de Bourrat en 2018. Parmi les 1 100 moteurs du groupe, 80 ensembles roulent en température dirigée sous forme de trafics dédiés. Sur la quarantaine de tracteurs de la flotte au GNV (GNL et GNC), une trentaine est affectée aux lignes frigo (GNL principalement). Quant aux groupes de froid de dernière génération, ils fonctionnent au GNR mais devraient s'ouvrir à l'azote au premier semestre 2023. Le groupe vient de se doter d'un service « mobilités vertes » en charge de « préconiser les alternatives de demain en vue de réduire notre empreinte carbone », souligne Éric Cabailié, responsable de la communication. Ainsi ce test

sur deux porteurs électriques (un Volta Truck et un Renault ZE 16 t) vient d'être validé. Ajoutons le projet pilote monté avec Hyliko (*lire encadré*) et Point P pour la mise en place d'un tracteur et d'un porteur à l'hydrogène. L'entreprise a recours également à cinq tracteurs électriques (Blydd by Gaussin).

« Pour les ZFE, nous ferons un mix énergétique entre hydrogène, biogaz et électricité. Nous sommes convaincus qu'il n'y aura pas une seule solution mais plusieurs », prévient Éric Cabailié.

SALI BOULA / AGENCE TCA

(1) - 95 % d'émissions de particules ;
- 70 % d'émissions d'oxyde d'azote ;
- 20 % de CO₂.

<

Transport frigorifique

Le groupe Olano acquiert Philippe Bonnart Transports

En 2023, le groupe Olano poursuit sur sa bonne lancée de 2022 en matière de croissance externe. Le spécialiste basque du transport frigorifique a annoncé l'acquisition de son homologue Philippe Bonnart Transports. Cette transaction consolide la présence d'Olano auprès de ses clients du nord de la France. Basée à Warlincourt-lès-Pas dans le Pas-de-Calais, cette entreprise s'appuie sur un effectif de 80 collaborateurs et une flotte de 70 véhicules.

Renforcer ses actifs

Elle revendique un chiffre d'affaires annuel de 12 M€. Le groupe Olano poursuit ainsi sa

stratégie de croissance externe pour renforcer ses actifs. Dans le nord de la France, le transporteur avait notamment signé la reprise de Frigoscandia (62) en mai 2022 et, en décembre 2022, celle d'AgriTrans (62).

Cet appétit se traduit également au-delà des frontières hexagonales, avec le rachat en 2022 des sociétés espagnoles Devesa Express en mai, puis de Caudete Logistics en novembre. S'appuyant sur un effectif d'environ 3500 salariés et un parc de 1 500 véhicules, Olano revendique un chiffre d'affaires d'environ 600 M€. Il opère 57 implantations, dont 1 550 000 m³ d'entrepôts frigorifiques. ● D. O.

FrigoTour

Promouvoir les métiers sur le terrain



La promotion des métiers passe aussi par la communication au plus près du public. C'est notamment dans ce cadre qu'un camion frigorifique itinérant s'arrête dans plusieurs villes étapes, jusqu'au 15 juin 2023, pour promouvoir les métiers du froid dans le transport et la logistique. Nommé FrigoTour et organisé par La Chaîne logistique du froid, Transfrigoroute et l'AFT, cet événement est ouvert aux scolaires, aux demandeurs d'emploi, aux partenaires institutionnels et aux médias.

Cette opération vise à sensibiliser les publics aux métiers du froid, à faire naître des vocations et à dynamiser l'emploi dans ce secteur. Pour ce faire, le FrigoTour a été pensé comme un « Village du froid » itinérant, se déplaçant dans dix villes étapes en France, la plupart du temps dans des lycées de l'Éducation nationale partenaires de l'AFT qui ont accepté de mettre leurs locaux à disposition de l'événement. Chaque village est composé d'un stand d'accueil et d'information sur les métiers, d'un stand de démonstration comprenant une caisse frigorifique, un tracteur, un groupe frigorifique et un réfrigérateur domestique ou encore d'un stand de réalité virtuelle pour découvrir les métiers à 360°. Des professionnels du secteur tiennent par ailleurs cinq stands métiers, chacun spécialisé sur un thème : conduire, manipuler et préparer, réparer, entretenir et construire, organiser, encadrer et développer et nouvelles technologies et datas. Pour accueillir le public, chaque mercredi sera décomposé en trois parties. La matinée est consacrée aux jeunes en provenance de collèges, lycées généraux, technologiques et professionnels pour découvrir les métiers et échanger avec des professionnels. Les partenaires institutionnels et les médias sont conviés lors d'un cocktail déjeunatoire pour découvrir les stands et rencontrer les professionnels. L'après-midi est dédiée aux demandeurs d'emploi pour découvrir les stands mais aussi participer à des job-dating. ● GWENAËLLE ILY

l'Officiel
des transporteurs

Bertrand Bompas, La chaîne logistique du froid : "Attirer plus de transporteurs"



Crédit photo DR

À l'occasion de l'assemblée générale de La chaîne logistique du froid, à Lyon les 15 et 16 juin, Bertrand Bompas, directeur général adjoint de STEF, a été réélu président de cette association réunissant 120 entreprises de ce segment de marché. Une assemblée générale centrée sur un chantier phare, celui de l'attractivité, qu'il détaille ici pour L'Officiel des transporteurs.

L'Officiel des transporteurs : Vous avez centré votre Assemblée générale (AG) 2023 sur la création d'une marque sectorielle ; de quoi s'agit-il ?

Bertrand Bompas : Tous les ans, nous abordons un thème structurant et celui-ci l'est particulièrement, parce qu'il est partout difficile de recruter. Quand on regarde les statistiques démographiques, on peut même craindre que cela s'accroisse. Pendant trois mois, chaque mardi de 7 à 8 h, nous avons donc travaillé à sept adhérents, avec un consultant spécialiste des marques : qu'est-ce qui nous réunit ? Quelles sont les limites à son attractivité ?... Le résultat, ce sont 12

propositions, que nous avons soumises à nos adhérents lors de l'AG. La première d'entre elles, particulièrement symbolique, est de renforcer la marque en enlevant le mot « logistique » de notre nom, car il brouille les pistes pour le public.

L'O.T. : Quel est votre objectif en matière d'attractivité ?

B.P. : Il est double. Le premier est d'attirer les talents, à tous types de postes. Faire connaître nos métiers est ainsi la raison d'être du Frigo Tour, dont la dernière étape s'est déroulée à Lyon, sur le lieu de cette AG. C'est un axe stratégique. Notre second but est d'attirer plus d'entreprises, notamment de transport frigorifique, dans notre organisation. Nombre d'entre nous adhérons également à d'autres (TLF pour moi), mais la nôtre est la seule apporte des réponses et assure une veille sur les sujets propres au froid. Nous allons aussi enrichir l'offre de formation et développer le lobbying.

L'O.T. : Quels sujets-phares portez-vous dans ce cadre ?

B.P. : Il y en a plusieurs, mais celui qui est en avant en ce moment est celui des opérations de chargement-déchargement. Comme cela a été fait dans la péninsule ibérique, il faut déterminer qui est responsable de quoi et faire en sorte que les conducteurs fassent ce pour quoi on les a formés. Il faut dire stop aux dérives.

Le second sujet est le volet réglementaire de la transition énergétique et l'utilisation des gaz réfrigérants. Il existe un risque de déséquilibrer économiquement nos entreprises. Nous ne contestons pas le bien-fondé de la transition à conduire, mais tout ne peut pas être fait en même temps.

VALÉRIE LASSERRE, DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE DU FROID

« Nos inquiétudes portent sur la santé de nos clients et la crise énergétique »

L'association La Chaîne logistique du froid réunit des professionnels du transport et de la logistique du froid. Elle se veut porte-parole des problématiques et des enjeux spécifiques de la filière. Valérie Lasserre, sa déléguée générale, nous dresse un panorama des chantiers et des ambitions de l'association.

Qu'a accompli l'association La Chaîne logistique du froid en six ans ?

Valérie Lasserre : La Chaîne logistique du froid a six ans d'existence mais elle est ancrée sur des organisations professionnelles solides : l'Union syndicale nationale des exploitations frigorifiques (Usnef) et l'Union nationale du transport frigorifique (UNTF), avec le soutien de Transfrigoroute France, association sur les questions techniques du monde du transport frigorifique. Notre bilan est positif : la consolidation des organisations s'est faite sans perte d'adhérents, voire avec l'adjonction de nouveaux. Notre conseil d'administration est représentatif de la diversité des métiers que nous exerçons, de la taille de nos entreprises... Nous ne sommes pas là pour parler au nom des « gros » ou des « petits » mais des professionnels qui ont des problématiques. Une vraie synergie s'est opérée.

Quelle est votre feuille de route pour 2023 ?

V. L. : L'année 2022 était placée sous le thème de la transition énergétique. En 2023, le thème est l'attractivité des métiers, c'est l'un des piliers de notre feuille de route « Ambition 2024 ». Un certain nombre d'actions sont lancées comme le FrigoTour (lire l'encadré) – créé en partenariat avec l'AFT Transport et Logistique et Transfrigoroute France – afin de valoriser les métiers du transport sous température dirigée. Un camion de démonstration va faire dix étapes dans des lycées professionnels des Hauts-de-France, de Normandie, de Bretagne, de la façade atlantique, des Midi-Pyrénées, d'Aquitaine... pour finir à Lyon. Des démonstrations de matériel – casques de réalité virtuelle, simulateurs de conduite... – sont prévues pour valoriser les métiers du transport et de la logistique frigorifique auprès des étudiants et des demandeurs d'emploi.

Justement sur le recrutement, vos problématiques sont-elles identiques à celles du TRM ?

V. L. : On parle beaucoup de la tension sur les postes de conducteurs, mais elle concerne aussi les métiers de la logistique : agent de quai, préparateur de commandes... Nous voulons valoriser ces métiers qui rencontrent des difficultés de recrutement du fait



PHOTOS : LA CHAÎNE LOGISTIQUE DU FROID



d'une méconnaissance. Nous avons des problématiques communes avec le transport, mais nous avons aussi des exigences techniques. Nous transportons des marchandises sensibles, utilisons des matériaux spécifiques, nous avons des groupes de production de froid, il faut surveiller les températures... Nous avons besoin d'un profil différent des conducteurs classiques.

Après trois années de crise, comment se porte la filière « froid » ?

V. L. : Pour le moment, la filière ne se porte pas trop mal mais c'est compliqué de généraliser ce constat. Pendant la Covid-19, nous avons continué nos activités pour alimenter les grandes surfaces, mais ceux travaillant avec la restauration ont beaucoup souffert. En 2022 avec la grippe aviaire, les métiers du transport et de l'entreposage de volaille ont été fortement atteints. Attention donc à ne pas sous-estimer les difficultés sectorielles auxquelles sont confrontés nos adhérents ; nous sommes tributaires de nos clients de l'agroalimentaire, de l'industrie de la pêche, des fruits et légumes, de la viande, de la restauration, etc. L'année 2022 a été à peu près satisfaisante, car nous sommes revenus aux volumes d'activité d'avant-Covid-19, mais nous avons beaucoup d'inquiétudes pour 2023 concernant la santé de nos clients et la capacité de nos entreprises à faire face, entre autres, à la crise énergétique. Nous faisons du froid, donc nous sommes tributaires du prix de l'électricité. Il y a eu des aides mais il y a des trous dans la raquette, car elles ne s'adressent qu'à certaines typologies d'entreprises.

Comment les acteurs réagissent-ils aux inflations des prix de l'énergie ?

V. L. : La hausse de la fiscalité sur le gaz naturel renouvelable (GNR) a été reportée à 2024. Nous ne subissons donc « que » les variations des prix des carburants. Nous avons obtenu la mise en place du pied de facture pour le GNR, entré en vigueur le 1^{er} janvier 2023, qui nous protège car la variation des coûts est répercutée sur les clients. Sur le carburant de motorisation, nous sommes tous logés à la même enseigne. Nous avons fait face, là aussi en étant protégés par le pied de facture sur le gazole. Ce n'est pas forcément bien accueilli par les clients, mais la loi nous protège. La filière tient bon ; il semblerait que les prix de l'électricité et des carburants aient des frémissements à la baisse mais ils sont déjà à un niveau très élevé.

Quels sont les grands défis à venir de la filière « froid » ?

V. L. : Un autre enjeu est la révision sur la réglementation des fluides frigorigènes. Il existe une réglementation européenne sur les gaz fluorés (F-Gaz) mise en place en 2006, révisée en 2014 et en cours de révision. La réglementation initiale visait à limiter l'émission de gaz à effet serre avec un contrôle d'étanchéité, complétée en 2014 par un calendrier de réduction progressive des quantités mise sur le marché pour limiter leur utilisation. Le projet de révision tel qu'il se profile pourrait être catastrophique pour le transport frigorifique, car il veut accélérer la limitation du recours aux fluides frigorigènes (ou HFC) avec une interdiction à partir de 2027. Sur la réfrigération fixe, des technologies alterna-

atives existent, mais la question est économique pour les entreprises. Mais sur le transport, la question est technologique, les alternatives à la compression de gaz fluoré étant balbutiantes ! Certaines sont expérimentées mais ne sont pas adaptées à tous les usages, comme la cryogénie ou la compression de CO₂. Il faut donc se donner le temps de trouver des alternatives. Il y a des spécificités liées au froid, on a besoin qu'elles soient prises en compte, comprises et intégrées dans les réflexions des autorités nationales et européennes.

Sur les motorisations, comment les transporteurs appréhendent-ils le déploiement des ZFE-m ?

V. L. : Sur les ZFE-m, nous étions très inquiets de l'absence de concertation entre collectivités. Nous ne pouvons que saluer la mise en place de la cellule interministérielle. Nous espérons qu'il y aura une coordination et une harmonisation des règles. On ne peut que comprendre et soutenir le besoin de mettre en place des règles pour limiter les impacts environnementaux de nos activités, mais il ne faut pas que cela crée plus de difficultés. À Paris, les camions frigorifiques sont exclus des contraintes de la ZFE. Le jour où l'accès au centre est limité aux seuls véhicules porteurs d'une vignette Crit'Air 0 ou 1, cela ne s'appliquera pas à nos véhicules.

C'est une démarche intelligente, car l'autonomie d'une ville en produits frais est de 48 heures maximum.

Le secteur doit pourtant se saisir de ces sujets...

V. L. : Nous nous en saisissons : nous sommes vigilants à la motorisation de nos camions, à la classe énergétique de nos groupes... L'essentiel de nos camions est Euro 5, voire Euro 6, l'âge moyen du parc de camions frigorifiques en France est de 10 ans. Nous avons des camions très performants mais on voit se déployer de nouvelles exigences de motorisation, par exemple électrique, qui pose des problèmes d'autonomie, d'avitaillement et de production : on invite à limiter notre consommation pour faire face à la demande cet hiver, mais si on généralise l'alimentation électrique des voitures et camions, n'est-on pas en incohérence ? Aujourd'hui, tout le monde s'éloigne du gaz, à cause de son prix mais aussi car cette motorisation n'est pas aussi efficace que le diesel. On se débarrasse d'une solution technologique efficace pour la remplacer par une autre, dont le réseau d'avitaillement n'est pas développé, le coût énergétique énorme et l'achat initial du matériel élevé. Je crains qu'il n'y ait pas de marche arrière sur le diesel. C'est regrettable d'avoir tout misé sur une rupture technologique avant d'avoir réfléchi à une transition.

PROPOS RECUEILLIS PAR MARIE ALBESSARD

FRIGOTOUR, UN ÉVÉNEMENT DÉDIÉ AUX MÉTIERS FRIGORIFIQUES DU SECTEUR

Et si ta voie, c'était le froid ?

FrigoTour

Du 5 avril au 15 juin 2023

10 ÉTAPES EN FRANCE AVEC :

- Présentation des métiers
- Réalité virtuelle
- Simulateur de conduite poids lourd
- Job dating : apportez vos CV à jour

LA CHAÎNE LOGISTIQUE DU FROID

AFT ASSOCIATION FRANÇAISE DES TRANSPORTEURS ET EXPÉDITEURS DE PRODUITS FRAIS

Un camion frigorifique itinérant s'arrêtera dans plusieurs villes étapes, du 5 avril au 15 juin 2023, pour promouvoir les métiers du froid dans le transport et la logistique. Nommé FrigoTour et organisé par La Chaîne logistique du froid, Transfrigoroute et l'AFT, cet événement sera ouvert aux scolaires, aux demandeurs d'emploi, aux partenaires institutionnels et aux médias. Objectif : mettre ces métiers qui souffrent d'une forte méconnaissance du grand public sur le devant de la scène durant près de deux mois. Cette opération vise à sensibiliser les publics aux métiers du froid, à faire naître des vocations et à dynamiser l'emploi dans ce secteur. Pour ce faire, le FrigoTour a été pensé comme un « Village du froid » itinérant, se déplaçant dans dix villes étapes en France, la plupart du temps dans des lycées de l'Éducation nationale partenaires de l'AFT qui ont accepté de mettre leurs locaux à disposition de l'événement. Chaque village sera composé d'un stand d'accueil et d'information sur les métiers, d'un stand de démonstration comprenant

une caisse frigorifique, un tracteur, un groupe frigorifique et un réfrigérateur domestique ou encore d'un stand de réalité virtuelle pour découvrir les métiers à 360°. Des professionnels du secteur tiendront par ailleurs cinq stands métiers, chacun spécialisé sur un thème : « conduire », « manipuler et préparer », « réparer, entretenir et construire », « organiser, encadrer et développer » et « nouvelles technologies et datas ». Pour accueillir le public, chaque mercredi sera décomposé de trois parties. La matinée sera consacrée aux jeunes en provenance de collèges, lycées généraux, technologiques et professionnels. Ils pourront découvrir les métiers et échanger avec des professionnels. Les partenaires institutionnels et les médias seront conviés lors d'un cocktail déjeunatoire pour découvrir les stands et rencontrer les professionnels. L'après-midi sera dédié aux demandeurs d'emploi qui pourront découvrir les stands mais aussi participer à des job-dating.

GWENÉLLE ILY

Le transport frigorifique, un marché à 7,6 Mds€ en 2027

Comment capter l'explosion des flux sous température dirigée ? Telle est la question posée par le département Études *des Échos* dans une enquête sur le marché du transport de produits alimentaires sous température dirigée. Un secteur appelé à croître de plus de 20 % d'ici à 2027.

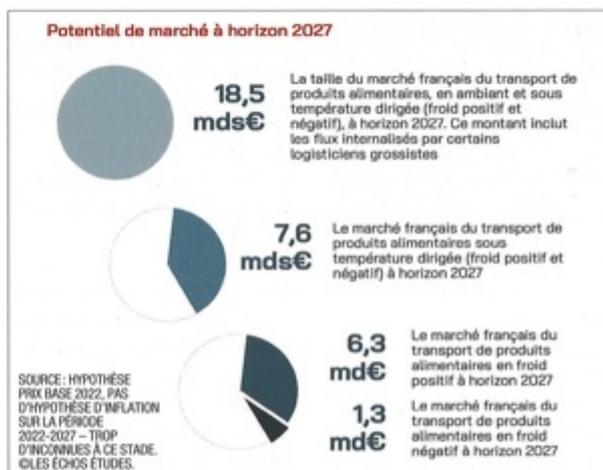
Selon *Les Échos Études*, qui a publié fin 2022 une enquête sur la filière du transport frigorifique, le marché du transport de produits alimentaires en température dirigée s'élève à environ 6,3 milliards d'euros : 5,2 Mds€ pour les produits alimentaires en froid positif et 1,1 Md€ en froid négatif. Entre 2017 et 2021, ce marché a connu une croissance annuelle de 1,2 %. Environ un tiers des flux sont internalisés par les logisticiens grossistes.

QUELLES TENDANCES ?

Parmi les informations à retenir, plusieurs tendances ont marqué la filière alimentaire. Tout d'abord, le développement des circuits courts, qui n'en est qu'à ses débuts, mais aussi la croissance de l'e-commerce alimentaire qui transforme le modèle du transport frigorifique, « favorisant la livraison de colis, les flottes de VUL, des outils de tracking sophistiqués et une gestion d'entrepôt différente du modèle traditionnel de livraison à la grande surface alimentaire ». Les produits frais ont également la cote alors que, sous l'impulsion d'innovations produits et de virages entrepris dans les stratégies de distribution, le marché des surgelés a progressé de 9 % entre 2019 et 2021.

La restauration commerciale fait quant à elle face à certaines évolutions. Par exemple, les structures professionnalisent à la fois leurs achats et leur logistique, n'hésitant plus à externaliser la livraison. La restauration collective, qui, bien qu'ayant souffert des confinements et surtout du déploiement du télétravail, voit son chiffre d'affaires revenir en 2022 à son niveau d'avant-crise sanitaire.

D'autre part, cette étude souligne que le paysage du transport de produits alimentaires a considérablement évolué par rapport aux pratiques d'il y a dix ans. En effet, le respect de la chaîne du froid s'impose de plus en plus à l'ensemble des acteurs. Ce qui n'est pas sans conséquences. L'institut d'études de marché évoque tout d'abord la professionnalisation de pratiques logistiques chez certaines familles d'acteurs de la chaîne alimentaire, citant l'exemple des restaurateurs qui recourent de plus en plus à des transporteurs proposant des livraisons sous température dirigée là où, auparavant, ils utilisaient leur propre véhicule pour aller faire leurs achats au Marché d'intérêt national (MIN). Il évoque également l'évolution des pratiques chez les logisticiens qui utilisent de plus en plus d'outils de traçabilité connectés afin de s'assurer que la chaîne du froid



est respectée sur la totalité de la chaîne logistique du produit.

Si, en dix ans, les pratiques de la chaîne du froid se sont donc professionnalisées et modernisées, elles seraient encore amenées à évoluer, car le développement de la logistique urbaine nécessite de plus en plus le recours à des VUL (transports de colis) là où la grande majorité des prestataires dispose principalement d'une flotte de PL. Le paysage des flottes pourrait donc probablement évoluer au cours de la prochaine décennie.

Autre enjeu : la production de froid qui consomme 20 % de l'électricité mondiale et contribue pour 8 % à l'effet de serre. À l'avenir, certains fluides frigorigènes pourraient être interdits et la réglementation F-Gaz sur les fluides devrait évoluer.

POTENTIEL DE MARCHÉ À HORIZON 2027 ?

D'après *Les Échos Études*, l'ensemble des facteurs conjoncturels et structurels sont favorables à la croissance du marché du transport sous température dirigée, notamment pour le colis et

le VUL, à moyen terme. Si l'on en croit ses estimations, le marché français du transport de produits alimentaires sous température dirigée atteindrait 7,6 Mds€ (+21 % comparé à 2021) à horizon 2027 : 6,3 Mds€ pour le transport de produits alimentaires en froid positif (+21 %) et 1,3 Md€ en froid négatif (+18 %).

L'inflation, les incertitudes économiques et l'érosion du pouvoir d'achat des ménages auront pour conséquences de freiner la vente de produits premium comme le frais et de retarder la progression de l'offre de transports dédiés à ce segment.

L'engouement pour la consommation de produits locaux devrait par ailleurs favoriser les livraisons en circuit court, en colis (ambient ou température dirigée selon les cas), et inciter les transporteurs à mettre en place des stratégies de grossistes, sous forme de partenariats avec des marketplaces. « Il est possible que l'on assiste à l'émergence d'un mouvement où ce sont les transporteurs qui deviennent grossistes », conclut l'étude.

FLORENCE FALVY

Des vélos-cargos en température dirigée dans Paris

L'entreprise Lapeyre Logistique, qui est installée sur la plateforme logistique Sogaris de Rungis (Val-de-Marne), continue d'innover par le lancement d'une offre de messagerie dans Paris en vélo-cargo électrique sous température dirigée.

Lapeyre Logistique, qui est spécialisée dans la préparation, le stockage et le transport de produits alimentaires, notamment sous température dirigée, est en train de changer de direction mais maintient le cap de la transition écologique. L'entreprise de Rungis a en effet lancé, mi-décembre 2022, une offre de vélo-cargo en température dirigée grâce à la production d'air ventilé. Une vingtaine d'ensembles sont opérationnels à partir du quatrième arrondissement de Paris. Les « riders » des vélos-cargos livrent des clients en restauration hors domicile localisés dans les sept premiers arrondissements de la capitale, mais également dans les 10^e et 11^e arrondissements. L'objectif de Lapeyre Logistique est de mailler, dans les mois à venir, l'ensemble de la ville, même si les demandes se concentrent sur les zones d'ores et déjà couvertes. Pour des raisons liées à l'avitaillement, l'entreprise, fondée par Pascal Lapeyre et aujourd'hui dirigée par Thomas Barbier, a fait le choix de l'électrique même si l'hydrogène peut ultérieurement être retenu.

EN MODE START-UP

« Le business model de cette nouvelle activité demeure fondé sur celui de la messagerie. Les livraisons sont ventilées à partir du dépôt situé dans le quatrième arrondissement.



Thomas Barbier, directeur général de Lapeyre Logistique.

Pour cette nouvelle offre, notre fonctionnement est assimilable à celui d'une start-up. L'organisation est ainsi appelée à évoluer afin de garantir un modèle opérationnel cohérent qui tienne notamment compte des impératifs de fonctionnement des industriels du secteur alimentaire », explique Thomas Barbier, directeur général de Lapeyre Logistique. Selon le dirigeant, les tournées, qui sont à ce jour effectuées en rosace à partir du dépôt durant toute la matinée, sont « complémentaires des activités de livraison en poids lourds ou en véhicules utilitaires légers ». Au-delà de l'offre nouvelle que représentent ces vélos-cargos, l'un des principaux objectifs de Lapeyre Logistique consiste à maintenir la qualité de service habituelle : « Notre approche est qualitative et professionnelle, que ce soit à

travers un matériel générant du froid embarqué ou grâce à notre personnel qui est formé sans aucun recours à de la sous-traitance. Nos livreurs sont maîtres de leur environnement et au fait des spécificités propres à leurs tournées », observe Thomas Barbier qui se félicite « de la bonne perception par l'industrie agroalimentaire » de cette offre.

L'ENJEU DE LA REVERSE LOGISTIQUE

Le directeur général se projette déjà. « À ce stade, nous sommes face à deux principaux enjeux. Le premier concerne les dépôts : il faut trouver des lieux qui n'occasionnent ni gêne du voisinage ni gêne sur la voirie. Ils doivent également présenter un certain nombre de caractéristiques touchant à l'accueil des collaborateurs ou à la possibilité d'y stocker le matériel roulant. En réalité, il s'agit là d'un défi qui nécessite d'y consacrer beaucoup de temps. Le second a trait à la reverse logistique. Il faut savoir que dans 30 % des cas, la livraison ne se fait pas du premier coup. Ce qui suppose d'être en mesure non seulement de repasser ultérieurement au point de livraison, mais plus encore de stocker dans les conditions adéquates, notamment compatibles avec la gestion des dates de péremption les produits que les clients absents n'ont pas pu réceptionner », détaille Thomas Barbier. Concernant les futurs

dépôts, Lapeyre Logistique évalue en outre deux solutions de stockage des produits, soit en fixe, soit en mobile. La solution retenue devra aussi tenir compte du déploiement à compter du second semestre 2023 d'une offre équivalente en BtoB, principalement destinée à des acteurs qui souhaiteraient se lancer dans l'e-commerce. Ceux-là seraient alors livrés sur la seconde partie de journée, à partir de la fin de matinée et jusqu'à 21 heures. Souvent affectées par la densité de la circulation et l'aménagement urbain, les livraisons dans Paris sont généralement difficiles. Pour le moment, l'offre de Lapeyre Logistique échappe à ce constat : « La circulation des vélos-cargos sur la voirie se passe plutôt bien. » Le directeur général s'interroge toutefois en cas d'industrialisation du modèle et de l'arrivée de concurrents : « Y aura-t-il assez de place pour différents opérateurs ? » D'autant que dans la perspective des Jeux olympiques de 2024 et du très grand nombre de personnes devant séjourner dans Paris cet été-là, l'offre de livraison en vélo-cargo électrique sous température dirigée pourrait effectivement être amenée à se développer.

Une chose semble certaine : Lapeyre Logistique sera prêt et a même quelques longueurs d'avance.

ANTOINE DUFEU

Sofrilog veut donner plus de poids à l'activité transport

Si la logistique de produits alimentaires en frigorifique a d'abord été sur le devant de la scène chez Sofrilog, le transport tend à gagner du terrain. L'ambition : doubler le chiffre d'affaires de cette activité tout en investissant dans le dernier kilomètre et le B100. Le rapprochement récent avec NJS Faramia va dans ce sens.



PHOTOS : SOFRILOG

Sofrilog mise sur le B100 avec l'arrivée de cinq véhicules en 2023.

LA TRAÇABILITÉ, « LE NERF DE LA GUERRE »

Avec sa solution WMS (Tesfri), Sofrilog dit garantir une traçabilité totale des produits. « En cas d'alerte sanitaire sur un lot identifié, nous sommes capables grâce à nos outils et à nos process de remonter à nos clients la localisation des palettes concernées en moins de deux heures », assure le directeur commercial Sébastien Bossard, selon qui la traçabilité est « le nerf de la guerre ». Le groupe suit également de près les températures grâce à des sondes dans les entrepôts et les camions (système fourni par JRI). « Nous avons ainsi une vision en temps réel des courbes de température avec un archivage », poursuit-il. Une politique dans laquelle le conducteur a un rôle clé. D'après le directeur Rui Pereira, la sensibilisation aux enjeux et au respect des températures est donc au cœur des formations de Sofrilog. Cette stratégie, poussée par l'accélération de la digitalisation de l'acte de livraison avec les conducteurs et les sous-traitants, se traduira par de nouveaux investissements. « Demain, nous souhaiterions faire évoluer nos outils pour favoriser la relation et l'information clients. Les services (heure de livraison...), déjà en place pour Cofrais, seront élargis à l'ensemble du périmètre comme un prérequis pour être facilitant dans l'acte de livraison », indique le directeur. Dans ce but, la solution Truckonline, interconnectée au TMS, poursuivra son déploiement en 2023. Prochaine étape dans ce plan de digitalisation : « Arriver à du zéro-papier. »

F. F.

« **P**lacer le client au cœur de la stratégie, c'est notre ADN », annonce

d'emblée Rui Pereira, directeur général de Sofrilog. Cette SA, qui est devenue un groupe juridique unique en 2019, propose aujourd'hui une palette de services « la plus étendue possible et innovante ». Cette dernière s'est étoffée au fil des années. À ses débuts, en 1947, l'entreprise, alors dénommée « Sofrino » (Société frigorifique de Normandie), dispose d'un entreposage frigorifique à Caen avant de s'étendre sur la Normandie et de se lancer, au début des années 1960, dans l'élaboration de plats surgelés. Plus de soixante ans plus tard, le logisticien du froid propose

un panel de prestations logistiques, comme l'entreposage en froid négatif de -18° C à -25° C, la préparation de commandes, le dépotage/empotage de conteneurs pour l'export et le grand export, des prestations de reconditionnement, type copacking, ou encore l'étiquetage.

En parallèle, le groupe s'est diversifié dans le transport en 2007 avec la création du réseau Sofrilog et la volonté de devenir n°2 du marché. Depuis, quatre dates clés à retenir. 2009 avec l'acquisition des Transports Bataille (Caen) ; 2011 avec une prise de participation dans Oofrais, spécialisée dans la livraison du dernier kilomètre en température dirigée à destination des professionnels et des particuliers. Avant d'entamer une accélération en 2021 dans l'extension de son réseau de transport et de distribution avec la reprise des activités de Panalog, à Châtellerault (86) et Agen (47), puis à Mâcon en 2022. « Aujourd'hui, Sofrilog embrasse tous les métiers de la distribution sous température dirigée : groupage, dégroupage, livraison du dernier kilomètre... Et, depuis 2022, nous proposons un service de commission de transport et de pilotage de flux à l'échelle nationale et internationale », complète Sébastien Bossard, directeur commercial. Une gamme de services qui a été complétée en 2021 avec la re- ..

• prise de Sotralim à Dunkerque, spécialiste du stockage et du conditionnement surgelé (pour les produits de la mer principalement).

Société à actionnariat familial (Blanchard) qui siège à Caen (14), Sofrilog revendique aujourd'hui un portefeuille de plus de 2 500 clients réguliers, avec une majorité d'acteurs industriels de l'agroalimentaire (40 % du chiffre d'affaires), de la grande distribution (45 %) et de la RHF (grossistes généralistes et spécialisés, chaînes de restauration) qui représentent 15 % du chiffre d'affaires. Le groupe, qui emploie 1 400 collaborateurs dont 400 conducteurs (incluant l'effectif de NJS Faramia acquise en janvier 2023), gère aujourd'hui 42 entrepôts frigorifiques, de plus en plus automatisés et robotisés, pour une capacité totale

de stockage de 1,4 million de mètres cubes. Il s'appuie en parallèle sur 20 implantations transport à l'échelle nationale. « Le chiffre d'affaires connaît une évolution constante et dynamique, l'axe étant mis depuis quelques années sur le déploiement du transport », indique Sébastien Bossard qui mentionne un chiffre d'affaires de 148 M€ en 2021.

DOUBLER LA PART DU TRANSPORT

Une stratégie que souhaite poursuivre le groupe. Aujourd'hui, la logistique représente en effet 75 % du chiffre d'affaires et le transport 25 %. L'ambition de Sofrilog est de « s'approcher de l'équilibre à moyen terme », poursuit le directeur commercial.

Une stratégie qui va de pair avec l'extension de son réseau.

Sofrilog gère, aujourd'hui, 42 entrepôts frigorifiques, comme celui de Cergy ouvert en 2022.



Après l'intégration de plusieurs agences transport de Panalog, comme évoqué plus haut, Sofrilog a profité du rapprochement avec NJS Faramia⁽¹⁾ spécialisée dans le transport et la logistique sous température dirigée, en janvier dernier, pour renforcer sa couverture nationale dans le Sud-Est et en Île-de-France. De quoi « multiplier par quatre » sa couverture transport. Aujourd'hui, la volonté est d'aller sur des zones encore non couvertes, comme le Nord-Est de la France, et « de continuer à étoffer notre offre en croissance organique ou par le biais d'opérations de croissance externes si des opportunités se présentent », complète Rui Pereira, selon qui il n'y a pas de dossiers actuellement à l'étude.

ALLER VERS LE B100

En parallèle, Sofrilog continue son développement transport du dernier kilomètre avec sa filiale Oofrais (65 véhicules légers) par croissance organique. Déjà présente à Paris, Lille, Avignon, Caen, Rouen, Bordeaux, Lyon et depuis peu à Strasbourg, le groupe Sofrilog souhaite à présent renforcer sa présence à Lyon et s'implanter à Toulouse par le biais de nouvelles plateformes de logistique urbaine (PLU) courant 2023. Signataire de la charte Objectif CO₂ depuis 2020, le groupe

doté d'une flotte de 240 véhicules, composée de porteurs, VL et semi-remorques, prévoit que, d'ici à 2024, 30 % de son parc sera composé de véhicules propres. Il opère déjà une vingtaine de véhicules au gaz, en Île-de-France, et fait aussi appel à la sous-traitance (qui représente un tiers) pour le transport, avec, pour certains, des partenariats pour co-investir dans cette énergie. En parallèle, le groupe teste des véhicules électriques mis en service par NJS Faramia et Oofrais et s'appête à accueillir, en 2023, cinq véhicules au B100 dans le cadre du renouvellement du matériel roulant. « Nous avons la volonté d'être un acteur vertueux mais nous nous heurtons à deux freins majeurs : la disponibilité des véhicules et leur surcoût... significatif. Le gaz est aujourd'hui une alternative moins crédible. Raison pour laquelle nous mettons le holà sur cette énergie. Et si l'électrique est une bonne solution, il faut toutefois composer avec une faible autonomie », poursuit la direction.

DES INVESTISSEMENTS DANS LA LOGISTIQUE

En parallèle, Sofrilog poursuit ses investissements dans la logistique pour densifier encore davantage son maillage. Après l'ouverture en 2022 d'un nouveau site tri-température

ZOOM SUR QUELQUES DATES CLÉS

- **2007** : Sofrino et Sofrica créent le réseau Sofrilog. Sur le plan logistique, l'entreprise passe le seuil de 1 million de m³.
- **2008** : déploiement en Rhône-Alpes/Sud-Est avec la reprise de quatre sites.
- **2009** : Sofrilog se lance dans le transport avec la création de Sofrilog Distribution (en région parisienne) et acquisition des Transports Bataille (Caen).
- **2011** : Sofrilog se lance dans la distribution fine à Caen et à Paris avec la filiale Oofrais, experte dans la livraison du dernier kilomètre.
- **2015** : renforcement en région parisienne avec trois entrepôts dédiés aux flux de distribution à Orly.
- **2018** : développement d'une flotte de véhicules gaz en région parisienne.
- **2019** : Sofrino acquiert Sofrica : Sofrilog devient un groupe juridique unique, il se déploie à l'international avec la création de LMFL au Maroc et ouvre son capital.
- **2020** : Sofrino prend le nom de Sofrilog et 5 % de la flotte passe au gaz.
- **2021** : reprise des agences transport Panalog à Châtelleraut et Agen.
- **2022** : Sofrilog poursuit le développement de son offre dans la région Centre-Est avec la reprise de l'agence transport Panalog à Mâcon et ouvre une nouvelle plateforme de logistique urbaine Oofrais à Strasbourg.
- **2023** : rapprochement entre Sofrilog et NJS Faramia. F. F.

(Sofrilog Cergy⁽¹⁾), à Saint-Ouen-l'Aumône dans le Val-d'Oise, visant à renforcer son implantation en Île-de-France, le groupe va lancer des travaux d'agrandissement de deux entrepôts en Rhône-Alpes (4 000 m² supplémentaires) et dans le Sud-Ouest (3 000 m² en plus) d'ici à 2024. L'acquisition d'un site existant de 5 500 m² dans l'Ouest est également prévue en 2023.

En logistique, le groupe continue également de porter une attention particulière à la consommation énergétique de ses sites, et notamment la production de froid qui doit garantir à l'intérieur des entrepôts une température négative constante. À ce titre, l'entreprise normande dit avoir engagé depuis plusieurs années d'importants investissements dans ses installations frigorifiques. Aujourd'hui, 90 % de sa production de froid est assurée par des gaz neutres (principalement de l'ammoniac et du CO₂), avec pour ambition de produire 100 % de son froid avec ces gaz d'ici à 2026.

À noter également que le groupe a pour projet d'équiper ses entrepôts de panneaux photovoltaïques. Enfin, un autre projet à l'international, initié en 2019, ressort, quant à lui, des cartons : celui de construire un site tri-température de près de



D'après le directeur, Rui Pereira, Sofrilog est en recrutement permanent. Plus de 50 postes (conducteurs, opérateurs logistique...) sont actuellement ouverts.

5 000 m² à Casablanca (Maroc). D'après Rui Pereira, le chantier va démarrer au second semestre 2023 pour un investissement avoisinant les 15 millions d'euros.

FLORENCE FALVY

(1) 170 collaborateurs ; 17,2 M€ de chiffre d'affaires en 2021 ; 120 cartes grises ; cinq agences transport et deux entrepôts à Vitrolles et Nice.
(2) 18 000 m² en froid négatif, 1 050 m² en froid positif et sec et 13 portes à quai.



D'après Sébastien Bossard, directeur commercial, l'entreprise est en capacité d'intervenir en moins de deux heures en cas d'alerte sanitaire.



Le groupe opère déjà une vingtaine de véhicules au gaz, en Île-de-France, mais considère que cette énergie a perdu en crédibilité au regard de la flambée des prix en 2022.

Les Transports Verbeke & Fils pris dans la tourmente

Spécialisés dans le réfrigéré, les Transports Verbeke & Fils (Somme) ont 53 ans d'existence. Aujourd'hui, cette SAS à taille humaine est pilotée par Vincent Verbeke, le fils des fondateurs, qui entame cette nouvelle année non sans inquiétude. Il s'est confié sur les difficultés rencontrées et sa crainte de voir son fils reprendre le flambeau.

Face aux difficultés qui s'accumulent et à la hausse des coûts (des matières premières, de l'énergie, des salaires...), certains transporteurs se disent impactés et inquiétés par cette inflation et se voient affectés dans le développement de leur entreprise.

C'est le cas de Vincent Verbeke, dirigeant des Transports Verbeke & Fils, entreprise fondée en 1970, également délégué sur le secteur nord-est et la région parisienne au sein de la chaîne logistique du froid. Il se dit nostalgique d'une époque qui était plus sereine : « *Du temps de mes parents, lorsqu'il y avait un mois difficile, on pouvait se relever. Aujourd'hui, ce n'est plus possible.* »

Lui est arrivé dans l'entreprise familiale à l'âge de 18 ans. C'était en 1983.

UNE AFFAIRE DE FAMILLE

Comme sa mère, il s'est tout d'abord installé derrière un volant, titulaire d'un CAP de conducteur routier. Une suite logique, d'après lui, alors que son père connaissait des problèmes de santé. Trois ans plus tard, l'entreprise embauche son premier salarié. Et c'est en 2007 que Vincent Verbeke reprend la relève aux côtés de sa mère avant d'être seul aux commandes à partir de 2013. L'entreprise, alors située à Conteville (Oise), à proximité de son plus important client, déménage à 200 kilomètres plus à l'est, près d'Amiens, et s'installe à Essertaux, dans le dé-

partement de la Somme dans la zone d'aménagement concerté à proximité de l'autoroute A16, baptisée « L'Européenne ».

Aujourd'hui, Vincent Verbeke détient 100 % des parts de cette SAS. Sur 40 salariés, 28 sont conducteurs, dont 4 apprentis et 14 ex-apprentis.

À l'origine dédiée au transport d'endives, l'entreprise effectue désormais la livraison de transports frigorifiques (produits frais ou surgelés) par lot ou palette. « *80 % de l'activité concernent le ramassage de fruits et légumes auprès de cultivateurs et 20 % d'œufs auprès des coopératives agricoles à destination de la grande distribution, soit 60 à 80 clients par jour. Au quotidien, une quinzaine de camions prennent la route, représentant près de 500 palettes.* »

Les Transports Verbeke & Fils livrent les produits sur le Nord, la Normandie, la région parisienne et en particulier au MIN de Rungis.

LE MORAL EN BERNE

Lorsque l'on interroge Vincent Verbeke sur l'évolution de ses activités, le sourire se crispe. « *Nous avons toujours connu une croissance annuelle de 100 000 euros. 2021 a été une très bonne année avec un chiffre d'affaires établi à 3,6 M€. Nous avons eu peu de casses et nous avons été peu impactés par le gasoil. 2022 a été tout autre. Certes, le chiffre d'affaires a légèrement progressé pour atteindre environ 3,7 M€, mais le bénéfice s'annonce moins bon. L'année dernière, nous n'avons pas pu*

investir dans le renouvellement de la flotte en raison des problèmes d'approvisionnement. Il y a donc eu plus de casses, ce qui a engendré des coûts supplémentaires. »

D'après lui, il a fallu aussi composer avec la grippe aviaire, la pénurie de gasoil, mais aussi avec un pouvoir d'achat en berne et donc une demande moindre pour des fruits exotiques (avocat, mangue...). À cela s'ajoute la hausse des coûts d'acquisition des véhicules. « *En un an, le prix du camion a augmenté de 22 000 euros, une remorque de 18 000 à 20 000 euros! Les assurances pour les véhicules, la mutuelle santé... tout augmente! Vous avez beau essayer de faire jouer la concurrence, le résultat est le même!* » Sans oublier la revalorisation des salaires. « *Si ce coup de pouce a été nécessaire pour remobiliser*

les troupes, ce n'est pas sans impact pour notre entreprise. »

Alors, pour faire face, les Transports Verbeke & Fils ont opté en 2022 pour une revalorisation tarifaire de 3 % en septembre et une nouvelle augmentation de 6 % au 1^{er} janvier 2023, quand les organisations professionnelles et syndicales réclamaient 8 %. Mais, pour lui, ce ne sera malheureusement pas suffisant. « *Pour justifier cette nouvelle augmentation de nos tarifs, nous avons détaillé toutes les hausses auxquelles nous devons faire face cette année. Deux de nos clients ne l'ont pas acceptée mais, globalement, cette deuxième revalorisation passe mieux. Malheureusement, nous avons dû arrêter les relations commerciales avec cinq à six petits cultivateurs car ce n'était pas assez rentable. Cela fait un pincement au cœur car c'était*

des clients fidèles. Mais, dans le contexte actuel, nous ne pouvons plus nous permettre de faire 30 ou 50 km de détour pour une seule palette quand le prix moyen avoisine 40 euros la palette. »

UNE TRANSMISSION À VENIR

« *En six mois, j'ai pris 10 ans! Je ne dors plus tranquille. Le souci n'est pas de livrer nos clients mais tous les à-côtés. Un jour c'est la difficulté d'acheter des véhicules et des pneus, le lendemain c'est la flambée du prix du gasoil et les problèmes d'approvisionnement, le jour d'après ce sont les pannes... Tous les jours, je me demande ce qu'il va nous arriver. Par exemple, en janvier, nous avions un camion en panne, bloqué au parking car nous ne savions pas quand le constructeur allait recevoir les pièces,*



Loïc Verbeke (en haut à droite), qui incarne la 3^e génération, se prédestine à reprendre l'affaire familiale fondée en 1970.

poursuit Vincent Verbeke qui décrit « *une angoisse permanente, un stress et une grosse fatigue moralement* ». Il ajoute : « *Je ne voudrais pas à avoir revivre la même année 2022. Mais 2023 sera une année très com- ...*

« L'ÉCOLOGIE NOUS TUE ! »

Depuis février, tous les tracteurs respectent la norme Euro 6. Les Transports Verbeke & Fils viennent d'entamer leur transition énergétique en optant pour le B100 afin d'intervenir sur le territoire parisien. Le premier véhicule a été livré en janvier « avec six mois de retard », note le patron Vincent Verbeke. Une cuve prendra, quant à elle, place courant février sur le site d'Essertaux. « La réglementation ne nous incite pas à acheter des camions propres car nous n'avons pas les moyens. » Quant à l'énergie électrique, le transporteur a un avis bien tranché. « Que va-t-il se passer si nous devons faire face à des coupures d'électricité ? Le client va-t-il accepter des retards de livraison ? Il faut qu'ils soient livrés à temps alors que nous devons aussi composer avec des flux tendus toujours plus courts.

pliquée. On le voit déjà, dès les premiers jours de janvier. Je perçois une certaine morosité ambiante. D'habitude, je positive. Mais pas là. »

Le patron, qui se dit assez anxieux de nature, s'interroge donc sur l'avenir de son entreprise. Son fils Loïc (32 ans), actuellement sur la route, souhaite suivre ses traces et celles de ses grands-parents et se prédestine à reprendre le flambeau. « Nous en parlons, nous préparons la transmission et

nous nous donnons cinq à sept ans pour concrétiser ce projet, précise Vincent Verbeke. Si mon fils ne reprenait pas l'entreprise, je l'aurais vendue. J'ai vraiment peur pour la suite. J'aborde souvent le sujet avec lui. Lui est confiant, car il n'a pas conscience des problèmes stratégiques inhérents à la vie d'une entreprise. »

En attendant, Vincent Verbeke préfère jouer la carte de la prudence, quitte à reporter certains projets comme l'agrandisse-

Faire de la distribution urbaine, c'est plus d'entrepôts à l'entrée des villes et donc des terres en moins. C'est trouver du personnel en plus pour les livraisons en vélo-cargo. Ne parlons pas du temps d'attente pour les chauffeurs. C'est aussi un coût. On marche sur la tête ! Et que dire de la grande distribution... Dernièrement, nous avons dû faire 60 kilomètres pour un seul colis d'endives. Je me suis fâché avec le client. C'est à nous, les transporteurs, d'avoir le courage de dire à nos chargeurs que nous n'acceptons pas cela. Il y a cinq ans j'ai injecté 100 000 euros dans une cuve gazoil. Maintenant, on nous dit plus de gazoil. Ça fait mal au cœur d'avoir réalisé un tel investissement. » La conclusion colle à son agacement : « L'écologie nous tue ! »

F. F.

ment de son site. Actuellement, l'entreprise dispose de deux entrepôts sur son siège : l'un de 1 000 m², l'autre de 800 m². « Nous devons acheter un terrain en 2023 pour gagner des mètres carrés, à la fois pour le parking et l'entreposage. Il y a cinq mois, ce projet était encore d'actualité. Aujourd'hui, j'hésite et je fais marche arrière. C'est un investissement significatif : près de 200 000 euros rien que pour le terrain en sachant que nous n'avons pas

REPÈRES

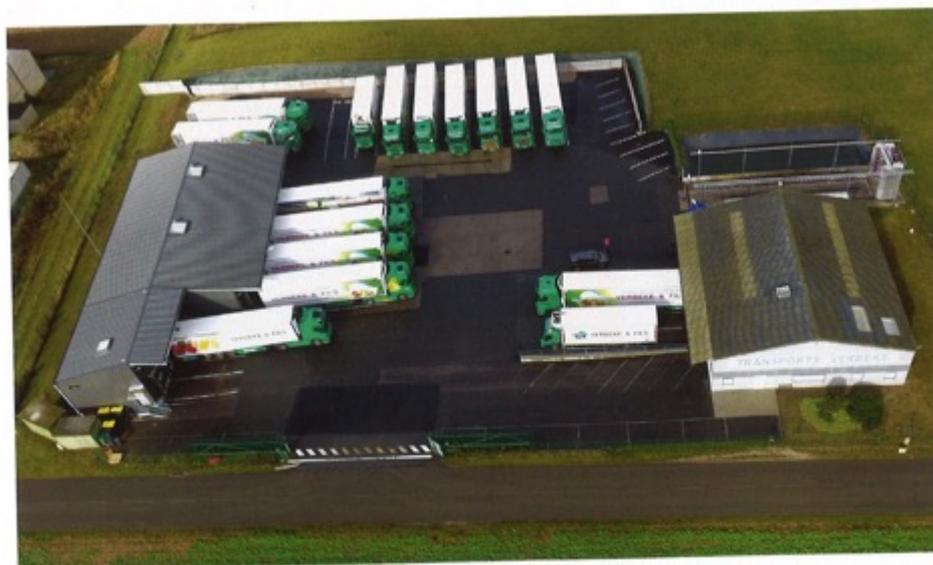
- Siège : Essertaux (80)
- CA 2022 : 3,7 M€
- Effectif : 40 salariés, dont 28 conducteurs
- Parc : 20 véhicules
- Activité : transport frigorifique (fruits, légumes, œufs)

encore budgétisé le coût du bâtiment. Ma stratégie a toujours été de rester une entreprise de petite taille, sans ambitions de croissance démesurées. Je n'ai jamais voulu m'agrandir mais je souhaite préparer l'avenir pour mon fils. »

UN PARC COMPÉTITIF

Concernant le renouvellement du parc – composé de 20 véhicules (18 tracteurs et 2 porteurs) griffés Scania et Mercedes –, le transporteur tente de maintenir ses investissements afin de répondre à ses engagements dans le cadre du label Objectif CO₂, obtenu en 2017. « Chaque année, nous renouvelons environ trois tracteurs et deux remorques, soit une enveloppe de plus de 630 000 euros. Nous avons commandé deux tracteurs Scania, mais nous ne savons pas quand ils seront livrés. Aujourd'hui, quand vous signez un bon de commande, il n'y a plus de prix ni de date de livraison... C'est donc difficile d'avoir une vision à moyen et long terme. » Malgré tout, le parc se veut « compétitif » pour tracer les températures. « Sur ce point, nous sommes toujours allés de l'avant et nous avons évolué avec notre temps : capteurs qui enregistrent les températures, détecteurs d'ouverture et fermeture de portes de camions, panneaux scolaires sur le toit des remorques... », conclut Vincent Verbeke sur une note plus optimiste.

FLORENCE FALVY



Dans ce contexte incertain, Vincent Verbeke va reporter un projet d'agrandissement de son site d'Essertaux.

Sofrilog se renforce sur le port de Dunkerque



Sofrilog a acquis la société Sotralim, implantée sur le port de Dunkerque. Le groupe spécialisé dans la logistique sous température négative et le transport routier frigorifique poursuit aussi l'extension de son réseau de transport.

La reprise de Sotralim, finalisée en décembre, permet à Sofrilog de monter dans la chaîne de valeur sur le marché de la logistique des produits surgelés. Cette société est implantée à proximité du terminal à conteneurs du port de Dunkerque.

Son site, de près de 50.000 m², héberge un atelier de transformation et de conditionnement de produits alimentaires principalement issus de la mer. "Sotralim intervient dans la découpe manuelle d'aliments surgelés jusqu'à la mise sous vide automatique, en passant par des opérations de conditionnement et d'étiquetage très diversifiées", explique Rui Pereira.

Selon le directeur général de Sofrilog, "plus de 60 % des produits traités par Sotralim sont importés en conteneurs réfrigérés par voie maritime. Le reefer se développe sur le port de Dunkerque avec le renforcement de ses lignes régulières".

Progression dans le transport

En 2022, le groupe Sofrilog a réalisé un chiffre d'affaires de 175 millions d'euros, en hausse de 18 %. À l'origine de 70 % de ces recettes, la branche logistique a progressé de 10 %, qui "compte un réseau de 40 sites en France qui représente une capacité de 1,5 millions de mètres carrés d'entreposage en froid négatif", d'après Rui Pereira.

Quant à la branche transport de l'entreprise, ses revenus ont bondi de 44 %. "Nos activités dans le transport et la commission de transport représentent désormais 30 % de notre chiffre d'affaires, contre 23 % en 2021. Cette année, elles pèseront 35 %, avec l'objectif d'atteindre 50 % à terme, pour équilibrer nos branches transport et logistique", confie le directeur général.

Une présence nationale

La dernière acquisition du groupe dans le transport, a été finalisée en janvier, avec la reprise de NJS Farimia. Ce transporteur frigorifique emploie 170 collaborateurs et exploite une flotte de 120 cartes

grises, au sein de cinq agences dans le Sud-Est et en Île-de-France.

L'année dernière, Sofrilog a ouvert un nouveau site transport et logistique tri-température, à Saint-Ouen-l'Aumône, en région parisienne. Le groupe s'est aussi implanté dans l'Est avec l'ouverture d'une plateforme urbaine à Strasbourg. Enfin, il a repris une agence transport au groupe Panalog à Mâcon.

Fort d'une flotte en propre de 360 véhicules, le réseau transport de Sofrilog compte aujourd'hui 28 agences : 18 dédiées au transport et à la commission de transport et 10 agences sous l'enseigne Oofrais, sa filiale spécialisée dans la livraison urbaine sur le dernier kilomètre.

En 2023, Sofrilog prévoit de réaliser un chiffre d'affaires de l'ordre de 215 millions d'euros, en croissance de 20 %. Il prévoit aussi de lancer la construction d'une plateforme frigorifique, logistique et transport, près de Casablanca au Maroc.

> SAGA FAMILIALE

SOFRIOLOG, LA CROISSANCE AU VERT



Avec son implantation à Strasbourg, l'enseigne prend pied dans l'Est de la France.

L'entreprise basée à Caen a bouclé son exercice 2022 sur des indicateurs au vert, à l'appui d'une série d'acquisitions marquantes.

Résolument ancrée dans une politique « de croissance responsable », Sofriologne les 200 millions d'euros de volume d'affaires en 2023. L'entreprise a bouclé l'exercice sur des indicateurs au vert avec une courbe de croissance multipliée par 5 en 10 ans et validée par Bpifrance. Entre 2021 et 2022, le volume d'affaires du réseau a enregistré une progression de 18 %, à 175 millions d'euros. Le revenu généré par la logistique a progressé de 10 % alors que celui du transport grimpait de 44 %. La croissance organique n'a pas été le seul levier de développement de Sofriolog lors du dernier exercice. Les acquisitions

ont également substantiellement nourri cette croissance. Il y a eu tout d'abord, en avril 2022, la reprise de l'agence transport Panalog, « laquelle marque notre arrivée en région Rhône-Alpes », indique Rui Pereira, le directeur général de l'entreprise tout en

annonçant un projet d'agrandissement de cette même agence pour 2024. Il y a eu ensuite l'ouverture d'une plateforme de logistique urbaine Oofrais (dernier km) à Strasbourg, pour sceller l'implantation du réseau dans l'Est de l'Hexagone. Puis, en novembre 2022, les dirigeants du groupe inaugurent un nouveau site transport et logistique (tri-températures) à Saint-Ouen-l'Aumône (95). Toujours au chapitre



« NOUS AVONS OPTIMISÉ NOTRE ORGANISATION POUR RÉPONDRE À L'INFLATION. »

**SÉBASTIEN BOSSARD,
DIRECTEUR COMMERCIAL.**

de la croissance externe, Sofrilog s'offre Sotralim, entreprise basée à Dunkerque et présente dans le conditionnement de produits surgelés, de quoi renforcer l'expertise du groupe dans les produits de la mer. Enfin, en décembre 2022, Sofrilog met la main sur le Marseillais NJS Faramia (CA de 20 ME), pour une couverture transport dans le Sud-Est.

Cette palette d'acquisitions a fait passer la flotte maison de 250 à 360 véhicules, majoritairement des porteurs. Elle a également musclé le maillage national de Sofrilog grâce à l'apport de 9 nouveaux sites et agences transport, faisant passer le total des agences distribution à 18 sous bannière Sofrilog et 10 sous celle d'Oofrais. Sofrilog revendique aujourd'hui un parc de 40 entrepôts, une capacité de congélation de 1 200 t/jour et un volume d'entreposage de 1,5 million de m³. Le groupe a même élargi son périmètre d'activité à la livraison de repas à domicile au travers de la reprise de la société 14 Repas Services.

LE VIRAGE DE LA MÉCANISATION

Sofrilog reste peu disert sur la teneur de ses ratios de rentabilité. Tout juste Rui Pereira se borne-t-il à souligner que « nous disposons d'une solidité financière qui nous permet d'être portés par les banques », indiquant au passage que l'entreprise est animée par « une volonté de croissance responsable ». Sofrilog est à présent engagé sur une stratégie de consolidation. Le groupe dit avoir affronté la conjoncture inflationniste (+40 % pour l'électricité) au travers d'une politique d'optimisation forte en se rapprochant de ses clients, même s'il reconnaît à demi-mots ne pas avoir compensé tous les surcoûts. « Nous avons également partagé nos hausses de coûts », souligne Sébastien Bossard. Sofrilog affiche l'ambition d'une empreinte carbone neutre dans 100 % de ses entrepôts de froid (gaz naturel) à court terme. La flotte de véhicules, majoritairement sous le label Euro VI aujourd'hui, se cherche une transition énergétique entre gaz, biocarburants et électromobilité.

Au rayon logistique, l'entreprise entend renforcer sa politique de mécanisation des entrepôts (préparation de commandes), un virage nécessaire pour répondre à la

SOFRILOG EN CHIFFRES

175 M€
DE CA EN 2022

360
VÉHICULES

28
AGENCES TRANSPORT

1 440
SALARIÉS

40
ENTREPÔTS

1,5 million
DE M³ EN SURFACE
D'ENTREPOSAGE



« LE SUJET RH CRISTALLISE NOTRE ATTENTION. »

RUI PEREIRA,
DIRECTEUR GÉNÉRAL.



Avec l'acquisition de NJS Faramia fin 2022, Sofrilog vient étoffer sa couverture transport dans le Sud-Est de l'Hexagone.

fois aux exigences de compétitivité et à la pénurie de main d'œuvre. « Produire en ayant moins accès à la ressource demeure un sujet fort à l'horizon 2040 », précise Rui Pereira. L'accent est également mis sur la poursuite de la digitalisation des rouages, au travers notamment de l'intelligence artificielle. Dans ce contexte, Sofrilog lorgne la barre des 200 millions d'euros de chiffre d'affaires pour l'exercice en cours. « Nous avons bâti un budget à 215 ME. C'est une vraie étape pour Sofrilog », lance Rui Pereira tout en pointant du doigt les 50 ME dégagés en 2007, date de la fusion entre les réseaux Sofrino et Sofrica qui ont donné

naissance à Sofrilog. Le transport est appelé à doper ses performances futures dans le développement du groupe. En 2022, sa part dans le volume d'affaires avoisinait les 28 %. Elle devrait passer à 35 % dès cette année, selon les dirigeants. À l'international, ces derniers n'ont pas encore réussi à faire avancer le dossier de la construction d'un entrepôt à Casablanca, au Maroc, la faute à des contingences locales. Pour l'heure, une activité de commission de transport y a été lancée et les dirigeants de Sofrilog ont bon espoir de voir les travaux de leur futur entrepôt démarrer cette année. ■

Slimane Boukezzoula

> ACQUISITION

STG CONSOLIDE SA DIMENSION NATIONALE

FROIDNEWS
LE MAGAZINE PREMIUM DE LA FILIÈRE LOGISTIQUE DU FROID



Le site Audureau Sud-Ouest dispose d'une plateforme de 3 200 m² en froid positif.

Le groupe de transport frigorifique a élargi son spectre sur l'arc Atlantique en rachetant le site et les activités d'Audureau Sud-Ouest, un site basé à Saint-Jean-d'Ilac (33).

STG entend à la fois renforcer sa zone d'influence sur la façade Atlantique et muscler ses positions sur l'échiquier national. L'acquisition récente des activités d'Audureau Sud-Ouest s'inscrit dans cette double stratégie. Audureau gravitait dans le giron du groupe Antoine Distribution. Le site girondin abrite une plateforme de distribution régionale en froid positif de 3 200 m² (sans compter la présence d'une chambre en froide négatif), sur un terrain de 20 000 m². Implantée à 8 km de Bordeaux et 332 km du Bassin d'Arcachon, cette plateforme est dotée de 36 portes à quai et s'apprête à regrouper rapidement un effectif de 70 collaborateurs. « Nous nous réjouissons de cette acquisition qui, au-delà de préserver des emplois et

une activité économique du territoire, va nous permettre de répondre aux besoins croissants de la région bordelaise et du Bassin d'Arcachon, notamment dans la gestion des pics de charge saisonniers », déclare Stéphane Point. Aux yeux du président du groupe de Noyal-sur-Vilaine (35), « il s'agit d'une nouvelle étape pour nous positionner partout en France en acteur de confiance du transport et de la logistique sous température dirigée, chaînon essentiel de la bataille pour le goût et l'alimentation saine, de qualité ». Le site d'Audureau Sud-Ouest est investi d'une double activité, la collecte et la distribution toute France de la marchandise transitant par Saint-Jean-d'Ilac. STG hérite d'un ancrage supplémentaire en Nouvelle-Aquitaine qui va lui assurer,

dès cet été, un volume d'activité XXL tant la population locale connaît des taux de croissance à deux chiffres sur le Bassin d'Arcachon tout au long de la période estivale. Pas d'investissements programmés sur le site par la nouvelle direction si ce n'est un agrandissement du parking PL et les opérations matérielles liées au changement d'enseigne.

MOYENS PROPRES ET PARTENAIRES FORTS

Comme il en avait eu la mission chez Kuehne & Nagel France, Stéphane Point a pour feuille de route de « transformer l'entreprise ». Avec le credo suivant : « la capacité du groupe à proposer à nos clients des solutions nationales en transport sous température dirigée que ce soit en complet, en lot ou en colis ». Cette volonté d'une couverture nationale ne peut donc, selon Stéphane Point, se concrétiser qu'au travers d'une combinaison entre l'exploitation des moyens roulants en propre et le recours à des

STG EN CHIFFRES

445 M€
DE CA EN 2022

3 000
COLLABORATEURS

1 700
MOTEURS

34
AGENCES DANS L'HEXAGONE

« partenaires forts dans leur région », à l'image d'Audureau Sud-Ouest avant son intégration dans le giron de STG.

Le groupe breton dispose d'une flotte en propre de 1 700 véhicules. Le froid positif génère la plus grosse part de son revenu (445 M€ en 2022 et 3 000 salariés), le froid négatif venant en complément au moyen de véhicules bi-températures. STG revendique un portefeuille de 5 000 clients (34 agences dans l'Hexagone) pour l'essentiel issus de l'industrie agroalimentaire, de la distribution généraliste ou spécialisée et de la restauration hors foyer. « Tous ces clients disposent d'une couverture nationale, il est donc important pour nous d'avoir une

implantation en conséquence », souligne le président de STG.

La flotte du transporteur breton campe, pour l'heure, sur la dernière génération des moteurs diesel. En matière de développement durable, Stéphane Point estime que « le premier challenge pour un transporteur est d'avoir des véhicules remplis ». Et au chapitre des énergies alternatives, le dirigeant pense qu'« il convient d'avoir beaucoup de modestie dans ce domaine car la solution miracle n'existe pas encore aujourd'hui ». Dans l'attente, STG déclare avoir recours à des véhicules légers (porteurs sous-baissés) « qui permettent, au-delà des exigences, d'avoir accès parfois à des zones com-

pliquées. Demander à des conducteurs d'effectuer des trajets piétonniers de 200 ou 300 m avec un transpalette pour livrer quelques colis dans un magasin n'est pas toujours simple », précise Stéphane Point. Lequel, à la vue du contexte de pénurie sur les moyens qui sévit actuellement en raison notamment de l'allongement des délais de livraison chez les constructeurs de véhicules industriels, estime que « les pouvoirs publics se doivent de créer les conditions d'une certaine visibilité sur la durée ». Pour l'heure, en termes de carburants alternatifs, le groupe annonce tester des véhicules électriques. « Pour le maintien d'un groupe froid en bi-température, >>>

>>> ce n'est pas encore la panacée », estime Stéphane Point.

PLUS HAUT, PLUS FORT

Comme nombre de ses confrères du transport sous température dirigée, STG va se mettre à l'heure olympique à l'occasion des futurs JOP (Jeux Olympiques de Paris) et Jeux Paralympiques qui se tiendront respectivement du 26 juillet au 11 août et du 28 août au 8 septembre 2024. Paris et Île de France s'attendent à un flux supplémentaire de près de 15 millions de visiteurs pour ces deux événements sportifs planétaires. L'approvisionnement des commerces de bouche, des restaurants, des hôtels, des magasins de proximité, des supermarchés et des hypermarchés va mobiliser, dans les grandes largeurs, à la fois les moyens humains et les moyens roulants de la filière du froid (voir Froid News N°46). STG dispose d'infrastructures dédiées à la logistique et au transport en Ile-de-France. « On se prépare à 2024 et au regain d'activité qui s'annonce. L'enjeu sera social car il conviendra de pouvoir



« ON SE PRÉPARE À 2024 ET AU REGAIN D'ACTIVITÉ QUI S'ANNONCE. L'ENJEU SERA SOCIAL CAR IL CONVIENTRA DE POUVOIR MISER SUR DES ÉQUIPES DISPONIBLES. »

STÉPHANE POINT, PRÉSIDENT DE STG

miser sur des équipes disponibles, commente le dirigeant de STG. Nous travaillerons en étroite collaboration avec nos partenaires ». Si le contexte l'impose, STG se déclare prêt à mobiliser « des moyens ponctuels additionnels par le transfert de moyens issus d'autres zones géographiques du territoire ».

Le groupe STG est passé sous le contrôle du fonds Hivest Capital Partners en 2018. Ce dernier est aujourd'hui engagé dans un programme de transformation de l'entreprise. Une feuille de route confiée à Stéphane Point. Ce dernier a ainsi fait renouer STG avec une organisation en 5 régions pour le transport et une

organisation « région et métiers » pour la logistique. Objectif principal : décentraliser les leviers de décision, entretenir une proximité clients solide et faire fonctionner un réseau national tout en restant focus sur la satisfaction des besoins locaux. « En clair, être en mesure de satisfaire les besoins d'un producteur de fromages de brebis dans le Sud-Ouest mais également ceux d'un industriel leader mondial dans son domaine ». Tout un programme porté par des collaborateurs ancrés dans « la volonté d'être partie prenante de la chaîne alimentaire », selon Stéphane Point. ■

Slimane Boukezzoula

DEUXIÈME PARTIE : L'ACTUALITE DES DONNEURS D'ORDRES ET DU MARCHE



Inflation : les produits laitiers frais ont résisté en 2022

Le contexte inflationniste a touché la catégorie des produits laitiers frais. Les consommateurs arbitrent vers des offres moins valorisées et « essentielles ». Les yaourts, et en particulier les protéinés, tirent leur épingle du jeu.

Hormis les yaourts et les laits fermentés à l'équilibre, l'année 2022 marque un reflux long terme des ventes pour les produits laitiers frais. En CAM au 16 avril 2023, tous circuits de la grande distribution confondus, tous les segments reculent en volume (-3,2 % pour les desserts frais, -1,4 % pour les fromages frais et -2,5 % pour les crèmes), selon Circana.

Pourtant des produits valorisés progressent

Un petit segment sort son épingle du jeu : celui des offres protéinées. Très valorisé, ce segment fait office d'exception avec « *une progression exponentielle (+7,6 % en 2020, +16,1 % en 2021, +26,1 % en 2022, en volume), boostée par le développement de l'offre et surtout soutenue par une demande très forte, commentent les équipes de Circana. À l'inverse, les segments avec un positionnement premium ou proposant des offres plus spécialisées comme les produits allégés, les catégories végétales, les produits de chèvre ou de brebis ou encore les desserts perdent du poids au sein de l'ultra-frais et enregistrent des décroissances volumes importantes.* »

Et le bio ?

Les produits biologiques sont ceux qui affichent la plus forte décroissance en volume, atteignant 9,7 % en 2022 par rapport à 2021, et même 17,8 % par rapport à 2019. L'inflation amenant les Français à des arbitrages vers une descente en gamme reste l'une des premières explications. Mais au-delà du prix, « *la rationalisation des assortiments plus marquée que sur les PGC-FLS ne redynamise pas la demande* », observe Circana, qui ajoute que « *l'enjeu de fond sur le bio touche toutes les catégories avec des doutes importants des consommateurs sur le label* ».

Dans ce contexte, les acteurs de cette filière restent vigilants sur cette déconsommation et conserve un fort appétit d'innovation pour dynamiser le marché, tant sur des axes de gourmandises que de bien-être. « *34 % des nouveaux produits laitiers frais actuellement en rayon ont été introduits il y a moins de six ans* », rappelle Muriel Casé.

Le Duff met fin à son projet d'usine de viennoiseries Bridor à Liffré

Le groupe Le Duff a annoncé mettre fin à son projet de construction d'une usine de viennoiseries Bridor à Liffré, près de Rennes.

Depuis six ans, le **groupe Le Duff** souhaite construire une **nouvelle usine de viennoiseries** pour sa marque **Bridor à Liffré, près de Rennes**. Le dossier s'est enlégé durant toutes ces années en raison de la lenteur des procédures administratives et de la fronde des associations environnementales, à l'origine de plusieurs recours.

Estimant que les délais sont trop longs, le groupe a décidé d'abandonner ce projet. Bridor avait néanmoins obtenu « les conclusions favorables de la Commission nationale du débat public, et toutes les autorisations administratives nécessaires (permis de construire, autorisation environnementale – ICPE). Mais les recours ne permettraient pas de commencer les travaux « avant 2026 ».



Parts de marché : en juin, les indépendants rient, Casino pleure

Sur la période allant du 15 mai au 11 juin 2023, les ventes alimentaires profitent encore aux indépendants, E.Leclerc en tête. Lidl baisse pour la première fois depuis longtemps et toutes les enseignes du groupe Casino boivent la tasse.



Le redémarrage prudent de la filière volaille

Après la terrible année 2022 qui a vu l'abattage de plus de 20 millions d'animaux en France et la hausse des importations, la filière de la volaille, dans l'attente du vaccin des palmipèdes, redémarre sa production dans la plus grande frilosité.

« *Mes volailles sortent depuis une semaine. J'ai enfin l'impression de faire mon travail.* » Ce 6 juin, Clément Blanchard, éleveur de poulets Label Rouge à Saint-André-Goule-d'Oie, en Vendée, a ouvert les portes de deux de ses huit poulaillers. À 29 ans, le jeune agriculteur n'a pas connu beaucoup de répit depuis son installation en mars 2022. En octobre, l'élevage voisin de dindes est touché par le virus de l'influenza aviaire. « *En une nuit, il a fallu que je vide mes trois bâtiments. Heureusement, mes animaux étaient en âge de partir à l'abattoir* », raconte Clément Blanchard, qui a quand même dû attendre jusqu'en avril dernier pour remettre en marche ses poulaillers.

Dans les Pays de la Loire, l'heure est bien à la reprise, mais dans la plus grande frilosité après dix-huit mois de crise qualifiée d'historique par Yann Nédélec, le directeur général de l'Anvol, l'interprofession de la volaille de chair. En 2022, la filière de la volaille a en effet été victime d'une nouvelle épizootie d'influenza aviaire, la quatrième depuis la fin de l'année 2015. Aussi violente qu'inattendue, elle a conduit à l'abattage de près de 21 millions d'animaux. Après avoir lourdement touché le Sud-Ouest dès l'automne 2021, le virus s'est propagé à partir de fin février 2022 aux Pays de la Loire. La zone est stratégique pour la filière. C'est là que se concentrent 25 % de la production nationale des volailles et, surtout, le nombre le plus important de sélectionneurs, d'élevages de reproducteurs et de couvoirs, indispensables pour fournir les élevages en poussins et canetons dans toute la France et à l'international. Fin 2022, début 2023, la région a subi un nouvel épisode. Avec une situation sanitaire stabilisée depuis le mois de février, les zones de restrictions ont été levées progressivement. Les dernières remises en place ont eu lieu le 15 mai et devaient concerner les 45 communes qui présentent la plus forte densité d'élevages. Mais le répit a été de courte durée. Depuis quelques semaines, le virus a en effet resurgi dans le Sud-Ouest. Près de 90 foyers ont été confirmés depuis le début du mois de mai, principalement dans le département des Landes et du Gers.

Indemnisations en baisse

« *Cette quatrième épizootie de grippe aviaire a entraîné des pertes financières colossales et c'est sans compter les conséquences psychologiques pour les éleveurs. Près de 5 000 d'entre eux ont été touchés* », rappelle Yann Nédélec. Montant de la facture ? Plus de 1 milliard d'euros et une chute, toutes espèces confondues, de la production de 7,6 % en 2022. Mais pour les canards, c'est une baisse de la production de 33 % et de plus de 16 % pour les dindes. « *On dort très mal* », confie Jean-Michel Schaeffer, président de l'Anvol. « *En 2022, les pertes en amont ont été indemnisées. Il n'y a pas eu de manque à gagner pour les producteurs. Mais pour les entreprises de transformation, c'est autre chose. Elles n'ont été indemnisées qu'à hauteur d'un tiers de ce qu'elles ont perdu. On sait déjà que le dispositif d'indemnisation sera cette année en baisse. Si dans les Pays de la Loire, il n'y a plus de zones de restriction, les remises en élevage se font progressivement en tenant compte des capacités d'abattage des sites de transformation.* »

Tous les maillons de la chaîne ont été touchés et cela, malgré les efforts en matière de biosécurité. À Cirières, dans les Deux-Sèvres, Louis-Marie et Annabelle Pasquier élèvent sur quatre sites des poulets, des dindes, des pintades et des canards. Depuis ces quinze dernières

années, le couple d'éleveurs a réduit de près de 15 % la densité dans les bâtiments : « *La gestion du risque sanitaire est plus simple. Mais le point de rentabilité est plus difficile à établir* », explique Louis-Marie Pasquier. Non loin delà, le site du sélectionneur et accoureur néerlandais Hendrix Genetics, qui fournit la France mais aussi l'Afrique et le Moyen-Orient en dindonneaux d'un jour, en œufs à couvrir et en reproducteurs, a vu son site bloqué à deux reprises. « *Nous avons perdu 20 % d'animaux reproducteurs et certains marchés à l'export se sont fermés, notamment le Maroc qui refuse les œufs issus de zones situées à moins de 100 km d'un foyer* », déplore Laurent Souti, directeur général France d'Hendrix Genetics.

Sur le site de nutrition animale de Norea à Rorthais, dans les Deux-Sèvres, « *25 % des volumes ont été perdus à cause de la grippe aviaire et près de 15 % n'ont pas encore été retrouvés* », confie Laurent Vermeil, le responsable du site. Sous l'effet d'une nouvelle organisation entre sites mise en place par le volailler LDC, l'atelier de cuisson de Maître Coq à Chavagnes-en-Paillers (85) n'a jamais cessé de fonctionner. La marque, qui prépare une large offre de volailles (poulets, dindes, pintades) crues et préparées, atout de même perdu, en 2022, 20 000 tonnes sur les 160 000 qu'elle produit en temps normal. « *Ces pertes ont surtout profité à l'import* », pointe Roland Tonarelli, le DG de Maître Coq.

Si, au premier trimestre 2023, la consommation des ménages en produits alimentaires abaissé de 2,3 % par rapport à la même période de 2022, le marché de la volaille, lui, ne recule que de 1,6 %. Une résistance qui repose sur le poulet, dont les ventes sont en hausse de 2 %. Une bonne nouvelle qui n'en est pas vraiment une puisqu'un poulet sur deux est en réalité importé.

Rendez-vous le 1er octobre

« *Avec l'épizootie d'influenza aviaire et les coûts de production au plus haut, la France a vu ses importations bondir de 10,6 %. Face aux accords commerciaux signés par l'Union européenne et qui ouvrent les vannes, on ne peut pas rivaliser* », martèle le directeur général de l'Anvol. En ligne de mire, le poulet brésilien, deux fois moins cher, mais aussi les volumes de poulet ukrainien qui ont fait un bond de 80 % depuis le 1^{er} juin 2022, après la suppression du contingent réservé à cette origine.

C'est dire si la vaccination des animaux est attendue. En Europe, la France a expérimenté la vaccination sur les palmipèdes, l'Italie s'est chargée des dindes et les Pays-Bas des poules pondeuses. Si toutes les conditions sont réunies, la vaccination des canards, considérés comme les principaux vecteurs de diffusion du virus, pourrait commencer en France dès le 1^{er} octobre. Mais bien des obstacles restent d'ici là à lever. À commencer par l'export. « *En cas de vaccination, les pays importateurs de nos volailles peuvent considérer que la France n'est pas indemne de l'influenza aviaire et refuser de commercer avec nous. La diplomatie sanitaire doit se mettre à l'œuvre pays par pays. Par ailleurs, la question du financement est un autre gros sujet. L'État prendra en charge le coût du vaccin estimé à 1 € par animal. Mais la filière contribuera. Reste à savoir à quelle hauteur* », conclut Jean-Michel Schaeffer, de l'Anvol.



Tous les chiffres sur l'e-commerce en France

Plombées en 2022 par le retour des clients en magasin et la fin de la période Covid, bénie pour le secteur, les ventes en ligne de produits physiques se sont stabilisées au premier trimestre 2023. Mais l'inflation pèse encore sur le pouvoir d'achat des consommateurs et les pousse à y regarder à deux fois avant d'acheter un produit.

146,9 Mrds € Le CA de l'e-commerce (produits et services) en France en 2022

39,2 Mrds € Le CA au T1 2023

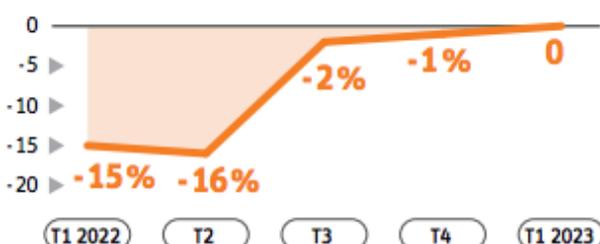
197 000 Le nombre de sites actifs, à +5%

68 € Le panier moyen (produits et services mêlés), à +10,1% vs T1 2022 (+15% pour les services, +1% pour les produits)

Source: Fevad

Un marché en phase de stabilisation

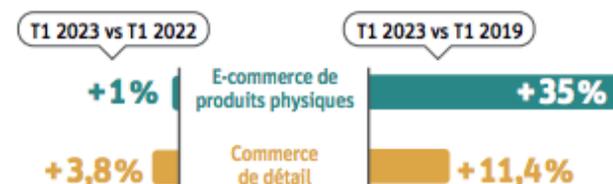
Évolution trimestrielle des ventes en valeur des plus grands sites d'e-commerce (hors Amazon) de produits physiques en France, en % vs même trimestre A-1



Source: Fevad

La conjoncture plus favorable aux magasins, pas le long terme

Évolution des ventes en valeur de produits physiques en ligne et de celles du commerce de détail au T1 2023 vs T1 2022 et T1 2019, en %

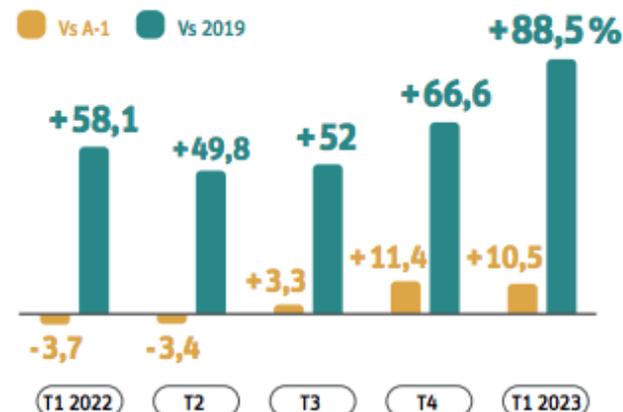


Au premier trimestre 2023, le commerce de détail résiste mieux à l'inflation que la vente en ligne car la part de l'alimentaire y est plus forte. Mais la tendance s'inverse si l'on compare 2023 à 2019.

Source: Fevad

Les ventes en ligne de PGC portées par l'inflation

Évolution trimestrielle des ventes en valeur des PGC en ligne, en %

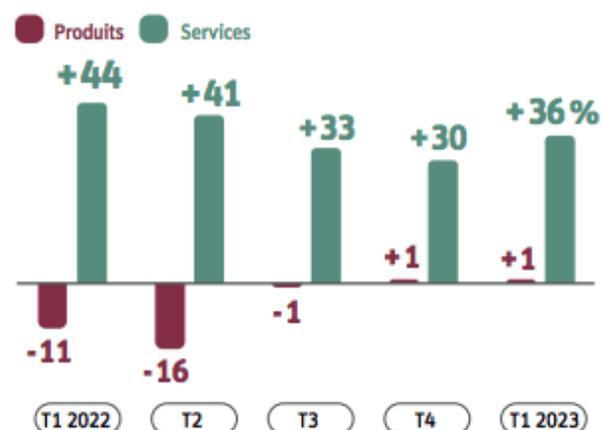


En ligne, les arbitrages de consommation induits par l'inflation jouent en faveur des PGC. Ils conservent une croissance à deux chiffres au premier trimestre 2023 (tirée par une hausse forte des prix), à 10,5% sur un an. Ils ont nettement moins baissé que le reste de l'e-commerce au premier semestre 2022.

Source: NielsenIQ Scan Track

Les produits font grise mise comparés aux services

Évolution trimestrielle des ventes en valeur, en % vs même trimestre A-1



Les ventes en ligne de produits progressent tout juste de 1% sur un an, comparées à celles des services, qui explosent de 36%. Le Covid avait énormément affecté le secteur du tourisme, il y a donc ici un effet de rattrapage.

Source: Fevad



Prix du porc, baisse de la consommation... L'industrie charcutière sous forte pression

Prêts garantis par l'État à rembourser, baisse de la consommation, flambée du cours du porc... Le cocktail est explosif pour le secteur, qui voit les défaillances se multiplier. Selon la Fict, 17 entreprises françaises de charcuterie sont dans cette situation à la mi-mai.

Les chiffres

- **6,7 Mrds €** : le CA de la charcuterie en France, tous circuits confondus
- **135 000** : le nombre d'emplois directs et indirects dans le secteur de la charcuterie en France

Les chiffres clés de la filière

- **300** : le nombre d'entreprises de charcuterie
- **90 %** : la part des PME parmi les entreprises du secteur
- **52 %** : le taux de pénétration de la charcuterie dans les foyers français.

Source de tous les chiffres : Fict, 2023

Jeudi 6 avril. La date était bien cochée dans l'agenda de Fabien Castanier. Ce jour-là, le délégué général de la Fédération des industriels de la charcuterie et du traiteur (Fict) retrouvait autour de la table des membres du cabinet de Roland Lescure, ministre délégué chargé de l'Industrie, d'Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée, entre autres, des Petites et Moyennes Entreprises, et de Marc Fesneau, ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire. La mission était délicate. Il s'agissait de convaincre ses interlocuteurs de mettre en place une cellule de crise. « *La situation est exceptionnelle. Jamais, dans le secteur, les entreprises n'ont été confrontées à de telles difficultés* », confie sans détour Fabien Castanier.

Depuis le début de l'année, le délégué général de la Fict tient une triste comptabilité, celle des défaillances d'entreprises. Plan de sauvegarde, redressement judiciaire... Chaque semaine amène son lot de mauvaises nouvelles. La dernière en date est la fermeture, en avril, du site de jambons supérieurs et de charcuteries cuisinées de Fleury Michon à Plélan-le-Grand (35). Après avoir mis en place au début de l'année un plan de sauvegarde de l'emploi (PSE), le charcutier vendéen, faute d'avoir trouvé un repreneur, a décidé de fermer définitivement le site qui employait une centaine de salariés.

Le contexte

- **Les industriels** sont confrontés à une hausse sans précédent du cours du porc.
- **Les entreprises** doivent composer avec une baisse des volumes et l'obligation de rembourser les prêts garantis par l'État (PGE) accordés pendant la crise sanitaire. En conséquence, les défaillances se multiplient.
- **Fragilisées**, les entreprises de charcuterie, qui transforment 75 % des volumes de porcs français, pourraient entraîner avec elle l'ensemble de la filière.

Jeudi 6 avril. La date était bien cochée dans l'agenda de Fabien Castanier. Ce jour-là, le délégué général de la Fédération des industriels de la charcuterie et du traiteur (Fict) retrouvait autour de la table des membres du cabinet de Roland Lescure, ministre délégué chargé de l'Industrie, d'Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée, entre autres, des Petites et Moyennes Entreprises, et de Marc Fesneau, ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire. La mission était délicate. Il s'agissait de convaincre ses interlocuteurs de mettre en place une cellule de crise. « *La situation est exceptionnelle. Jamais, dans le secteur, les entreprises n'ont été confrontées à de telles difficultés* », confie sans détour Fabien Castanier.

Depuis le début de l'année, le délégué général de la Fict tient une triste comptabilité, celle des défaillances d'entreprises. Plan de sauvegarde, redressement judiciaire... Chaque semaine amène son lot de mauvaises nouvelles. La dernière en date est la fermeture, en avril, du site de jambons supérieurs et de charcuteries cuisinées de Fleury Michon à Plélan-le-Grand (35). Après avoir mis en place au début de l'année un plan de sauvegarde de l'emploi (PSE), le charcutier vendéen, faute d'avoir trouvé un repreneur, a décidé de fermer définitivement le site qui employait une centaine de salariés.

Au cours de la semaine du 27 mars au 2 avril, le marché du porc breton de Plérin, où s'établit le prix de référence nationale, abattu des records avec un prix au kilo de 2,38 €, soit une hausse de 43% par rapport à la même période de l'année précédente. « Depuis le début de l'année 2022, le cours du porc a augmenté de 91 % et depuis janvier 2023, de 27 %. La matière première pèse pour 50 % dans le coût de fabrication. Et c'est sans compter la hausse du coût de l'énergie, des emballages et du smic. Ces hausses ont pu être répercutées en partie auprès des clients, mais ce n'est pas encore le cas pour celles qui sont intervenues au début de l'année. Nos adhérents sont de plus en plus nombreux à avoir des problèmes de trésorerie et se demandent comment tenir », pointe le délégué général de la Fict.

Moins de porcs en élevage

À l'origine de cette envolée du cours, la flambée du coût de l'alimentation animale, mais aussi une réduction du nombre de porcs mis en élevage. Au cours des premiers mois de 2023, le nombre de porcs a diminué de 7 %. En 2022, l'élevage porcin abaissé de 2 %. « C'est une tendance générale en Europe. En France, la réduction de l'élevage porcin s'explique par différentes raisons. Il y a les agriculteurs qui sont en âge de partir à la retraite et ceux qui, après plus de mauvaises années que de bonnes, ont pris de tels retards d'investissements qu'ils sont obligés, aujourd'hui, de réduire leur élevage », explique François Valy, président de la Fédération nationale porcine (FNP) et éleveur dans le Morbihan.

Prêts à rembourser

« En France, on achète le jambon comme le pétrole. Alors, forcément, il y a d'un côté ceux qui gagnent, et de l'autre ceux qui perdent. La logique de filière est pour le moins limitée », regrette David Burgy, directeur général de Maison Chazal. L'entreprise familiale jurassienne est à la fois distributrice de produits de charcuterie auprès du réseau des bouchers-charcutiers-traiteurs, mais également fabricante de produits régionaux - elle détient six sites de production en propre ou de façon minoritaire. Elle a repris, mi-mars, le charcutier alsacien Metzger Muller, placé en redressement judiciaire début février. Metzger Muller, dont les 60 emplois ont pu être préservés par Maison Chazal, repart à la conquête des volumes perdus ces dernières années. « Pour bon nombre de charcutiers, la flambée du cours du porc est venue se greffer à d'autres difficultés. La sortie de la crise Covid avec les prêts garantis par l'État qui, sur le moment, ont permis de tenir, mais qu'il faut à présent rembourser, et une consommation qui, avec l'inflation, n'est pas au rendez-vous », analyse le dirigeant de Maison Chazal.

Malgré ces obstacles, l'entreprise jurassienne, nourrit un autre projet, la construction d'un nouvel outil de production à Champagnole (39). L'usine, livrée au début de 2024, et qui représente un investissement de 7 millions d'euros, sera dédiée à la fabrication de jambon fumé, à la poitrine, mais aussi aux produits régionaux comme la saucisse de Morteau et la Montbéliarde. « On s'approvisionnera en porcs francs-comtois nourris à la graine de lin auprès des deux éleveurs de la région rémunérés équitablement. Les prix seront fixés en fonction des indicateurs de production et non pas par le cadran. On veut s'inspirer d'une filière qui fonctionne bien dans la région, le comté, où chaque maillon de la chaîne est rémunéré équitablement pour son travail », insiste David Burgy.

Plus au sud, en Bresse, une autre filière est en train de se développer. En 2022, le charcutier La Bresse, installé à Servas (01) et racheté en 2019 par la coopérative Agrial, s'est lancé pour créer une filière porcine. « Notre vocation est de valoriser notre patrimoine mais aussi de répondre à la demande des distributeurs en quête de différenciation », explique Marc Berger, le directeur de l'entreprise. Pour cela, le charcutier s'est rapproché de la ferme de Montburon, à Confrançon (01). L'élevage conduit par Alexis Pugliese et Jean-Vincent Chapaton compte 380 truies et ne fournit pour le moment que 5 % de la viande transformée dans les ateliers de Servas, situés à seulement 25 km, et la distribution se fait dans un rayon d'une centaine de kilomètres autour de l'usine. Des exemples de contractualisation rendue possible parce que, dans chacun des cas, l'ensemble des pièces de l'animal sont valorisées par le charcutier.

Importations en fortes hausses

« Bien sûr qu'il faut développer la contractualisation. Mais cela ne résoudra pas tous les problèmes de la filière si les volumes ne sont pas là et s'il y a de moins en moins d'éleveurs », fait

cependant remarquer François Valy. Pour le président de la FNP, la seule solution pérenne est que la grande distribution accepte de passer les hausses et de revoir ses marges. Sous peine de devoir monter en puissance les volumes importés. Dans un communiqué diffusé le 13 avril, la FNP dénonce une hausse en 2022 de 15,6 % des importations de viande de porc et de charcuterie d'Espagne, du Danemark et d'Allemagne par rapport à l'année précédente. Et en janvier et février 2023, cette hausse était déjà de 7 % en volume par rapport à la même période de 2022. *« Alors que le porc français est plébiscité par le consommateur, des GMS s'en détournent pour garder leurs marges. Plutôt que d'importer de la viande low cost suite à des injonctions de politique anti-inflation désastreuses pour la filière, gardons la priorité au porc français, vérifiable en magasin »*, ne cesse de marteler la FNP.

Le dernier rapport de l'Observatoire de la formation des prix et des marges (OFPM), qui date de juin 2022 (le prochain est attendu en juin), est riche d'enseignements. Il montre qu'avec une marge nette de 6,9 %, le rayon charcuterie est, après la volaille, le rayon le plus rémunérateur parmi les produits frais. *« Le secteur est en train de défaillir mais les enseignes maintiennent leur taux de marge, voire, dans un tiers des cas, l'augmentent. Nous n'avons pas de problème à ce que nos clients gagnent bien leur vie, mais cela ne peut pas passer faire au prix de la survie économique des entreprises du secteur. Il ne faut pas oublier que les entreprises transforment 75 % des volumes de porc français »*, pointe Fabien Castanier.

Malgré ces conditions difficiles, les fabricants de charcuterie doivent aussi avancer sur le sujet des nitrites. Après la publication, en juillet 2022, des conclusions de l'Anses confirmant le lien entre risque de cancer colorectal et exposition aux additifs nitrés, le plan d'action présenté par le gouvernement le 27 mars somme, en effet, les industriels de poursuivre leurs efforts de réduction des nitrites. Le plan, dans sa première phase, ne les prend pas de court puisqu'il a, en quelque sorte, acté les efforts mis en œuvre par la profession depuis 2016. Mais *« le secteur de la charcuterie est composé de 90 % de PME et de TPE, certaines d'entre elles auront besoin d'être accompagnées sur ce sujet »*, explique Fabien Castanier. À condition qu'elles aient encore les moyens d'investir.



Charles de Kervénoaël, nouveau président d'Herta SAS

La marque la plus achetée des Français a de nouveau un président. Il s'agit de Charles de Kervénoaël, ancien patron de de Saint-Hubert. Il remplace Marc Auclair qui avait quitté ses fonctions en octobre 2022.

- *« Je suis très heureux d'avoir rejoint HERTA SAS, marque iconique la plus achetée en France en 2022, comme Président Directeur Général France et je remercie mes actionnaires Casa Tarradellas & Nestlé pour leur confiance. J'ai pour mission, avec le soutien des équipes, le déploiement d'un plan d'investissements ambitieux, l'amélioration continue de la qualité et de la sécurité alimentaire, le renforcement des relations partenariales avec l'amont agricole et le développement de nos ventes avec nos clients »*
C'est par ce post partagé sur le réseau social professionnel LinkedIn que Charles de Kervénoaël a annoncé ses nouvelles fonctions à la tête d'Herta. Le poste était vacant depuis le départ de Marc Auclair, en octobre 2022, moins d'un an après sa nomination en janvier 2022 à la tête d'Herta SAS.

Un début de carrière chez Danone

Charles de Kervénoaël est une figure bien connue de l'industrie agroalimentaire. Celui qui a fait ses classes chez Danone pendant 13 ans était, depuis mars 2019, président de Saint-Hubert, spécialiste des produits à tartiner. Entre temps, il a eu une expérience variée dans le bricolage chez Stanley Black&Decker et également dans la puériculture chez Dorel.



Un ancien dirigeant de Mars à la tête de Bonduelle

Le groupe Bonduelle annonce la nomination de Xavier Unkovic à la direction générale du Groupe. Cette nomination prendra effet le 1er juin 2023.

Xavier Unkovic est le nouveau Directeur général du Groupe Bonduelle.

Le groupe Bonduelle a annoncé l'arrivée de Xavier Unkovic à la Direction générale le 1^{er} mars 2023. Jusqu'à cette date, la direction générale sera assurée par Christophe Bonduelle, président du conseil d'administration. Il déclare dans un communiqué : « *Le Conseil d'Administration et moi-même sommes convaincus que dans le contexte exigeant dans lequel l'entreprise évolue, Xavier Unkovic conduira avec succès la prochaine étape du développement rentable de Bonduelle. Xavier Unkovic a occupé des fonctions de direction générale aux Etats Unis pendant 23 ans, au sein du Groupe Mars puis de l'entreprise Amy's kitchen qu'il a redressée et développée* ». Xavier Unkovic affiche une expérience de 30 ans au service du développement d'activités de grande consommation sur les marchés américains, européens et asiatiques.

Carrière nord-américaine

Après un début de carrière dans des fonctions financières, commerciales et marketing, il prend en 2000 la direction générale de Royal Canin aux Etats-Unis, puis en 2003 au Canada. Xavier Unkovic a ensuite dirigé la branche Boissons du groupe Mars dès 2010 pour l'Amérique de Nord, puis pour le monde à partir de 2013. En 2017, il prend la présidence et la direction générale d'Amy's Kitchen, une entreprise californienne certifiée BCorp qui commercialise une gamme de plats préparés biologiques. Depuis 2021, Xavier Unkovic est le directeur général de l'entreprise française NAOS, acteur majeur du soin et de la santé de la peau, sous les marques Bioderma, Institut Esthederm et Etat Pur.



Lidl, Aldi, Netto... Les discounters à l'assaut du frais

Livraison quotidienne de fruits et légumes, origine France, produits régionaux, signes de qualité, sans oublier une féroce bataille de prix... Telles sont les principales recettes du succès des enseignes de hard-discount sur les marchés du frais non laitier.

Le contexte

- **Tous circuits confondus**, les achats de produits frais sont en forte baisse en volume.
- **En misant sur leur image prix**, les enseignes de hard-discount poursuivent leur percée sur ce marché.
- **Une organisation efficace des achats** et des relations constructives avec les fournisseurs constituent les principaux atouts de ces enseignes pour développer l'offre.

Dans un contexte de consommation chahuté, les produits frais traditionnels sont les premières victimes des arbitrages des Français. Que ce soit en traiteur (- 2,5 %), en charcuterie (- 4,2 %), en viandes (- 4,7 %), en fruits et légumes (- 5 %), en volailles (- 7 %) ou en poissonnerie (- 13,9 %), les quantités achetées baissent en CAM à P3 2023, selon Kantar. Sur ce marché, les enseignes de hard-discount, qui affichent 10,2% de part de marché en valeur, soit 1,5 point de plus qu'il y a un an pour un nombre de ménages acheteurs qui, lui, a progressé de 2,5 points, à 68,2 %, ont renforcé leurs positions.

Lidl mène la course

Avec une part de marché de 8 %, Lidl qui fait la course entête depuis 2015, animé par la volonté de se rapprocher du monde agricole, se développe encore sur ces produits. « *Depuis dix-huit*

mois, nous sommes devenus le premier vendeur de fruits et légumes », assure Michel Biero, directeur exécutif des achats et du marketing de Lidl France. De son côté, Aldi (3 %) a fait évoluer son concept magasin plus tourné vers les produits frais depuis ces dernières années. Même parti pris pour Netto avec le lancement de POP (Prix, Optimisme, Plaisir) à partir de 2019 qui renforce la part des produits frais dans l'activité des points de vente (56 % du CA, contre 52 % avant le déploiement du concept).

À l'heure de l'inflation, l'image prix de ces enseignes reste leur meilleur argument. Mais avec une logistique très efficace et des gammes courtes, elles creusent leur sillon en faisant aussi valoir des promesses sur l'origine France, les références régionales et la fraîcheur des produits livrés chaque jour.



Casino devra recevoir les offres d'apports en fonds propres le 3 juillet au plus tard

Le communiqué envoyé par le groupe le 28 juin au soir a provoqué la dégringolade du titre en Bourse (-33%). Au terme de l'opération, Rallye, et donc Jean-Charles Naouri, perdra le contrôle de Casino.

L'annonce de la perte de contrôle de Rallye constitue un tournant.

« *Quel que soit le plan de restructuration final, les actionnaires de Casino seront massivement dilués et Rallye perdra le contrôle de Casino* ». Au milieu du communiqué paru le 28 juin dans la soirée, la petite phrase a ajouté encore de l'incertitude au sujet de l'avenir de Casino. Car, en filigrane, se dessine la perte de contrôle de Jean-Charles Naouri, à la barre depuis le milieu des années 90, et à la manœuvre depuis plusieurs années pour donner de l'oxygène à un distributeur de plus en plus asphyxié par ses dettes. A mi-journée, le titre avait perdu 33% de sa valeur, à 5 euros.

Propositions sur la dette

Dans ce communiqué, Casino livre plusieurs informations. D'abord sur la dette. Il indique avoir transmis aux parties prenantes de la conciliation ouverte le 25 mai dernier des propositions sur la conversion en capital de la dette non sécurisée - soient 3,6 milliards d'euros - et aussi de la dette sécurisée du groupe dans une fourchette de 1 à 1,5 milliard d'euros (sur un total de 4 milliards). Ces opérations doivent lui permettre d'atteindre un ratio dette sur Ebitda de l'ordre de 1 à horizon 2025. Ensuite sur le calendrier. Deux dates apparaissent : les prétendants à la reprise de Casino devront faire leur offre en fonds propres le lundi 3 juillet au plus tard. Des fonds propres que le groupe stéphanois a évalués à 900 millions d'euros en présentant son plan stratégique le 26 juin. D'ici lundi, on devrait donc savoir si 3F, le véhicule emmené par Xavier Niel, Matthieu Pigasse et Moez-Alexandre Zouari, peut compléter les 300 millions d'euros de fonds propres qu'ils ont déjà officialisés. De l'autre côté, le duo Kretinsky-Ladreit de Lacharrière avait dévoilé une enveloppe de 1,1 milliard d'euros. La deuxième date, le 27 juillet, concerne la date de bouclage d'un accord de principe sur les termes de la restructuration financière.

Les critères

Enfin, Casino précise les critères qui seront les siens pour examiner les offres, des critères politiques et économiques : la pérennité du groupe et sa viabilité sur le long terme, l'intégrité des activités du groupe en France, la préservation des emplois (55 000), la rapidité et la certitude d'exécution de la proposition de restructuration et la compatibilité de la structure de bilan avec la génération de cash-flow anticipée.

La France au 13^e rang mondial : peut mieux faire !

La logistique française a gagné trois places dans l'indice de performance LPI 2023 de la Banque mondiale, mais reste derrière ses principaux concurrents, notamment l'Allemagne (4^e), la Belgique (8^e) ou les Pays-Bas (5^e). Un score loin des ambitions de la filière.

Habituellement bien-nal, le classement mondial de la performance logistique établi par la Banque mondiale s'est fait attendre 5 ans. L'édition 2023* couvre 139 pays, attribuant à chacun un score synthétique (IPL, index de performance logistique) qui mesure la performance de ses services logistiques et la qualité des infrastructures qui les supportent selon 6 critères (voir encadré). Hormis une publication retardée de 3 ans, la crise Covid n'a pas eu d'impact sur les scores, sauf sur les délais d'acheminement, mesurés fin 2022. Le rapport qui présente le classement

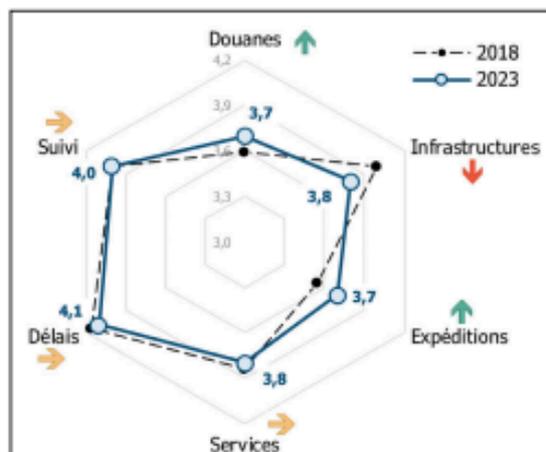
souligne à ce titre la résilience « *surprenante* » des chaînes logistiques mondiales et salue la réactivité de la plupart des chargeurs, logisticiens et pouvoirs publics face à la crise. Sur le plan méthodologique, il est à noter que si la Banque mondiale s'appuie toujours sur des questionnaires quantitatifs et qualitatifs pour évaluer la logistique transfrontalière (réponses recueillies entre septembre et novembre 2022), la performance du marché domestique est désormais déduite des données de visibilité transport fournies par Cargo IQ, MDS Transmodal, TradeLens et Universal Postal Union.

Recul des infrastructures

Désormais classée au 13^e rang mondial contre le 16^e en 2018, le score synthétique de la France progresse de 0,1 point (3,9 contre 3,8 sur 5), mais sa filière logistique, en mal de compétitivité internationale, ne saurait s'en satisfaire. En 2016, le plan stratégique France logistique 2025 visait en effet le top 5 mondial. Puis l'association France Logistique, née début 2020 du rapport Daher/Hémar, tablait sur un retour dans le top 10 mondial... Dans une tribune sur le rôle de la logistique dans l'industrie verte de demain, Anne-Marie Idrac, présidente de France Logistique, pointe ainsi un rang « *derrière*

* La 7^e édition de *Connecting to Compete*, le rapport qui présente l'indice de performance logistique, est disponible en ligne : <https://lpi.worldbank.org/report>

Évolution des scores de la France



L'indice de la performance logistique LPI s'appuie sur un score synthétique établi de 0 à 5 selon six composantes :

1. L'efficacité des processus douaniers : vitesse, simplicité, prévisibilité des formalités.
2. La qualité des infrastructures : ports, aéroports, réseaux ferrés, routes, digitalisation.
3. La capacité d'expédier à bons prix.
4. La qualité des services logistiques : opérateurs de transport, courtiers en douane, etc.
5. La capacité à suivre et tracer les envois.
6. Le respect des délais de livraison.

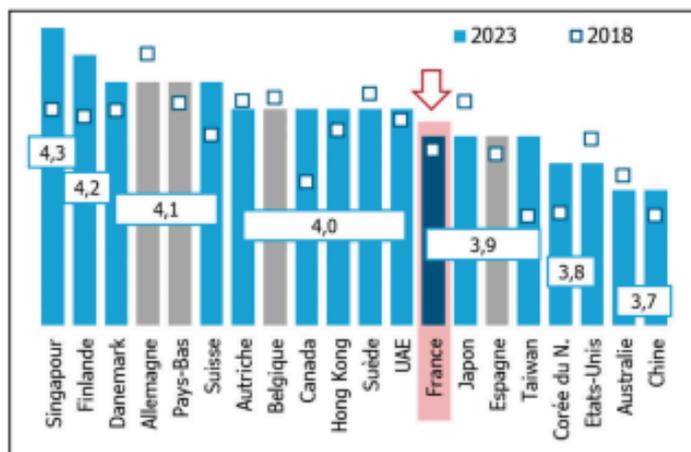
Source : Union TLF

beaucoup de nos proches voisins et concurrents pour l'implantation industrielle, malgré quelques progrès notamment douaniers. Dans le cadre de la stratégie nationale publiée par le gouvernement en décembre dernier, nous devons donc collectivement poursuivre nos efforts pour améliorer la compétitivité logistique, indissociable de son verdissement ». Dans une note d'analyse, l'Union TLF, un des membres fondateurs de France Logistique, relève « une amélioration des scores français concernant les processus douaniers et la capacité d'expédition à prix compétitifs », mais regrette un recul de la qualité des infrastructures qui perd 0,2 point.

Retard face aux leaders européens

À l'échelle de l'Europe, la logistique tricolore fait du sur-place, classée 9^e comme en 2018. Par-

Top 20 du classement IPL

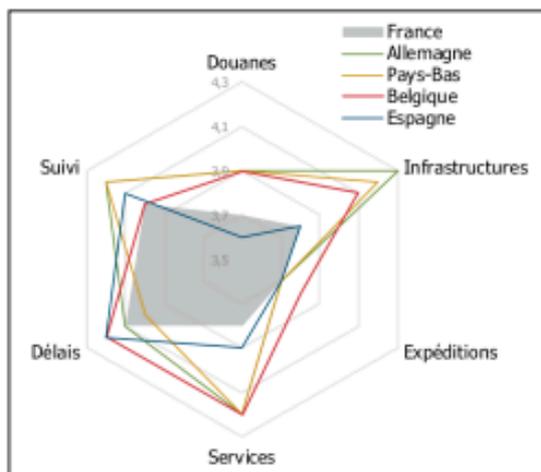


Source : Union TLF

tageant avec l'Espagne un score de 3,9, le pays s'affiche en retard face à la Belgique, aux Pays-Bas et à l'Allemagne « en matière de qualité d'infrastructures, de services logistiques et, dans une moindre mesure, de processus douaniers », observe l'organisation professionnelle. Plusieurs pays européens, dont les principaux concurrents logistiques de la France, tiennent le haut du classement. Après Singapour, 1^{er} au classement, la Finlande occupe la 2^e marche du podium mondial (4,2). Le Danemark, l'Allemagne, les Pays-Bas et la Suisse se partagent la 3^e place (4,1). La Belgique, l'Autriche et la

Suisse sont au 7^e rang (4,0). Au niveau mondial, seuls 12 pays atteignent ou dépassent le score de 4. Certains pays en tête du classement ont vu leur score légèrement diminuer : Allemagne, Japon et États-Unis. D'autres ont vu leur score augmenter : Singapour, Finlande, Suisse, Canada et Taïwan. Face à ce bilan mitigé, l'Union TLF préconise plusieurs axes d'amélioration : fluidifier le passage des frontières, promouvoir les métiers de la logistique, investir davantage dans les dessertes des ports et renforcer leur fiabilité, faciliter l'implantation d'entrepôts ou encore aligner les conditions d'exploitation du TRM français sur celles de l'Allemagne et des Pays-Bas. Assurément, en France comme ailleurs, la qualité des infrastructures joue un rôle clé, comme le souligne Christina Wiederer, économiste de la Banque mondiale et coautrice du rapport : « si la majeure partie du temps est consacrée à l'expédition, les retards les plus importants se produisent dans les ports maritimes, les aéroports et les installations multimodales. Par conséquent, les politiques portant sur ces installations peuvent contribuer à améliorer la fiabilité ». ■ SC

La France face à ses principaux concurrents



Source : Union TLF

Décarbonation du transport : mix énergétique requis

La FNTR, l'Union TLF et l'OTRE ont remis le 24 mai les conclusions de la task force Transition énergétique du transport, commandée il y a 18 mois par le ministère des Transports dans le cadre la loi climat et résilience. Ces travaux, qui ont réuni transporteurs, constructeurs de véhicules et énergéticiens, alimenteront en particulier la troisième édition de la Stratégie nationale bas carbone (SNBC) prévue d'ici 2024. En 2019, les émissions des véhicules lourds s'éle-

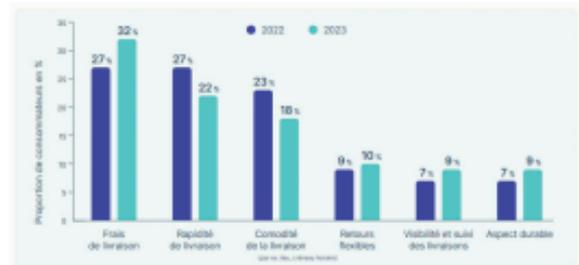
vaient à 59 Mt CO₂, soit 14 % des émissions nationales, tous secteurs confondus : 31 Mt CO₂ pour les poids lourds, 18 Mt CO₂ pour les VUL, 3 Mt CO₂ pour les bus et cars et 7 Mt CO₂ pour les engins de travaux publics.

Postulant que le TRM restera le mode dominant à 75 % en 2050, la neutralité carbone dans les transports de marchandises devra passer par une politique axée sur le camion zéro émission ou faibles émissions. Alors que le diesel devrait rester présent pour la plupart

des usages à minima jusqu'en 2040, notamment pour le transport régional et la longue distance, la décarbonation des camions devra reposer sur un mix d'énergies : le GNV/bioGNV, l'électrique à batterie, l'hydrogène et les carburants liquides bas carbone. D'autres leviers de décarbonation devront être mobilisés pour atteindre les cibles de la SNBC, notamment le verdissement du fret : augmenter les taux de chargement des poids lourds, réduire les distances parcourues, favoriser la mobilité multimodale, etc.. ■

La seconde main en pleine croissance

La seconde main vient en réponse aux préoccupations économiques et environnementales, selon le rapport *Panorama des livraisons e-commerce en 2023* réalisé par Auctane, propriétaire entre autres de Packlink. Scannant les habitudes d'achat des consommateurs français, européens, américains et canadiens, l'étude révèle que la consommation de produits d'occasion et la revente en ligne sont en pleine croissance. Les commerçants sont de plus en plus nombreux à développer des offres de revente, de location ou d'achat de biens d'occasion. Le rapport montre que 26 % des consommateurs interrogés indiquent qu'ils achèteront des articles de seconde main plus fréquemment cette année. Ils passent géné-



Choix du mode de livraison : les acheteurs en ligne privilégient le tarif sur la rapidité.

ralement par des applications mobiles pour les acheter et/ou les vendre. ■

Un plaidoyer pour les supply chains circulaires

Alors que le calendrier du projet de loi industrie verte visant à « industrialiser le pays avec des entreprises décarbonées » s'accélère, le cabinet de conseil en management Citwell et Soroa, conseil en stratégie écologique, ont publié un livre blanc sur la supply chain circulaire à l'intention du monde politique. « Notre

objectif est double : aider les industriels avec la définition d'une méthodologie de transformation vers une supply chain circulaire, tout en accompagnant les puissances publiques pour rendre possible ce qui est nécessaire », explique Anaïs Leblanc, directrice associée de Citwell. La tâche s'annonce immense : « Il faut un autre modèle de supply chain et non simplement la tran-

sition des supply chains linéaires. Cette transformation impacte les infrastructures, les systèmes d'information et les systèmes de coopération », développe l'ex-député François-Michel Lambert, fondateur de l'Institut national de l'économie circulaire (Inec). Les auteurs ambitionnent que la circularité logistique intègre la planification écologique en France et celle de la feuille de route de l'Union européenne. Un deuxième volet sera publié dans les prochains mois à destination des industriels. ■



DISTRIBUTEURS GROSSISTES

Fédalis : Christophe Loison passe le relais à Jacques Déronzier

Changement de présidence au sein de l'organisation qui fédère les distributeurs alimentaires du commerce de gros. Jacques Déronzier, ex-CEO de Sysco France, succède à Christophe Loison.

Nouveau chapitre pour Fédalis, qui regroupe l'ensemble des distributeurs grossistes spécialisés sur les marchés de la restauration et des métiers de bouche. Après quatre années passées à la tête de l'organisation professionnelle, Christophe Loison cède son fauteuil de président à Jacques Déronzier.

L'occasion de revenir sur un mandat bien rempli pour l'ancien directeur général de Relais d'Or Miko. C'est en effet Christophe Loison, alors président de Syndigel, qui a soutenu en 2019 le rapprochement avec la FNCPLA (l'organisation des grossistes en produits laitiers), conduisant à la création de Fédalis. Plus récemment en 2022, il a également joué un rôle clé dans le rapprochement avec Synddepi (regroupant les grossistes en épicerie). Bien sûr, son mandat aura été profondément marqué par toute la période de la pandémie du Covid, avec les impacts que l'on connaît sur l'activité des grossistes de la restauration. Mais on n'oubliera pas également les gros chantiers entamés sous sa présidence, sur le front de l'énergie. Notamment le travail opéré sur la rationalisation des livraisons des clients, ensuite la poursuite de l'effort d'efficacité énergétique des entrepôts de stockage alimentaire sous température dirigée, enfin la meilleure prise en compte de « l'écogeste » en entreprise.

Une nouvelle présidence de combat

Si entre confinements et crise énergétique, le mandat de Christophe Loison n'aura pas été de tout repos, son successeur Jacques Déronzier, sait déjà trop bien qu'il doit faire face à de nombreux enjeux pesant



Jacques Déronzier (à gauche) et Christophe Loison lors de l'AG de Fédalis.

sur le devenir des grossistes alimentaires. Inflation du coût des matières premières agricoles, des emballages, du transport, des énergies... Des problèmes auxquels s'ajoute le risque accru de défaillances d'entreprises à l'aval, liées à des facteurs identiques et à des difficultés de remboursement des PGE souscrits pendant la crise Covid. Dans ce contexte, le nouveau président alerte sur le risque d'un effet domino au sein de l'ensemble de la filière, la capacité de ses maillons à intégrer ces hausses de coûts atteignant ses limites, en particulier sur le volet énergies. « Avec l'aide du gouvernement, la profession a su faire preuve d'une grande capacité de résilience à l'issue de la crise Covid. Cette dernière n'est cependant pas sans limite. Il est impératif de trouver, à brève échéance, des solutions concrètes pour mettre un terme à l'inflation généralisée des coûts de production. », avertit Jacques Déronzier. Fédalis regroupe aujourd'hui 300 entreprises, totalisant 30 000 salariés, pour un chiffre d'affaires d'environ 20 milliards d'euros. ■ JFA

CONSOMMATION À DOMICILE

Glaces : Le moral est au beau fixe

Après une excellente année 2022, le marché de la glace devrait franchir la barre symbolique des 1,5 milliard d'euros cette année. Face à l'inflation et aux coupes budgétaires des consommateurs, les fabricants restent confiants.



En 2022, les clients consommateurs de glaces ont été plus nombreux et ont augmenté leur fréquence d'achat.

C'est le propre des marchés météo sensibles comme les glaces. Les ventes grimpent dès que le thermomètre s'affole. Et avec les périodes caniculaires à répétition de l'été 2022, les cônes, bâtonnets et autres barres glacées ont été gâtés. Avec un chiffre d'affaires global de 1,46 milliard d'euros sur l'année, en croissance de 14,4 % sur un an, la catégorie a même réalisé sa meilleure saison depuis 10 ans ! De quoi tirer un trait sur 2021 et l'impact des retraits de produits liés à la contamination à l'oxyde d'éthylène. Mieux, les consommateurs sont non seulement de retour, mais ils ont aussi revu leurs dépenses à la hausse (+ 4,50 € par acheteur en GMS selon Nielsen sur la période estivale).

Côté leaders, si tous produits confondus, Unilever reste en tête des volumes et du chiffre d'affaires, Froneri continue à gagner du terrain et s'affirme en 2022 comme premier contributeur de la croissance. « Nous comptons 4 innovations

Noisette et noix de coco sont les parfums stars du moment. On les retrouve sur tous les segments.



dans le top 10 des meilleurs lancements l'année dernière, notamment sous Extrême, Nuli et Côte d'Or », indique Olivier Hemmery, responsable marketing marques Froneri France.

Tous les segments à la fête sauf les pots

À l'exception des pots et petits pots qui ont sous-performé, tous les autres segments sont à la fête. Même les bacs qui, malmenés depuis de nombreuses années face à la poussée des formats individuels, ont connu une belle année. Et l'inflation pourrait jouer en faveur des bacs cette année encore. « On constate à court terme que la baisse des ventes de bacs est enrayerée. Pour certains consommateurs, ces derniers peuvent être une façon de mixer leur panier dans un contexte de perte de pouvoir d'achat. Et ce, même si la glace reste globalement un plaisir accessible », analyse Nathalie Tempra, directrice marketing glaces France chez Unilever. Pourtant, les leaders des bacs continuent de réduire la voilure. Carte d'or arrête les sorbets (sauf le citron) pour se concentrer sur les recettes premium, et la Laitière ne compte plus que 6 recettes. Laissant, de fait, plus de place aux marques artisanales et/ou régionales.

Tout le monde en remet une couche !

Reste que, été caniculaire ou non, l'individualisation du plaisir se confirme bel et bien. Bâtonnets, cônes et barres glacées se portent comme des charmes. D'autant que la créativité des marques pour offrir toujours plus de plaisir aux consommateurs semble inépuisable. Parmi les parfums tendance cette année, on peut souligner la présence renforcée de la noix de coco et de la noisette qui viennent s'ajouter au caramel, toujours omniprésent. Côté fruits, la fraise revient aussi en force. Sans doute en partie parce que la pénurie de framboises contraint les fabricants à trouver des alternatives parmi les fruits rouges toujours plébiscités. Côté architecture, la mode est clairement aux « couches » superposées et sans doute un peu moins aux « inclusions » que par le passé. Alors que Magnum mise sur ses bâtonnets « double », avec de la sauce entre deux couches de chocolat, Carte d'Or lance des bacs baptisés Triple Luxe composés d'une superposition de biscuit, glace et coulis. Les nouveaux bâtonnets de Ferrero promettent quant à eux une... triple expérience avec une alternance de glace, sauce et chocolat craquant. Enfin, Ben & Jerry's transforme l'essai de sa gamme Sundae dont la crème glacée et surmontée d'une crème fouettée.

■ Claire Berlucci

PERFORMANCES DES ENSEIGNES SUR LE GRAND FROID

Leclerc et Lidl gagnent encore du terrain

Chez les enseignes généralistes, Leclerc conforte son rang de leader sur le rayon Grand Froid. De son côté, Lidl continue à surperformer sur les surgelés et grignote encore des parts de marché.



L'année 2022 a marqué un retour au premier plan des formats hyper et super, qui ont vu leur part de marché progresser sur la catégorie du Grand Froid.

Le drive continue à surperformer sur la catégorie des surgelés glaces, comme ici chez Carrefour Drive, avec un indice de 118.



Surgelés et glaces Le poids des circuits

	Part de marché valeur		
	CAM P12 2022	Evolution sur 1 an	Evolution sur 2 an
Total Grand Froid	100,0	100,0	100,0
Circuits généralistes	73,7	+ 2,9 points ↗	+ 3,7 points ↗
Hypers	26,2	+ 0,6 ↗	+ 0,9 ↗
Supers	22,1	+ 0,9 ↗	+ 0,9 ↗
EMDP	10,4	+ 0,1 ↗	=
On line	9,3	+ 0,9 ↗	+ 1,9 ↗
Proxi	5,6	+ 0,3 ↗	=
Circuits spécialistes	26,3	- 2,9 points ↘	- 3,7 points ↘

Source : Kantar tous circuits

Comme chaque année, Kantar a analysé pour Le Monde du Surgelé les niveaux de performance des enseignes généralistes sur l'univers Grand Froid. Avant tout, ce classement intervient dans un contexte post-Covid, marqué par une forte décline des volumes sur le surgelé salé (de l'ordre de - 7 %). Ceci après deux années précédentes caractérisées par une forte hausse, sous l'effet des confinements successifs et du repli des achats alimentaires sur le domicile. Le bilan est complètement inversé sur les glaces, qui ont vu leurs volumes se bonifier de 7 %, après une saison estivale hors normes.

Côté circuits, le rapport de force entre généralistes et spécialistes, qui avait plutôt eu tendance à se stabiliser sur la période de la pandémie, évolue à nouveau en faveur des premiers sur l'année 2022. Soit autour de 73 % pour les enseignes généralistes contre 27 % pour les spécialistes, sur le total des ventes de surgelés et glaces. « Les circuits généralistes ont mieux tiré leur épingle du jeu en 2022, les Français s'étant clairement davantage recentrés sur ces derniers. C'est particulièrement notable sur les hypermarchés, dont les ventes ont profité des nombreuses actions, notamment les opérations à prix coûtant sur l'essence, incitant les consommateurs à les fréquenter davantage », nous confirme Sonia Da Silva, spécialiste du marché surgelés et glaces chez Kantar.

De leur côté, les magasins spécialisés figuraient parmi les grands gagnants de 2020 et avaient maintenu une bonne dynamique l'année suivante. Mais ces derniers

ont subi en 2022 le contrecoup des années Covid. Même si chez les spécialistes, la baisse reste essentiellement imputable au marché historique de la livraison à domicile, dont le repli devrait encore s'accroître cette année avec la disparition en janvier de l'enseigne Place du Marché ex-Toupargel.

Le drive confirme sa dynamique

Du côté des généralistes, quasiment tous les formats classiques témoignent d'un certain regain de leur part de marché. Avec à leur actif plus de 26 % des ventes de surgelés et de glaces, les hypers restent donc incontournables dans le paysage du Grand Froid. Derrière, le format super regagne lui aussi du poids avec 22 %, tandis que les EDMP, malgré les performances de Lidl, ont moins profité des reports d'achats avec une part de marché restant proche des 10 %. Les formats de proximité reprennent légèrement du terrain, même si sur ce circuit, la progression des surgelés reste alignée sur celle du marché total des PGC.

Enfin, cette année compliquée confirme encore une fois la belle dynamique des surgelés sur le format drive. Déjà bien orienté ces dernières années, ce circuit voit sa part de marché encore grimper de quasiment un point pour s'établir à 9,3 %. « De ce fait, avec à son actif un indice de 112, le Online continue de gagner des positions sur le rayon grand froid, y compris à court terme, contrairement au global du marché des PGC et du Frais Libre-Service », souligne Sonia Da Silva.

Une performance du drive qu'il faut en outre considérer au regard du poids historiquement fort des circuits spécialisés sur les surgelés et glaces. Si l'on s'en tient à un périmètre d'enseignes 100 % généralistes, le Online continue à surperformer sur le Grand Froid, en dépassant les 12 % de part de marché.

Leclerc plus fort sur les magasins

Plusieurs enseignes généralistes ont assez bien tiré leur épingle du jeu en 2022. On notera que Leclerc conserve son fauteuil de leader avec une part de marché avoisinant les 22 % sur un total Grand Froid généraliste. C'est encore 0,2 point gagné vs 2021 même si l'enseigne progresse sur ses ventes en magasins physiques et non plus sur le drive, contrairement aux années précédentes. Derrière, le groupe Carrefour semble avoir stoppé l'érosion de ses parts de marché (bonne performance de Carrefour Market, qui gagne sur le grand froid 0,2 point cette année). De son côté Intermarché marque un peu le pas sur la catégorie après plusieurs années de gain de part de marché.

Lidl persiste et signe

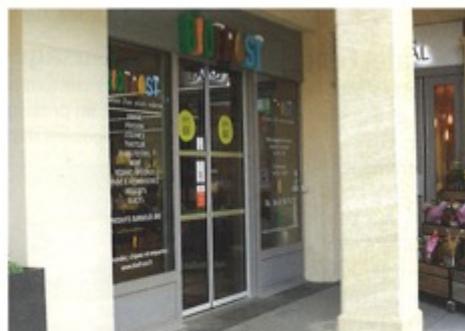
Enfin, pour la cinquième année consécutive Lidl affiche une nette croissance sur le surgelé. Si elle ne renouvelle pas sa performance de 2021, l'enseigne principale du circuit EDMP gagne tout de même 0,2 point de part de marché sur la catégorie en un an, en progressant à la fois en trafic et en fidélisation. Avec un indice de 127 sur le grand froid, Lidl continue à progresser encore plus rapidement sur cette catégorie des surgelés et glaces que sur l'ensemble des PGC. ■ JFA

Surgelés et glaces Les performances des généralistes

Parts de marché valeur des enseignes pour la catégorie des surgelés et des glaces, sur un cumul annuel mobile arrêté à fin 2022 et sur un ensemble 100 % généralistes (hors circuits spécialisés).

Part de marché valeur			
	CAM P 12 2022	Evolution sur 1 an	Evolution sur 2 ans
Enseignes généralistes	100,0	100,0	100,0
E.Leclerc	21,8	+ 0,1 point ↗	+ 0,5 point ↗
L. Leclerc Mag	16,6	+ 0,2 ↗	+ 0,3 ↗
Internet Leclerc	5,2	- 0,1 ↘	+ 0,2 ↗
Carrefour	14,8	stable	+ 0,1 point ↗
Carrefour Mag	7,0	- 0,1 ↘	stable
Carrefour Market	6,1	+ 0,2 ↗	- 0,1 ↘
Internet Carrefour	1,2	- 0,1 ↘	+ 0,2 ↗
Intermarché	14,6	- 0,5 point ↘	stable
Intermarché Mag	13,3	- 0,4 ↘	- 0,1 ↘
Internet Intermarché	1,3	- 0,1 ↘	+ 0,1 ↗
U	10,3	stable	+ 0,3 point ↗
U Mag	8,9	=	+ 0,2 ↗
Internet U	1,1	=	+ 0,1 ↗
Lidl	9,9	+ 0,2 point ↗	+ 0,9 point ↗↗
Auchan	8,4	- 0,3 point ↘	- 0,4 point ↘
Auchan Mag	5,1	stable	- 0,3 ↘
Auchan Super Mag	1,9	- 0,1 ↘	- 0,1 ↘
Internet Auchan	1,4	- 0,2 ↘	stable
Géant Casino	3,2	- 0,4 point ↘	- 0,9 point ↘
Geant Casino Mag	1,3	- 0,4 ↘	- 0,8 ↘
Casino SM Mag	1,7	stable	- 0,1 ↘
Internet Casino	0,2	=	stable
Aldi	3,1	+ 0,1 point ↗	+ 0,2 point ↗
Cora	1,9	stable	- 0,1 point ↘
Cora Mag	1,7	=	- 0,1 ↘
Internet Cora	0,4	=	stable
franprix	1,1	- 0,1 point ↘	- 0,1 point ↘
MONOPRIX	1,1	+ 0,1 point ↗	stable
Netto	1,0	+ 0,1 point ↗	+ 0,2 point ↗
MATCH	0,6	stable	+ 0,1 point ↗
Autres enseignes	8,2		

Source : Kantar. Calcul sur un univers enseignes généralistes (Hypers + Supers + EDMP + Proximité + On Line), sur un ensemble de Produits de Grande Consommation et Frais Libre Service, et sur un cumul annuel mobile arrêté à la P12 2022.



Photos de gauche à droite :

Ambiance chic et chaleureuse, avec le parquet et les meubles congélos noirs.

Le magasin est implanté en zone commerciale.

L'assortiment ne comprend que des produits à marques fabricants, ou en provenance de grossistes spécialisés bio.

DISTRIBUTION

Biofrost, un magasin de surgelés tourné vers le bio

Enseigne d'Arkane Groupe, Biofrost s'appuie sur un concept de magasin spécialisé entièrement dédié aux glaces et surgelés bio.

Biofrost, c'est le nom de la nouvelle enseigne de magasin spécialisé bio créé à l'initiative de Régis Del Sale, le fondateur d'Arkane Group. Mais un magasin bio pas comme les autres, ce dernier étant entièrement dédié aux surgelés et glaces. Une technologie de conservation qui est jugée en parfaite adéquation avec l'offre bio, pour ce professionnel de 58 ans, qui a évolué au sein de plusieurs entreprises spécialisées dans l'univers du Commerce (dont Alban Cooper et le groupe Barneoud). « Je suis convaincu que le surgelé est la première garantie de débouchés durables pour le bio et au passage la meilleure arme de l'antigaspi grâce à ses très longues DLC et la dimension portionnable des produits ». Une conviction qui l'a conduit à ouvrir avec ses partenaires un premier point de vente en fin d'année 2021. Ouvert tous les jours de la semaine, le magasin de l'enseigne, qui s'étend sur 200 m², est implanté dans le centre commercial Les Commerces de la Bastide, à Aix-en-Provence. L'enseigne propose une large sélection de produits bio, l'assortiment se voulant le plus complet possible : des plats cuisinés en format individuel et familial, des plats traiteurs et festifs, mais aussi des produits Baby Food ou ciblant des régimes spéciaux, Sans oublier tous les grands

classiques (viandes, poissons et crustacés, fruits et légumes, pains et viennoiseries, desserts et glaces...). Quelques produits d'épicerie et condiments complètent l'ensemble. Soit au total 800 références enregistrées avec une rotation en fonction des périodes sur 400 produits « même si nous pourrions monter jusqu'à 2 500 références potentielles », précise le cofondateur.

Des meubles noirs pour réchauffer l'ambiance

À l'intérieur du point de vente, tout a été mis en œuvre pour augmenter le confort d'achat et casser avec l'ancienne image un peu clinique des magasins spécialisés. « On a opté pour du parquet et des meubles de vente de couleur noire, qui permettent de couper court à la froideur des magasins entretenue généralement par le blanc des frigos », évoque le professionnel. En parallèle, un soin particulier a été porté sur l'affichage produit avec la mise en valeur des marques des fournisseurs. Car ici, pas de question de MDD, « mais des savoir-faire de fabricants dénichés par Biofrost pour ses clients », insiste le professionnel, en citant une kyrielle de marques de fabricants et grossistes spécialistes, parmi lesquels Bio de France, Food4Good, Kom&Sal, Naïce, Madern, Yooji, Aquibio, Kilimandjabio...

Un développement en PACA

Côté développement, Biofrost ambitionne d'ouvrir des succursales dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, sous deux formats : des magasins de 200 m² et de 400 m². L'objectif étant d'atteindre entre trois et cinq points de vente d'ici deux ans. Une fois cet objectif atteint, l'enseigne gèrera les approvisionnements via une plateforme maison, d'où serait expédié son service à domicile. À plus long terme, l'enseigne n'exclut pas un développement au-delà du régional, via des masters franchisés, avec en toile de fond la volonté d'adapter son offre aux zones d'implantation de ses futurs magasins. À suivre. ■ JFA

Trois questions à Régis Del Salé, cofondateur de BioFrost



LMDS : Outre le bio en dénominateur commun, vous fixez-vous d'autres critères de sélection des produits et des fournisseurs ?

Régis Del Salé : Encore en phase de développement sur notre assortiment, nous ne nous fixons pas de critères ou contraintes particulières même si en effet nous souhaitons maximiser les achats locaux, directs avec fabricants et producteurs afin d'être largement majoritaires en produits français. L'assortiment restant logiquement complété par quelques produits européens. En revanche, nous ne référençons aucun produit en provenance du reste du monde, ceci dans l'optique de maîtriser la traçabilité des produits.

LMDS : En tant que spécialiste du bio, quelles sont les familles de produits qui vous donnent le plus fil à retordre pour garantir une certaine profondeur de gamme ?

R.D.S. : Il est vrai que nous rencontrons beaucoup de difficulté à trouver les produits sur certaines catégories, ce qui nous a d'ailleurs conduits à nous appuyer sur une junior entreprise (Propulse de l'IAE AIX) pour nous épauler dans le sourcing. Les manques sont notamment sur l'offre festive, mais également les plats cuisinés, qui mériteraient d'être en plus grand nombre. On pourra citer également le registre des sauces et aides culinaires, ainsi que les produits « communautaires » (halal, kasher).

LMDS : Sous quel horizon envisagez-vous le démarrage de l'activité sous franchise ?

R.D.S. : Sous réserve des conditions économiques, nous tablons sur la création de 3 à 5 magasins en propre afin de valider le concept avant de l'ouvrir à la franchise. Nous espérons atteindre ces objectifs pour fin 2024 sachant que les prochains magasins seront encore en région PACA. ■

TROISIEME PARTIE :

L'ACTUALITE TECHNIQUE, JURIDIQUE & REGLEMENTAIRE

STRATÉGIES
LOGISTIQUE
PILOTER ■ L'ENTREPRISE ■ EN MOUVEMENT

L'entrepôt à étages manque de visibilité réglementaire

L'objectif zéro artificialisation nette oblige l'immobilier logistique à se réinventer. La solution des entrepôts à étages est une solution mais peine à se développer.

La loi climat et résilience impose de réduire de 50 % l'artificialisation nette des sols d'ici 2030, puis de 100 % à l'horizon 2050. Face à cette réduction des disponibilités foncières, les analystes et conseillers immobiliers EOL et Arthur Loyd Logistique, accompagnés du contractant général GSE, ont débattu des enjeux des entrepôts à étages lors d'un webinaire le 24 mai. Premier enseignement, les bâtiments logistiques à plusieurs niveaux en France ont tous été construits à proximité ou au sein de grands centres urbains. « *La pression foncière y est la plus forte, en termes de surfaces comme de prix* », a expliqué Didier Terrier, directeur général associé d'Arthur Loyd Logistique. Un foncier urbain rare et cher est considéré comme la principale raison pour aménager des bâtiments à étages, ce qui justifierait leurs loyers pratiqués, estimés entre 150 et 170 €/m²/an à Paris et dans sa proche couronne.

Coûts à anticiper

Plusieurs contraintes sont à prendre en compte lors de projets d'entrepôts à étages, a rappelé Guilherme Schweder, directeur des opérations chez GSE: « *Ces actifs sont aménagés sur des terrains déjà bâtis ou sur des friches déjà artificialisées. Les temps et coûts de démolition, ainsi que de dépollution, doivent être identifiés avec précision à chaque projet* ». Les mesures



© Goodman

Développée par Goodman sur le port de Gennevilliers (Hauts-de-Seine), la plateforme multimodale à 4 niveaux (R+3) Green Dock développera 90 000 m². Les trois quarts de sa surface sont déjà réservés par Stef, DB Schenker et Ceva Logistics, pour une ouverture en 2026.

de prévention des risques, spécifiques à l'environnement urbain, ainsi que le dimensionnement et la capacité des accès aux différents étages sont également à anticiper dans les phases de conception, a souligné le responsable. Disposer par exemple d'accès autonomes, au moyen de rampes desservant chaque niveau est présenté comme une configuration idéale. Ces équipements garantiraient la polyvalence du bâtiment et sa reconversion lorsqu'un locataire part. Ce cahier des charges, localisation incluse, élèverait le coût de construction de ces entrepôts jusqu'à 400 €/m².

Besoin de visibilité

Pour Laurent Sabatucci, directeur associé et fondateur d'EOL, ces caractéristiques plaident « *pour un cadre réglementaire facilitateur dédié*

aux entrepôts à étages ». Il a rappelé que chaque projet de ce type devait obtenir des autorisations sur mesure de la part des directions régionales de l'environnement, de l'aménagement et du logement (DREAL) et des services départementaux d'incendie et de secours (SDIS). « *Un cadre réglementaire clarifié faciliterait et accélérerait l'instruction de ces bâtiments* », a-t-il défendu. Il serait aussi un moyen d'aborder, voire d'harmoniser, les hauteurs constructibles, se sont accordés les trois intervenants. Au-delà, Laurent Sabatucci a estimé qu'un cadre réglementaire adapté donnerait de la visibilité aux investisseurs. Il permettrait l'émergence de projets en dehors des zones urbaines, seule condition selon lui pour que les entrepôts à étages deviennent un véritable marché en France. ■

ED

Lidl décarbone avec l'IA

Depuis 2022, Lidl teste un jumeau numérique développé par l'éditeur DCbrain pour optimiser l'approvisionnement routier de ses magasins en France.

Au départ de ses 25 plateformes logistiques, Lidl France approvisionne 1 580 supermarchés quotidiennement. « Cela représente l'expédition de plus de 50 000 palettes multitempératures par jour, soit plus de 15 millions de palettes par an, composées de produits secs, frais, fruits et légumes, et de surgelés », a présenté son responsable transport et environnement, Xavier Pierre, lors d'un webinaire organisé par DCbrain le 17 mars.



Partenariat avec DCbrain

Jusqu'à présent, les plans de transport de cette distribution nationale étaient révisés de façon manuelle, deux fois par an. Pour optimiser et piloter ses coûts et émissions carbone, le distributeur a engagé plusieurs démarches, reprises pour l'essentiel dans une charte Fret21 signée en juillet 2021. D'ici 2024, elle prévoit de baisser de 9 % ses émissions de CO2 par rapport à 2019, grâce à trois actions principales : « diminuer les kilomètres parcourus, déployer une flotte à faibles émissions, optimiser les taux de remplissage et d'utilisation des véhicules ». Dans ce cadre, Lidl a noué un partenariat avec DCbrain fin 2022, afin de « concevoir un outil d'aide dynamique à la performance et à la construction de plans de transport ».

Les finalités du projet sont multiples. Elles visent à optimiser les coûts du distributeur, s'intégrer à sa démarche de décarbonation, améliorer les conditions de travail des équipes. DCbrain intègre ses outils d'IA au sein de l'organisation existante de

Porteur électrique 26 t déployé par Lidl France.

Lidl par le biais d'un jumeau numérique en test sur l'une de ses plateformes. Alimenté en données par les TMS et WMS de Lidl, il vise « à aider les équipes centrales, chargées de la planification logistique stratégique, et les équipes locales, en charge de construire les tournées de livraison quotidienne. La conception de ce nouvel outil doit nous permettre de raisonner autrement, de façon plus réactive et plus fréquente, pour construire et piloter les plannings transport ». Il vise aussi à réduire de 155 km à 147 km, la distance moyenne des tournées (entrepôt-magasin-entrepôt).

Mesures de décarbonation multiples

Parallèlement, Lidl mène une série d'actions afin d'optimiser ses coûts et ses émissions. Une première consiste « à ouvrir une plateforme logistique à partir d'une soixantaine de magasins. Nos entrepôts, au plus près des points de vente, contribuent ainsi à limiter les kilomètres parcourus pour les approvisionner ». L'optimisation des chargements tient

compte du poids et du volume des véhicules. « Il est de 95 % aujourd'hui », a affirmé Xavier Pierre. Pour les volumes, Lidl a opté pour la superposition des palettes et des colis. « Cette technique permet de gérer des palettes de taille différente et des colis sur les palettes. » D'autres mesures englobent la chasse aux kilomètres à vide, une démarche d'économie circulaire et la transition énergétique de la flotte mise à la disposition de Lidl. Le distributeur a ainsi généralisé le retour des déchets et des emballages usagés lors des livraisons magasin, évitant 50 000 transports de collecte par an. Des biodéchets sont également utilisés afin de produire du biogaz. « Ce biogaz est consommé par 20 de nos véhicules GNV actuellement. » En fonction des usages, la stratégie de Lidl est multi-énergie. « D'ici 2025, 53 % de notre flotte fonctionnera au GNC-bioGNC, 11 % au GNL-bioGNL, 32 % au B100 et HVO, 2 % en électrique et 2 % avec de l'hydrogène », prévoit le responsable. ■ ED



Xavier Pierre, responsable transport et environnement de Lidl France.



MISE EN PLACE DES ZFE-M

Par

Natalie Grange

Une décision attendue cet été

Le gouvernement attend pour le 11 juillet 2023 la remise du rapport du comité de concertation ZFE-m présidé par Jean-Luc Moudenc, président de Toulouse Métropole, et Anne-Marie Jean, vice-présidente de l'Eurométropole de Strasbourg. L'occasion serait belle d'officialiser l'assouplissement du calendrier de mise en œuvre, tel que le demande un rapport sénatorial rendu public le 15 juin 2023.

Dossier « gilet-jaunesque » par excellence, la mise en place des Zones à faibles émissions-mobilité (ZFE-m) coche toutes les cases du mécontentement transpartisan : objet d'une mission flash menée en octobre 2022 par deux députés, Gérard Leseul, (Seine-Maritime, Socialistes et apparentés) et Bruno Millienne, (Yvelines, MoDem), puis d'un comité de concertation orienté « élus locaux » (voir *BTL* n° 3917, p. 147), cet ovni réglementaire est censé améliorer la qualité de l'air, en réponse aux nombreuses condamnations de l'Hexagone par le Conseil d'État⁽¹⁾ et la Cour européenne de justice⁽²⁾. L'idée d'en finir avec les décès prématurés liés aux émissions de particules fines et d'oxyde d'azote en interdisant d'accès aux centres-villes les véhicules jugés les plus polluants ne convainc pourtant personne : des particuliers aux professionnels en passant par les élus locaux, la *bronca* anti ZFE-m gronde.

Dernier relais connu, le rapport présenté au Sénat le 14 juin 2023 par Philippe Tabarot (Alpes-Maritimes, LR) qui émet neuf recommandations pour « concilier un déploiement apaisé des ZFE-m avec la nécessaire amélioration de la qualité de l'air dans notre pays ». Une fois encore, l'intérêt des ZFE-m n'est pas remis en question, seules les difficultés de mise en place sont pointées par l'élu qui souligne les incohérences qui s'accumulent : à titre d'exemple, Saint-Étienne interdit aux seuls véhicules « Marchandises » sa ZFE, mise en place sans obligation légale, pendant que Grenoble limite l'accès des PL Crit'Air 4 depuis 2020 alors que ce ne sera le cas à Strasbourg qu'en 2024.

Risque social élevé

Philippe Tabarot préconise de créer des « conférences régionales » pour tenter de coordonner les mises en œuvre laissées à la responsabilité des élus locaux. Mais il insiste surtout sur le risque social que prend le gouvernement à interdire l'accès aux ZFE-m, d'ici à 2025, à 13 millions de voitures, 2,5 millions de VUL et à plus de 230 000 PL français (sans compter les immatriculations étrangères). Le renouvellement des PL, qui prendrait entre 15 et 20 ans, implique de toute façon un reste à charge « trop élevé » pour tous (à titre d'exemple, le prix du D-Wide Z.E - Renault - s'élève à 368 045 € et celui du bus GX 337 ELEC - HEULIEZ BUS - à 608 147 €).

Il incite donc le gouvernement à rendre le dispositif des aides plus lisible et à le renforcer, notamment en rendant accessible aux véhicules lourds des Prêts à taux zéro (PTZ). Il propose plus globalement de « desserrer les échéances d'entrée en vigueur des restrictions de circulation » jugeant le calendrier « irréaliste ».

Contrôle dans la ZFE : État ou collectivité ?

À qui incombe le contrôle des ZFE-m ? Aux collectivités, chargées de les mettre en place ou à l'État, qui a pris du retard dans le déploiement de la Lecture automatisée des plaques d'immatriculation (communément appelée LAPI), sensée pourtant faciliter la constatation des infractions ? Les modalités de sanction sont arrêtées mais celles du contrôle restent « floues à ce jour », ajoute le rapport. Selon le ministère de la Transition écologique, cet outil pourrait être déployé « d'ici le deuxième semestre 2024 », soit « environ quatre années de retard par rapport à l'horizon initialement prévu ». Un état de fait scandaleux, selon le Sénat, qui permet aujourd'hui de pointer la surresponsabilité de l'État. Après tout, comme en témoigne Christian Estrosi, les politiques de santé publique relèvent de l'État..

De 2025 à 2030

L'échéance d'interdiction des Crit'Air 3 dans les ZFE-m à compter du 1^{er} janvier 2023 n'étant pas tenable, cela nuit à la crédibilité de la mesure : la reporter au plus tard au 1^{er} janvier 2030 (que cela soit pour les ZFE issues de la LOM ou celles nées de la loi « Climat et résilience ») permettrait de la faire coïncider avec l'émergence d'une offre de véhicules plus aboutie ; qui plus est, l'exemple de Bruxelles, où la ZFE-m a été créée en 2018 et qui déploie un calendrier d'interdiction jusqu'en 2036, permet de constater que l'intérêt d'une progressivité dans la mise en place. Pour les PL et les véhicules ne disposant pas d'alternative, le rapport propose d'autoriser leur circulation sur l'ensemble du territoire jusqu'au 1^{er} janvier 2030, ce qui est déjà en place aux Pays-Bas et à Bruxelles.

Nul ne sait si cette suggestion, qui relève du bon sens, saura convaincre à l'hôtel de Roquelaure, à Matignon ou à l'Élysée. Christophe Béchu, mercredi 14 juin, bottait pour l'instant en touche, disant attendre le rapport du comité de concertation ZFE.

ON VOUS EXPLIQUE... Le futur règlement sur les émissions CO2 VÉHICULES LOURDS

Par
Natalie Grange

La course au transport propre... jusqu'où ?

Dans sa volonté de parvenir à la neutralité carbone en 2050 et à la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) d'au moins 55 % d'ici 2030, l'Union européenne n'a pas oublié le transport de marchandises ou de voyageurs. Un projet de règlement adapte cette stratégie globale en prévoyant un objectif de réduction des émissions de CO₂ de 90 % pour les nouveaux véhicules lourds d'ici 2040.

Le b.a.-ba

- Un projet de règlement entend modifier le règlement (UE) 2019/1242 pour renforcer les normes d'émissions de CO₂ de tous les véhicules utilitaires lourds neufs.
- Les véhicules neufs mis sur le marché devraient émettre 90 % de gaz à effet de serre de moins en 2040 par rapport à 2019, avec des jalons à - 45 % en 2030 et - 65 % en 2035. Pour les bus urbains, la cible est - 100 % dès 2030.
- Le projet prévoit que quasiment tous les véhicules lourds neufs vendus en 2040 soient alimentés par des batteries ou de l'hydrogène. Le gaz n'est pas pris en compte.
- Le vote sur ce texte est prévu en 2024.

→

Dans quel contexte s'inscrit cette proposition de règlement ?

L'Union européenne fait le constat suivant : les gaz à effet de serre (GES) émis par les véhicules lourds sont encore trop importants vis-à-vis des objectifs européens en matière de climat (neutralité carbone en 2050 et réduction des émissions de GES d'au moins 55 % d'ici 2030 par rapport au niveau de 1990). La Commission part du postulat selon lequel le transport routier est responsable d'un cinquième des émissions totales des GES dans l'UE, les véhicules lourds étant impliqués dans « plus de 6 % » de ce total.

Qui plus est, les véhicules lourds, en continuant à utiliser de l'énergie fossile, contribuent à la dépendance énergétique de l'UE. Le transport routier est, selon un autre postulat repris dans l'exposé des motifs de la proposition de règlement, « responsable d'un tiers de l'ensemble de l'énergie finale consommée dans l'UE ».

Dans le résumé du rapport d'analyse d'impact établi par les services de la Commission, les transporteurs et les consommateurs sont perçus comme n'ayant « pas conscience des possibilités d'économies d'énergie et de réductions de coûts » qui vont avec. Enfin, ledit résumé voit dans le changement de régime l'occasion de soutenir l'industrie européenne, « la chaîne de valeur des véhicules lourds dans l'UE » risquant « de perdre son leadership sur le plan de la technologie et de l'innovation ».

→

Pourquoi réécrire le Règlement (UE) 2019/1242 ?

Il était entré en vigueur en juillet 2019 pour fixer de nouveaux objectifs contraignants en matière d'émission de CO₂ à partir de l'année 2025. La Commission le dit elle-même : il n'est pas possible « d'évaluer l'application effective de ces dispositions ». Or, entre-temps, le « Green Deal », en français le « pacte vert », a durci la donne pour quasiment tous les véhicules utilitaires lourds neufs. Il faut aligner le règlement sur ces nouvelles ambitions et sur les objectifs renforcés de réduction des émissions de la législation européenne sur le climat.

→

Quels véhicules sont-ils visés ?

Le Règlement 2019/1242 s'appuyait sur le règlement 2018/956, dont le champ d'application ne concernait pas les remorques (il prenait en compte les « véhicules remorqués », pas les véhicules non automoteur). La proposition de règlement du 14 février 2023 consiste aussi à abroger ce règlement 2018/956. Elle veut impliquer tous les véhicules neufs de + 7,5 t, les bus urbains, les autocars longue distance et les remorques. Pour ces dernières, le fait d'être « tractée par un véhicule électrique à batterie » permettra de n'être équipées que de batteries plus petites, « ce qui réduira le coût d'un camion électrique ».

→

En quoi ce nouveau Règlement va-t-il soutenir la filière industrielle ?

On le voit dans cette proposition, les objectifs sont considérablement renforcés en matière d'émission de CO₂ à l'échelle du parc de l'UE pour les véhicules lourds neufs à partir de 2030. Cela doit permettre d'accélérer l'approvisionnement du marché en véhicules zéro-émission, notamment pour les autobus urbains, donc de stimuler l'innovation technologique « *tout en limitant l'augmentation des coûts pour les constructeurs* ».

→

Quels sont les véhicules qui ne seront pas concernés ?

Devraient être tenus hors-champ du futur règlement les véhicules à usage spécial, utilisés en dehors des réseaux routiers tels que les grues mobiles, les véhicules forestiers ou agricoles comme les tracteurs, ou ceux de l'Armée et de la Protection civile, et les petits constructeurs qui immatriculent moins de 100 nouveaux véhicules lourds dans l'UE. Ils ne seront donc pas soumis à des objectifs en matière d'émission de CO₂.

Côté voyageurs, l'objectif de véhicules zéro-émission ne s'applique pas aux autocars utilisés pour le transport régional et à longue distance de passagers.

→

À quoi doit-on s'attendre en termes de surcoûts ?

Selon le résumé de l'étude d'impact, il faudra compter entre 3 400 € et 9 700 € de plus par véhicule pour 2030, entre 5 300 € et 11 800 € par véhicule pour 2035 et 6 500 € et 13 100 € par véhicule pour 2040. Pour les remorques ou semi-remorques, il faudra s'attendre à un surcoût compris entre 2 500 € et 5 250 € par rapport à 2020. Côté constructeurs, les investissements supplémentaires à réaliser sont estimés entre 4,9 à 8,7 Mds € par an, entre 2031 et 2050.

→

Pourquoi le gaz ne fait-il pas partie des énergies retenues ?

La proposition de Règlement fait le choix de n'instaurer aucun mécanisme pour prendre en compte la contribution potentielle des carburants renouvelables et à faible teneur en carbone. Pour autant, le lobby du gaz souhaite que soit introduit un mécanisme de prise en compte des carburants dans les normes. Les grands constructeurs expriment des avis mitigés, selon la Commission Les partisans du gaz, eux, mettent en avant les mérites du BioGNV en espérant que « *rien n'est encore joué* ». Lors d'une réunion tenue le 13 juin 2023, l'Association française du gaz naturel véhicules (AFGNV) a particulièrement mis en avant, témoins à l'appui, les investissements déjà réalisés dans cette carburation par certaines collectivités locales pour assurer leurs dessertes par autobus ainsi que les soucis d'autonomie rencontrés avec des autobus électriques. Elle insiste sur la capacité de production française de méthane, qui rendrait le BioGNV particulièrement attractif.

→

? Le gaz a-t-il des chances de revenir dans la course ?

C'est la bonne question. À lire le projet de Règlement en l'état, il n'en a aucune mais les États membres attachés à ce mode de propulsions (l'Allemagne, les Pays-Bas et surtout l'Italie) n'ont pas dit leur dernier mot. Pour le moment, le gouvernement français ne semble, pour sa part et pour l'instant, pas convaincu de mener la bataille du BioGNV à Bruxelles.



GAZOLE, GNR

Par

Natalie Grange

Plus que sept ans de ristourne

Lors des Assises des Finances publiques 2023, le ministre de l'Économie et des Finances a confirmé la suppression progressive, d'ici à 2030, du remboursement partiel de la Taxe intérieure de consommation sur le gazole (TICPE) dont bénéficient les transporteurs routiers de marchandises. Dans son envie d'en finir avec le soutien aux carburants fossiles, Bercy signe aussi la fin du dispositif de soutien au GNR, en sursis depuis trois ans. Quitte à se mettre à dos professionnels du froid et agriculteurs.

Vu l'atonie des fédérations professionnelles sur le sujet, la fin des aides sur le carburant serait... un non-sujet. Pas sûr que leurs adhérents ni le reste de la profession l'entendent de la même oreille ! Le 19 juin 2023, dans son discours d'ouverture des Assises des Finances publiques, le ministre de l'Économie et des Finances a confirmé la suppression progressive d'ici à 2030 du remboursement partiel de la Taxe intérieure de consommation (TICPE) dont bénéficient les professionnels du transport routier de marchandises sur le gazole et sur le Gazole non routier (GNR). L'objectif de supprimer cet avantage fiscal avait été fixé par la loi du 22 août 2021 « portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets ».

Le déremboursement de la TICPE pour le TRM – avantage fiscal passé au crible chaque année lors de l'examen du projet de loi de finances et régulièrement pointé du doigt par la Cour des comptes – est en effet au programme du gouvernement depuis deux ans. Selon l'article 130 de la loi « Climat et Résilience » (voir BTL n° 3845, p. 501) : « Il est procédé à une évolution de la fiscalité des carburants dans l'objectif d'atteindre un niveau équivalent au tarif normal d'accise sur le gazole d'ici le 1^{er} janvier 2030, en tenant compte de la disponibilité de l'offre de véhicules et de réseaux d'avitaillement permettant le renouvellement du parc de poids lourds. Cette évolution s'accompagne d'un soutien renforcé à la transition énergétique du secteur du transport routier, notamment par le recours aux biocarburants dont le bilan énergétique et carbone est vertueux, ainsi qu'à l'augmentation des ressources de l'Agence de financement des infrastructures de transport de France ».

« Une fiscalité punitive »

C'est avec une plume trempée dans la camomille que les fédérations professionnelles du TRM ont réagi avec quatre jours de retard à l'annonce du ministre de l'Économie. Elles contestent les propos de Bruno Le Maire faisant état de rencontres au cours desquelles elles auraient « *acté ou accepté une hausse de la fiscalité des carburants* ». Elles rappellent surtout que, si la loi « Climat et Résilience » a bien signé la fin du dispositif de ristourne TICPE, cette décision était en lien avec l'émergence d'une « *offre de véhicules et de réseaux d'avitaillement permettant le renouvellement du parc de poids lourds* ». Or, « *comme le démontrent les travaux de la feuille de route pour la décarbonation du transport routier* », cette offre « *ne sera accessible au mieux qu'à partir de 2030* » et nécessitera, de toutes façons, des investissements, estimés à 52,6 Md€, de la part d'entreprises déjà fragilisées par la concurrence que leur mènent des véhicules immatriculés hors de France... et ravitaillés à des pompes étrangères.

La FNTR, l'OTRE et l'Union TLF « *demandent solennellement à être reçus par Bruno LE MAIRE ou ses équipes, dans les meilleurs délais afin d'évoquer les perspectives d'évolution de la fiscalité s'appliquant à notre secteur* ». On est loin du discours fort tenu par la FNSEA sur le même sujet qui, de son côté « *exige des compensations* » à la disparition de la ristourne TICPE dont dispose les agriculteurs pour l'achat de GNR.

Suppression progressive

La notion de trajectoire était en elle-même intéressante puisque l'article en question fixait un objectif de suppression progressive, sans plus de précision, de l'avantage fiscal sur la TICPE entre 2023 et 2030. Entre-temps, le gouvernement l'a réactivée en tant qu'argument destiné à financer « l'industrie verte » (voir BTL n° 3921, p. 211). C'est en réalité un tour de passe-passe budgétaire qu'il compte réaliser : le « *financement des mesures présentées doit être assuré par des mesures de compensation budgétaires et fiscales, autant que possible ciblées sur le soutien direct ou indirect aux énergies fossiles* », expliquait en effet le même Bruno Lemaire, le 3 avril 2023.

GNR : cinq ans de gagnés

Moins attendu, parce que moins médiatique, le sort réservé à la ristourne appliquée sur le Gazole non routier (GNR) a davantage de quoi surprendre : jusqu'à maintenant, le lobbying des professionnels du froid avait réussi à peser assez lourd pour convaincre gouvernement et parlementaires de maintenir un traitement particulier pour ce carburant, qui alimente les groupes frigorifiques des véhicules. Annoncée par le Projet de loi de finances (PLF) 2019, la suppression du taux réduit de TICPE dont il bénéficie avait été transformée en une « *hausse étalée de la TICPE* » qui, prévue au 1^{er} janvier 2023, avait encore été reculée d'un an (voir BTL n° 3888, p. 435).

En attendant la colère des agriculteurs

Douchés, les espoirs d'un possible report supplémentaire. Le GNR, qu'il soit routier ou non routier, verra lui aussi son avantage fiscal diminuer jusqu'à disparaître en 2030.

En échange de cette revalorisation attendue des postes « Carburant », le gouvernement mise sur l'indexation (voir BTL n° 3890, p. 467) pour en améliorer l'acceptabilité. Bruno Le Maire, a également expliqué, lundi 19 juin, qu'il allait accompagner « *les professions avec des mesures pour les aider à opérer leur transition [énergétique]* ». La rengaine « *Une aide à l'achat d'un véhicule considéré comme propre contre l'augmentation de vos coûts* » est maintenant connue ; reste à savoir si elle suffira à calmer les esprits. Et notamment ceux du monde agricole, le GNR dont il bénéficie est lui aussi amené à être davantage taxé. Dans un communiqué du 19 juin 2023, la FNSEA demande déjà des mesures financières compensatoires, jugeant que « *la taxation réduite actuelle reste un facteur de compétitivité de la ferme France, notamment pour compenser les coûts de main-d'œuvre plus importants que chez nos compétiteurs européens et mondiaux, ces coûts ne pouvant être répercutés sur l'aval* ».

En plein discours « vert », le Gouvernement soutient le gazole Pêche

Ironie de la temporalité, deux jours après le discours de Bruno Le Maire achevant définitivement toute aide à l'achat de carburant « fossile » à la profession du transport routier, le secrétaire d'État à la mer institue de son côté « *une aide par litre de carburant professionnel acheté et acquitté entre le 16 février et le 15 octobre 2023* » pour les navires armés à la pêche sous pavillon français (A. 8 juin 2023, NOR : PRMM2315543A, JO 21). Cette aide correspond à une remise de 20 cts 1/l de Gazole pêche (GOP). Au total, 30 M€ seront dédiés à ce dispositif, à comparer aux 1 247 M€ en 2022 pour celui dont bénéficie le TRM et aux 1 015 Md€ consacrés au GNR, selon l'analyse de l'exécution budgétaire réalisée par la Cour des comptes en avril 2023.

Où l'on voit les limites de l'argument « *Mettre fin au soutien aux carburants fossiles pour sauver la Planète* » : l'heure est surtout, pour le Gouvernement, à chercher à limiter le coût des dépenses fiscales, qui ont augmenté de 4,6 Md€ entre 2021 et 2022... du fait, rappelons-le, de la « *très forte hausse (+ 3,4 Md€) du coût du régime de taxation forfaitaire au tonnage des entreprises de transport maritime* » (voir BTL n° 3925, p. 275).

INNOVATION | LIVRAISON URBAINE

VÉHICULES LÉGERS

Une solution de réfrigération sans batterie et sans bruit

Le français Coldway Technologies, filiale du groupe Sofrigam, se distingue avec une solution embarquée à bord de véhicules légers qui produit du chaud et du froid par un procédé thermochimique naturel. Déjà disponible pour de petites surfaces, cette innovation intéressera des volumes allant de 15 à 20 m³ dès 2024.



Le constructeur de VUL Addax embarque sur ses véhicules les caisses frigorifiques et autonomes de Coldway Technologies.

A lors que le nombre de livraisons de repas et courses alimentaires explose en ville, les transporteurs du dernier kilomètre devront probablement faire face à l'interdiction à partir de 2024 des fluides frigorigènes, et ce, conformément à la révision de la réglementation dite « F-Gaz ». Une contrainte qui jouera sûrement en faveur des solutions proposées par Sofrigam, groupe spécialisé dans la conception

et la fabrication en France de solutions de conditionnement frigorifiques, notamment pour le transport de produits thermosensibles. « Nous fournissons des caisses isothermes et réfrigérantes qui fonctionnent de manière autonome, sans batterie et sans émettre de bruit ni de vibration », explique Gilles Labranque, le président de Sofrigam. Créé en 1978 et situé à Arras dans le Pas-de-Calais, ce groupe (20 millions d'euros de chiffre d'affaires

et plus de 90 personnes) a racheté il y a cinq ans Coldway Technologies, créé en 2001 par des chercheurs du CNRS qui ont développé une technologie pour produire du froid autonome.

UNE PRODUCTION DE FROID ET DE CHAUD

Sur le plan technique, le système de Coldway Technologies repose sur un procédé thermochimique naturel. Il se compose d'un réacteur conte-

nant un concentré de sels et de graphite relié à un évaporateur dans lequel est stocké de l'ammoniac, un fluide frigorigène naturel. Ce dernier, à l'ouverture de la vanne, se vaporise à l'intérieur de l'évaporateur afin de produire ainsi du froid. Le gaz absorbé par le réacteur interagit avec le concentré de sels et de graphite pour fabriquer de la chaleur. Cette production de froid et de chaleur immédiate varie de - 40 °C à plus de 200 °C. Avantage, cette ...

ÉQUIPEMENT/RECHARGE

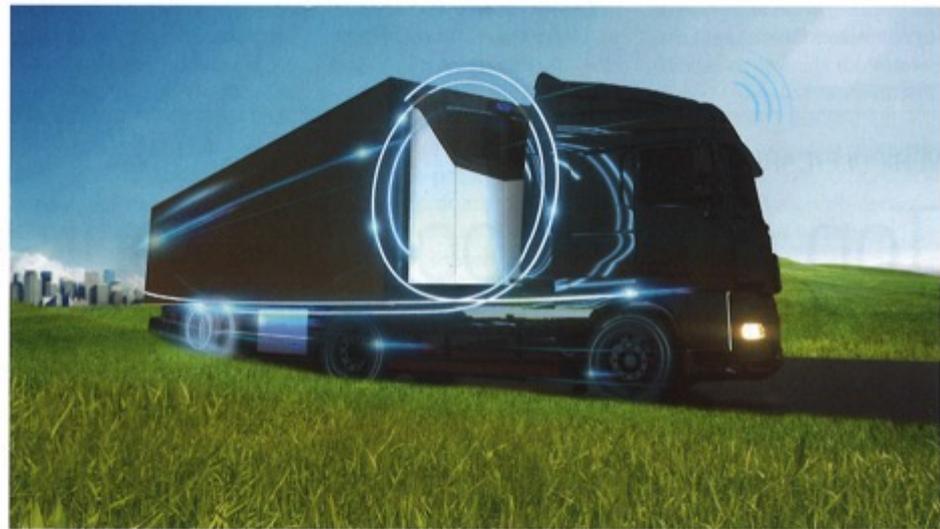
Des essieux à récupération d'énergie pour les groupes frigorifiques

Carrier Transicold et Thermoking ont noué des partenariats avec des fabricants d'essieux. L'objectif est d'alimenter la batterie de leur groupe frigorifique avec l'énergie cinétique des semi-remorques lors des phases de freinage et de décélération.

Produire du froid durant la livraison des produits sans consommer de gazole, et donc sans émettre de CO₂, de NOx ou de particule : un défi que relèvent les groupes frigorifiques électriques couplés à des essieux à récupération d'énergie. Des dispositifs proposés notamment par Carrier Transicold et Thermo King. Tous deux ont monté des partenariats avec des fabricant d'essieux. Carrier Transicold a fait appel à Valx et Saf Holland pour équiper sa solution Vector eCool, tandis que le Thermo King AxlePower de l'entreprise éponyme intègre l'essieu e-Power de BPW. Ces deux solutions dédiées aux semi-remorques fonctionnent selon le principe suivant : les systèmes électriques de réfrigération sont alimentés avec l'énergie cinétique récupérée lors du freinage ou de la décélération. Point important, l'installation de ces essieux ne modifie pas les processus habituels des carrossiers-constructeurs qui sont indépendants des tracteurs.

ÉCONOMISER DU DIESEL

En témoigne BPW avec son e-Power, un essieu qui intègre deux générateurs pour délivrer deux fois plus de puissance. Ce dispositif équipe



Le système Vector eCool est disponible en test pour une durée de deux semaines.

le groupe frigorifique Thermo King AxlePower qui équipera les semi-remorques hybrides ou électriques dans le second semestre 2023, indique le constructeur. Outre ses deux générateurs, l'essieu dispose d'une gestion intelligente de l'alimentation, qui vérifie que le système de refroidissement dispose de suffisamment de réserves de batterie. De plus, il offre aux conducteurs et au gestionnaire de flotte une visibilité des performances en temps réel. « Enfin, en opération stationnaire, le pack batterie fournit une autonomie moyenne de cinq heures de réfrigération,

selon la taille de la batterie et le point de consigne », indique Romain Espinasse, directeur commercial de BPW France. Ce dernier estime que le système Thermo King AxlePower engendre pour les flottes une économie de 4 000 litres de diesel par an et par véhicule. À cela s'ajoute le gain opérationnel. Comme le système de refroidissement utilise l'électricité, il n'émet pas de bruit. Ce qui permet aux véhicules électriques concernés de livrer de nuit ou très tôt le matin dans les ZFE et les centres-villes. De quoi échapper ainsi aux embouteillages de la journée.

Des arguments que délivre aussi Carrier Transicold avec son système Vector eCool qui équipe d'ores et déjà 200 véhicules en Europe et en Australie.

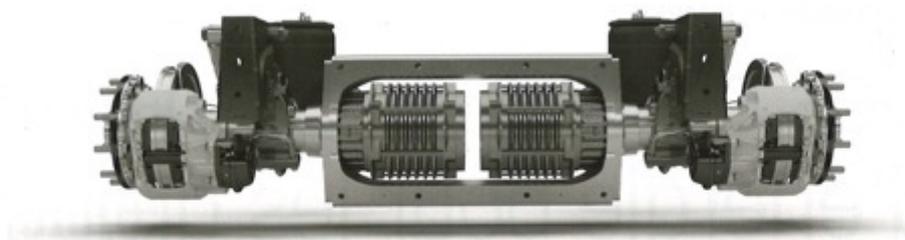
UN SYSTÈME À TROIS COMPOSANTES

Cette solution autonome et sans moteur repose sur trois éléments, à savoir : un groupe frigorifique électrique, en l'occurrence le Vector H19, une batterie de stockage délivrée par Carrier et un essieu à récupération d'énergie. Pour l'heure, la version commercialisée par Carrier Transicold utilise l'essieu de Valx. Un autre système, en cours de ...

GRAND ANGLE | FACE À LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

... finalisation, sera également commercialisé. Il s'agit du Saf Trackr fourni par Saf Holland. Ce dernier intègre en son centre une génératrice d'une puissance de 20 kW équipée notamment d'une boîte de vitesses et de deux arbres de transmission qui convertissent l'énergie cinétique en énergie électrique.

« Comparé à un groupe frigorifique alimenté par moteur diesel, le surpoids lié à notre essieu à récupération d'énergie, à la batterie et aux accessoires dédiés n'est que de 70 kg environ », fait valoir Jean Baghdad, directeur général de Saf Holland France qui travaille, entre autres, avec les carrossiers Chéreau et Lamberet. Pour l'heure, son essieu



L'essieu e-Tracker dispose de deux génératrices pour plus de puissance.

en est au stade de prototype de présérie. Il devrait être commercialisé d'ici la fin septembre de cette année. Actuellement, le Saf Trackr est testé sur des semi-remorques dans le cadre d'une expérimentation menée depuis un an par Carrier Transicold qui avait démarré cette campagne

avec l'essieu de Valx. Au total, 34 distributeurs et transporteurs français ont ainsi expérimenté pendant quinze jours deux semi-remorques réfrigérées de 27 et 33 palettes équipées d'essieux à récupération d'énergie. Ces véhicules ont parcouru 80 000 km et économisé 1 860 litres

de carburant. « Cela représente une réduction de 75 % d'émissions de CO₂ », fait savoir Zoran Mancic, directeur commercial de Carrier Transicold dont l'expérimentation se poursuit cette année.

ELIANE KAN / AGENCE TCA

DÉCARBONATION

Cap sur la réduction de l'impact environnemental

Selon le Cemafruid, près de 30 000 semi-remorques frigo circulent en France. La simple production du froid représente 500 000 tonnes d'émissions de CO₂ par an. En matière de réduction de son empreinte environnementale, la filière du transport sous température dirigée met trois fers au feu : le choix des motorisations alternatives, l'après-GNR pour les groupes frigorifiques et la conception de carrosseries nouvelles générations. Les initiatives sont nombreuses mais onéreuses, d'où une industrialisation encore à doses homéopathiques.



Des systèmes aérodynamiques qui allongent la carrosserie.

« **L**a filière du transport sous température dirigée va avoir besoin d'investir pour passer le cap de l'industrialisation des solutions, prophétise Valérie Lasserre, déléguée générale de La Chaîne logistique du froid. Les pouvoirs publics vont devoir s'impliquer à la hauteur des enjeux de la transition énergétique. »

En matière de motorisation, les solutions abondent à court et long termes. En majorité, les constructeurs de véhicules industriels s'accordent à dire qu'ils sont engagés dans l'électromobilité pour le long terme. Le biogaz et les biocarburants sont appréhendés comme des énergies de transition. L'intégration de piles à combustible (PAC), la récupération d'énergie

sur le freinage, le travail sur la qualité des isolants ou sur la pénétration dans l'air des véhicules – ainsi que sur l'écoconduite – viennent compléter ce dispositif. Pour aider les transporteurs frigo à s'y retrouver, La Chaîne du froid et Transfrigoroute ont récemment présenté deux outils. Le premier se veut un comparatif des différentes solutions innovantes

en matière de motorisation des camions et des groupes de production de froid. Quant au second, il constitue une sorte de guide des équipements télématiques disponibles pour la remontée des données sur les camions et les trajets, en vue de les optimiser. « Jamais effectué jusqu'ici, ce travail colossal va avoir un impact décisif pour la transition envi-... »

GRAND ANGLE | FACE À LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

Porteurs et tracteurs Hyliko seront dotés d'une pile à combustible et d'un réservoir à hydrogène.



PHOTOS: OR

...ronnementale », assure Valérie Lasserre. Spécialistes du transport frigorifique et chargeurs échangent de plus en plus pour faire émerger les solutions alternatives. « Pour certains chargeurs, l'empreinte

carbone est devenue un primo-critère. Nous connaissons des chargeurs qui suivent leurs émissions de CO₂ sur l'ensemble du périmètre de la supply chain », indique Julien Darthout, délégué général du Club Déméter.

Le camion frigorifique ne s'engage pas uniquement sur des énergies moteur plus « propres » pour réduire son impact environnemental (émissions de GES et nuisances sonores). Il lui faut également adopter des solutions alternatives grâce à son groupe de production de froid et sa carrosserie.

CARROSSERIE ET GROUPES FROIDS AU CŒUR DE L'INNOVATION

Pour cette dernière – le maintien des températures pour réduire l'empreinte carbone figure au centre de toutes les recherches – les professionnels du secteur mettent plusieurs fers au feu : « Nous travaillons sur la qualité de l'assemblage des faces latérales et du bloc arrière. Nous investissons aussi dans des maté-

riaux conductibles afin de lutter contre les ponts thermiques », déclare Franck Altmayer, directeur produits chez Lamberet. L'isolation du véhicule demeure ainsi un élément clé dans la recherche de gains environnementaux, y compris pour la production de froid. À ce titre, les professionnels nourrissent de grandes ambitions dans le VIP (Vaccum Insolated Panel), « la référence extrême, estime Franck Altmayer. Le VIP est plus efficace que l'isolation en mousse de polyuréthane. On parle là d'isolation de panneaux sous vide après en avoir extrait tous les gaz. » Chez Chéreau, cette solution est en phase de préindustrialisation. « Le VIP améliore de 20 % à 25 % le coefficient K [qui mesure l'isolation thermique]. C'est une piste très intéressante pour réduire l'impact du transport sous température dirigée. Avec cette technologie, le gain le plus faible qu'on ait eu en retour de nos clients, est de 16 % et le plus significatif de 40 % [en pharmacie] », souligne Christophe Danton, responsable marketing de



Ovarith Troeung (Hyliko) : « Nous voulons travailler avec de multiples constructeurs. »

Chéreau. En parallèle, les carrossiers continuent de travailler sur la conception de formes plus aérodynamiques. À cela s'ajoutent les travaux sur l'intégration de groupes froids performants. Une préoccupation centrale dans la lutte contre



Franck Altmayer (Lamberet) : « La nouvelle approche pour les machines frigorifiques, c'est le tout électrique. »



Bientôt des véhicules pourront alimenter le froid, y compris en circulation, grâce à des panneaux photovoltaïques.

HYLIKO VEUT DÉCARBONER LE TRM TROIS FOIS PLUS VITE

Se présentant comme la première plateforme de mobilité hydrogène à empreinte carbone négative, la start-up Hyliko a démarré son activité à la fin de 2021. Son ambition est de décarboner le TRM trois fois plus vite. L'objectif est d'aider les transporteurs – dont les spécialistes du frigo – à améliorer leur bilan carbone sur la durée. Hyliko n'est pas un constructeur mais plutôt un assembleur. L'entreprise pilote actuellement son projet sur un porteur (26 t en 4-2 ou 6-2) et sur un tracteur (4-2). Ils seront dotés d'une pile à combustible et d'un réservoir à hydrogène. « Nous avons recours à la thermolyse de biomasse [chauffée à haute température dans un four sans oxygène]. Les gaz obtenus sont purifiés pour en extraire de l'hydrogène que l'on stocke et compresse avant de l'acheminer dans une pompe à laquelle le transporteur raccordera son camion », explique Ovarith Troeung, directeur général de la société. Hyliko va proposer un porteur sur lequel sera installée une caisse frigo. La prise de force du groupe froid ne s'effectuera plus sur le moteur mais sur la batterie via la pile à combustible. Actuellement, la start-up pilote aussi un projet avec Bert&You et Point P pour une livraison fin 2023.

S. B.

les émissions de gaz à effet de serre (GES). Certes, le gazole non routier (GNR) demeure le carburant majoritaire. « Mais il sera soumis à la taxe intérieure de consommation sur les produits énergétiques (TICPE) au 1^{er} janvier 2024 », rappelle Denis Bertin, directeur général Opérations et Développement chez Jacky Perrenot. Le département recherche et développement réalise d'énormes progrès dans la mise en place d'alternatives plus propres. L'énergie électrique stockée en batteries ou sous forme d'hydrogène tiennent le haut du pavé de l'innovation. L'enjeu étant de disposer d'une source électrique embarquée qui soit la même que celle qui sert à la traction du véhicule. « Nous les carrossiers, sommes capables de monter une power box qui sert à transformer le

courant des batteries de traction en un courant utilisable pour la machine frigorifique », précise Franck Altmayer. Ces solutions existent déjà sous la forme du « frigo block » de Thermo King et du TRS de Carrier Transicold.

LA PISTE DU SOLAIRE

De son côté, Chéreau mise sur sa semi-remorque à l'hydrogène dans le cadre de son programme Hygo. Deux véhicules sont en test, chez STEF et Delanchy. « Ils présentent l'avantage d'être rechargés à la pompe en quelques minutes. Leur autonomie est suffisante pour effectuer une tournée complète en distribution et en longue distance », affirme Christophe Danton. Autre énergie en test pour la production de froid : le solaire. Chéreau et Lamberet travaillent avec des

partenaires sur l'apport des panneaux solaires (au chargement et en circulation) lesquels doivent couvrir tout le pavillon et la moitié des flancs du véhicule afin de récupérer jusqu'à 8,5 kW crête. Ces panneaux photovoltaïques ont pour fonction de produire de l'énergie pour des batteries qui servent à faire fonctionner la machine de production de froid. Enfin, la réduction de l'empreinte environnementale passe également par les pneumatiques du véhicule, comme le souligne Régis Audrue, directeur général du Syndicat du pneu : « L'enjeu d'économie et de réduction repose sur deux critères. Recourir à un pneumatique qui n'accroche pas trop le sol et veiller à maintenir une pression au bon niveau afin de limiter la résistance au roulement. »

SALI BOULA / AGENCE TCA



Christophe Danton (Chéreau) : « Nous avons carrossé le premier porteur de 44 tonnes à l'hydrogène utilisé chez les Transports Chabas. »



Ekolis offre une traçabilité des utilitaires frigorifiques de moins de 3,5 tonnes.

Traçabilité

Ekolis déploie une offre pour les VUL de transport frigorifique

Le spécialiste des solutions de traçabilité Ekolis a lancé un service de géolocalisation et de gestion des flottes de véhicules utilitaires de moins de 3,5 tonnes pour le transport sous température dirigée. « Avec cette solution unique sur le marché, Ekolis permet à tous les acteurs du transport sous température dirigée de bénéficier sur leur flotte de véhicules légers des mêmes fonctions de traçabilité que celles disponibles pour les véhicules lourds. C'est une avancée majeure en matière de gestion de flotte et de respect de la chaîne du froid, notamment pour toutes les entreprises de livraison du

dernier kilomètre », déclare Guillaume Perdu, fondateur d'Ekolis. Pouvant être installé dans l'habitacle du véhicule, cet outil s'appuie sur un matériel connecté relié à des sondes de mesure de température. Les informations collectées remontent vers le portail de gestion Infinity by Ekolis doté d'un large panel de fonctionnalités : géolocalisation, édition des courbes de température, système d'alerte, rapports de tournée certifiés, éco driver, coaching, service client dédié. Ekolis met également à disposition son application mobile à destination des conducteurs. ● D.O.