



## REVUE DE PRESSE

Semaines 26 et 27  
24/06/2024 – 05/07/2024

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

- FROIDNEWS
- L'Officiel des Transporteurs
- Transport Info
- LSA Commerce & Consommation
- Les Marchés
- Les Échos
- Bulletin des Transports et de la Logistique
- Les Routiers

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@lachainelogistiqueaufroid.fr](mailto:info@lachainelogistiqueaufroid.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

### • FROIDNEWS

- Alliances – Editorial de Pierre Besomi
- SELFI 2024, une édition couronnée de succès
- Des conférences inspirantes – Au cœur de la logistique alimentaire
- Un accélérateur dans la filière logistique du froid
- Quels leviers pour développer sa marque employeur ?
- Les évolutions de la chaîne du froid face à un environnement coercitif
- Rencontres Transfrigoroute – Une nouvelle ère pour la logistique frigorifique
- Noël Thiéfine, nouveau Délégué Général de LA CHAÎNE LOGISTIQUE DU FROID
- PSL QUERLIOZ – La force du groupement
- Interview Hellofresh France – « Notre approche fondée sur les données est la pierre angulaire de notre Business Model »
- Scapalsace s’automatise avec Witron
- Entrepôts une tendance à l’automatisation
- De la location naît le transport frigorifique « Urban-Friendly »
- Groupe Lahaye Global Logistics – 70 ans de savoir-fret
- Les jeux boostent la cyclologistique

### • L’Officiel des Transporteurs

- XPO Logistics à nouveau transporteur officiel du Tour de France
- Christophe Jamet, président des Transports Jamet (45), s’est éteint
- En Savoie, une 6ème plateforme logistique pour Salesky
- TransBK (69) entre dans le giron du groupe Coquelle (62)
- Jolival reprend les transports Ripoché
- Le groupement Astre se réorganise pour accélérer son développement européen

### • Transport Info

- Valérie Peene, Dg du groupe Jardel (31) : L’humilité au service de l’agilité
- Acquisition : Primever met la main sur le groupe Médina (66)
- Liquidation judiciaire : fin de partie pour les Transports Duval (72)

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

### • LSA Commerce & Consommation

- Christian Pimont quitte la présidence de l’Alliance du Commerce, il est remplacé par...
- Philippe Palazzi, DG de Casino : "Le succès de nos franchisés fera notre succès futur"
- Franprix imagine un nouveau concept de magasins pour ses franchisés
- Marie Cheval réélue présidente de la FACT
- Jean-Michel Gac élu président de la coopérative Even
- Cora, Match : Carrefour parie sur une intégration en douceur
- Carrefour se renforce dans les boutiques de stations-service
- Maxime Costilhes nommé directeur général de l’Ania
- Marché frais, O’Frais... L’appétit grandit pour les enseignes multifrais
- Carrefour veut s’appuyer sur l’expertise de Marché frais
- Novoviande, Despi, la consolidation s’accélère autour de Grand Frais
- Cœur de frais, le primeur qui réveille la proximité
- O’Frais, premier laboratoire multifrais de Boulangerie Ange

- Mangeons frais, le spécialiste des fruits et légumes qui tisse sa toile

- **Les Échos**

- Atacadao, l'arme anti-inflation brésilienne que Carrefour dégage en France
- Pourquoi Carrefour a choisi d'implanter Atacadao à Aulnay-sous-Bois
- Un agriculteur élu président d'une Association nationale des industries alimentaires en crise
- Commerce : la victoire par KO du modèle de la coopérative
- Chaîne d'approvisionnement et grande distribution : ce que l'IA va changer
- Boeuf, agneau, porc, volaille : le recul généralisé du cheptel français
- Casino : la direction et les syndicats tombent d'accord sur le plan social
- Décarbonation : le marché de Rungis face aux travaux d'Hercule
- Le marché de Rungis veut se doter d'« une autoroute ferroviaire »
- Commerce : Prosol étend son emprise sur la galaxie Grand Frais
- Comment Carrefour va intégrer Cora et les supermarchés Match
- Casino transfère 66 supermarchés à Auchan et Intermarché

- **Les Marchés**

- « Concurrence déloyale des abattoirs communautaires », Quintin Viandes ferme
- Importations ukrainiennes : les droits de douane rétablis pour l'œuf et le sucre
- Viande : « Il faut redonner à tous les maillons de la chaîne des leviers de compétitivité »
- La cotation du porc continue sa hausse en France
- Fict : Christiane Lambert présidente du syndicat charcutier
- Les préoccupations environnementales sur l'alimentation ont reculé, mais à quel point ?

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

- **L'Officiel des Transporteurs**

- Condamnation de Deliveroo : « L'ubérisation du secteur de la course connaît un coup d'arrêt »
- [Dossier JOP Paris] Anticipation, réactivité, flexibilité comme mots d'ordre pour assurer la logistique urbaine
- [Dossier JOP Paris] Des plans de transport chamboulés
- AUTF : chargeurs et transporteurs face aux mêmes enjeux « carbone »
- Électrique : jusqu'à 53 % des ventes de camions en France d'ici 5 ans

- **Transport Info**

- Carburant : Le HVO bientôt disponible en station-service en France !
- Etude CNR : Un tracteur électrique coûterait jusqu'à 106 000 € d'exploitation par an
- Législatives 2024 : Voici les résultats des figures du transport

- **Bulletin des Transports et de la Logistique**

- L'INTERVIEW DU BT Jean-Marc Zulesi (député Renaissance des Bouches-du-Rhône)  
COMPLÉMENTARITÉ DES MODES DE TRANSPORT
- Aide financière à l'électrification des flottes

- **Les Routiers**

- Jusqu'à 90 000 euros d'aide pour l'achat d'un tracteur électrique

# PREMIERE PARTIE :

## L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET LOGISTIENS



### PROJECTEUR



**LE CHOIX DE LA RÉDACTION :**  
Froid News met à l'honneur une personnalité qui œuvre en faveur de la filière de manière éco-responsable.

**NOËL THIEFFINE**  
EN TANT QUE NOUVEAU DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE DU FROID, CE DERNIER VA POURSUIVRE LA MISSION DE VALÉRIE LASSERRE POUR LA DÉFENSE DE LA PROFESSION.

**ÉDITEUR :** Nouveaux Horizons Sarl  
4 route de Fontainebleau, 77690 Montigny-sur-Loing  
SIRET 394 263 552 00033

**Froid News, Profession Carrossier, TRM & Logistique, SELFI,** sont des marques déposées de Nouveaux Horizons.

**DIRECTEUR DE LA PUBLICATION :**  
Pierre Besomi, pierre.besomi@froid-news.com  
Tél. : 06 11 84 13 47

**ÉDITRICE :** Sylvie Warnet  
sylvie.warnet@froid-news.com

**RÉDACTRICE-EN-CHEF ADJOINTE :**  
Elodie Fereyre, elo.fereyre@gmail.com

**RÉDACTION :** Pierre Besomi, Slimane Boukezzoula, Philippe Colombet, Charlotte Cousin, Erick Demangeon, Loïc Fleux, Marc Fressoz, Jean-François Leray.

**ÉDITRICE DÉLÉGUÉE,**

**PUBLICITÉ & PARTENARIATS :**  
Laurence Emery, froidnews@defis-regie.com  
Tél. : 06 11 87 20 61

**CHEF DE PUBLICITÉ :**  
Maëla Vercoustra, maëla-froidnews@defis-regie.com  
Tél. : 06 07 36 24 33

**ABONNEMENTS :**  
Carole Dubbeld, carole.dubbeld@froid-news.com

**CONCEPTION GRAPHIQUE :** Philippe Arzur  
PHOTOS : DR - DÉPÔT LÉGAL : JUILLET 2024  
IMPRIMÉ EN FRANCE

### ÉDITORIAL

## ALLIANCES

**L**es Rendez-Vous de La Chaîne Logistique du Froid, à Toulouse, nous ont donné des signes d'espoir malgré les terribles menaces qui pèsent à l'échelle planétaire. Il ressort des interventions de divers experts que nous pouvons compter sur l'inventivité bouillonnante des scientifiques. Saluons aussi les efforts notoires des opérateurs du transport et de la logistique du froid qui sont déjà engagés, à marche forcée, dans une nécessaire transition énergétique ; en fonction des solutions technologiques disponibles.

C'est ce qu'a également démontré le récent salon SELFI organisé par Froid News qui a réuni 800 professionnels de tous les métiers, curieux de découvrir les innovations de 55 exposants. Et comme c'est en forgeant que l'on devient forgeron, nous sommes bien décidés à renforcer l'offre du SELFI pour 2025. Nous allons proposer plusieurs ajustements :

- Recensement des attentes des donneurs d'ordre.
- Organisation d'entretiens programmés avec les donneurs d'ordre et les exposants, en tête à tête.
- Offre d'un accueil spécifique des donneurs d'ordres y compris au Club VIP.
- Limitation du nombre de conférences pour laisser plus de temps disponible aux échanges et plus d'espace d'exposition dans le Pavillon.
- Installation d'un grand barnum climatisé qui accueillera les conférences sonorisées en extérieur.

Avec une équipe sensationnelle (journalistes, commerciales, organisatrices, etc.) gageons que nous pourrions compter sur une mobilisation maximale et d'une affluence accrue de la filière pour pérenniser le SELFI. C'est notre challenge. Peut-être aussi à la faveur de nouvelles alliances avec telle ou telle organisation professionnelle. Nous serions certainement plus forts ensemble.

**PIERRE BESOMI**

## SOMMAIRE



# SELFI 2024

Photos SELFI 2024 © Didier Venom et © Xavier Roche



Esprit de corps chez Carrier.



Renault Pro Plus avec ses partenaires Cazaux, ECP, Lamberat et Lecapitaine.



Technologies électriques aussi en



Du lourd sur le stand BPW Idem telematics.



Madame Brigitte Delanchy, heureuse de sa présence au SELFI sur le stand d'Ayopa by Delanchy.



Sébastien Bossard pour Sofrilo a



Thermo King refroidit cette caisse Lamberat rapportée sur châssis Peugeot.



Lapeyre Logistique, valeur montante dans le froid.



Le Groupe Antoine en force avec So



D Hollandia toujours fidele au SELFI.



Avec Mecalux, SELFI élargit son écosystème à l'intralogistique sous froid.



Frappa affiche ses valeurs RSE.



Trouillet se renforce dans le froid.

FLASHEZ CE QR CODE  
POUR REGARDER  
TOUTES LES PHOTOS  
ET LE CLIP DU SELFI



> ÉVÈNEMENT

# SELFI 2024, UNE ÉDITION COURONNÉE DE SUCCÈS

Autour des thématiques phares de la décarbonation et du dernier kilomètre, l'édition 2024 du Salon Européen Logistique Froid et Innovation (SELFI) s'est tenue pour la deuxième fois dans l'enceinte du Marché international de Rungis.

**S**uccès renouvelé du SELFI pour son édition 2024, les 29 et 30 mai derniers, avec un peu plus de 800 participants malgré un temps déplorable. « La première édition a été un véritable succès et je remercie mon ami Pierre Besomi d'avoir renouvelé l'expérience dans ce temple de la logistique des produits frais qu'est le Marché de Rungis », a commenté Stéphane Layani, président du Marché international de Rungis.

Le salon a rassemblé 55 exposants avec un intérêt marqué pour les enjeux du dernier kilomètre et les solutions de vélos-cargos. Nous avons accueilli cette année également avec beaucoup de plaisir des logisticiens aussi bien en tant qu'exposants qu'en tant que visiteurs, dont certains pour la première fois. Étaient ainsi présents : Ayopa by Delanchy avec Brigitte Delanchy, le Groupe Antoine (Sofripa, Grière Distribution), Lapeyre Logistique, le Groupe Olano, Sofrilog et STAF. « À quelques semaines d'un défi logistique sans précédent pour les professionnels de l'alimentaire et dans un contexte réglementaire de plus en plus contraignant, les opérateurs du Marché ont pu découvrir une offre de très haut niveau pour réinventer leur logistique et accélérer la décarbonation de leurs activités ! », poursuit Stéphane Layani.

Avec le concours des exposants enthousiastes et de ceux qui ne demandent qu'à le devenir, nous allons réinventer le SELFI pour son édition 2025. ■



à l'extérieur avec Petit Forestier et STAF.



à la manœuvre.



Sofripa et Grière.



Kleuster est loué par le réseau Clovis.



Sofrigam bouge avec La Poste.



Rencontre durable entre Nicolas Olano et Stéphane Layani, président du « Marché »



Olivo, le froid tout sourire.

## SELFI 2024

Photos SELFI 2024 © Didier Venom et © Xavier Roche

> PERSPECTIVES

# DES CONFÉRENCES INSPIRANTES

Le Salon Européen Logistique Froid et Innovation (SELFI) s'est tenu les 29 et 30 mai à Rungis, au cœur du Marché International. Organisé par le magazine Froid News, il a donné lieu à des conférences de haute volée sur les sujets du moment.



> JOP - MIN RUNGIS

## AU CŒUR DE LA LOGISTIQUE ALIMENTAIRE

**Les acteurs du froid impliqués restent dans l'expectative quant au chantier qui les attend.**

**P**lus qu'un chantier, les acteurs de la logistique du froid impliqués dans les livraisons alimentaires à Paris et en région parisienne vont être confrontés, à leur manière, à un véritable parcours (sportif) du combattant pour « faire le métier » entre le 26 juillet, date du début des JO, et le 8 septembre, fin des Jeux paralympiques. Première inconnue selon Julien Garnier, la teneur des flux de marchandises. « Ils devraient être stables. Il y a beaucoup d'inconnues et d'interrogations autour des JOP, notamment sur la tournure que prendra la consommation », pense le président du groupe Primever. De son côté, Nicolas Olano estime que « l'on ne peut que se féliciter d'avoir les JO. Nous avons la chance de disposer de logisticiens du froid de qualité », souligne le président du groupe éponyme. Pour sa part, Rodolphe Ziegler se montre circonspect. « Je ne suis pas d'un optimisme béat. Ce que l'on va réaliser de plus ici, on va le faire en moins ailleurs. Beaucoup parmi nos clients nous confient qu'ils vont sans doute baisser le rideau pendant les JOP », affirme le directeur d'exploitation de Demarne, grossiste dans

De gauche à droite : Rodolphe Ziegler (Demarne), Nicolas Olano, Alain Martinez (CPME 94) et Julien Garnier (Primever)



les produits de la mer. Quant au patron du CPME 94, Alain Martinez, il s'attend à « un 10 % de volumes en plus pour les entreprises concernées ». Nicolas Olano dit anticiper la nécessité de « travailler davantage la nuit, ce que l'on sait faire. Nous allons opérer en flux tendus ». Le dirigeant basque, en tant que membre de la Chaîne logistique du froid, annonce avoir rédigé un courrier de décharge

à l'attention des clients qui seraient tentés par la mise en place de pénalités en raison des retards qui surviendraient. De son point de vue, « la grande inconnue va consister à savoir comment relier Rungis ».

### RALLIER RUNGIS

Sur l'épineux dossier des conditions de circulation dans la région Île-de-France,

**SELFI** | salon européen  
logistique  
froid  
innovation  
»»» by FROIDNEWS

29 - 30 mai 2024  
Marché International de Rungis



> INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

## UN ACCÉLÉRATEUR DANS LA FILIÈRE LOGISTIQUE DU FROID

En quoi cette nouvelle technologie, controversée, peut-elle appréhender le champ de la logistique du froid ?

De gauche à droite : Laurent Meillaud (journaliste & animateur), Arno de Moissac (DC Brain), Geoffrey Six (Sofrilog), Olivier de Boiboissel (philosophe).



Julien Garnier pense que le point noir, dans l'été, surviendra « début septembre, lorsque les Parisiens et les Franciliens rentreront de vacances, en plein déroulement des Jeux paralympiques ». En écho à Nicolas Olano et Julien Garnier, Rodolphe Ziegler ajoute que « l'arrivée par le Nord de l'Île-de-France en direction de Rungis va être complexe ». Le responsable d'exploitation de Demarne et ses équipes se sont rapprochés de leurs clients afin, assure ce dernier, d'appréhender au mieux leurs besoins. Quelles seront les conséquences des contraintes de circulation et de stationnement qui vont survenir ? « Il faut s'attendre à un renchérissement du coût des livraisons », souligne Rodolphe Ziegler qui dit « s'inquiéter beaucoup pour nos conducteurs qui vont devoir composer avec les restrictions de circulation et la mise en place des périmètres rouges, bleus et gris ». Alain Martinez pense que « la gestion des QR codes va être complexe ». Rodolphe Ziegler invite les clients des grossistes et des logisticiens du froid à davantage de compréhension voire de respect « notamment sur les prestations en matière de prix ». Le représentant de Demarne et Unigro, tout en pointant du doigt les GMS, déclare que « nous n'avons pas toujours en face de nous des spécialistes du produit. Ils ne savent pas toujours de quoi on parle ». ■

**Slimane Boukezzoula**

« **0,1%** ». Ce sera, à terme, la part de l'intelligence dans les activités humaines, le reste proviendra de l'intelligence artificielle ». C'est ce qu'est venu dire à la tribune Olivier de Boiboissel. « L'exécution restera confiée à l'humain mais tout ce qui relèvera de la prise de décision appartiendra à l'intelligence artificielle générative, laquelle va provoquer une redistribution des tâches. Nous ne sommes qu'au début d'un vaste processus », a déclaré le philosophe et critique littéraire. Etablir des prévisions, formuler des recommandations et prendre des décisions, c'est en résumé ce processus informatique par lequel l'IA utilise des algorithmes pour supplanter des interventions humaines. « On distingue

l'IA classique et l'IA générative qui crée de nouveaux contenus à partir de données, a précisé le philosophe. Celle-ci ne sait pas tout faire mais elle est opérationnelle dans la relation client et les études de contrats par exemple ».

### DU CÔTÉ DE L'HUMANITÉ

Chez Sofrilog, l'idée « qu'on ne la maîtrise pas mais qu'il faut l'adopter » a fait son chemin. Armé de la solution DC Brain, le logisticien y est donc allé. « Une fois que la donnée est propre et que le paramétrage est effectif, on peut injecter des milliers d'informations et l'outil va nous sortir un modèle fiable pour les tournées par exemple. Grâce à l'IA, nous avons pu identifier les leviers géographiques sur lesquels nous pou- »

## SELFI 2024

» vions développer les processus de mutualisation. Aujourd'hui, nous sommes sur la fin de la construction du jumeau numérique (pour stocker toutes les données numériques au même endroit, Ndlr). Nous ne disposons pas encore d'une vue précise sur tous les gains possibles mais nous entrevoyons de belles promesses », a indiqué Geoffrey Six, directeur développement exploitation méthode et process transport de Sofrilog. DC Brain était à l'origine orienté sur d'autres champs de l'économie. Puis vint le camion, un tournant pour

l'entreprise. « Il accapare 80 % à 90 % de notre activité aujourd'hui. A chaque fois que nous parvenons à massifier un camion, apparaît directement un impact CO<sub>2</sub> », déclare Arno de Moissac. Selon le président de DC Brain, « il convient au préalable d'avoir une vue précise de ses données liées au plan de transport, ce qui permet de tirer la quintessence de l'IA lorsqu'on l'interroge ».

De son côté, Geoffrey Six estime que « l'on est à l'aube de ce que l'IA peut nous apporter ». Le directeur du développement de Sofrilog pense que, dans l'étape

d'après, « l'IA sera plus prédictive. Elle nous permettra d'avoir une meilleure gestion de nos flux, à la hausse comme à la baisse. Elle servira également à la maintenance des camions, à l'évaluation des besoins en ressources humaines ». Les développements futurs de l'IA sont parfois des sujets d'inquiétude en termes d'éthique. Olivier de Boiboissel a tenu à se montrer rassurant : « Avec votre métier, vous restez dans le transhumanisme. Les IA que vous allez développer vous laissent du côté de l'humanité ». ■

**Slimane Boukezzoula**



## QUELS LEVIERS POUR DÉVELOPPER SA MARQUE EMPLOYEUR ?

Les intervenants à la conférence ont tenu à souligner la nécessité pour les entreprises d'orchestrer des actions dans le cadre d'une démarche RSE.



De gauche à droite : Laurence Taillade (éditorialiste et conférencière), Thomas Huguen (AFT), Sandra Olano et Lise Vidal (QHSE Concept).

L'engagement vers la transition écologique demeure essentiel. Pour autant, c'est la démarche envers les ressources humaines qui a occupé le plus clair des interventions au cours de cette conférence. Au cœur de cette démarche : la valorisation de la marque employeur. « Développer une culture d'entreprise, des valeurs », a introduit Sandra Olano, la directrice générale du groupe éponyme créé en 1975 par Nicolas Olano. « La démarche RSE s'inscrit dans notre ADN.

On l'illustre par des véhicules électriques, une politique d'inclusion, la valeur ajoutée que nous sommes en mesure d'apporter dans la relation clients », souligne de son côté Lise Vidal, directrice associée du groupe QHSE Concept, un cabinet conseil en audit et formation. La RSE a, depuis des années, investi le champ lexical des entreprises. Mais, selon Lise Vidal, elle n'a pas encore totalement convaincu. « Pour beaucoup de chefs d'entreprise, c'est un gros mot. Nous visons, par conséquent,

à la vulgariser par la marque employeur. Cela se traduit par un accompagnement des collaborateurs sur les bons gestes, l'hygiène, la santé, la sécurité ».

### SCHÉMAS INVERSÉS

L'idée qui prévaut dans cette stratégie, c'est bien évidemment, pour une filière transport sous tension, d'attirer les talents. « Il nous faut réfléchir sur les leviers à actionner. Il s'agit de véhiculer des idées de plaisir et de bonheur. Ils demandent que leur

**SELF** salon  
européen  
logistique  
froid  
innovation  
»»» by FROIDNEWS

29 - 30 mai 2024  
Marché International de Rungis

travail ait un vrai sens. Il nous faut bien border la phase d'intégration », a déclaré Sandra Olano, qui met en avant l'apport de la Olano Académie depuis une dizaine d'années. Thomas Huguen a énuméré les actions à entreprendre dans le but de fidéliser ces nouveaux talents : « Actionner le levier de l'intégration dès le recrutement, transmettre les valeurs dès le départ, installer le sentiment d'appartenance à la société. Sachez que 84 % des CDI sont rompus dès la première année, à l'initiative des salariés », a rappelé le directeur Opérations et Développement de l'AFT, un organisme de formation. Sandra Olano ne dit pas autre chose : « Les schémas sont inversés. Auparavant, le candidat cherchait une entreprise. A présent, c'est à nous de nous montrer attractifs, mieux disant, par rapport à la concurrence. Nous nous inscrivons véritablement dans une logique de management de proximité, d'amélioration de nos modes opératoires ». La dirigeante basque a déclaré que l'ancienneté moyenne



dans l'entreprise familiale est de 15 ans. « C'est 8 ans en moyenne dans la profession », a ajouté Thomas Huguen tout en indiquant que l'AFT a mis en place des Clubs Prévention et des Clubs Ambassadeurs. Les entreprises de la logistique sous température dirigée sont bien décidées à ne pas rester inactives. Sous l'impulsion de la Chaîne logistique du froid, « elles préparent un Frigo Tour pour 2025 », a confié Sandra

Olano. Ces mêmes entreprises, et les autres, qui doivent composer depuis cette année, avec la réglementation CSRD, une directive européenne qui fixe de nouvelles normes et obligations de reporting pour les entreprises, a tenu à rappeler Lise Vidal. L'objectif : encourager le développement durable des entreprises et identifier celles qui sont disciplinées en la matière. ■

**Slimane Boukezzoula**

## RKair by Rkcom

NOUS REMERCIONS NOS CLIENTS POUR LEUR LOYAUTÉ ET LEUR CONFIANCE, HEUREUSEMENT NOS RIDEAUX D'AIR **RKAIR** LE LEUR RENDENT BIEN. AVEC **PLUS DE 80 000 OUVERTURES** DE PORTES PAR CAMION SUR 6 ANS, LEUR **FONCTIONNEMENT RESTE IRRÉPROCHABLE !**

Dans l'ombre de nos rideaux d'air, Rkcom vous propose sa gamme de **détecteurs inductifs** dont le très convoité **M30 avec une détection de 20 mm**, nos **convertisseurs étanches 12V-24V et vice-versa**, nos **variateurs de vitesse** et bien d'autres accessoires nécessaires à la bonne marche de vos projets avec l'avantage de pouvoir passer par un fournisseur.



Rkcom

35500 Saint-M'Hervé  
France

Tél. : +33 (0) 632 15 41 84  
email : roland.klingen@rk-com.fr

## SELFI 2024



> AVENIR

# LES ÉVOLUTIONS DE LA CHAÎNE DU FROID FACE À UN ENVIRONNEMENT COERCITIF

« Quel avenir pour le froid dans un contexte réglementaire et politique contraignant ? », interrogeait la dernière conférence du SELFI venue clore la journée du 30 mai.



De gauche à droite : Pierre Besomi (organisateur SELFI), Gérald Cavalier (Cemafrroid), Bertrand Bompas (La Chaîne Logistique du Froid), Victor Calvo (Carrier Transicold), Sébastien Bossard (Sofrilog)

« Il ne peut y avoir d'avenir dans notre société sans froid. Il y en aura donc un et celui-ci doit être durable. Une équation assez simple mais difficile à résoudre », selon Gérald Cavalier, président de Cemafrroid. Pour l'organisation professionnelle la Chaîne Logistique du Froid, « les priorités actuelles dans ce domaine touchent à l'attractivité du métier, la transition énergétique et la dématérialisation des processus », détaille Bertrand Bompas, son président. Le tout dans un contexte non homogène au niveau international : « En tant que fabricant, nous observons les deux extrêmes : une chaîne de froid extrêmement développée surtout en Europe de l'Ouest, et qui émerge en Asie avec une vraie volonté de déploiement », témoigne Victor Calvo, président international Truck & Trailer, Carrier Transicold Truck Trailer Refrigeration. L'objectif du groupe en répandant la chaîne du froid dans le monde est ainsi « d'y réduire le gaspillage alimentaire ». « Notre devoir est d'équilibrer la balance du froid, entre ses coûts et ses bénéfices environnementaux, et même de la rendre positive, abonde Gérald Cavalier. Cela devrait être le défi

de tous les professionnels de la chaîne du froid. » Illustration avec Sébastien Bossard, directeur commercial de Sofrilog, pour qui les enjeux RSE sont « forcément très importants » : « Il n'y a pas de place pour les amateurs dans le monde des prestataires logistiques grand froid qui compte tellement de contraintes réglementaires. Il s'agit d'un travail collaboratif et il est important que tous les maillons de la chaîne jouent le jeu, posent sur la table les enjeux pour trouver ensemble des solutions performantes de décarbonation afin d'être le plus vertueux possible ». Sofrilog a notamment fait le choix de manière historique de se tourner vers certains fluides naturels, avec 90 % de ses entrepôts fonctionnant à l'ammoniac et au CO<sub>2</sub> et « l'engagement de passer d'ici deux ans à 100 % de fluides naturels avec un potentiel de réchauffement global neutre ».

### UN CONTEXTE INCERTAIN

Des démarches allant dans le sens d'un contexte réglementaire européen dirigé vers des restrictions plus fortes avec la troisième version de la F-Gas parue en avril 2024, actant la fin des d'hydrofluorocar-

bures en 2050 « c'est-à-dire la mort de 95 à 99 % des fluides utilisés aujourd'hui, détaille Gérald Cavalier. Si l'on veut viser l'objectif, 2050, il faut y penser tout de suite ». Outre cet enjeu des réfrigérants, le deuxième chantier d'importance pour Cemafrroid concerne la consommation d'énergie avec un premier volet visant à réduire les mouvements en froid (isolation performante, bonnes pratiques), le second consistant à gagner en performance énergétique sur les équipements, décrit le président de Cemafrroid. Dans la pratique, face à ces contraintes fortes, les adhérents de la Chaîne Logistique du Froid évoluent dans un contexte incertain : « Personne n'a une vision très claire sur ce vers quoi nous devons aller. Même si les politiques essaient de nous emmener vers le tout électrique, nous voyons que cette vision n'est pas forcément partagée par les constructeurs... Toutes ces questions rendent les décisions complexes, raison pour laquelle nos adhérents essaient d'expérimenter un grand nombre de technologies et échangent beaucoup entre eux », témoigne Bertrand Bompas. ■

**Charlotte Cousin**

## ACTUALITÉ

> RENCONTRES TRANSFIGOROUTE

# UNE NOUVELLE ÈRE POUR LA LOGISTIQUE FRIGORIFIQUE



Les prochaines rencontres de Transfrigoroute seront organisées le 10 et 11 octobre à Nice.

**U**ne ville moyenne dispose d'environ 48h d'autonomie en produits frais (fruits et légumes, produits de la mer et carnés, produits transformés, produits de santé) ou surgelés (crèmes glacées...). Les professionnels de la température dirigée, habitués à s'adapter aux fluctuations saisonnières ou exceptionnelles de la consommation (Covid, JO), s'attendent à subir des ruptures économiques et sociales qui viendront bouleverser le secteur. Les professionnels de la logistique frigorifique de toute l'Europe (équipementiers du froid, plateformes logistiques, transporteurs) se réuniront les 10 et 11 octobre prochain à Nice pour un événement dédié aux transformations du secteur au cours de la prochaine décennie.

### NOUVELLE ÈRE

Les professionnels de la logistique des produits périssables s'attendent à ce que leurs métiers changent complète-

ment de visage sur les dix prochaines années. « Les modes de consommation évoluent », explique Jean-Marc Platero, président de Transfrigoroute France. Cette association réunit les équipementiers du secteur frigorifique (constructeurs de groupes de production de froid et de camions, loueurs, carrossiers...) et offre aux professionnels un espace de réflexion pour anticiper en collectif les attentes de demain. « L'électrification du transport frigorifique représente aussi une attente forte des professionnels et des citoyens, tout comme le développement de nouvelles solutions de livraison en dernier kilomètre, ou de la multimodalité. Aujourd'hui, les réflexions sur la logistique et le transport de demain n'intègrent pas toujours les spécificités du travail sous température dirigée », regrette-t-il. La logistique des produits frais et surgelés pose en effet des défis supplémentaires : outre la double motorisation des véhicules (pour la traction et la fabrication de froid),

le travail en flux tendu est exacerbé par la nature périssable des produits transportés, ajoutant une importante dimension de sécurité sanitaire.

### UN ÉVÈNEMENT ATTENDU

Les rencontres de Transfrigoroute International « Une nouvelle ère pour la logistique frigorifique - Quelles transformations et quels défis d'ici 2035 ? », permettront aux professionnels de toute l'Europe d'anticiper les transformations à venir. « Nous sommes ravis d'accueillir en France nos confrères européens pour un survol de ce qui nous impactera dans les années à venir », indique Jean-Marc Platero, président de Transfrigoroute France. « Nous proposerons un tour d'horizon complet des perspectives économiques, sociales, environnementales, réglementaires et géopolitiques des dix années à venir, dans l'optique de permettre aux professionnels de toujours mieux s'adapter et se renouveler ». ■

&gt; NOMINATION

## NOËL THIEFINE, NOUVEAU DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE DU FROID

**A**près avoir débuté sa carrière à la Fédération Nationale des Transports Routiers (FNTR) Picardie comme secrétaire général (2005 à 2008), il a rejoint la Fédération Nationale des Transports de Voyageurs (FNTV) d'abord comme délégué régional de la région Auvergne Rhône-Alpes (2008 à 2018), puis comme responsable économie, numérique et prospective (2018 à 2021) à Paris. Ayant repris depuis 2021 la direction d'une organisation professionnelle au niveau national en devenant secrétaire général de l'Union Nationale des Industries de la Quincaillerie (UNIQ), Noël Thiefine retrouve donc le secteur du transport et de la logistique au sein

de la chaîne logistique du froid où il apportera son expertise.

### LA DÉFENSE DU MÉTIER

Fort d'une expérience exclusivement passée au sein d'organisations professionnelles, sa mission s'inscrira dans le prolongement du travail mené par Valérie Lasserre en continuant de représenter et de défendre les métiers du transport et de la logistique de produits sous température dirigée et en développant l'actuelle feuille de route de la fédération :

- Accompagner les entreprises dans la transition énergétique afin de relever les défis écologiques, techniques et économiques pour en faire une opportunité.



- Développer l'attractivité des métiers du froid auprès des jeunes talents, valoriser les métiers du froid et susciter des vocations en valorisant les métiers dans un contexte de pénurie de main d'œuvre.
- Inscrire les entreprises de la chaîne logistique du froid dans la transition numérique afin de contribuer à la performance, fiabilité et à la sécurité de la chaîne du froid.

Une transition est en cours jusqu'au mois d'octobre entre Noël Thiefine et Valérie Lasserre afin d'assurer une transmission optimale du poste de délégué général. ■

## MÉTIER TRANSPORTEUR

› PSL QUERLIOZ

# LA FORCE DU GROUPEMENT

L'entreprise iséroise de transport sous température dirigée s'est rangée derrière la bannière du groupement Tred Union il y a dix ans. Elle s'est érigée en spécialiste de la ligne sur le territoire.



Le B100 est, pour l'heure, la solution alternative retenue par PSL Querlioz.

« **N**e pas rester isolés ». C'est le credo de l'entreprise iséroise. Cela fait 10 ans que PSL Querlioz a rejoint le groupement Tred Union qui rassemble près de 80 entreprises (10 000 salariés environ) en passe de mailler le territoire. Sa

branche Tred Frigo intègre des acteurs de la température dirigée (-20°C/+20°C) dans l'alimentaire, la pharmacie et l'industrie. Ils sont, pour la plupart, des acteurs de la palette au camion complet. Tred Union est présidé par Paul-Antoine Jung (Transports Altrans) depuis la disparition en 2023 de

Joël Vigneron, l'un de ses membres fondateurs. Le slogan du groupement tient de la métaphore sportive : « l'individualité au service du collectif ». Pour Valérie Querlioz, les retombées ne sont pas négligeables. « Tred Union nous a fait évoluer dans notre démarche entrepreneuriale en même temps qu'il a contribué à alimenter notre développement. Le groupement nous met à disposition une palette de services, ne serait-ce que ses veilles juridiques, ses commissions spécialisées, ses formations sur des thématiques comme le développement personnel. Il favorise également l'émergence d'échanges constructifs entre les membres. Nous formons une famille et nous sommes plus forts tous ensemble », assure la dirigeante de PSL Querlioz.

Cette entreprise de 100 salariés a été fondée en 1954 par les parents de Valérie et Thierry Querlioz (ce dernier a pris du recul). Elle est implantée à Estrablin, à une trentaine de km au sud de Lyon. Elle campe essentiellement sur le segment du camion complet en transport frigorifique, sur le marché de l'alimentaire. Le general cargo, en lot et demi-lot, vient en complément d'activité. Dans le transport frigorifique, PSL Querlioz propose des prestations de lignes (90 % de l'activité). Le périmètre de distribution englobe les régions Rhône-Alpes, parisienne, Est et Nord ainsi que la Normandie. La flotte Querlioz se compose de 80 moteurs (une soixantaine destinée au frigo). La location de véhicules avec conducteurs vient compléter l'offre frigo maison. Petite fierté locale : le portefeuille commercial est composé à 98 % de clients en propre, « une rareté dans notre métier », selon Valérie Querlioz. Cette dernière estime que le transport frigorifique « nécessite un véritable savoir-faire », qu'il convient de composer « avec des grosses contraintes » et qu'il nécessite de disposer d'un personnel formé. « Nous sommes mobilisés 7 jours sur 7 et 24h sur 24h. Nous sommes orientés sur des flux tendus, ce qui nécessite une exploitation bien en place et mobilisée. C'est le cas. Nous sommes entourés d'une très belle équipe, à tous les postes et dans l'ensemble des services. Je leur adresse

mes félicitations tous les jours », affirme Valérie Querlioz.

### LE LABEL CO<sub>2</sub> EN PORTEFEUILLE

Selon la dirigeante iséroise, l'entreprise « est fortement engagée dans la décarbonation ». Le choix du B100 est pour l'heure validé par la direction. « C'est, à nos yeux, le carburant le plus adapté à nos prestations. Il nous faut toutefois composer avec la nécessité de nous réapprovisionner à la cuve installée dans nos locaux. Nous sommes actuellement à l'étude d'une solution associant des collègues chez lesquels notre fournisseur de B100 pourrait installer une cuve », souligne la présidente de PSL Querlioz. Laquelle n'écarte pas pour autant les autres solutions alternatives au fur et à mesure de leur développement. « Nous sommes dans l'attente de tarifs plus accessibles pour le HVO et le XTL. Nous avons, par ailleurs, pris



« NOUS SOMMES ORIENTÉS SUR DES FLUX TENDUS, CE QUI NÉCESSITE UNE EXPLOITATION BIEN EN PLACE ET MOBILISÉE. »

**VALÉRIE QUERLIOZ,**  
DIRIGEANTE DE PSL QUERLIOZ.

connaissance des derniers développements technologiques dans le domaine du solaire lors de la dernière édition de Solutrans. Ils viendront alimenter notre réflexion lors de nos prochains renouvellements de matériels roulants », précise la dirigeante de PSL Querlioz, signataire de la charte Objectif CO<sub>2</sub> et détentrice du Label CO<sub>2</sub>. « Nous sommes dans les standards de réduction de nos émissions de CO<sub>2</sub> et de nos kilomètres à vide, avec le concours d'un formateur externe pour nos chauffeurs.

Nous pratiquons également le rechapage de pneus », indique-t-elle.

L'entreprise revendique un volume d'affaires d'environ 16 millions d'euros. Elle dispose d'une surface de stockage de 10 000 m<sup>2</sup> dédiée au general cargo, pour lequel elle offre des prestations de préparation de commandes à destination des e-commerçants. PSL Querlioz songe à une diversification de ses métiers et ne s'interdit pas une opportunité de croissance externe dans le frigo. ■

**Slimane Boukezzoula**

# TROUILLET RENT

## Location de + 2000 véhicules en courte, moyenne et longue durée

MILITAIRES : 20M<sup>3</sup> HAYON /  
RIGO 7M<sup>3</sup> ET 12M<sup>3</sup>

ORTEURS : FRIGO / BÂCHÉ /  
AISSE - HAYON

EMI-REMORQUES : BÂCHÉE /  
RIGO (MONO ET BI-TEMP) /  
DURGON - HAYON



Un réseau

Maintenance et réparation



## SOLUTION LOGISTICIEN

> INTERVIEW

# « NOTRE APPROCHE FONDÉE SUR LES DONNÉES EST LA PIERRE ANGULAIRE DE NOTRE BUSINESS MODEL »

Installée depuis 2020 dans l'Hexagone, l'entreprise allemande de box à cuisiner HelloFresh y a livré plus de 3,5 millions de commandes en 2023. Martin Pollet, CEO d'HelloFresh France, détaille le modèle de la société, son organisation logistique et sa gestion de la température dirigée au cœur de ses process.

### **Froid News : Sur quels modèles économique et logistique l'enseigne HelloFresh se fonde-t-elle ?**

**Martin Pollet :** HelloFresh fonctionne sur la base d'un modèle de chaîne d'approvisionnement allégé, direct au consommateur, qui diffère considérablement du « push concept » conventionnel utilisé par les supermarchés. Au lieu de pousser les produits vers les consommateurs sur la base d'estimations approximatives des ventes, le modèle de HelloFresh est basé sur un « pull concept » utilisant la demande des clients en temps réel et des algorithmes prédictifs avancés, garantissant une chaîne d'approvisionnement plus efficace et plus réactive. Cette approche permet non seulement de minimiser les inefficacités et le gaspillage, mais aussi de réduire les émissions de CO<sub>2</sub>, un avantage clé de notre modèle.

### **F. N. : Quelles ont été les phases de développement de l'entreprise dans l'Hexagone ?**

**M. P. :** HelloFresh s'est implantée en France en 2020. Depuis, nous avons observé un regain d'intérêt des consommateurs français pour les box à cuisiner et notre modèle économique innovant. En réponse à cette demande croissante, notre centre de distribution de Lisses dans l'Essonne a été lancé en septembre 2023.



« ALORS QU'HELLOFRESH POURSUIT SA CROISSANCE EN FRANCE, NOTRE OBJECTIF EST DE CONTINUER À AMÉLIORER NOS PRODUITS ET À ÉLARGIR NOTRE OFFRE. »

**MARTIN POLLET, CEO D'HELLOFRESH FRANCE.**

### **F. N. : De quelle manière s'organise la logistique d'HelloFresh autour du centre de distribution de Lisses ?**

**M. P. :** Couvrant une superficie d'environ 23 000 mètres carrés, ce centre emploie environ 800 personnes, qui occupent des postes variés tels que des employés de production et de logistique, des chefs de chantier, du personnel d'entretien, du personnel des ressources humaines et d'autres spécialistes. Nous nous procurons nous-mêmes les ingrédients et nos fournisseurs les livrent directement à notre centre de

distribution, avec une grande importance attachée aux produits locaux et de saison. Une fois les ingrédients arrivés à notre centre de distribution, ils sont stockés (en fonction de leurs besoins) à température ambiante ou dans des espaces réfrigérés, avant que nos employés ne les assemblent soigneusement en kits repas (des sacs en papier individuels qui contiennent les ingrédients de chaque recette) à l'aide de lignes de « kitting » spécialisées, installées dans un grand espace réfrigéré conçu pour garder les ingrédients au frais lors de la mise sous kit. Les ingrédients nécessitant

## SOLUTION LOGISTICIEN

» une réfrigération sont placés séparément dans des sachets isothermes avec des blocs réfrigérants pour en préserver la fraîcheur. Une fois assemblés, les kits repas sont placés dans des cartons de livraison, étiquetés et expédiés vers nos centres logistiques à travers le pays.

**F. N. : Où sont situés ces autres centres logistiques sur le territoire et quelles étapes y sont conduites par la suite ?**

**M. P. :** L'un est situé directement à Lisses en accolé à notre distribution center, un à Gennevilliers (92), un à Saint Priest (69) et un à Metz (57). Pour les autres régions, nous nous appuyons sur les agences de tri de Chronofresh/Chronopost situées un peu partout en France. De là, nos partenaires logistiques prennent le relais et veillent à ce que les kits de repas soient livrés directement au domicile de nos clients. Dans certaines zones urbaines telles que l'Île-de-France, la région lyonnaise ou celle de Metz, nous avons mis en place notre propre flotte de livraison réfrigérée qui nous permet d'atteindre directement nos clients.

**F. N. : Quelle importance accordez-vous à la digitalisation de vos process ?**

**M. P. :** Chez HelloFresh, notre engagement en faveur de l'innovation technologique est fondamentale pour notre efficacité opérationnelle et la satisfaction de nos clients. La prise de décision fondée sur les données est intégrée à l'ensemble de notre processus de production. Grâce aux algorithmes prédictifs avancés, nous prévoyons avec précision la demande des clients, ce qui nous permet d'acheter la quantité exacte de nourriture nécessaire pour les commandes de chaque semaine et de minimiser le gaspillage. Cette approche fondée sur les données est la pierre angulaire de notre business model et garantit une utilisation optimale des ressources. En outre, l'une de nos principales avancées technologiques en matière d'opérations est le configurateur dynamique d'emballage (DPC), un système propriétaire qui utilise des métadonnées sur les formes et les dimensions de nos ingrédients, ainsi que

Le centre de distribution de Lisses, en Essonne, s'étend sur 23 000 m<sup>2</sup> et emploie environ 800 personnes.



HelloFresh s'appuie sur sa propre flotte et celle de son partenaire de livraison Chronofresh pour le transport vers ses centres logistiques et les livraisons du dernier kilomètre.

les tendances régionales en matière de température, pour calculer les bonnes tailles d'emballage et assigner le type d'isolation, l'épaisseur et la quantité de blocs réfrigérants nécessaires. Cela permet non seulement d'assurer la sécurité alimentaire pendant le transport, mais aussi de réduire l'excès d'emballage et de garantir à nos clients des produits de qualité.

**F. N. : Quelle est la stratégie de développement d'HelloFresh à l'avenir ?**

**M. P. :** Alors qu'HelloFresh poursuit sa croissance en France, notre objectif est

de continuer à améliorer nos produits et à élargir notre offre. Nous nous engageons à affiner nos recettes, à nous approvisionner en ingrédients de haute qualité et à proposer des options plus personnalisées à nos clients, y compris des délais de livraison plus flexibles et de meilleures recommandations de recettes basées sur les données des clients. En investissant dans notre technologie et nos offres, nous souhaitons renforcer notre présence en France et continuer à améliorer l'expérience de nos clients.

**Propos recueillis par Charlotte Cousin**

## SOLUTION LOGISTICIEN

# STEEVE JOSCH



La toiture du centre automatisé ALFA de Scapalsace est équipée de 7 500 m<sup>2</sup> de panneaux photovoltaïques assurant 15 % de sa consommation électrique.



Inauguration du centre automatisé sous température dirigée ALFA à Niederhergheim.

› E.LECLERC

# SCAPALSACE S'AUTOMATISE AVEC WITRON

FPM pour « Flow Picking Machinery », le système automatisé FPM a été conçu pour traiter les produits frais et ultra-frais en flux tendus. Scapalsace est la deuxième société d'achat et d'approvisionnement du Mouvement E.Leclerc à s'équiper de cette technologie développée par Witron.

**S**ur dix mécanisations d'ampleur réalisées par E.Leclerc, sept l'ont été avec Witron. « Un partenariat de confiance durable », confirme Jean-Marc Heilig, directeur des ventes France chez le fournisseur d'automatismes logistiques. A Niederhergheim (68), la dernière mécanisation dévoilée récemment par Scapalsace est particulière toutefois. Son centre de traitement de commandes

pour produits frais de 27 000 m<sup>2</sup> héberge le système automatisé FPM. « Cette solution automatisée, livrée clé-en-main, a été spécialement conçue pour le marché français où les références PGC frais et ultra-frais sont très nombreuses. Gérer cette diversité a un coût que les distributeurs cherchent à optimiser. C'est ce que permet le système FPM tout en améliorant la fiabilité des préparations et

les conditions de travail », explique Claus Holm, responsable des ventes Europe du Sud-Ouest de Witron.

### 8 800 RÉFÉRENCES « FRAÎCHES »

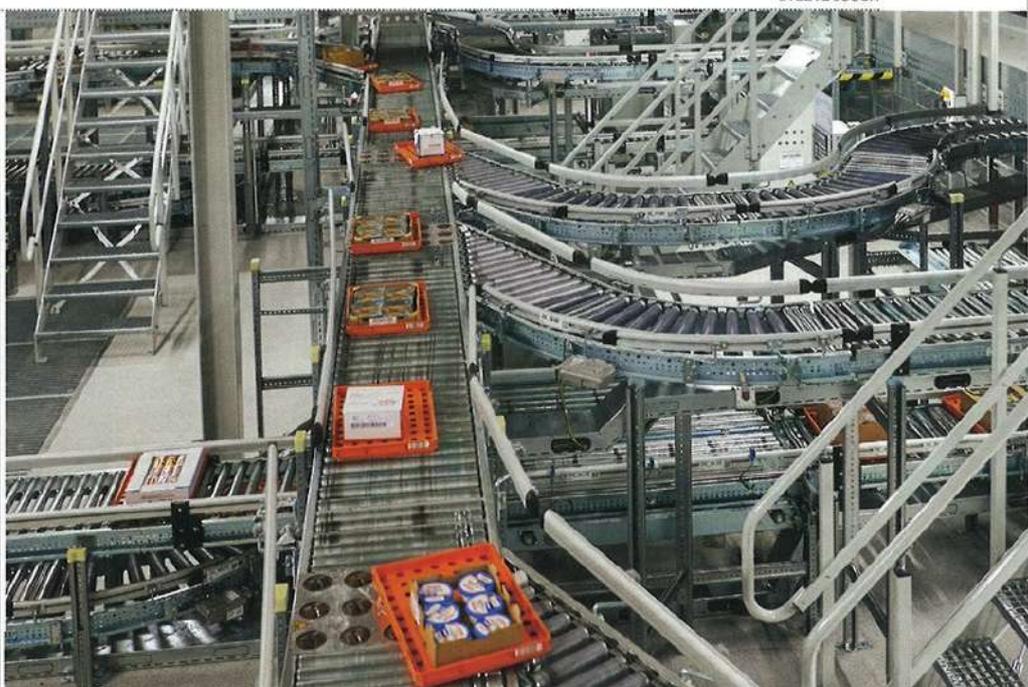
Après Socamil en 2022, la société d'achat et d'approvisionnement du Mouvement E.Leclerc occitane, Scapalsace est la deuxième filiale régionale du distributeur à s'équiper de cette technologie. A Niederhergheim, elle occupe un tiers de la surface du centre de traitement de commandes appelé ALFA (Améliorer la Logistique Frais par l'Automatisation). Sa construction a représenté un investissement de 70 M€ réparti « à parts égales entre le bâtiment et le système mécanisé », confie le président de Scapalsace Fabrice Beck. Sous température dirigée 2/4°C, la solution FPM se déploie sur trois mezzanines. « Sa capacité à traiter tous les packagings et références, jusqu'à 8 800 dans le cas de Scapalsace, est l'une de ses forces avec la simplification et la réduction des coûts sur la chaîne d'approvisionnement », affirme Jean-Marc Heilig.

### COULISSES EN FLUX TENDUS

Depuis février 2023, ALFA approvisionne 115 points de vente dans dix départements du Grand Est : 44 hypermarchés, 11 Leclerc Express et 60 Drives en Alsace,



© STEEVE JOSCH



© STEEVE JOSCH

Le système automatisé FPM peut préparer jusqu'à 172 000 commandes par jour.

Lorraine, Franche-Comté, Bourgogne et Jura. Chaque jour, ses 14 quais de déchargement réceptionnent 65 camions et 2 600 palettes, dont 96 % sont traités par le système FPM. Les meules de fromage ou les box display sont quelques produits exclus par ses deux modes d'injection. Le premier gère les palettes homogènes ou composées de couches homogènes. Ce mode d'injection traite 51 % des flux actuels. Il compte 6 dépalettiseurs automatiques équipés

d'un mécanisme d'aspiration à ventouses adapté à tous les conditionnements, colis ouverts compris. Le deuxième mode d'injection concerne les palettes hétérogènes et est organisé autour de 8 postes de dépalettisation manuels. Dépalettisés, les produits frais et ultra-frais sont placés sur des tablettes convoyées vers 32 transtockeurs mini-loads (ou séquenceurs) offrant 90 000 emplacements. De façon continue, ils en sont prélevés au fil des préparations

de commandes des 115 points de vente. Tel un jeu « Tetris », 16 palettiseurs optimisent les préparations déposées sur des palettes en fonction des rayons frais de chaque magasin. Filmées et étiquetées automatiquement avec 3 filmeuses et une étiqueteuse, les palettes préparées rejoignent ensuite la zone d'expédition. A raison d'une à deux livraisons quotidiennes par point de vente, 60 à 90 camions sont chargés chaque jour par des caristes sur les 44 quais d'expédition de la

>>>

Sur trois mezzanines, le système FPM occupe un tiers de la surface de la plateforme ALFA.



## SOLUTION LOGISTICIEN

### COOL NEWS !

#### United Robotics Group lance uLink

Conçue dans un souci de simplicité, d'amplification et de flexibilité, United Robotics Group lance sa série uLink - une plateforme robotique destinée aux environnements de vente au détail, de logistique et de fabrication. Le spécialiste européen des robots de service étend ses solutions CobotX avec son tout dernier cobot, conçu pour intégrer les opérations logistiques à l'échelle mondiale. uLink offrira une plateforme modulaire qui s'intègre parfaitement dans le flux de travail. Il simplifie les opérations et renforce la sécurité et l'efficacité pour tout type de besoins, notamment dans les secteurs de la vente au détail, la logistique d'entrepôt, la fabrication et les environnements médicaux. Son mélange unique de caractéristiques - allant d'une conception modulaire et d'une API ouverte pour des intégrations sans effort, à une navigation sophistiquée basée sur le LiDAR 3D et une visualisation des données d'exploitation en temps réel - établit une nouvelle norme dans l'industrie. Sa plateforme d'accessoires (ou colonne vertébrale) est entièrement modulaire, et permet à la structure de contenir jusqu'à 60 kg de charge. « Le secteur de la vente au détail et de la logistique connaît depuis des années une transformation importante, liée à la croissance du commerce électronique, à l'automatisation et à une pénurie de talents dans la chaîne de valeur, comme les gestionnaires de stocks dans les magasins ou les « water spiders » dans les entrepôts ou usines de production. Il est important pour nous de pouvoir accompagner les acteurs du secteur dans cette évolution et de proposer des solutions qui répondent à des besoins sur mesure, explique Thomas Linkenheil, Co-CEO de United Robotics Group. Dans ces secteurs très concurrentiels, les consommateurs recherchent une expérience plus rapide et plus personnalisée, et cette solution logistique répond aux besoins des équipes devant fournir un service client de pointe en magasin, sans se soucier d'incessants allers-retours et recherches en entrepôt, qui sont chronophages et peuvent impacter l'expérience en magasin ».

Entre leur réception et les préparations de commandes, les produits frais stationnent dans 32 transtockeurs mini-loads.



Le système FPM de Scapalsace est équipé de 14 tunnels de lecture vidéo.

»» plateforme ALFA. L'optimisation des palettes améliorerait de 15 % le coefficient de remplissage des camions et réduirait d'autant leur nombre mis sur la route.

#### DIVISION PAR DEUX

Des postes d'injection à l'ère d'expédition, ALFA est équipée de 5,5 km de convoyeurs avec caméras et capteurs pour tracer chaque étape. Le centre est dimensionné pour préparer jusqu'à 172 000 commandes quotidiennement. « Aujourd'hui, il traite 100 000 à 125 000 commandes de produits frais et ultra-

frais par jour », reconnaît Fabrice Beck. Pour l'optimiser, Scapalsace y prépare une partie de ses commandes de « PGC secs ». Ces articles proviennent de son entrepôt robotisé situé à proximité et dont l'extension est à l'étude. Ouvert en 2014 avec Witron déjà, « nous étions à l'époque précurseurs avec ce premier entrepôt robotisé d'E.Leclerc pour les PGC secs », rappelle le président. Selon ses adhérents, les automatismes déployés par Scapalsace diviseraient par deux leurs coûts logistiques. ■

**Erick Demangeon**

## DOSSIER INTRALOGISTIQUE

> TEMPÉRATURE DIRIGÉE

# ENTREPÔTS : UNE TENDANCE À L'AUTOMATISATION

Quête d'efficacité, de productivité et de durabilité... les entrepôts frigorifiques n'échappent pas aux enjeux de la filière logistique en général mais font également face à des défis accrus (pénibilité des tâches, pénurie de la main-d'œuvre, dépenses énergétiques, coût du foncier). Face à ces contraintes, le secteur se tourne de plus en plus vers l'automatisation et la robotisation de ses systèmes intralogistiques.



Avec ses marques stow et Movu Robotics, les offres de stow Group dans le secteur du froid comprennent les unités de rayonnages mobiles, les systèmes de navettes 1D ou 2D pour le stockage et la récupération automatisés des palettes, les robots mobiles autonomes (AMR).



© COMBILIFT

« **L** 'intralogistique dans le secteur du froid présente des défis uniques en raison de l'environnement de travail extrême et de la nécessité de maintenir des conditions de température précises », rappelle Francisco Vinals, directeur commercial France/Europe du Sud de Movu Robotics, (marque de robotisation du spécialiste des solutions de stockage avancées et des systèmes d'entrepôts automatisés, Stow Group). De ce fait, les entrepôts frigorifiques nécessitent des aménagements spécifiques et des procédures de manutention particulières, pour répondre aux différents enjeux du secteur. « Le coût des opérations d'entreposage en chambre froide et à température contrôlée est beaucoup plus élevé que celui de l'entreposage à température ambiante, ce qui rend l'économie d'espace plus cruciale que jamais. La solution la plus rentable consiste à optimiser l'installation en amenant des systèmes de rayonnages plus hauts, utilisant ainsi l'espace vertical, et en réduisant les allées pour permettre d'augmenter le nombre d'unités stockées », poursuit Andrew Maxwell, chef de produit France du fabricant Combilift. Ce dernier propose, à destination à

destination des entrepôts frigorifiques, son chariot pour allées étroites « Aisle Master grand froid » doté d'une capacité de levage jusqu'à 15 m, et d'une cabine fermée avec des fenêtres chauffées à double vitrage.

### DES ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

Pour ces entrepôts frigorifiques, l'automatisation « permet de répondre aux trois grandes problématiques opérationnelles : qualité/coût/délai, ainsi que d'optimiser l'utilisation du foncier », observe l'étude « Automatisation de l'entrepôt, la chaîne logistique du froid », publiée par le cabinet de conseil EY adameo en juin 2023. Une automatisation qui doit s'adapter aux deux grands domaines qui composent l'univers de la température dirigée : celui du surgelé et du frais, chacun d'entre eux comportant leurs spécificités : « Il est évident que les systèmes automatisés en température dirigée négative (-25°C) sont soumis à de plus fortes contraintes en installation, en exploitation et en maintenance, indique Patrick Teissier, directeur commercial France et Europe de sud de l'intégrateur mondial de solutions intralogistiques TGW. Il faut compter entre 10 et 15 % de coûts supplémentaires par rapport au même système en température ambiante. Cela est dû à une gestion de

projet plus longue (mise en température du système et du bâtiment) et à des matériels spécifiques (matériaux, graisses, électroniques) ». Pour autant, les spécialistes des systèmes intralogistiques ont su adapter leur gamme à cet univers, à l'instar de Mecalux qui propose des solutions de stockage et d'automatisation de l'entrepôt que ce soit en mode tempéré, froid positif ou négatif : « Ce sont des univers que nous n'avons pas exclus car nous parvenons techniquement à avoir des systèmes opérationnels et fiables dans ces conditions. Dans le froid négatif, les adaptations sont notamment réalisées sur les huiles moteur : en mécanique, on doit s'assurer qu'elles peuvent fonctionner sur ces plages de température. Les composants électroniques doivent également être éprouvés de manière à garantir une fiabilité de l'installation », explique Matthieu Miler, directeur général adjoint chez Mecalux France. Et les adaptations seront également nécessaires du côté des chariots utilisés dans l'univers grand froid : « Il y a quelques années, le marché était davantage positionné sur des batteries à base plomb alors que la tendance est aujourd'hui au lithium-ion. Les équipementiers ont donc adapté leur matériel pour leur permettre de fonctionner dans des environnements à froid négatif avec des puces qui contrôlent en permanence l'état de la batterie. Il est désormais possible, alors que ce n'était pas le cas il y a quelques années, de laisser un chariot dans un environnement froid négatif », observe Lionel Delay, directeur au sein du cabinet de conseil EY adameo. Quant au domaine du froid positif, il fera face à une autre problématique, celle de conserver un entrepôt sec : « L'intralogistique n'aime pas l'humidité, observe Patrick Teissier. Les bâtiments doivent ainsi être équipés pour éviter le « point de rosée » (c'est-à-dire la condensation) afin que les systèmes n'y soient pas soumis, « à court terme pour le bon fonctionnement essentiellement de l'électronique et l'optique, à long terme pour éviter l'oxydation ».

### DES DÉFIS DÉCOUPLÉS DANS LE FROID

Optimisation du foncier, réduction des dépenses énergétiques, pénurie de main- >>>

## DOSSIER INTRALOGISTIQUE

>>> d'œuvre. Si les enjeux sont les mêmes que dans le sec, ils se retrouvent décuplés dans l'environnement contraint des entrepôts frigorifiques. Cette nécessité pour les industriels de sécuriser les ressources humaines, se fait d'ailleurs encore plus vive depuis la fin de la crise sanitaire, observe Matthieu Crosnier, directeur commercial intralogistique du concepteur de systèmes automatisés Alstef Group : « La main-d'œuvre est assez volatile et le turnover important ce qui pose des problèmes de sécurité pour les opérateurs, plus souvent débutants, et pousse les industriels à réfléchir à l'automatisation. Et cela ne concerne pas uniquement les plus gros d'entre eux, des prestataires logistiques de taille plus modeste s'y tournent aussi ». Née il y a 11 ans, l'entreprise Scallog, à l'origine d'une solution robotique pour la préparation de commandes (dédiée uniquement à la température ambiante et au froid positif) a clairement vu évoluer le recours à l'automatisation en France, de manière encore plus marquée après la crise sanitaire : « Avant 2020, lorsque l'on nous contactait, les enjeux touchaient au ROI, au gain de productivité et à la réduction du coût logistique. Après la pandémie, on s'est également tourné vers nous pour répondre à des problématiques de recrutement, avec la crainte d'une incapacité à livrer les clients par manque de personnel, ce qui constitue une menace pour la pérennité de l'entreprise, explique Ludovic Fénelon, directeur commercial et marketing de l'entreprise. L'ergonomie de notre solution permet à nos clients de fidéliser leur personnel et de travailler sur la marque employeur. Nous menons actuellement un projet avec le CHU de Lyon sur du 0-15°C à 20°C, celui-ci ayant choisi de mettre en place notre solution Scallog pour donner un côté novateur et permettre de recruter plus facilement ». L'impératif de traçabilité et de contrôle des flux mais aussi la nécessité de faire face à des pics d'activité assez importants poussent également les acteurs du froid vers l'automatisation, observe Thomas Moreau, associé au sein du cabinet de conseil EY adameo (lire aussi interview). « Aujourd'hui, un



© STRONGPOINT

### AUTOSTORE LANCE LE MODULE FROZEN DÉDIÉ AU GRAND FROID

AutoStore, concepteur du système de stockage cubique et de préparation de commandes automatisé éponyme était déjà en mesure d'évoluer en températures réfrigérée et ambiante. Désireux de diversifier son activité vers le secteur « grocery », y compris le segment du surgelé, le constructeur norvégien a lancé l'année dernière, son nouveau module Frozen : « Capable dans une chambre froide de réfrigérer une partie du module AutoStore pour aller stocker des produits jusqu'à -25°C, cette nouvelle solution va nous permettre d'accéder à une partie des produits que nous ne traitons pas actuellement », explique Ludovic Teuma, responsable du développement commercial d'AutoStore en France. Cette nouvelle solution dédiée au froid négatif « n'a pas nécessité d'adaptations intrinsèques de la solution, qu'il s'agisse du robot lui-même, des grilles, ou des bacs, mais a requis une gestion des batteries différente. Les modifications ont consisté à créer des compartiments de grille spécifique pour le frais ainsi que pour le sec en réalisant des passages isolés pour passer d'une grille à l'autre », détaille Laurent Cochet, directeur du développement commercial de l'entreprise. Le premier module Frozen AutoStore, intégré par StrongPoint, a été déployé en avant-première en Norvège en 2023 pour la société de distribution alimentaire DLVRY.



« L'INTRALOGISTIQUE DANS LE SECTEUR DU FROID PRÉSENTE DES DÉFIS UNIQUES EN RAISON DE L'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL EXTRÊME ET DE LA NÉCESSITÉ DE MAINTENIR DES CONDITIONS DE TEMPÉRATURE PRÉCISES. »

**FRANCISCO VINALS, DIRECTEUR COMMERCIAL FRANCE/EUROPE DU SUD DE MOVU ROBOTICS.**

certain nombre d'entrepôts est totalement automatisé : dépalettisation, repalettisation, stockage, préparation à la palette, à la couche, ou au colis, voire au détail. On y déploie même du pièce picking robotisé (préparation de commandes robotisée à la pièce). Ces différentes évolutions pourraient permettre à l'avenir de n'avoir quasi-

ment plus personne dans les entrepôts surgelés », anticipe Laurent Gourdon, directeur général France du fournisseur mondial de solutions intralogistiques SSI Schaefer.

### DES SYSTÈMES VARIÉS

Les systèmes intralogistiques vont ainsi varier selon l'environnement de l'entrepôt. >>>

## DOSSIER INTRALOGISTIQUE

© SSI SCHAEFER

»» « Dans le domaine du surgelé, les produits ont une date de péremption longue et un emballage de qualité, ils peuvent donc être facilement stockés et manipulés automatiquement. Généralement, le concept proposé est un stockage sur palettes en transstockeur et une préparation de colis et articles en shuttle avec des robots de palettisation.. Il s'agit d'une solution assez simple, maîtrisée et robuste », résume Patrick Teissier. A l'inverse de l'univers du frais qui s'avère beaucoup plus complexe avec des produits à date de péremption courte, ne permettant pas de les stocker longtemps, ainsi qu'une qualité d'emballage moins bonne, rendant difficile leur manipulation automatique. « La solution proposée est souvent un système de tri dit "cross dock", soit via un trieur, soit via un shuttle buffer trieur pour stocker sur quelques jours », poursuit le directeur commercial France de TGW. Ce dernier observe que l'agroalimentaire français est, depuis assez longtemps, relativement bien équipé en systèmes automatisés, le secteur ayant été soumis à des contraintes extrêmement fortes du marché de la grande distribution (concurrence, approvisionnements en temps réel...). Les grands distributeurs s'équipent également de plus en plus car ils manquent de personnel, subissant également la pression énergétique ainsi que les problématiques de disponibilité et de coût du foncier, « d'autant plus qu'ils doivent faire avec une autre contrainte



Présent dans le secteur du grand froid depuis plus de 20 ans, le fournisseur mondial de solutions intralogistiques SSI Schaefer consacrent environ 10 % de son activité au frais mais aussi au surgelé.



« IL EST ÉVIDENT QUE LES SYSTÈMES AUTOMATISÉS EN TEMPÉRATURE DIRIGÉE NÉGATIVE (-25°C) SONT SOUMIS À DE PLUS FORTES CONTRAINTES EN INSTALLATION, EN EXPLOITATION ET EN MAINTENANCE. »  
**PATRICK TEISSIER, DIRECTEUR COMMERCIAL FRANCE ET EUROPE DU SUD DE TGW.**

depuis une dizaine d'années, celle du multifformat de magasins (supérettes, magasins, hyper...), qui leur impose de structurer et de personnaliser une palette

pour le magasin. Il leur faut trouver des systèmes automatisés répondant à ces contraintes non gérables en process manuel ». Le marché actuel se montre

Mecalux a su évoluer avec le temps de son métier historique dans le rack pour proposer des solutions de stockage et d'automatisation de l'entrepôt que ce soit en mode tempéré, froid positif ou négatif. Sur la photo : entrepôt autoportant automatisé pour palettes chez Congelados de Navarra, en Espagne.



© MECALUX

© TGW



TGW est spécialiste des entrepôts à température maîtrisée, proposant une gamme de solutions d'automatisation adaptées aux zones réfrigérées et frigorifiques.

soumis à deux tendances auxquelles cherchent à répondre les fournisseurs d'intralogistique : d'un côté les majors de

la grande distribution souhaitant regrouper leurs activités ambiant, frais et surgelés sur de gros entrepôts multi-températures très

automatisés, de l'autre des PME évoluant sur des activités de niche, qui vont se doter de nouvelles technologies type AGV et AMR, avec des investissements moindres « L'AMR tout seul ne suffit pas mais ils possèdent l'avantage d'être scalable ce qui lui permet de faire évoluer le nombre de robots selon l'activité, et son délai de mise en place est assez court. C'est une bonne solution dans l'environnement frais qui va permettre de préparer au colis et de monter en charge progressivement sur les petits et moyens entrepôts », estime Laurent Gourdon. Répondre encore mieux à cet enjeu du multitempérature, c'est le défi d'AutoStore. « Notre système est maintenant capable de fonctionner en milieu ambiant, froid positif, froid négatif. La prochaine innovation viendra de l'amélioration de la gestion de la préparation et du restockage de commandes multi-températures », anticipe Ludovic Teuma, responsable du développement commercial de l'entreprise. Le travail, >>>

 AutoStore

**Avec AutoStore, gardez la tête froide sur vos opérations logistiques en toutes saisons, même en été!**



Scannez moi pour en savoir plus sur nous!



» pour aboutir à ce nouveau système est en cours pour un lancement prévu fin 2024-début 2025.

### VERS UN ENVIRONNEMENT TOUJOURS PLUS DIGITALISÉ

Quelles évolutions attendre encore à l'avenir sur ce segment ? Selon Patrick Teissier, la vraie révolution n'est pas forcément visible d'un point de vue mécanique mais se situe dans la numérisation de l'entrepôt : Big Data, IA, etc. : « Les prochains progrès découleront de la naissance d'outils d'analyse des données temps réel beaucoup plus puissants », juge-t-il. Les innovations peuvent inclure le développement de robots plus avancés et de systèmes logiciels intelligents pour optimiser la gestion d'entrepôt et améliorer la traçabilité des produits, abonde Francisco Vinals : « Cela peut impliquer le développement continu de la robotique pour des tâches telles que la préparation automatisée des commandes et la palettisation, ainsi que l'utilisation d'algorithmes d'IA et d'apprentissage automatique pour optimiser la logistique du froid et la maintenance prédictive ». ■

**Charlotte Cousin**

En froid négatif, Alstef Group procède à deux adaptations sur ses AGV : le premier niveau amène à utiliser des composants référencés grands froid, et potentiellement à revoir l'implantation de cet équipement sur le véhicule, le second consiste à travailler l'isolation.

© ALSTEF GROUP



> INTERVIEW

## « LE SECTEUR DU FROID A TENDANCE À ÉVOLUER, MAIS FAIBLEMENT »

Lionel Delay, directeur EY adameo et Thomas Moreau, associé EY adameo évoquent les différents aspects de l'automatisation pour la logistique du froid

**Froid News : À quelles différentes contraintes doivent répondre les solutions automatisées mises en place dans le secteur du froid ?**

**Lionel Delay :** L'enjeu du coût du foncier impose de densifier. La seule solution est de gagner en hauteur ce qui nécessite de facto de la mécanisation et de l'automatisation. Les équipementiers font donc évoluer les solutions disponibles : par exemple, il y a quelques années, l'on trouvait généralement des transstockeurs pour gérer les palettes dans des environnements de froid négatif. Aujourd'hui, des solutions de type pallet shuttle, avec des navettes à différents niveaux, ont été développées, ce qui permet de gagner en nombre d'allées et donc en productivité. La tendance globale consiste également à isoler toute la partie stockage (palettes, bacs, colis) et faire en sorte que les opérateurs se trouvent en dehors de ces zones hostiles ce qui leur apporte un plus grand confort lorsqu'ils font de la manutention. D'autre part, sur un entrepôt frigorifique, les postes de coût en termes d'électricité peuvent représenter de 30 à 40 % du coût total. Il s'agit donc d'un sujet majeur au niveau du site et en termes de choix des équipements, d'autant plus dans le contexte actuel où l'augmentation du tarif de l'électricité a eu un impact lourd sur ces entrepôts fortement consommateurs. Aujourd'hui, les équipementiers des systèmes automatisés font d'énormes efforts pour produire des solutions les moins consommatrices en énergie possibles.

**F. N. : Quelles sont les perspectives dans ce secteur et les évolutions à venir ?**

**Thomas Moreau :** Sur le sec, les solutions d'automatisation ont énormément évolué et sont beaucoup plus accessibles. C'est le cas également sur du froid négatif, néanmoins, les seuils de rentabilité et les surfaces de mise en œuvre demeurent une contrainte pour atteindre des ROI et valider des investissements. Le secteur du froid a donc tendance à évoluer, mais faiblement. L'automatisation y a néanmoins été exacerbée avec la crise du Covid et la tendance n'est pas redescendue. Ce secteur est clairement porteur, même si on y observe une forme de volatilité : les consommateurs se tournent vers les surgelés, puis vers les circuits courts... Mais on ne devrait pas revenir en arrière sur sa tendance à l'automatisation. ■

**Propos recueillis par Charlotte Cousin.**



Lionel Delay, directeur EY adameo.



Thomas Moreau, associé EY adameo.

## SOLUTION LOCATION

› SERVICE

# DE LA LOCATION NAÎT LE TRANSPORT FRIGORIFIQUE « URBAIN-FRIENDLY »

À l'heure où la transition énergétique s'invite dans le transport sous température dirigée, la location de véhicules bas-carbone représente une solution idoine. En levant les contraintes opérationnelles et économiques encore réelles sur le sujet, elle offre l'opportunité de tester en situation des technologies nouvelles.



Outre les motorisations électriques, des alternatives au biogaz, au bio-carburant (B100 et HVO) et à l'avenir à l'hydrogène, se font jour du côté des loueurs.



« LES TRANSPORTEURS N'ONT PAS À SE POSER DE QUESTIONS SUR LA FIABILITÉ OU LA PERTINENCE DES TECHNOLOGIES. »

**ALEX PERRIN, RESPONSABLE  
DE LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE  
ET DE L'INNOVATION AU SEIN DE FRAIKIN**

L'appétence pour la location dans le transport frigorifique n'est plus à prouver. Sur le segment supérieur à 2,8 tonnes, un véhicule frigorifique sur deux est en location, rappelle Alex Perrin, responsable de la transition énergétique et de l'innovation au sein de Fraikin. Pour les transporteurs, les avantages opérationnels de la location – mais aussi comptables en limitant les CAPEX – ouvrent à présent les portes à la transition énergétique. « L'une des tendances flagrantes est de voir des transporteurs historiquement orientés vers l'achat de véhicules, s'adresser à nous en quête de conseils et d'accompagnement », observe le responsable.

Face au surcout à l'achat des véhicules bas-carbone, et à la difficulté à lever des financements en période d'inflation et de hausse des taux d'intérêts, les gestionnaires de parc regardent la location sous un autre jour. « Les transporteurs transfèrent le risque vers les loueurs, car les investissements demeurent importants sur cette typologie de véhicules », observe Jean-Baptiste Gailliard, responsable commercial grands comptes de Clovis. Certains professionnels se saisissent aussi de la location pour tester en situation les nouvelles technologies bas-carbone comme l'électrique. Car les questions restent nombreuses, observe Laurent Parmeggiani, directeur des relations stratégiques de Petit Forestier. Elles concernent notamment la valeur résiduelle, en particulier des modèles électriques, l'entretien, ou encore l'obsolescence des batteries. Sur ce dernier point, les loueurs comme Petit Forestier communiquent sur l'autonomie prévisionnelle des véhicules en fin de contrat.

Les appels à projets pour bénéficier de subventions à l'achat via l'ADEME, ou encore la recharge en itinérance, font partis également des sujets soulevés par les transporteurs.

### UNE OFFRE MULTI-ÉNERGIE

Multi-produits et multi-constructeurs, un opérateur tel que Fraikin présente l'intérêt de pouvoir apporter une réponse à chaque loi de roulage, kilométrage et transport. L'approche se veut multi-énergie. Elle repose sur le biocarburant (B100), le biogaz (GNC/GNL), l'électrique, et à l'avenir l'hydrogène (déjà en tests dans sa version utilitaire au sein du Fraikin Lab). L'azote constituant une solution pour les groupes froids. Les alternatives s'appuient par ailleurs sur le rétrofit des moteurs diesel vers l'hybridation, ou le B100. Face à ce foisonnement technologique, l'accompagnement des transporteurs se veut global. Il repose sur des programmes dédiés, à l'image de Green My Fleet. Ce dernier, proposé par Fraikin, prévoit notamment des conseils de décarbonation à l'avant-vente, des infrastructures de recharge modulables et démontables.

L'accent porte également sur les services connectés via la télématique et l'optimisation des tournées de livraison grâce à l'intelligence artificielle, souligne de son côté Laurent Parmeggiani. L'opérateur déploie par ailleurs son application de localisation des bornes de recharge publiques, et ses solutions d'éco-conduite. En fonction du comportement au volant, l'écart dans l'autonomie d'un véhicule électrique peut atteindre 15 %, rappelle le responsable. « Nous mettons aussi en place des tests opérationnels autour des nouveaux châssis comme l'Irizar ou le Renault D Wide E-Tech, de manière à vulgariser et à démystifier l'approche des nouvelles énergies, mais aussi à prendre en compte le ROI. »

### LE TCO AU CŒUR DE LA LOCATION

Dans un contexte réglementaire incertain au regard des ZFE-m, la location constitue la solution privilégiée en matière de transition énergétique des flottes. La décarbonation oriente le modèle vers une approche « full

## TIP LANCE SA GAMME E-REEFER

Sur un segment de la location frigorifique « extrêmement concurrentiel », marqué par la prédominance de Petit Forestier, Stricher ou encore Fraikin, TIP se place en challenger avec la volonté d'affirmer sa présence. « L'objectif du groupe est de disposer de 40 % à 50 % de véhicules verts d'ici 2030 », avance Charles-Henri Demoures, directeur marketing et communication Sud Europe de TIP. Sur cette typologie de matériel, la transition énergétique se joue à plusieurs niveaux. Elle concerne l'aérodynamisme, les pneumatiques basses consommations, le suivi télématique mais également les groupes froids électriques (proposés par Carrier et ThermoKing). Ces derniers pourront être alimentés par des batteries seules qui seront rechargées à quai (pour une autonomie de 10h à 18h). Elles pourront être couplées aussi à des essieux à récupérateurs d'énergie (développés par BPW et SAF), ou à des panneaux solaires.

Aux côtés des transporteurs et des chargeurs, le loueur a multiplié les pilotes pendant 18 à 24 mois de manière à tester, à qualifier et à paramétrer le matériel proposé à la location. Pour l'opérateur qui lance sa gamme e-Reefer, l'enjeu est d'assurer aux transporteurs une exploitation optimale grâce à des solutions éprouvées. Car quelques soient les énergies, la première attente en matière de location repose sur la disponibilité.



« NOTRE OBJECTIF EST DE RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE DE 25 % PAR CAMION D'ICI 2030, ET PAR CONSÉQUENCE CELLE DE NOS CLIENTS. »

**LAURENT PARMEGGIANI,**  
DIRECTEUR DES RELATIONS STRATÉGIQUES  
DE PETIT FORESTIER

service » afin de pallier la fermeture progressive des ateliers intégrés des transporteurs. La démarche intégrée à présent l'étude des

coûts totaux d'exploitation. Les durées de location sont notamment allongées jusqu'à 8 ans sur l'électrique (contre 6 ans pour le >>>

## SOLUTION LOCATION



Les techniciens des ateliers intégrés de Petit Forestier disposent des habillations, des EPI et des outillages pour intervenir sur les véhicules électriques.

thermique), pour abaisser les TCO. Attendu que les transporteurs souhaitent également de la cohérence et de la logique, observe Alex Perrin. Un modèle électrique devra par exemple être labellisé Piek, s'associer à un groupe froid électrique, et disposer d'un seul câble de recharge. En ce sens, la location a un rôle important à jouer en matière de décarbonation des flottes, estime-t-il. « Les transporteurs n'ont pas à se poser des questions sur les évolutions, la fiabilité ou la pertinence de la technologie. Nous apportons des réponses de manière à les rassurer. »

La démarche vise aussi à lever le frein des infrastructures. Des audits de parc sont notamment effectués par les loueurs et leurs partenaires, de manière à définir les puissances d'alimentation et les aménagements requis. Des solutions de location de bornes mobiles, comme Smart Elec du côté de Petit Forestier, sont proposées. « La transition énergétique ne doit pas être perçue comme une contrainte, estime Laurent Parmeggiani. Nous analysons le bilan carbone des transporteurs pour les orienter vers les

technologies les plus adaptées à leurs tournées. Nous faisons le lien entre les besoins du marché, et les solutions des constructeurs. »

### FACILITER LA DÉCARBONATION DES MÉTIERS DU FROID

Au cœur de la décarbonation des flottes, l'électrique suppose une approche « plus poussée et technique » comparée aux véhicules thermiques, explique encore Jean-Baptiste Gailliard. Les réflexions se complètent des contraintes techniques propres aux métiers du froid, avec des

coût du kilowattheure et des abonnements, avance le responsable

« Nous sommes encore dans un schéma mouvant, ajoute Laurent Parmeggiani. Les transporteurs ne savent pas vers quelle énergie se tourner ». Dès lors, la location vient décomplexer les sujets connexes (comme l'assurance avec les risques d'incendie et le coût des réparations) à l'utilisation des véhicules bas-carbone. L'équation conduit les loueurs à réinventer leur mission autour des conseils, de l'accompagnement et de la formation. Car la location se veut une solution « facilitante »



« LA LOCATION PERMET D'EXPÉRIMENTER L'ÉLECTRIQUE ET DE TRANSFÉRER LES RISQUES. »  
**JEAN-BAPTISTE GAILLIARD,**  
**RESPONSABLE COMMERCIAL GRANDS**  
**COMPTES DE CLOVIS**

consommations stationnaires pour les groupes frigorifiques. In fine, les études menées devront naturellement intégrer le

pour les transporteurs à l'heure de la décarbonation des métiers du froid. ■

**Jean-François Leray**

## NOS PREMIERS CAMIONS



Posant à Paris, ces trois Scania sont les héritiers du premier camion de Joseph Lahaye, un six roues et trois essieux.

› LAHAYE 1953 - 2024

# 70 ANS DE SAVOIR-FRET

Plongeons dans l'histoire d'irréductibles Bretons ! Un livre vient d'être édité pour découvrir cette entreprise familiale nommée « Groupe Lahaye Global Logistics ».

« Cette histoire, elle s'est écrite avec sueur, rires et coups de gueule des routiers, aux paupières parfois lourdes mais au cœur humble et généreux », souligne Christophe Tricart (tricart.christophe@protonmail.com) l'auteur de l'ouvrage « Lahaye Global Logistics 1953 - 2024 ».

### JOSEPH ACHÈTE SON PREMIER CAMION

Flash-back en extraits : « En un beau tour de roues, Jo et Rose-Marie ont lancé cette mécanique qui, depuis plus de 70 ans, roule

sans relâche sur les chemins de notre hexagone ainsi qu'à l'international ». En cette première partie de XX<sup>e</sup> siècle, Émile et Anne-Marie, les parents de Joseph, exploitent la ferme familiale. Ils sont premiers au concours agricole de 1914. Ils sont également les premiers dans le pays à acquérir, en 1914, une voiture, une Ford T. Joseph naît le 13 janvier 1927, ses parents sont transporteurs. Ils ne possèdent qu'un seul camion. Ils acheminent des moutons à la Villette à Paris. Après la Seconde Guerre Mondiale, à 18 ans, Joseph devient conducteur pour son frère Émile avec sa propre licence de transport, qu'il loue. 1952, il est

embauché à Lorient chez Costa Houet, à la Marée. Là, il conduit un six roues, trois essieux. « À l'époque, je désirais travailler pour mon propre compte », logiquement en 1953 il acquiert son premier camion avec ses économies et sur 16 mois : « Il fallait rembourser 228 200 francs. C'était une somme considérable pour l'époque ». Très tôt, il démarre sa journée vers les Halles de Paris pour se rendre en Normandie. Selon la saison, il charge et décharge seul, de Saint-Malo des patates, de Paimpol des haricots. Il revient par la Beauce pour charger d'autres marchandises. « J'étais passionné par ce métier », se souvient-il.

Unic comme Scania ont, entre autres, jalonné l'histoire de l'entreprise qui compte aujourd'hui 640 camions dont 30 fonctionnant au gaz.

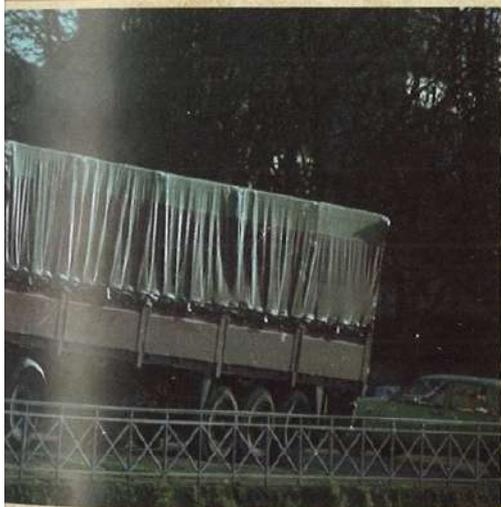


PAR PHILIPPE COLOMBET

Le Groupe Lahaye Global Logistics, fruit du travail et de la passion de son fondateur Joseph Lahaye que ses fils et petits-fils font perdurer depuis 1953.



Notamment en Scania, tant de kilomètres à travers toute l'Europe depuis plus de 70 ans.



Joseph Radoubé qui les met en relation avec la société Rossignol. La grande aventure débute : « Nous avons commencé à livrer leurs portes en région parisienne puis à Lyon, Bordeaux et en Allemagne ». Pour faire bouillir la marmite, les conducteurs ramènent au retour de Paris des boyaux, du plâtre... Chaque camion fait en moyenne 120 000 kilomètres par an. « On peut dire que c'est un peu grâce à nous si, à l'époque, les cités HLM se sont dressées aux quatre coins de la France », ironise avec satisfaction Rose-Marie Lahaye. Elle qui fut l'une des premières femmes en France à conduire un poids lourd.

### LES PREMIERS FRIGORIFIQUES

Des sueurs froides en perspective, années 1970, Lahaye acquiert les Transports Cottard avec deux camions frigorifiques. « Nous avons commencé à transporter de la viande que nous livrions à Rungis », se remémore Joseph. Les véhicules transportent également des haricots, des petits pois surgelés. L'autre grand client est William Saurin pour ses cassoulets. L'été, Lahaye transporte des glaces vers le sud. Une nuit à Fréjus, le système de réfrigération est tombé en panne. La température est remontée à -20 °C, au lieu de -25 °C. Heureusement, nous avons pu livrer sans dommage : « Mon sang s'est glacé ! ». C'est certainement ce sens

des responsabilités qui a permis à cette société bretonne toujours familiale de croître pour compter 600 camions en 2024 en se tournant vers les 70 prochaines années. Elle qui a récemment acheminé une partie des marchandises embarquées à bord du premier voilier cargo « Grain de Sali II » qui prenait la mer direction New-York au départ de Saint-Malo. Belle responsabilité environnementale. Vous souhaitez en savoir plus sur cette histoire ? Rien de plus simple, le livre est disponible en écrivant à [contact@lahaye.fr](mailto:contact@lahaye.fr). Merci à Joseph et Rose-Marie, le plus bel hommage que nous puissions porter aux fondateurs, aujourd'hui à Jean-Baptiste, Matthieu et leurs proches est d'applaudir cette humilité devant les tâches qu'exige le marché. C'est la force de cette expérience, l'énergie et la passion des 1 700 collaboratrices et collaborateurs qui constituent la « Famille Lahaye ». ■

### LE VOLANT COMME LIT

Le courageux Joseph ne dort que deux à trois heures sur le volant de son véhicule. Le célibataire rencontre alors la future madame Lahaye. Le 6 août 1955, Joseph et Rose-Marie se marient. Patrick voit le jour l'année suivante. Deux ans plus tard, ils revendent leur demeure pour acheter une licence de transport. Mais l'emploi du temps débordant de Joseph nuit à sa santé. Il arrête son activité de conducteur et se fait embaucher comme chef d'élevage dans une exploitation de 48 000 poussins. L'entreprise de transport passe alors au nom de Rose-Marie qui salarie un conducteur,

NDLR : vous souhaitez témoigner dans cette nouvelle rubrique consacrée à nos premiers camions, notamment ceux des années 60 et 70, elle vous est dédiée. Contactez donc Philippe Colombet sur [philippe@colombet.net](mailto:philippe@colombet.net), merci.

## SOLUTION CYCLOGISTIQUE

DERNIER KILOMÈTRE

# LES JEUX BOOSTENT LA CYCLOGISTIQUE

Les JOP contraignent fortement l'accès des véhicules de livraison à certaines zones. Les vélos cargos, eux, circuleront bien plus librement dans la capitale, sa périphérie et dans d'autres villes.

**A**rnaud Chéreau, responsable développement ColisActiv' poursuit son parcours professionnel dans la cyclologistique avec la promotion de L'Annuaire de cette filière bouillonnante : « Faisant partie du groupe de travail sur les JOP organisé par Interlud, nous nous sommes rendus compte qu'une certaine anxiété régnait autour de la capacité à desservir des secteurs spécifiques lors

de cet événement. Alors que livrer dans Paris est déjà complexe aujourd'hui ». Amauric Guinard, cofondateur de Sofub - qui porte le programme CEE ColisActiv' - poursuit : « Certains donneurs d'ordres nous ont également demandé à être mis en relation avec des cyclo logisticiens en France. » Et pour valoriser l'usage des vélos cargos, tant chez les donneurs d'ordres que dans les collectivités locales et chez

les logisticiens qui exploitent des moyens lourds, L'Annuaire Cyclo des JO 2024 est né pour faire (re)connaître les différents acteurs, tout en apportant de la pédagogie et de la vulgarisation.

Toutes les sociétés ne savent pas forcément qu'il est possible de transporter des palettes et des produits en froid passif ou actif via des vélos cargos. « Nous pouvons donc faire prendre conscience à certaines entreprises que la cyclologistique peut les aider et répond à des difficultés opérationnelles grandissantes, notamment à Paris (coût, stationnement, congestion, etc.) », poursuit Arnaud Chéreau. L'objectif de l'annuaire est ainsi double : faire connaître la cyclologistique, ou la faire intégrer ou sous-traiter.



« NON CONCERNÉE PAR LES RESTRICTIONS, LA CYCLOGISTIQUE REPRÉSENTE UNE ALTERNATIVE POUR LES LIVRAISONS URBAINES PENDANT LES JEUX. »

**ARNAUD CHÉREAU,  
RESPONSABLE DÉVELOPPEMENT COLISACTIV'.**

### UN EXEMPLE D'INTÉGRATION

Prenons l'exemple d'Ayopa By Delanchy qui était présent au SELF1 : cette startup est désormais intégrée dans le groupe Delanchy qui propose des services de livraison à vélo cargo de produits frais et surgelés à Paris et à Lyon. Une révolution

culturelle frappée du sceau du bon sens. Simon Paramananda, directeur général d'Ayopa By Delanchy, perçoit pleinement cette opportunité : « La cyclologistique n'est soumise à aucune restriction de circulation, et nos vélos peuvent actuellement transporter jusqu'à 200 kg. La commande moyenne d'un restaurant est de 38 kg, car les commandes sont quotidiennes, sans gestion de stock. Même si cela varie de 3 à 150 kg, ce volume s'adapte parfaitement aux livraisons à vélo. Nous n'avons pas vocation à livrer des supermarchés par exemple, qui reçoivent des cargaisons d'1,5 tonne. » Tandis que pour la restauration, le vélo est une solution très pertinente, notamment pour les produits à durée de conservation courte comme la viande ou le poisson. « Nous nous engageons avec de nouveaux clients qui sont intéressés par une collaboration à long terme à travers des contrats pérennes pour maintenir la



Les JOP 2024 seront un accélérateur pour la cyclologistique.

demande, et non uniquement pour répondre aux quelques semaines de restrictions liées aux JO. » Consacrée par les Jeux, il y aura donc un avant et un après pour la cyclologistique ; un héritage. « Ces Jeux seront un accélérateur, conclut Amauric Guinard. Outre l'adage - l'essayer

c'est l'adopter - les donneurs d'ordres pourront être amenés, du fait des situations complexes auxquelles ils auront été confrontés, à intégrer des vélos cargos, via leurs sous-traitants voire en compte propre. » ■

**Pierre Besomi**

**K-Ryole**

## LA SOLUTION FROID LA PLUS EFFICACE POUR LE DERNIER KM.

- ✓ 900 litres et 200kg en froid actif
- ✓ Autonomie de 40km par batterie
- ✓ Assistance électrique 900W
- ✓ Accès pistes cyclables/piétonnes/ZFE



Prenez rendez-vous avec notre Responsable Grands Comptes pour une démo.  
06 15 76 98 74 - christine.lachaud@k-ryole.com

134 rue d'Aubervilliers - 75019 PARIS  
☎ : 09 72 14 48 94

## XPO Logistics à nouveau transporteur officiel du Tour de France

Publié le : 26.06.2024 Par : Marie Albessard Lecture : 1 min.



*Crédit photo XPO Logistics*

**Le transporteur lyonnais a indiqué être, pour la 44ème année consécutive, le transporteur officiel du Tour de France. L'entreprise accompagne également le Tour de France femmes depuis 2022. Plusieurs dizaines de conducteurs et conductrices travailleront à acheminer le matériel de l'événement sportif.**

De Florence en Italie à l'arrivée à Nice, les camions de XPO Logistics suivront les 21 étapes du Tour de France. Comme c'est le cas depuis 44 ans (si l'on intègre l'historique avec Norbert Dentressangle, transporteur français acquis en 2015), le transporteur basé à Lyon transportera barrières, podiums, arches, signalétique, équipements, portiques etc. nécessaires au bon déroulement de ce grand événement sportif. Au total, le parcours représentera 3 492 kilomètres.

59 conducteurs et conductrices seront mobilisés, ainsi que deux mécaniciens (à bord d'un véhicule atelier), deux moniteurs et un préventeur (pour s'assurer du bien-être des équipes de conduite et apporter leur expertise en matière de sécurité). Une équipe de 13 conducteurs

sera également mobilisée sur le Tour de France Femmes, que XPO Logistics accompagne depuis 2022. Un dispositif d'appui mécanique et de sécurité similaire à celui du Tour de France hommes est déployé.

Tous ces conducteurs et conductrices sont sélectionnés pour leur professionnalisme et leurs capacités à conduire sur tous types de routes. Les équipes de XPO Logistics préparent le Tour depuis le mois d'octobre. Cet événement nécessite une importante préparation logistique. Pour cette nouvelle édition, XPO Logistics a mis l'accent sur un transport moins carboné, par exemple en s'appuyant sur l'utilisation de biocarburant HVO ou via l'utilisation d'un tracteur routier 100% électrique sur un court parcours, entre Mâcon (Saône-et-Loire) à Nuits-Saint-Georges (Côte-d'Or).

## Christophe Jamet, président des Transports Jamet (45), s'est éteint

Publié le : 27.06.2024 Par : Gwenaëlle Ily Lecture : 1 min.



*Crédit photo DR*

**Le 23 juin, le dirigeant des Transports Jamet nous a quittés. Entrepreneur déterminé, il était à la tête d'une société clé dans les activités bennes TP et céréalières en Ile-de-France.**

Christophe Jamet est décédé le 23 juin à l'âge de 59 ans des suites d'une longue maladie. Il était entré dans la profession de transporteur à l'âge de 18 ans, en 1983, aux côtés de son père Bernard Jamet, qui avait fondé l'entreprise en octobre 1964. En novembre 1986, Christophe Jamet a pris les rênes de sa propre société en créant la Société des Transports Jamet. Il est rejoint par son frère Patrick qui prend la gestion de la Société Manutentionnaire des Transports Jamet créée en octobre 1990, puis par son second frère, Pascal, qui dirige la société de maintenance de véhicules le Garage de la Croisière depuis 1992.

### **Création de la société Prejam**

Sous l'impulsion de Christophe Jamet, entrepreneur déterminé et débordant de vitalité, les Transports Jamet sont devenus l'un des acteurs clé du transport de gravats et de matériaux dans la région parisienne, récompensé en 2008 par l'étoile de la PME. En 2023, la société pèse

12,6 M€ de chiffre d'affaires et emploie 47 salariés. En 1990, Christophe Jamet fait la connaissance de Philippe et Frédéric Premat. Leur passion commune du transport et les valeurs de travail et d'exigence qu'ils partagent nourrissent une amitié initiatrice de la création en 2011 de la société Transports Prejam, qu'ils mènent à parts égales. L'essor de cette entreprise, résultat de l'engagement fort des deux familles, a renforcé les liens étroits qui les unissent.

Les obsèques se tiendront vendredi 28 juin, à 14 heures, en l'église Saint-Clair de Souppes-sur-Loing (77).

Publié le : 27.06.2024 Par : Marie Albessard Lecture : 1 min.



*Crédit photo Salesky / Groupe Mousset-Jetransporte*

## **Salesky, entreprise de transport sous températures dirigées et filiale du groupe Mousset-Jetransporte vient d'ouvrir une nouvelle plateforme logistique à Eloise, en Savoie.**

C'est sur la zone d'activités Clarafond-Arcine à Eloise (Savoie), entre Annecy et Genève, que Salesky (450 collaborateurs, 65M€ de CA) vient d'inaugurer sa nouvelle plateforme logistique. Il s'agit de la sixième pour l'entreprise, [filiale du groupe Mousset-Jetransporte](#), qui opère dans le domaine du transport sous températures dirigées (denrées alimentaires en froid positif et négatif et groupage-dégroupage de produits frais). Un an de travaux et 5 millions d'euros d'investissement ont été nécessaires pour cette nouvelle plateforme de 2 800 m<sup>2</sup> de stockage, qui comporte 12 quais et 250 m<sup>2</sup> de congèle pour les produits nécessitant un stockage à basse température. Jet Freeze, une autre filiale du Groupe Mousset-Jetransporte, spécialisée dans la livraison en températures dirigées en cœur de ville, occupera également sur ce nouveau site.

### **20 emplois créés**

« Cette nouvelle implantation est stratégique pour nous car elle nous permet de répondre efficacement aux besoins de nos clients sur les secteurs de la Savoie, la Haute-Savoie, le Pays de Gex, l'Ain et la Suisse » a indiqué dans un communiqué Mickaël Martz, Directeur du Pôle Température Dirigée du Groupe Mousset-Jetransporte.

L'ouverture de ce nouveau site a occasionné la création de 20 emplois, 80 au total sont prévus d'ici deux ans. Au niveau des énergies, des panneaux photovoltaïques produiront 28% des besoins en électricité du bâtiment et les réfrigérateurs fonctionnent au CO<sub>2</sub> et utilisent l'énergie cinétique pour le dégivrage.

Publié le : 01.07.2024 Par : Florence Falvy Lecture : 1 min.



*Crédit photo © Laurent Stamper / Groupe Coquelle*

**Situé à Saint Priest (Rhône), TransBK, société spécialisée dans le transport de produits d'équipements de la maison encombrants et fragiles sur l'ensemble du territoire national, a été reprise par le Groupe Coquelle. L'occasion notamment pour le transporteur nordiste d'intégrer une nouvelle spécialité.**

Fondée en 1989 dans la périphérie de Lyon, TransBK s'est spécialisée dans le transport de produits emballés et encombrants tout en disposant également d'une surface de stockage de 16 000 m<sup>2</sup>. Pilotée depuis 2009 par Franck Blary et Éric Larget, l'entreprise vient d'être cédée au Groupe Coquelle (62) dirigé par Christophe Coquelle. Cette opération signée le 27 juin a été réalisée avec le concours de Stratégéo. Le périmètre de reprise englobe 85 salariés, plus d'une quarantaine de moteurs pour un chiffre d'affaires proche de 15 millions d'euros. Éric Larget, le cédant, va accompagner le Groupe Coquelle pendant six mois afin d'assurer une transition en douceur avant l'arrivée d'un nouveau directeur. « Nous sommes heureux de transmettre notre entreprise à un groupe qui a les mêmes valeurs que nous et possède une

stratégie de développement ambitieuse en mettant l'humain au cœur de toutes ses réflexions », déclarent Franck Blary et Eric Larget, en fin de carrière.

### **Densification en région lyonnaise**

Avec cette nouvelle acquisition, le Groupe Coquelle spécialisé dans le transport de vrac et de marchandises générales sur palettes densifie ainsi ses positions dans la région lyonnaise où il a déjà racheté le groupe Marietton en avril dernier. Il vient également étendre son offre commerciale sur des savoir-faire de niche et intègre par la même occasion le réseau TEM (Trans Europe Meuble).

Pour rappel, le Groupe Coquelle réalise 320 millions d'euros de chiffre d'affaires, s'appuyant sur plus de 2 400 collaborateurs, 1 550 cartes grises moteurs, 42 sites en France et à l'international, et plus de 110 000 m<sup>2</sup> d'entrepôt.

## Jolival reprend les transports Ripoché

Publié le : 02.07.2024 Par : Marie Albessard Lecture : 1 min.



*Crédit photo Jolival*

**Les transports Jolival ont annoncé une opération de croissance externe, avec la reprise des Transports Ripoché, eux aussi installés dans le Maine-et-Loire.**

« Nous sommes fiers de réunir les talents et l'expertise des équipes Ripoché au sein de la famille Jolival. Ensemble, nous construirons un avenir solide et durable pour notre entreprise, en misant sur la performance, l'innovation et la qualité de service », a indiqué Gaëtan Jollivet, président de Jolival dans un communiqué. L'entreprise a annoncé la reprise, effective le 27 juin, des Transports Ripoché, un acteur également installé en Maine-et-Loire et ce depuis 1963.

### **Des cultures d'entreprise similaires**

Les deux entreprises ont des identités similaires : il s'agit d'entreprises familiales, évoluant sur le même territoire. « Les deux sociétés partagent une culture d'entreprise similaire, centrée sur la qualité de service, la satisfaction client et le bien-être des collaborateurs »,

souligne Jolival. L'entreprise précise que les 140 emplois des Transports Ripoche seront préservés, toujours sur le site de Beaupréau-en-Mauges. Des synergies vont être créées au niveau des outils utilisés, du développement commercial ou en termes d'échange de bonnes pratiques. Cette reprise devrait également permettre à l'entreprise de se renforcer dans les Mauges et sa région.

Cette reprise, opérée avec le cabinet de Conseils Eurêka Consulting, s'inscrit dans une dynamique de Jolival, qui avait déjà acté la prise de partenariat majoritaire dans la société ALS en mars 2023. Installé à Pommeraye, Jolival est un acteur de longue date (75 ans) de transport et de logistique, qui compte actuellement 200 salariés.

## Le groupement Astre se réorganise pour accélérer son développement européen

Publié le : 08.07.2024 Par : Marie Albessard Lecture : 2 min.



*Crédit photo DR*

**Créé en 1992, Astre a annoncé une réorganisation en interne, avec une gouvernance française et une gouvernance européenne, afin de lui permettre de grossir et de se développer davantage en Europe.**

Le groupement Astre (160 adhérents, 400 implantations) a annoncé une réorganisation de ses entités, dans le but d'accélérer son développement européen. Ainsi, Astre sera composé d'« Astre Europe » et d'« Astre France ». Le premier supervisera les entités régionales européennes (Astre péninsule ibérique, Astre Italie, Astre Benelux, Astre DACH), se chargera de soutenir le développement du réseau dans chaque région ainsi que les services proposés aux adhérents. Son CA est composé de Denis Baudouin (Transports Baudouin), président et de Fabien Chazot (Transport Chazot), directeur général délégué. « Par ailleurs, Astre Europe va partiellement financer les différentes sociétés régionales afin que celles-ci puissent compléter leur structure locale et accélérer le développement des outils et services dédiés à leur région respective. En s'inspirant des réussites d'Astre dans les pays où le réseau est le plus développé (France et Italie en particulier), et en disposant d'un soutien financier supplémentaire en provenance d'Astre Europe, chaque société régionale pourra grandir de manière conséquente tout en s'adaptant au contexte local », indique également le groupement dans un communiqué.

### **Objectif 200 membres d'ici 2030**

« Astre France » se chargera de développer les services et outils dans l'hexagone. Sa nouvelle gouvernance est composée de Jérôme Pla (Transport Vingeanne) et Vincent Landry (Transports Landry) comme directeurs généraux délégués et de Gaëtan Jolivet (Transports Jolival) comme président. Avec cette nouvelle organisation, l'objectif du groupement est d'atteindre une communauté de 200 membres à l'horizon 2030 ainsi que de proposer dans

chaque pays des services et outils équivalents en termes d'achats, distribution palette, digital, formation, accompagnement RSE, communication, développement commercial, finances et assurances.

Le groupement Astre a été créé en 1992 par des dirigeants, afin d'échanger du fret, de mutualiser des achats et services.

## ASTRE EUROPE

### LA GOUVERNANCE



**Denis BAUDOUIN**

- Transports Boudouin -

Président  
Astre Europe



**Fabien CHAZOT**

- Transports Chazot -

Directeur général  
délégué  
Astre Europe



## ASTRE FRANCE

### LA GOUVERNANCE



**Jérôme PLA**

- Transports Vingeonne -

Directeur  
général délégué  
Astre France



**Gaëtan JOLIVET**

- Transports Jolival -

Président  
Astre France



**Vincent LANDRY**

- Transports Landry -

Directeur général  
délégué  
Astre France



## Valérie Peene, Dg du groupe Jardel (31) : L'humilité au service de l'agilité

26 juin 2024 Arnaud Ilié Stratégie & marchés 0



**Avocate de formation, Valérie Peene a pris ses fonctions de directrice générale du groupe Jardel le 1<sup>er</sup> mars. Elle nous confie son mode de management pour mener à bien sa mission.**

Côté parcours, Valérie Peene a d'abord fait son droit. Elle a suivi un double cursus universitaire en obtenant d'abord un diplôme de juriste-conseil en entreprise DJCE, couplé à un DEA de droit des affaires. Forte de son intérêt pour le monde de l'entreprise, elle a étudié en parallèle au sein d'une école de commerce à Bordeaux. La profession d'avocate, qu'elle a exercée pendant près de 30 ans, l'a amenée à conseiller le groupe qu'elle dirige aujourd'hui.

« Parmi mes clients, je m'occupais de la société Jardel depuis une quinzaine d'années, explique-t-elle. J'étais alors chargée de tout le contentieux lié au droit du travail et au droit commercial, à l'exception du corporate. » Valérie Peene a ainsi eu l'occasion de voir grandir l'entreprise. Au contact de son client, en se rendant régulièrement dans les entités pour mener à bien sa mission, l'avocate a commencé à entretenir une certaine proximité avec ses équipes.

Jusqu'à ce qu'une nouvelle opportunité professionnelle se présente. « Le twist s'est fait par hasard, poursuit-elle. Lors du départ de l'ancienne dirigeante, le président Dimitri Goineau, qui m'avait demandé de réaliser un audit, m'a proposé de devenir sa DG, sur le ton de la boutade. » L'idée a rapidement mûri de part et d'autre. « Le temps était venu d'accepter le challenge », souligne-t-elle.

## Un management en coconstruction

Après en avoir parlé à son associé au sein de leur cabinet, elle accède aux commandes de Jardel début mars. Rapidement, elle a plongé dans le grand bain, sous la houlette d'un président animé d'une grande capacité à déléguer. « Son approche fait qu'il va vous laisser trouver la solution parce qu'il souhaite que vous vous l'appropriiez, il n'impose pas », loue Valérie Peene. Un mode de management qui ruissèle sur celui de la directrice générale, qui l'applique à ses équipes.

« Cette façon de diriger est intéressante, parce qu'elle permet aux personnes concernées d'adhérer au projet, se justifie-t-elle. Cette démarche, je la fais mienne de façon intuitive, en discutant avec les exploitations et les supports sur la façon d'aborder le travail. » Disposée à entendre toutes les idées, c'est dans cette logique que Valérie Peene exerce sa fonction de dirigeante avec une bonne dose d'humilité.

« Avant de mettre en œuvre de grands projets, il faut que je comprenne l'entreprise, qui emploie près de 2 100 salariés, confie-t-elle. Je n'y suis que depuis deux mois, quand certains ont 20 ans de présence. » Actuellement, elle travaille à la définition des fiches de poste, telle que celle du directeur d'exploitation, en vue de la soumettre aux personnes concernées et aux différentes fonctions support.

## L'agilité permanente

Valérie Peene montre d'autant plus de prudence à travers son management que la conjoncture pour l'année 2024 s'annonce compliquée. « À la direction, il ne faudra pas se tromper sur nos choix, car on engage la vie des collaborateurs ; il faut faire preuve d'agilité et être réactif pour répondre aux demandes des clients », résume-t-elle.

Valérie Peene précise aussi que les prestataires de transport sont contraints actuellement de rouler à des prix trop faibles : « Cela nous impose de réfléchir différemment et de nous adapter en permanence, ce qui peut être très stimulant finalement. » La clé du succès ?

Arnaud Ilié

—

## Le groupe Jardel en chiffres

**Activités :** le cœur de métier est la distribution pour les grandes enseignes, avec tous types de transport, du frigo, de la citerne, de la benne et un peu de livraison du dernier kilomètre en VL

**Salariés :** 2 100

**Parc :** 2 300 cartes grises

**CA :** 226 millions d'euros

Acquisition : Primever met la main sur le groupe Médina (66)

**1 juillet 2024 Valérie Chrzavzez Stratégie & marchés 0**



**Primever réalise un gros coup avec le rachat du groupe perpignanaise Médina. Cette entreprise affiche un chiffre d'affaires de 18 millions d'euros avec 170 salariés, 55 véhicules et 7 100 m<sup>2</sup> de surface logistique principalement dédiés aux fruits et légumes.**

Le groupe Primever était déjà présent en Roussillon depuis dix ans. Cette reprise va lui permettre de consolider son leadership dans la région et de renforcer son offre de service à travers ses principales business units : le transport (en développant l'axe Roussillon-Nord) et la logistique.

« La complémentarité avec Médina permettra à nos clients de bénéficier d'une disponibilité accrue, d'une réactivité améliorée et d'une qualité de service optimisée », souligne Julien Garnier, Pdg du groupe Primever.

**« Devenir n°1 du transport de fruits et légumes en Europe »**

« Avec cette acquisition, nous franchissons une nouvelle étape dans notre ambition de devenir le leader européen du transport de fruits et légumes car le territoire du Roussillon est stratégique pour nous, et qui mieux que les transports Médina pour nous aider à y asseoir notre position ? », poursuit-il.

Rappelons qu'en février dernier, le réseau Primever a déjà officialisé **le rachat des transports Mesguen (29)**.

VC

## Liquidation judiciaire : fin de partie pour les Transports Duval (72)

**4 juillet 2024 Valérie Chrzavzez Stratégie & marchés 0**



Le 11 juin dernier, le tribunal de commerce du Mans a prononcé la liquidation judiciaire des transports Duval (72). L'entreprise était en redressement judiciaire depuis avril 2024. Après 78 ans d'activité, elle va donc disparaître et ses 80 salariés vont être licenciés.

Ce n'est pas une surprise car l'histoire de ce transporteur était agitée depuis quelques années. **Sébastien Duval** avait repris la société familiale en 2008 et connu des difficultés liées à la hausse constante du coût de ses charges. Une situation qui l'avait amené à céder l'affaire gratuitement en 2021, à la barre du tribunal, pour effacer les dettes.

La société Montaville (72), dirigée par Luc Montaville, était l'actionnaire unique depuis **juillet 2022**. « *J'avais présenté mes clients au repreneur et je m'étais retiré* », rapporte Sébastien Duval qui assure ne pas avoir eu de nouvelles depuis son départ.

La rédaction a tenté de joindre Luc Montaville sans succès.

VC

## DEUXIÈME PARTIE :

### L'ACTUALITE DES DONNEURS D'ORDRES ET DU MARCHÉ



#### Christian Pimont quitte la présidence de l'Alliance du Commerce, il est remplacé par...

Christian Pimont quitte la présidence de l'Alliance du Commerce. Découvrez qui le remplace à la tête de l'organisation professionnelle.



© Alliance du Commerce  
Bernard Cherqui, nouveau président de l'Alliance du Commerce.

Depuis 2011, Christian Pimont était président de l'Alliance du Commerce. Il quittera ses fonctions fin juin 2024. « *Je remercie les membres de l'Alliance du Commerce qui m'ont fait confiance depuis 14 ans. J'ai eu à cœur de défendre un modèle où le commerce est au centre de la ville et de notre lien social. Je souhaite un grand succès à mon successeur qui a toute l'expérience requise pour défendre les intérêts de notre profession et porter haut les couleurs de notre secteur* », souligne Christian Pimont. Pour lui succéder, Bernard Cherqui, directeur général du groupe Mondial Tissus, a été élu.

### Nouveaux membres du bureau

Outre le nouveau président, une nouvelle gouvernance a été mise en place à la tête de l'organisation professionnelle. Nicolas Houzé, directeur général des Galeries Lafayette et président de l'Union du grand commerce de centre-ville, a été élu vice-président. Frank Boehly, président de la Fédération des enseignes de la chaussure, devient membre du bureau. Jean-Marc Perl a été élu trésorier.

Le nouveau président prendra ses fonctions de président à partir du 1er juillet 2024. « *Je suis honoré de prendre la succession de Christian Pimont à la présidence de l'Alliance du Commerce. Face à l'évolution de nos marchés, les enseignes font preuve d'une incroyable capacité à se réinventer pour s'inscrire dans l'avenir. Elles*

*représentent un atout majeur pour l'attractivité du commerce français et le dynamisme de nos territoires. Mon ambition est de continuer avec les membres de notre conseil d'administration à accompagner la transformation de notre secteur vers un modèle plus durable en s'appuyant tant sur l'innovation que sur les fondamentaux de notre métier* », déclare Bernard Cherqui. Celui-ci a aussi été élu président de la Fédération des Enseignes de l'Habillement.

L'Alliance du Commerce, qui rassemble l'Union du grand commerce de centre-Ville (UCV), la Fédération des enseignes de l'habillement (FEH) et la Fédération des enseignes de la chaussure (FEC), est la première organisation professionnelle française dans le secteur de l'équipement de la personne. Ces entreprises représentent 26 000 magasins et 160 000 salariés en France.

### **Parcours**

Diplômé de Sciences Po Paris où il a enseigné plus de 3 ans, et d'une maîtrise d'Économétrie, Bernard Cherqui a commencé sa carrière chez Andersen Consulting, cabinet de conseil en organisation. Il a ensuite intégré le groupe Galeries Lafayette, où il a occupé le poste de directeur des ressources humaines adjoint au BHV. En 1999, il a rejoint le Groupe Casino, pour créer la direction des ressources humaines de Franprix et Leader Price.

Il est nommé directeur général adjoint chez Franprix Leader Price en 2007, qu'il a quitté en 2010 pour créer la société de conseil Devlum, où il mène des missions dans le retail et en promotion immobilière de centres commerciaux. C'est dans le cadre d'une mission de conseil sur la stratégie de modernisation du groupe Mondial Tissus qu'il est nommé directeur général de cette ETI lyonnaise, où il y a donné un nouveau souffle en repositionnant l'enseigne sur son cœur de métier : la création autour du tissu. À travers un réseau de 120 magasins et son site Internet, Mondial Tissus réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 150 millions et emploie 1 000 salariés.

## Philippe Palazzi, DG de Casino : "Le succès de nos franchisés fera notre succès futur"

Philippe Palazzi a inauguré le 27 juin un magasin Franprix rue Belgrand, à Paris, dans le 20<sup>e</sup> arrondissement, illustrant la nouvelle stratégie de l'enseigne, mais aussi du groupe. Nous en avons profité pour lui poser quelques questions.

Magali Picard

28 juin 2024 \ 12h26



© JOEL SAGET / AFP

Avant de dévoiler les grandes lignes de sa stratégie cet automne, Philippe Palazzi livre une première ébauche à LSA.

LSA - Entré en fonctions le 27 mars à la tête d'un groupe Casino reconfiguré, vous venez de fêter vos cent jours...Quel premier bilan faites-vous ?

Philippe Palazzi - C'était un départ lancé ! Je travaille pour préparer mon arrivée depuis presque un an, depuis l'été dernier. Auparavant, le groupe fonctionnait beaucoup par silos : Monoprix ne savait pas ce que faisait Franprix et la proximité non plus. Aujourd'hui, lorsqu'un pas-de-porte se libère par exemple, nous chassons en meute : toutes les enseignes sont alignées pour le reprendre et avant de décider, nous regardons qui est le mieux placé. L'un des avantages du groupe Casino est de pouvoir s'appuyer sur plusieurs marques qui correspondent chacune à une clientèle bien précise. Il ne faut plus raisonner par formats comme il y a dix ans, mais par affinités. Autre exemple, nous venons d'introduire la marque Casino Délices chez Monoprix et cela marche très bien !

LSA - Cette semaine, vous inaugurez un nouveau concept de magasins chez Franprix, ainsi qu'une nouvelle identité visuelle pour Cdiscount. Un hasard ?

P.P. - Pas vraiment. Nous travaillons sur des concepts communs avec un double objectif : satisfaire le consommateur final et redonner de la rentabilité aux franchisés. Chez Franprix, nous menons un test sur trois magasins intégrés afin de leur proposer un nouveau modèle. Depuis la mise en place de notre nouveau comité exécutif en mars, nous avons pris conscience que le groupe Casino est maintenant un groupe de franchisés : ils représentent 93 % des magasins pour la proximité, 73 % chez Franprix et 52 % chez Monoprix. Casino est un groupe de marques de franchisés et le succès de ces derniers fera notre succès futur. Pour chacune des enseignes, nous avons mis en place des comités en interne, composés des équipes des marques et des franchisés. Prenez Franprix : 40 % des baisses de prix des 145 marques nationales ont été décidées par les franchisés.

LSA - Le ralentissement important des ouvertures de magasins chez Franprix - 50 en 2024 au lieu de 150 en 2023 - préfigure-t-il une période d'austérité ?

P.P. - Il s'agit d'ouvrir moins, mais mieux. Nous ne courons pas après les parts de marché, mais essayons d'avoir une approche qualitative tout en continuant à innover, la marque de fabrique de Casino, et sans perdre de vue la réalité du terrain.

## Franprix imagine un nouveau concept de magasins pour ses franchisés

Le roi de la proximité urbaine, élément clé du nouveau Casino, teste pendant trois mois à Paris un nouveau concept de magasin décliné en trois formats. Plus qu'un concept, c'est une refonte du modèle commercial visant à améliorer chiffre d'affaires et rentabilité des franchisés. Explications.

Magali Picard

28 juin 2024 \ 09h43

4 min. de lecture



© LAETITIA DUARTE

Décliné sous trois formats, le nouveau concept Franprix, ici rue Belgrand, dans le 20ème arrondissement, modifie l'offre et le parcours client pour améliorer l'efficacité du modèle commercial au service des franchisés.

Changement d'époque. Dix ans après le lancement du fameux concept Mandarine, dont le jus d'orange et le poulet-pommes de terre pour moins de 5 € sont restés les symboles les plus forts, voici Oxygène, le nom du nouveau projet commercial destiné en priorité aux franchisés Franprix. Un projet décliné dans trois formats différents, du plus petit (moins de 250 m<sup>2</sup>) au format supermarché (600 m<sup>2</sup>), en passant par le standard (250 m<sup>2</sup>).

Surtout, prévient Vincent Doumerc, directeur général de Franprix depuis dix-huit mois, « *il s'agit de redonner aux 300 franchisés une meilleure efficacité économique* ». Ces derniers, qui détiennent les deux tiers des 1 108 magasins actuels, ont souffert en 2023, comme le montrent les résultats 2023 de l'enseigne de Casino. L'Ebitda s'est inscrit en baisse de près de 16 % et le résultat opérationnel courant de 25 %. Une dégradation due, selon Vincent Doumerc, aux coûts de l'énergie et à l'inflation sur l'alimentaire.

Le succès de nos franchisés fera notre succès futur, chez Franprix comme chez Monoprix et la proximité Casino.

### Philippe Palazzi, directeur général du groupe Casino

Ce n'est pas la seule raison. La moindre progression du chiffre d'affaires de Franprix en 2023, à + 3 % au lieu d'un rythme annuel autour de 6 % les années précédentes, montre aussi un essoufflement des ventes en volume. Or, comme le souligne Philippe Palazzi, directeur général du groupe Casino, « *le succès de nos franchisés sera notre succès futur* », le nouveau groupe Casino étant avant tout un groupe de franchisés. Dont acte, avec un concept magasin testé d'abord chez trois intégrés, avant d'être décliné. « *Les franchisés étaient demandeurs de prix moins élevés pour leurs clients* », reconnaît Vincent Doumerc. Depuis plusieurs mois, celui-ci a mis en place des comités « boussole » sur sept thèmes qui ont permis la conception de ce nouveau projet commercial.

Cela commence par une baisse des prix de cession, c'est-à-dire des prix des marchandises revendues aux franchisés, plus précisément sur les fruits et légumes et sur 145 produits de marques nationales, et ce depuis le 24 juin. Sur les fruits et légumes, le taux de marge devrait pouvoir augmenter de 4,5 % et sur les grandes marques, le prix de cession baisser de 12 %. Reste à savoir quel mix les franchisés appliqueront, entre récupération de leurs marges et réduction des prix sur les étiquettes en rayons.

## Densification de l'offre et nouveau parcours client

En attendant, le résultat est visible dans trois magasins parisiens : un petit, avenue Daumesnil, dans le 12<sup>e</sup> arrondissement, qui ouvrira le 29 juin, un grand (630 m<sup>2</sup>) rue Cardinet dans le 17<sup>e</sup> arrondissement prévu pour mi-juillet, et un standard (270 m<sup>2</sup>), rue Belgrand dans le 20<sup>e</sup> arrondissement, inauguré le 27 juin. Situé derrière l'hôpital Tenon, celui-ci traduit les deux changements principaux : une densification de l'offre (+ 10 % en moyenne, de 5 000 à 5 500 références) et une mise en scène différente, l'objectif étant d'accroître le panier moyen de 10 %, ou que chaque client mette un article de plus dans son panier. « *Pour augmenter le panier moyen, l'offre est déterminante* », explique l'expert Frank Rosenthal. Face au circuit court qui essaime partout dans la capitale depuis le Covid, le Franprix de la rue Belgrand met l'accent sur les fruits et légumes avec 95 références supplémentaires, qui s'ajoutent aux 300 existantes. Les fruits de saison sont de rigueur, ainsi que des produits venus de près, comme les tomates de la ferme Besnard, en Eure-et-Loir.

### Un "food hall" de proximité



La baisse des prix de cession devrait aussi permettre à l'enseigne de mieux se positionner par rapport à la concurrence, importante à Paris. Point habituellement fort de la proximité, la zone de produits frais, avec notamment une boulangerie-pâtisserie repensée et le snacking, le tout à l'avant du magasin pour permettre un circuit court au client. Une formule à emporter, plat, dessert, boissons, à 5,50 €, est proposée. Enfin, des produits d'impulsion, une centaine au total, du kit couverts à la crème pour les mains, en passant par le bouquet de fleurs du week-end, sont disséminés un peu partout dans le magasin, selon un savant crossmerchandising. Au passage, cette densification de l'offre passe par plus de marques propres, atout prix pour le consommateur et vectrices de marges pour le franchisé.

## 50 ouvertures en 2024, trois fois moins qu'en 2023

Pour que le client remarque tous ces changements, le magasin permet deux circuits au client, un court à l'avant, et un plus long pour le fond du panier. Dans un souci de lisibilité, les allées ont été raccourcies et des « moments de consommation » mis en avant, par exemple autour de l'apéritif. Dans chacun des trois magasins choisis, un artiste du quartier réalise une œuvre, destinée à ancrer l'identité du commerce dans son environnement. Toujours dans l'optique d'améliorer la rentabilité, l'investissement est à minima. Fini les faux plafonds dispendieux, place à la sobriété : la signalétique est en carton (et donc plus mobile) et les gondoles réutilisées.

### Signalétique en carton



La décision de dupliquer ce test, prévu pour trois mois, sera prise à la rentrée. En 2024, Franprix revoit à la baisse son plan d'expansion mené à un rythme soutenu ces dernières années. Après 200 ouvertures de magasins en 2022, suivi de 150 en 2023, 50 sont annoncées cette année, « *sur des plus grandes surfaces pour générer plus de volume d'activité* », souligne Vincent Doumerc. L'objectif de 1 800 magasins d'ici à 2026 paraît désormais loin. Après le temps des cigales, voici venu celui des fourmis.

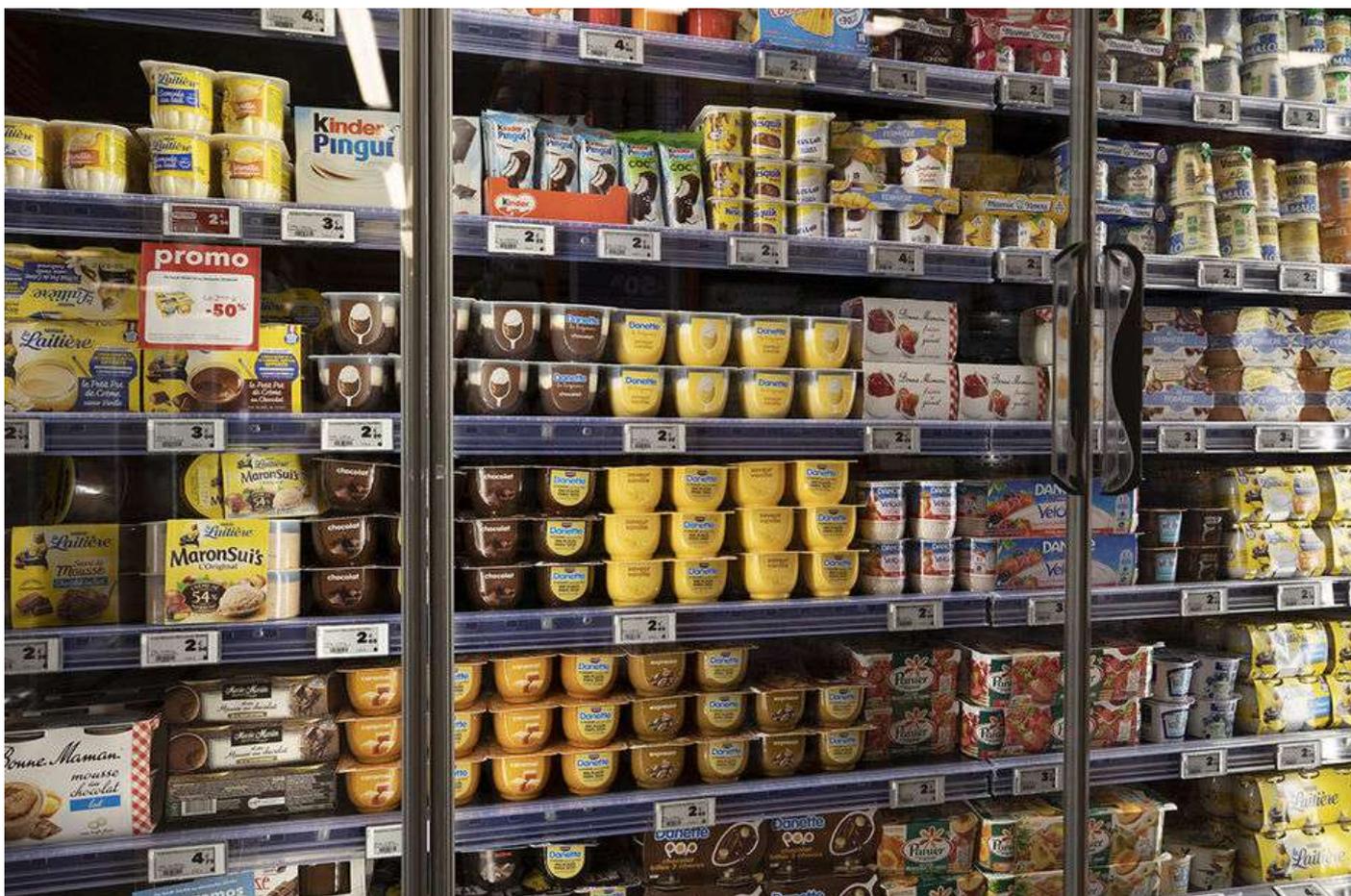
### Une pâtisserie repensée



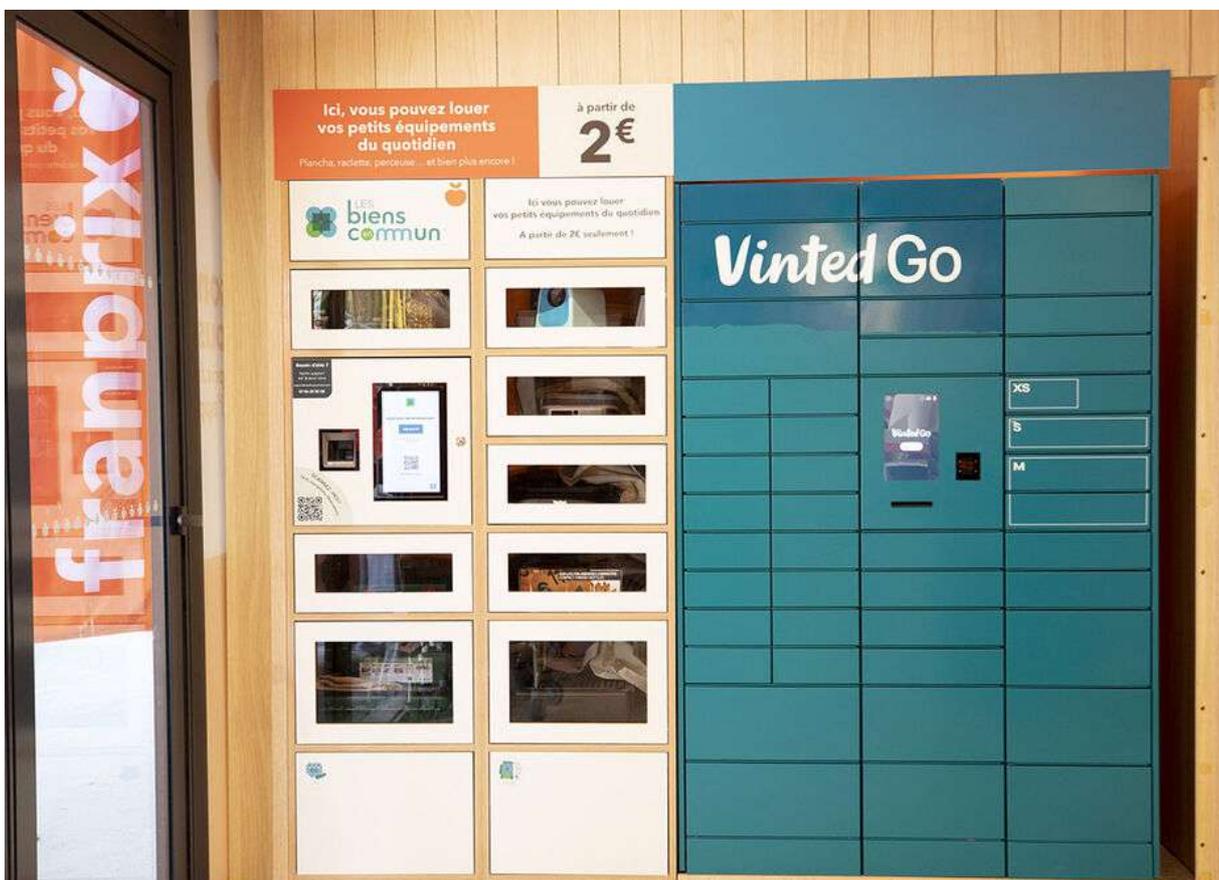
Une baisse des prix de 5% sur les fruits et légumes...



...et aussi sur 145 marques nationales, comme les 4 Danette vanille ou le camembert Président



Les services de proximité à côté des caisses



## Marie Cheval réélue présidente de la FACT

Marie Cheval, PDG de Carmila, a été réélue présidente de la Fédération des acteurs du commerce dans les territoires (FACT). Par ailleurs, le conseil d'administration de la fédération est renouvelé avec l'arrivée de neuf nouveaux membres.

Mirabelle Belloir

02 juillet 2024 \ 11h50

14 min. de lecture



Marie Cheval, pdg de Carmila, réélue présidente de la FACT.

Fin juin 2024, la Fédération des acteurs du commerce dans les territoires (FACT, ex-CNCC) a tenu son assemblée générale. Marie Cheval, PDG de Carmila (Groupe Carrefour), a été réélue présidente de la FACT. Le conseil d'administration, composé de 29 membres, a été renouvelé. Neuf nouveaux membres ont fait leur entrée dans ce conseil. Il s'agit de :

- **Alexia Delaire**, responsable asset management **Commerces France AEW**
- **Florent Vallon**, directeur asset management & business development France/Belgique chez **SCC**
- **Matthieu de Mallmann**, global head retail & healthcare chez **Axa investment managers**
- **Pascal Barboni**, directeur général délégué au développement chez **Frey**
- **Cécile Pouzadoux**, directrice de portefeuille chez **Redevco France**
- **Pascal Chessé**, président du groupe Chessé et co-fondateur de **Magmaa Food Hall à Nantes**
- **Pascal Franceschi**, associé **GFRE & FranceschiAdvisor**

- **Fabien Seignol**, fondateur de la **Régie du commerce**
- **Julien di Pizzo**, associé gérant de la société **Idra**

Au cours de cette assemblée, le conseil d'administration a également élu les 12 membres de son Bureau. Trois nouveaux visages le rejoignent aujourd'hui : Alexia Delaire, Anne-Sophie Maisonrouge, PDG de Terranae, et Franck Verschelle, DG d'Advantail. Les membres de la FACT se félicitent de cette féminisation de leurs instances.

La FACT réunit plus de 300 adhérents, spécialistes de l'immobilier commercial, principalement des propriétaires et des gestionnaires de sites commerciaux de tous types : centres commerciaux, retail parks, villages de marques, commerces de centre-ville, gares... La fédération a pour mission de promouvoir toutes les formes de commerce, de transformer et d'animer la ville et d'accompagner ses adhérents dans la transition écologique. Elle propose depuis 2023, en partenariat avec des acteurs majeurs de l'analyse des flux et des données, un panel d'indicateurs uniques pour évaluer les flux de fréquentation des sites commerciaux, l'activité dans les centres commerciaux et l'évolution des dépenses de consommation des Français.

## Jean-Michel Gac élu président de la coopérative Even

Le conseil d'administration d'Even (Ploudaniel, 29) a porté Jean-Michel Gac, producteur laitier à Hénanbihen dans les Côtes d'Armor, à la présidence de la coopérative. Il succède à Guy Le Bars.

Sylvie Lavabre

05 juillet 2024 \ 08h22

1 min. de lecture



© Even

Jean-Michel Gac élu président de la coopérative Even.

Après 17 ans de mandat, Guy Le Bars a transmis les rênes « *d'une Coopérative solide et résiliente qui, a su grandir dans le lait, la distribution, la nutrition spécialisée et les services* » à Jean-Michel Gac. Né à Dinard (35) en 1977, le nouveau président d'Even s'est installé en 2003, à la suite de ses parents, à Hénanbihen dans les Côtes-d'Armor. Il mène, en Gaec avec son frère et deux salariés, un troupeau de 130 vaches sur 230 hectares, ainsi qu'un atelier porcin en post-sevrage et engraissement. Jean-Michel Gac est devenu administrateur Even en 2006, puis vice-président en 2017, avant d'être élu président le 1er juillet 2024.

## 1000 agriculteurs coopérateurs

Parmi les défis qui l'attendent, « *le renouvellement des générations pour maintenir la dynamique laitière, l'attractivité de la coopérative et les adaptations aux transitions climatique, énergétique et de marché qui vont se poursuivre, tout en veillant à ce que chacun ait des conditions de travail et de rémunération décentes* », indique le groupe dans un communiqué. Jean-Michel Gac est, depuis la création de la Coopérative de Ploudaniel en 1930, le 6e président d'Even.

Né en Bretagne, en 1930, autour du lait, le groupe de 1 000 agriculteurs coopérateurs et plus de 6 200 collaborateurs a réalisé 2,7 milliards € de chiffre d'affaires en 2023. Il est aujourd'hui un acteur reconnu de l'agroalimentaire français grâce notamment à sa marque Paysan Breton. Even est organisé autour de la coopérative Even, maison-mère du Groupe, et de quatre pôle d'activités complémentaires : les métiers de l'amont agricole, le lait et les produits laitiers, la distribution alimentaire, et un pôle de diversification. Even compte une centaine de filiales en France et à l'étranger, et des clients dans plus de 110 pays.

## Cora, Match : Carrefour parie sur une intégration en douceur

Alors qu'Intermarché et Auchan terminent les transferts à marche forcée des près de 400 magasins qu'ils ont racheté à Casino, Carrefour a choisi la méthode douce pour intégrer les 175 magasins rachetés au groupe Louis Delhaize. Match, enseigne de supermarché très qualitative, sera conservée. Les premiers transferts d'hypermarchés Cora attendront la rentrée. Explications.

Jérôme Parigi

01 juillet 2024 \ 17h45



© Laurent Ghesquiere

Contrairement à Cora, dont l'enseigne doit disparaître au profit de Carrefour d'ici à décembre, les 115 supermarchés Match vont conserver leur identité.

Il n'y aura pas de big bang, le 2 juillet, à l'heure où Carrefour prendra définitivement les clés des 60 hypermarchés Cora et 115 supermarchés Match, hérités de la vente pour 1,05 milliard d'euros de ces magasins par le groupe Louis Delhaize (avec les murs de 55 hypers et de 77 supermarchés) annoncée dès novembre 2023. Le nouveau propriétaire, Carrefour, a en effet décidé de maintenir le management en place et de procéder à une intégration en douceur des deux réseaux. Ludovic Châtelais, DG des hypers Cora et Nicolas Dewailly, son homologue chez Match, conservent leurs fonctions et rendront directement compte à Julien Munch, le directeur opérationnel de Carrefour France.

Pas de changement non plus pour les 22 000 salariés des 2 enseignes, a assuré Alexandre Bompard, le PDG de Carrefour dans une courte entrevue avec la presse menée à distance depuis Nancy où il visitait des magasins Cora et Match. *"Les entités légales demeurent, les directions des magasins aussi"*, indique-t-il avant de relativiser également les inquiétudes qui pourraient se faire jour sur les fonctions support. *"Les équipes de Provera sont en train de rejoindre les équipes marchandises groupe et les équipes d'exploitation rejoignent la direction des opérations. Et il va sans doute y avoir des réflexions sur telle ou telle fonction et un travail fait avec les partenaires sociaux sur le travail des sièges mais c'est quasi exclusivement un projet de croissance de l'emploi et de développement que nous voulons mener avec Cora et Match"*, rassure Alexandre Bompard.

## Carrefour se renforce dans les boutiques de stations-service

Carrefour remporte deux appels d'offres auprès de Shell et de TotalEnergies pour approvisionner

Yves Puget

03 juillet 2024 \ 08h49



Carrefour sera ainsi présent dans plus de 350 stations-service en France

Dans un communiqué publié ce 3 juillet 2024, Carrefour annonce avoir remporté deux appels d'offres auprès de Shell et de TotalEnergies pour approvisionner 117 boutiques de stations-service supplémentaires. Ces nouvelles stations-service seront principalement basées sur Autoroute. Carrefour renforce ainsi sensiblement sa présence dans le secteur des stations-service initié depuis quelques années déjà en partenariat avec les principaux opérateurs de ce secteur d'activité. Avant la fin d'année 2024, Carrefour sera ainsi présent dans plus de 350 stations-service en France. « *La présence de Carrefour dans les zones de flux s'intensifie depuis plusieurs mois, à l'image de nos récentes implantations dans les gares SNCF de Lyon Part Dieu et RATP aux Halles. La confiance que nous accordent désormais Shell et Total Énergies nous conforte dans notre choix stratégique d'investir ce créneau pour les enseignes de Carrefour Proximité* », explique, dans ce communiqué, Benoît Soury, directeur proximité Carrefour France.

## Maxime Costilhes nommé directeur général de l'Ania

Trois semaines après la nomination d'un nouveau président, Jean-François Loiseau, le conseil d'administration de l'Association nationale des industries alimentaires (ANIA) a approuvé ce vendredi 5 juillet au matin la nomination de Maxime Costilhes au poste de directeur général. Les deux hommes, tous deux issus de l'agriculture, se connaissent pour s'être côtoyé, notamment à l'interprofession des céréales.

Jérôme Parigi

05 juillet 2024 \ 11h51



© © Thierry Lewenberg-Sturm/Brasseurs de France

Issu du monde agricole, Maxime Costilhes s'est forgé une solide expérience à la direction générale d'organisations professionnelles agro-alimentaires.

Dans un communiqué de presse publié ce vendredi 5 juillet, le conseil d'administration de l'Association nationale des industries alimentaires (ANIA) indique avoir approuvé la nomination de Maxime Costilhes au poste de directeur général. Actuellement à la direction générale de l'interprofession Intercéréales, ce dernier prendra ses nouvelles fonctions le 15 juillet prochain sous la nouvelle présidence de Jean-François Loiseau, nommé il y a seulement 15 jours, le 20 juin.

## Un riche parcours de cabinet ministériel, puis de directeur de fédérations

Agé de 39 ans, Maxime Costilhes est diplômé de Sciences Po Grenoble. Il a débuté sa carrière à la cellule diplomatique du ministère de l'Intérieur, puis comme chef-adjoint de cabinet de deux ministres de l'Intérieur. Il a également occupé ce poste en 2012 auprès du président de la République. Il a ensuite intégré la SNCF entre

2012 et 2015 comme conseiller du secrétaire général, notamment en charge des relations institutionnelles et de la gestion de crise. En 2015, il devient chef de cabinet de Bruno Le Maire à l'occasion des primaires de la droite et du centre.

Issu du monde agricole, Maxime Costilhes s'est ensuite forgé une solide expérience à la direction générale des organisations professionnelles agro-alimentaires. Après avoir dirigé pendant plus de 4 années le syndicat professionnel des Brasseurs de France, il a ensuite rejoint Intercéréales, l'interprofession des céréales françaises, dans laquelle il évolue, depuis près de 3 ans, au poste de directeur général. Dans le cadre de ses fonctions chez Brasseurs de France, il a également été administrateur de l'ANIA, de 2019 à 2021.

*"Je me réjouis de rejoindre l'ANIA au poste de directeur général et ainsi de m'engager pour la 1ère industrie de France. J'aurai à cœur, avec Jean-François Loiseau et l'ensemble du conseil d'administration, de travailler au rassemblement de l'alimentaire et de promouvoir l'excellence de cette belle industrie. Les défis économiques, sociétaux et environnementaux auxquels font face les entreprises – quels que soient leur taille et leur métier – imposent une ANIA forte et fédératrice. Ce n'est qu'en travaillant en synergie avec nos 32 syndicats métiers, nos 17 régions et toutes nos parties prenantes que nous parviendrons efficacement à faire rayonner les 19 000 entreprises de l'agro-alimentaire sur la scène nationale et internationale",* déclare dans le communiqué de nomination Maxime Costilhes, directeur général de l'ANIA.

## Une association fragilisée

Son riche parcours et son expérience déjà très solide, aussi bien dans les cabinets ministériels que dans d'importantes fédérations, ne seront sans doute pas de trop pour relancer ce puissant lobby de l'agroalimentaire qui apparaît aujourd'hui fragilisé. Sous le coup d'une amende de 2,7 M € pour entente dans le cadre d'un dossier sur le Bisphénol A, l'association du boulevard Malesherbes vient de voir deux de ses adhérents majeurs, les industriels du lait (Fnil) et ceux de la bière (Brasseurs de France), claquer la porte. Ces départs interviennent alors que les deux derniers directeurs généraux, venus du monde de la politique et des affaires publiques, ont préféré jeter l'éponge quelques mois à peine après leur recrutement.

## Marché frais, O'Frais... L'appétit grandit pour les enseignes multifrais

Implantation dans les centres-villes, tests de shops-in the-shop ou accords d'approvisionnement avec les enseignes de la GMS, les magasins multifrais sont à l'offensive.

Marie Cadoux

05 juillet 2024 \ 08h00



© Sebastien ORTOLA/REA

Le magasin O'Frais (Boulangerie Ange) de Sainte-Eulalie, près de Bordeaux.

### Le contexte

- **Dans un marché des produits frais en berne**, les enseignes spécialistes du frais jouent leur carte.
- **Auprès des consommateurs**, la perception de qualité des produits et la théâtralisation de l'offre constituent de sérieux atouts.
- **Mais l'expertise** de ces enseignes multifrais en matière de gestion des rayons générateurs de marges et de trafic commence aussi à intéresser les distributeurs généralistes.

« Depuis ces vingt dernières années, la volaille est la seule viande dont la consommation progresse », déclarait, fin mai, lors de la présentation des résultats annuels de LDC, son directeur général, Philippe Gélin. Les derniers chiffres de Circana lui donnent raison. Dans le frais non laitier en libre-service préemballé à poids fixe, vrai mastodonte des ventes en GMS avec un CA de 24,4 milliards d'euros, tous les marchés reculent en volume, sauf la volaille. Les produits frais vendus à poids variable aux rayons traditionnels n'échappent pas non plus à la crise. « La perception d'un prix plus accessible et sa maîtrise au rayon LS ne jouent pas en faveur des produits traditionnels », note Frédéric Valette, directeur du département fashion & retail insights chez Kantar.

### 24,4 Mrds €

Le CA du frais non laitier libre-service à poids fixe, à + 2,8 % (- 2,5 % en volume), dont :

- **Traiteur LS** : 8,5 Mrds €, à +1,9 %, (-3,2 % en volume)
- **Charcuterie LS** : 8,5 Mrds €, à +1,9 %, (-3,2 % en volume)

- **Saurisserie LS** : 3 Mrds €, à - 0,1 % (- 3,2 %)
- **Volailles LS** : 2,6 Mrds €, à +7 %, (+2,7 %)
- **Boucherie LS** : 1,2 Mrd €, + 2,8 % (stable)
- **Fruits et Légumes LS** : 1,1 Mrd €, à - 0,1 %, (- 4 %)

Source : Circana, CAM au 28 avril 2024, tous circuits GMS

Dans ce contexte, quelles sont les marges de manœuvre pour ces enseignes multifrais qui ont fait des produits frais leur fonds de commerce ? On pense à Grand Frais et à ses 311 magasins ; au spécialiste des fruits et légumes Mangeons frais du Groupe Blachère et ses 200 points de vente dans presque toute la France ; à Cœur de frais (11 points de vente), qui a construit son modèle sur la proximité dans les zones périurbaines en licence de marque ; et aussi à Marché frais des frères Quattrucci, qui vient de conclure un contrat d'approvisionnement et de licence avec Carrefour. Dans un marché atomisé, les enseignes multifrais détiennent, selon Kantar, une part de marché en valeur sur les produits frais traditionnels de 4,5 %, à + 9,7 %. « *La perception de qualité des produits et de prix accessibles dans des espaces bien théâtralisés sont les principaux facteurs d'explication* », avance l'expert.

Des défis à relever

Pour autant, ces enseignes qui privilégient un assortiment de produits frais peu transformés ont plusieurs défis à relever. À commencer par le rajeunissement de leur clientèle. « *Un ménage de moins de 35 ans avec deux jeunes enfants se met rarement à cuisiner le soir à partir de produits frais et bruts. Pour faire croître la catégorie sans prendre de parts de marché aux enseignes généralistes, les enseignes multifrais doivent investir dans l'accompagnement de leurs clients et développer une offre de produits faciles à mettre en œuvre* », suggère Frédéric Valette.

Autre piste d'expansion : alors que ces enseignes sont souvent implantées en périphérie des villes, « *elles doivent aussi être en mesure d'aller chercher les clients dans les centres-villes* », poursuit-il. Prosol, principal exploitant et fournisseur de Grand Frais et Fresh, l'a bien compris. Depuis fin mars, il teste son premier point de vente physique en milieu hyperurbain dédié aux produits frais dans la rue Lecourbe du 15<sup>e</sup> arrondissement de Paris. Une prolongation du site d'e-commerce parisien du groupe, Mon-marché.fr, mais aussi un test de commerce urbain en dur... Comme celui mené par Carrefour qui a annoncé poursuivre le déploiement de son enseigne spécialisée de centre-ville, Potager City, comptant désormais six magasins dans Paris. Preuve que, dans ce domaine aussi, l'appétit vient en mangeant.

### Un circuit de spécialistes qui gagne du terrain

- **25 %**, la part des foyers français qui achètent des produits frais traditionnels dans les enseignes multifrais.
- **4,5 %**, la part de marché en valeur des enseignes multifrais sur le marché des produits frais traditionnels, à + 9,7 %
- **2 Mrds €**, le montant des dépenses enregistrées sur les produits frais traditionnels dans ce circuit, à + 12 % vs A-1
- **10**, la fréquence d'achat dans les enseignes multifrais.
- **24 €**, le montant du panier moyen.

Source : Kantar Worldpanel, CAM à fin avril 2024

## Carrefour veut s'appuyer sur l'expertise de Marché frais

L'accord d'approvisionnement et de licence d'enseigne noué avec Marché frais prendra effet le 1er juillet. Tina Schuler, directrice de la franchise chez Carrefour France, commente ce partenariat.

Magali Picard

05 juillet 2024 \ 08h00

1 min. de lecture



© Google

Ce magasin Marché frais de La Courneuve (93) va passer Marché frais by Carrefour.

### Les chiffres

- 12 magasins
- 5 000 m<sup>2</sup>, la superficie
- 20 000 produits en moyenne
- 500 M € environ de chiffre d'affaires en 2023 pour Marché frais

Source : LSA

Marché frais by Carrefour. C'est la nouvelle enseigne qui sera apposée dès cet été sur les 12 magasins des frères Quattrucci implantés dans des quartiers populaires de la banlieue parisienne. Carrefour a, en effet, conclu un accord d'approvisionnement et de licence d'enseigne avec ce groupe familial spécialisé dans les produits frais fondé par Bruno et Charles Quattrucci au milieu des années 1980, eux-mêmes fils de primeurs. Longtemps affilié à Coopérative U, ex-Système U, Marché frais était adossé à Casino depuis 2019. Après l'éclatement du

groupe stéphanois, l'enseigne devait trouver un autre partenaire pour les marques nationales et les marques de distributeurs.

C'est chose faite avec Carrefour. « *C'est un partenariat gagnant-gagnant, salue Tina Schuler, la patronne de la franchise chez Carrefour France depuis janvier. Carrefour apporte son expertise sur les produits de grande consommation et le frais libre-service ; Marché frais la sienne sur les produits frais, pain, marée et fruits et légumes.* » Tous les produits frais donc, sauf la viande. Sur le poisson, par exemple, le groupe des frères Quattrucci maîtrise bien le frais emballé, prisé des consommateurs. Or les hypermarchés, généralistes par essence, ne sont pas forcément les mieux placés sur ces rayons-là. D'où la nécessité de s'adosser à des pros du secteur, à l'instar de ce qu'a pu réaliser Carrefour par le passé avec Darty, par exemple, mais sous forme de corners. Ce que n'envisage pas Tina Schuler. « *Ce sera une collaboration sur des rayons précis qui nous permettra d'aller beaucoup plus vite.* » Un peu à l'image de ce que fait le groupe Marie Blachère avec Mangeons frais dans quelques Carrefour du sud de la France.

#### **Le truc en +**

- Utiliser les compétences des deux enseignes : des marques nationales et des MDD de Carrefour chez Marché frais et la maîtrise des produits frais de Marché frais pour Carrefour.

#### **Une meilleure image**

Dans les hypermarchés et supermarchés Carrefour, du moins quelques-uns en région parisienne, par exemple, la coopération avec Marché frais pourrait se traduire par un apport d'expertise sur des rayons bien précis. Une expertise nécessaire, surtout en face de spécialistes comme Grand Frais et consorts. Le frais intéresse plus que jamais les distributeurs alimentaires. Et ce pour plusieurs raisons.

« Nous collaborerons avec Marché frais sur des rayons précis, ce qui nous permettra d'aller beaucoup plus vite. »

#### **Tina Schuler, directrice franchise de Carrefour France**

Aux yeux de Tina Schuler, le fait que l'e-commerce ne réussisse pas aussi bien sur les produits frais que sur le reste des produits de l'alimentaire représente déjà un potentiel intéressant pour la distribution physique. Ensuite, réussir à attirer les consommateurs sur les produits frais permet d'espérer des ventes sur plus d'articles, et plus de visites en magasins... Sans compter l'image qualitative que fruits et légumes, marée, pain ou boucherie apportent à des grandes surfaces à la recherche de clients et de chiffre d'affaires.

## Novoviande, Despi, la consolidation s'accélère autour de Grand Frais

Le rachat de Novoviande, un important fournisseur de Grand Frais, par Prosol, principal pourvoyeur et pilier de l'enseigne, en même temps que la mise en vente de Despi, autre pilier du GIE Grand Frais, devraient permettre de consolider et simplifier le fonctionnement du distributeur spécialisé. Et relancer le scénario d'une vente.

Jérôme Parigi

05 juillet 2024 \ 07h30



Le spécialiste des produits frais cherche à se rendre désirable pour ses clients mais aussi pour d'éventuels acheteurs potentiels. Cela passe par une simplification de l'organisation en amont.

Prosol, le principal fournisseur et opérateur des 315 magasins Grand Frais vient d'annoncer le rachat de Novoviande, premier réseau francilien de boucherie, qui fournissait une quarantaine de magasins Grand Frais de la région. Le deal se serait conclu pour une valeur proche de 200 millions d'euros, contre plus de 270 M€ réclamés au départ par les vendeurs au nom du pacte d'actionnaires qui les liait à Prosol. Cela reste un très beau chèque pour une entreprise qui indiquait avoir réalisé 178 millions d'euros de chiffre d'affaires l'an dernier pour un Ebitda estimé par nos sources à un peu plus de 20 millions. Mais surtout cette acquisition, qui intervient après trois ans de tractations rocamboliques décrites en détails par notre confrère l'Informé, marque le début de nouvelles grandes manœuvres autour de Grand Frais qui entre dans une phase de consolidation, prémices sans doute d'une future mise en vente selon des proches du dossier.

### Les forces en présence

- **Grand Frais** : 4 Mrds de CA en 2023 (\*\*), 315 magasins. GIE d'exploitation de l'enseigne détenu à 50% par Prosol, 25% par Despi et 25% par EEF.
- **Prosol** : 4 Mrds de volume d'affaires 2023 (\*\*), environ 300 millions d'euros d'Ebitda (\*\*).
- **Despi** : environ 800 M€ de CA en 2023 (\*), environ 70 millions d'euros d'Ebitda (\*\*)
- **Euro Ethnic Foods (EEF)** : 615 millions d'euros de CA en 2023 (\*\*), pour environ 115 millions d'euros d'Ebitda (\*\*). Approvisionne Grand Frais en épicerie et liquides.
- **Novoviande** : 178 M€ de CA en 2023, environ 20 millions d'euros d'Ebitda (\*\*), 10700 tonnes de viandes vendues.



Sources : Entreprises, l'Informé (\*) et estimations LSA (\*\*)

En effet, en même temps que se dénouait l'acquisition de Novoviande par Prosol, on apprenait - toujours par l'Informé, confirmé par nos sources - la mise en vente du principal fournisseur de produits carnés de Grand Frais, Despi, qui approvisionne les magasins de province de l'enseigne soit plus de 270 unités. Une opération d'une toute autre envergure. Car ce groupe familial, présidé par David Despinasse et fort d'environ 800 millions d'euros de CA pour 70 millions d'Ebitda, est aussi l'un des trois membres du GIE qui assure l'exploitation des magasins Grand Frais, avec Prosol et Euro Ethnic Foods. Ces deux derniers, qui ne veulent pas commenter l'information, sont évidemment candidats à ce rachat qui leur permettrait de consolider leur poids aussi bien dans l'approvisionnement de Grand Frais que dans le GIE qui pilote l'exploitation de l'enseigne à succès.

## La consolidation à marche forcée du premier contributeur de Grand Frais, Prosol

Prosol, dont nous estimons le volume d'affaires à environ 4 milliards d'euros, détenu par Ardian et où est encore présent son fondateur Denis Dumont, fournit la totalité des magasins Grand Frais en fruits et légumes, crèmerie et produits de la mer, mais aussi ses propres magasins Fresh (52) et son site mon-marché.fr. Pour approvisionner cette enseigne, son site marchand et quelques magasins Grand Frais franciliens, Prosol avait commencé à développer sa propre activité de produits carnés et noué un partenariat avec Novoviande en 2017 qui a abouti à son rachat, le 2 juillet dernier.

## À LIRE AUSSI

Marché frais, O'Frais... L'appétit grandit pour les enseignes multifrais

Racheter Despi s'inscrirait donc dans la logique de consolidation dans laquelle est engagée l'entreprise lyonnaise marquée déjà, début 2022, par le rachat du numéro 1 français du mariage, Océalliance. L'opération, outre qu'elle faciliterait et simplifierait le fonctionnement de Grand Frais, rendrait aussi plus facile une éventuelle mise en vente de Prosol. Une cession à laquelle Ardian et Denis Dumont ont dû renoncer par deux fois, en 2021 et 2023, en raison d'une valorisation jugée insuffisante du fait notamment de la complexité de l'organisation de Grand Frais.

## Qui mettra 1 milliard pour racheter Despi ?

Bien que beaucoup plus petit en taille, Euro Ethnic Foods a aussi tout intérêt à se mêler aux tractations. L'entreprise fondée par les frères Bahadourian, et rachetée à 60 % par PAI Partners fin 2020, fournit Grand Frais en produits d'épicerie et en liquides et affiche une rentabilité record (près de 20 % d'Ebitda) grâce notamment à un sourcing et à des process de transformation très performants. Des trois piliers du GIE Grand Frais, EEF est l'entreprise qui connaît la plus forte croissance, à +14,7 % en 2023 et au moins autant cette année où elle viserait 650 millions d'euros de CA. Et le fonds qui la détient tout comme ses fondateurs, les frères Bahadourian, sont aussi soucieux de valoriser leur actif que les propriétaires de Prosol.

Problème, EEF comme Prosol semblent buter sur les prétentions de Despi qui réclamerait près de 1 milliard d'euros pour céder l'entreprise familiale. Une valorisation qui paraît très élevée sur un marché des produits carnés qui n'est pas des plus porteurs. D'autant que Despi serait, selon des connaisseurs des deux entreprises, moins performant que son confrère Novoviande, avec des taux de fréquentation de ses boucheries dans les magasins Grand Frais nettement inférieurs à ceux de son concurrent francilien. Cela n'empêche pas les tractations d'aller bon train. Des sources bancaires ont ainsi indiqué à *l'Informé* que d'autres fonds auraient manifesté des marques d'intérêt pour Despi. Un troisième larron qui viendrait encore compliquer l'écheveau complexe qui entoure le Grand Frais ? Cela semble improbable, même si les rebondissements autour de ce dossier n'ont jamais fait défaut. À suivre.

## Cœur de frais, le primeur qui réveille la proximité

Spécialiste du multifrais, l'enseigne a construit son modèle sur la proximité dans les zones périurbaines en licence de marque, en pariant sur l'offre primeur et les produits du terroir.

Réservé aux abonnés

Charlotte Barriquand

05 juillet 2024 \ 08h00

2 min. de lecture

- 
- 
- 
- 
- 



© Coeur de frais

Le magasin de Labenne (40) obtient de très bons résultats, selon l'enseigne.

### Les chiffres

- **2016**, la date de création de l'enseigne à Bayonne (64)
- **11** magasins, tous sous format licence de marque
- **300 m<sup>2</sup>**, la surface maximum par magasin
- **22 €**, le panier moyen

- **2,4 M €**, le CA potentiel par magasin

Source : enseigne

Alors qu'en 2016, l'offre multifrais est faible dans le sud-ouest de la France, deux entrepreneurs lancent Cœur de frais, un « primeur moderne ». Bien loin des formats tels que Grand Frais, ce concept se construit sur un modèle plus petit, 300 m<sup>2</sup> maximum, « *pour se différencier et rester un magasin de proximité, comme un grand marché. En douze minutes, le client peut avoir fait l'ensemble de ses courses chez nous* », explique Clément Truffert, responsable du développement de l'enseigne. Les magasins sont implantés dans les zones péri-urbaines, où il y a peu de concurrence, « *pour répondre à tous les besoins des clients* », ajoute-t-il. C'est le cas du point de vente de Labenne, dans les Landes, petite ville d'à peine 6 000 habitants. « *Nous y avons de très bons résultats, car nous avons apporté aux clients une alternative aux grandes surfaces* », observe le responsable.

### Le truc en +

Miser sur l'offre fruits et légumes, qui s'étend sur la moitié de la surface du magasin et pèse jusqu'à 50 % du chiffre d'affaires global.

Ne pas faire du classique

Fruits et légumes, traiteur, volaille ou encore fromagerie, le consommateur peut donc faire l'ensemble de ses courses alimentaires dans un Cœur de frais. « *Nous sommes primeurs avant tout, c'est par le rayon fruits et légumes que l'on fait entrer le client* », détaille Clément Truffert. Un positionnement tel que la moitié de la surface de vente est dédiée à ce rayon, qui réalise aussi près de la moitié du chiffre d'affaires de chaque magasin. Dans le reste du point de vente, c'est la carte du local qui est jouée, notamment du côté de la charcuterie et de la fromagerie, où l'approvisionnement se fait auprès de producteurs situés à 100 km maximum quand cela est possible. Pour l'épicerie, les liquides ou le vrac, « *ce n'était pas dans le concept initial, mais nous voulions pouvoir couvrir toutes les unités de besoin des clients* », souligne Clément Truffert.

« Nous sommes avant tout des primeurs. La porte d'entrée pour un client chez nous, c'est le rayon fruits et légumes. »

### Clément Truffert responsable du développement de Cœur de frais

Mais pas question de faire du classique. Dans ces rayons aussi, l'accent est mis sur les produits locaux, si bien que chaque magasin n'aura pas les mêmes références selon sa région d'implantation ! En tout, 30 % de l'offre en magasin reposent sur des choix propres à l'adhérent.

Depuis 2016, 11 magasins ont ouvert sous enseigne Cœur de frais. Les premiers, dans le Sud-Ouest, étaient encore en propre. Mais à la fin de l'année 2023, les fondateurs ont cédé leurs magasins afin qu'ils passent, comme les autres, sous licence de marque. Avec plusieurs ouvertures par an, toujours dans les zones périurbaines « *pour être sur le passage du client* », précise Clément Truffert, Cœur de Frais est en train de s'étendre dans toute la France. Et pour continuer de grandir et faire face à la concurrence de plus en plus prononcée sur le multifrais, l'enseigne bayonnaise réfléchit à un format de magasin plus petit, adapté aux centres-villes.

## O'Frais, premier laboratoire multifrais de Boulangerie Ange

De la boulangerie au multifrais, Ange redouble d'efforts pour croître.

Marie Cadoux

05 juillet 2024 \ 08h00

1 min. de lecture



© Sebastien ORTOLA/REA

Le concept déployé à Sainte-Eulalie pourrait être franchisé.

### Les chiffres

- **500 m<sup>2</sup>**, la superficie du magasin de Sainte-Eulalie (33)
- **2 500** produits
- **15** employés

Source : enseigne

C'est dans la région bordelaise que le réseau de boulangeries Ange a ouvert un magasin O'Frais, le 5 octobre 2023. Installé sur le parking du centre commercial Grand Tour dans lequel sont réunies plus de 50 enseignes, il se présente comme un concept de halles modernes centrées sur les fruits et légumes, la viande, le poisson, le fromage, la charcuterie et le traiteur. Avec pour signature *Faites votre marché, pas les courses !*, il met en avant les producteurs locaux, avec des promos et des prix attractifs.

« *C'est un laboratoire*, confiait, il y a quelques mois, François Bultel, cofondateur et président de Boulangerie Ange. *On se donne le temps d'observer, mais si cela fonctionne, pourquoi pas le franchiser ?* » Avec une Boulangerie Ange située dans la même zone commerciale, ce premier O'Frais n'intègre pas le pain. Mais difficile pour autant de ne pas faire le rapprochement avec le modèle établi par Grand Frais et Marie Blachère, ou celui dessiné par Teract (dont l'actionnaire majoritaire est InVivo) pour ses boulangeries Louise et ses magasins Grand Marché Frais d'ici. Avec O'Frais, le numéro deux des réseaux de boulangeries en France affiche donc sa volonté de s'imposer sur d'autres marchés.

### Le truc en+

- Un concept de halles modernes, sans vente assistée.

## Mangeons frais, le spécialiste des fruits et légumes qui tisse sa toile

L'enseigne experte des fruits et légumes du Groupe Blachère mise sur « le bon produit au bon prix » et noue des liens avec la grande distribution via notamment des shops-in-the-shop.

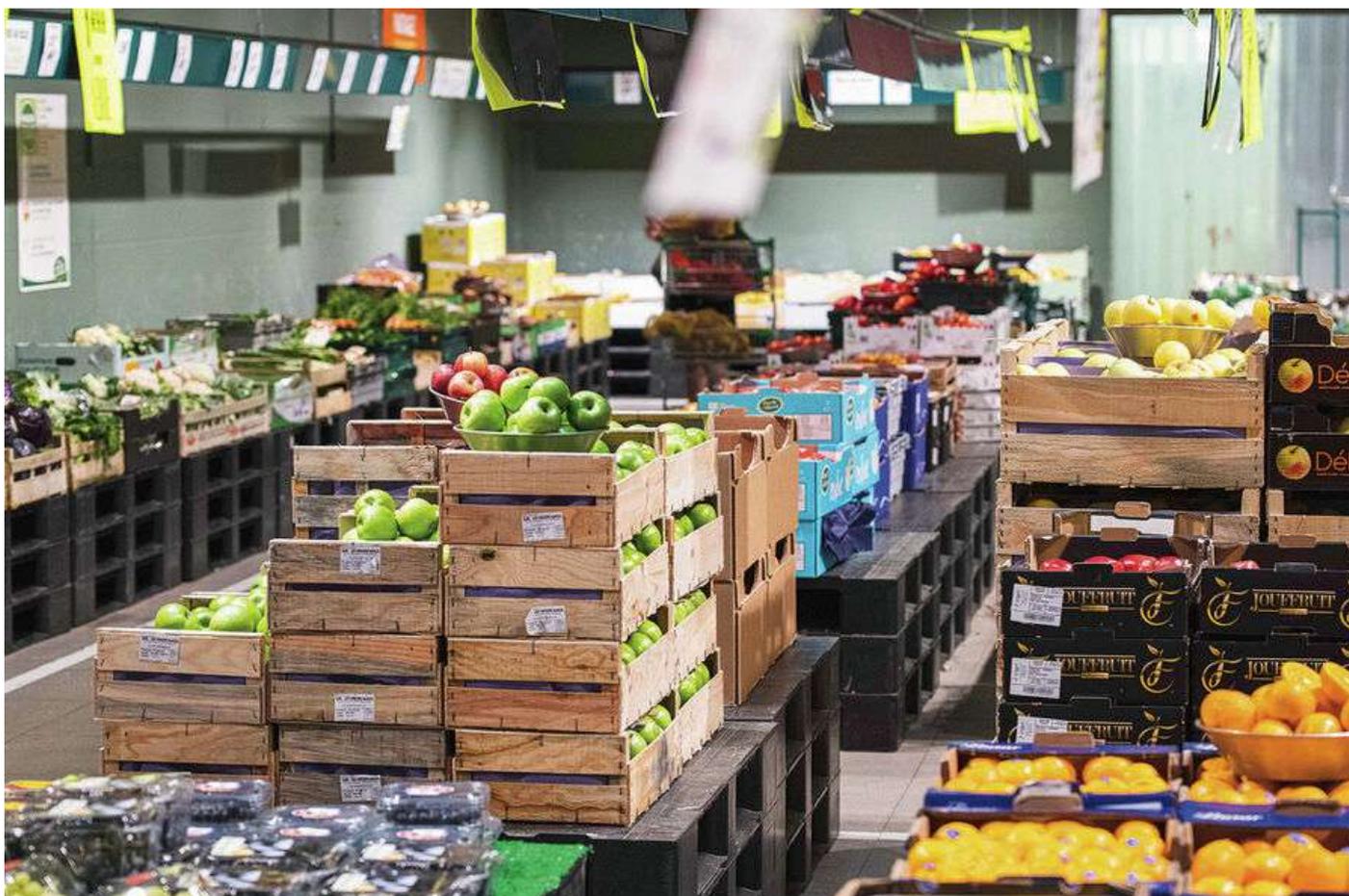
Réservé aux abonnés

Marie Cadoux

05 juillet 2024 \ 08h00

2 min. de lecture

- 
- 
- 
- 
- 



© MICHALLET/ Mangeons Frais  
 Le Mangeons frais de Sorgues (84).

### Les chiffres

- **1981**, la date du premier magasin de fruits et légumes Provenc'Halles à Aubenas (07)
- **200** magasins
- **300 à 500 m<sup>2</sup>**, la surface d'un point de vente
- **4 à 6**, le nombre d'employés

- **2 M €**, le CA moyen annuel par point de vente

Source : enseigne

Au Carrefour Market des Angles, à 4 km d'Avignon, le rayon des fruits et légumes est géré par Mangeons frais. Le spécialiste des fruits et légumes du Groupe Blachère multiplie depuis dix-huit mois les tests de shops-in-the-shop dans une cinquantaine d'hypers et de supermarchés. « *Nous nous occupons de tout, y compris de la gestion des employés qui sont nos propres salariés* », explique Jean-Marc Conrad, directeur du développement du Groupe Blachère. Impossible pour les clients de deviner que, derrière le rayon, c'est l'enseigne Mangeons frais qui agit. « *Ce qui compte, c'est l'assurance pour le client d'avoir de bons produits au bon prix* », poursuit-il.

## Le truc en+

Une gamme resserrée, avec des prix accessibles grâce à la vente en lots.

Avec un bureau d'une quinzaine d'acheteurs opérant au MIN de Rungis (91) et de Châteaurenard (13), ainsi que deux plates-formes de distribution à Orléans (45) et à Vatry (51), l'enseigne s'est imposée en spécialiste des fruits et légumes et tisse ainsi des liens avec la grande distribution. « *Le monde des généralistes est derrière nous. Le gâteau ne va pas s'agrandir. Chaque acteur doit être performant dans son cœur de métier* », assure Jean-Marc Conrad.

Un parc en pleine expansion

Mais le modèle du shop-in-the-shop n'est pas le seul levier de l'enseigne, dont le premier magasin a vu le jour en 1981 à Aubenas, en Ardèche, sous le nom de Provenc'Halles. Jusque-là, Bernard Blachère, fils de paysans, vendait des fruits et légumes au marché. Le groupe, qui pèse désormais plus de 1 milliard d'euros, surtout connu pour les boulangeries Marie Blachère, a, en réalité, commencé à écrire son histoire dans les fruits et légumes. L'enseigne Mangeons frais, lancée en 2019, compte 200 magasins – dont la moitié sont accolés à une boulangerie Marie Blachère – et table sur l'ouverture de 30 points de vente chaque année.

En 2024, huit magasins en propre ont été ouverts et un premier en franchise. Dans chaque point de vente, on trouve des fruits et légumes mais aussi du vin, des produits secs, et des produits régionaux. Avec pour signature *Le Bon prix c'est ici !*, l'enseigne défend son positionnement prix. « *Nous sommes moins chers que Lidl et Metro*, assure Jean-Marc Conrad. *Notre équipe d'acheteurs est ultra-efficace.* » Avec un taux de marge de 25 % en moyenne, la stratégie du volume est privilégiée.

« Le concept du magasin a fait ses preuves. On y retrouve une ambiance de marché. Les clients se servent eux-mêmes et trouvent surtout des prix, grâce notamment à la vente en lots. »

## Jean-Marc Conrad, directeur du développement du Groupe Blachère

Quand elle peut, l'enseigne privilégie l'origine France et le circuit court, « *mais tout le monde ne peut pas acheter du bio et manger des produits français. Les fruits et légumes, ça pèse dans le budget* », fait remarquer Jean-Marc Conrad. Un parti pris qui porte ses fruits puisque, bien au-delà de Châteaurenard – là où se trouve le siège du Groupe Blachère – et de ses environs, l'enseigne s'est étendue dans l'Est et en Bretagne...

# Les Echos

## Atacadao, l'arme anti-inflation brésilienne que Carrefour dégage en France

Carrefour, qui n'avait pas innové depuis longtemps, fait le pari audacieux d'implanter en Europe le concept de son grossiste brésilien. Un premier magasin test en Seine-Saint-Denis propose des produits vendus en grande quantité et moins cher tant pour les professionnels que les particuliers.

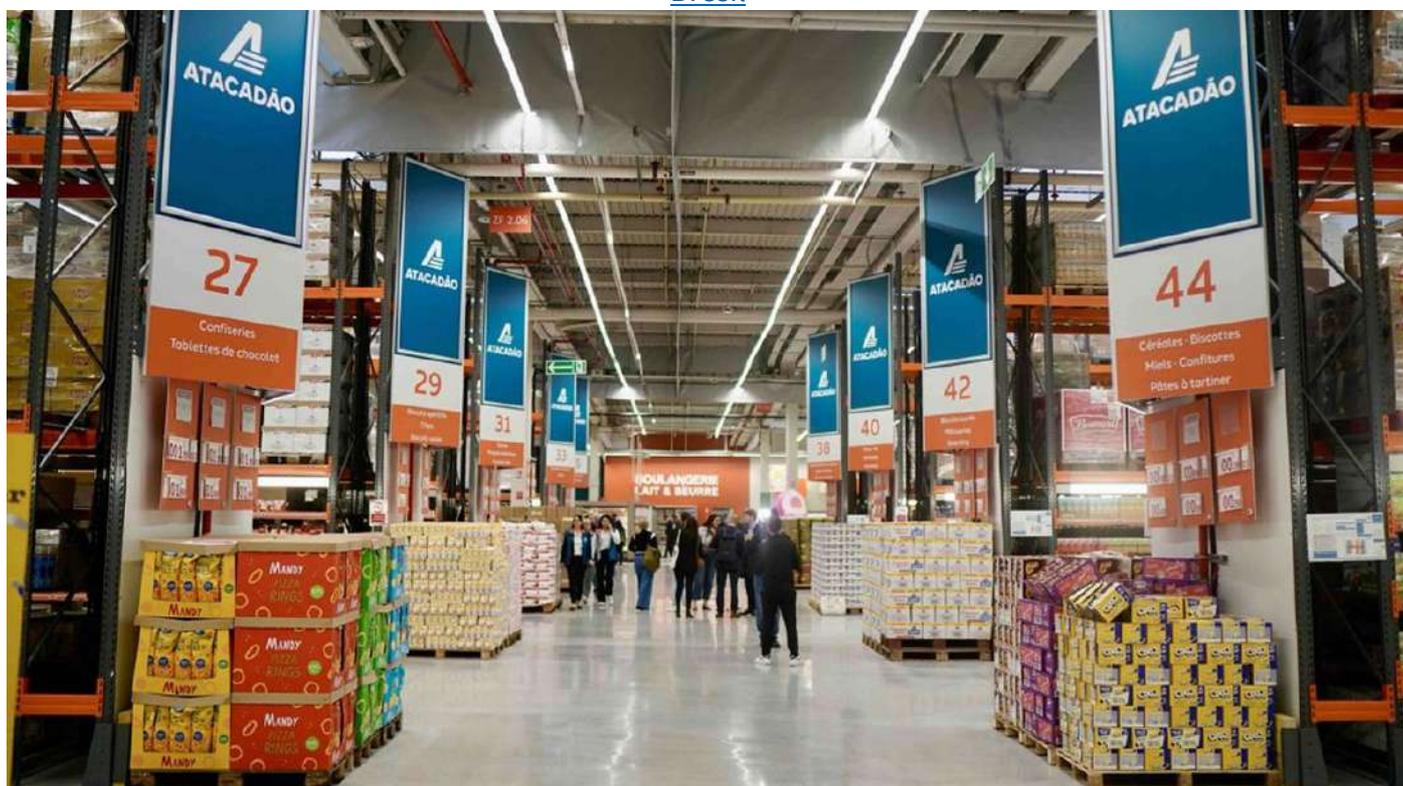
[Ajouter à mes articles](#)

[Commenter](#)

[Partager](#)

[Auchan](#)

[Brésil](#)



Le premier Atacadao français a ouvert à Aulnay-sous-Bois, au nord de Paris. Inspiré de la filiale brésilienne de Carrefour, c'est un magasin entrepôt mélange de cash-and-carry pour les professionnels type Metro et d'un hypermarché discount. (Carrefour)

Par [Philippe Bertrand](#)

Publié le 20 juin 2024 à 12:42 Mis à jour le 20 juin 2024 à 18:27

Votre abonnement vous permet d'accéder à cet article

L'inventeur de l'hypermarché innove. Carrefour a inauguré ce jeudi matin à Aulnay-sous-Bois, en Seine-Saint-Denis, en lieu et place d'un hypermarché Carrefour, son premier Atacadao français, un concept importé du Brésil inédit dans l'Hexagone. Depuis le développement du drive dans les années 2010, puis celui de la livraison à domicile, le groupe de distribution dirigé par Alexandre Bompard n'avait pas révolutionné son métier. Atacadao constitue une vraie nouveauté. « Carrefour est un groupe qui prend des risques. Nous avons décidé de lancer cette expérience lorsque l'hyperinflation a touché le marché de l'alimentaire », a déclaré le PDG de Carrefour lors de l'inauguration.

Le magasin pionnier situé dans le centre commercial O'Parinor est exploité par le groupe marocain LabelVie qui exploite 13 Atacadao en franchise au Maroc et a repris quelques hypers Carrefour en location-gérance en France. Atacadao signifie « grossiste » en portugais. L'enseigne est accessible à la fois aux particuliers et aux professionnels. C'est une sorte de mélange entre un cash-and-carry type Metro et un hypermarché. Carrefour a racheté l'enseigne au Brésil en 2007 et l'a développé [jusqu'à en faire son format phare dans le pays continent avec 366 unités.](#)

## Magasin entrepôt

Le premier Atacadao tricolore reprend les codes de son inspirateur brésilien, ceux du magasin entrepôt. Les stocks sont rangés en hauteur sur des grandes étagères au-dessus des rayons. Les produits sont dans leur carton et un espace promotionnel présente même des palettes de colis. Les livraisons par camions entiers sont effectuées en direct depuis chez le fournisseur, sans passer par des entrepôts. Une source d'économie.

### LIRE AUSSI :

### [Analyse : Carrefour acte le déclassement de la société française](#)

L'ancien hyper Carrefour dans lequel s'est installé le nouveau concept a été profondément modifié. Ses fondations ont été renforcées pour supporter le poids des stocks. L'espace de vente a été ramené de 15.000 à 9.000 mètres carrés de façon à agrandir les réserves. Selon nos informations, 10 millions d'euros ont été investis. « Dans un magasin qui vend des gros volumes à des professionnels, il faut beaucoup de stocks », explique Noël Prioux, ancien patron de Carrefour Brésil et directeur exécutif chargé du projet Atacadao en France. 3.000 mètres carrés ont tout de même été rendus à la galerie commerciale attenante.

### LES CHIFFRES CLÉS

*14.000 références*

à comparer aux 40.000 proposées par un hyper traditionnel.

Il faut dire que le choix est plus restreint que celui d'un hypermarché : 14.000 références (jusqu'à 20.000 avec certains produits saisonniers) quand un hyper monte à 40.000. Pour autant, il ne s'agit pas d'un magasin de hard-discount comme Aldi, qui ne vend que ses articles ou presque. Les marques propres Carrefour sont au nombre de 3.000, le reste est composé de grandes marques et de marques de PME. Il y a des nouveautés comme les boissons naturelles pour enfants Vitago ou Kato (une marque coréenne). Les conditionnements peuvent être gros (un pot de 10 kilos de mayonnaise, par exemple) pour plaire aux professionnels, mais des volumes plus petits sont disponibles et tout peut être acheté à l'unité.

### Jusqu'à 8 % de réduction pour les professionnels

Le premier Atacadao compte réaliser entre 20 % et 30 % de son chiffre d'affaires (plus de 70 millions d'euros annuels et plus que le chiffre de l'ancien hyper) avec des restaurateurs, des tenanciers de supérettes indépendantes, des associations, des entreprises classiques. En fonction de leurs quantités d'achats, ils bénéficient de prix dégressifs avec 4 % à 8 % de réduction. « Le nombre de professionnels susceptibles d'être intéressés est un critère de choix de la zone d'implantation », explique Noël Prioux.

### LIRE AUSSI :

## Les secrets de la réussite d'Atacadao, le rouleau compresseur de Carrefour au Brésil

Pour doper la fréquentation, les produits non alimentaires saisonniers (la papeterie pour la rentrée des classes, par exemple) sont présents sous forme d'arrivages. Quand un lot est terminé, la vente est finie. Idem pour les articles d'hygiène-beauté, [à la façon du néerlandais Action](#). Un peu d'art de la table et d'instruments de cuisine est proposé en permanence.

*Les prix sont bas parce que nous ferons peu de promotions et pas de publicité.*

Mais la grande nouveauté de l'assortiment tient aux produits internationaux et exotiques : asiatiques (chinois, japonais, coréens), orientaux, africains, etc. Les marques présentes ne se retrouvent pas dans les supermarchés traditionnels. La zone de chalandise d'Aulnay-sous-Bois a été choisie parce que les populations qui l'occupent sont d'origines diverses, avec notamment beaucoup d'Asiatiques. La part belle est faite aux fruits et légumes, variés eux aussi. Une boucherie et une boulangerie complètent le tout.

### **Bouche à oreille**

« Les couleurs sont chatoyantes. Les prix sont bas parce que nous ferons peu de promotions et pas de publicité. Nous comptons sur le bouche-à-oreille pour attirer depuis bien au-delà de notre zone de chalandise naturelle. Ce n'est pas un magasin paupérisé. C'est un magasin qui fait envie et au Brésil, nous constatons que les classes aisées y viennent beaucoup. L'idée est de donner du plaisir », résume Noël Prioux. A titre d'exemple, la côte de boeuf est à 18,50 euros le kilo et un paquet de 500 grammes de penne rigate Barilla vaut 0,98 euro quand un Carrefour City le vend 1,55 euro. A Sevran, à côté d'Aulnay-sous-Bois, les élus avaient refusé d'accueillir Atacadao en lieu et place de leur Carrefour. Ils craignaient un sentiment de déclassement dans la population. Le maire d'Aulnay-sous-Bois, le LR Bruno Beschizza y voit, lui, « un gain pour le pouvoir d'achat » de ses concitoyens.

Carrefour se donne six à huit mois pour tirer un premier bilan de son premier Atacadao français. D'ores et déjà d'autres zones d'implantation ont été identifiées. Dans le Nord notamment.

**Philippe Bertrand**

## Pourquoi Carrefour a choisi d'implanter Atacadao à Aulnay-sous-Bois

Ce 20 juin, le groupe Carrefour lance Atacadao, son enseigne brésilienne de magasins-entrepôts. Pour ce premier test en Europe, le distributeur mise sur la Seine-Saint-Denis, en ouvrant sa première unité à Aulnay-sous-Bois après que sa voisine Sevran se soit opposée au projet. Un choix qui ne doit rien au hasard.

[Ajouter à mes articles](#)

[Commenter](#)

[Partager](#)

[Carrefour](#)

[Consommation](#)



La Seine-Saint-Denis est en effet le département le plus pauvre de France métropolitaine, et sa population modeste représente la clientèle traditionnelle des enseignes de hard discount. (Laurent Grandguillot/REA)

Par [Leo Da Veiga](#)

Publié le 20 juin 2024 à 14:35 Mis à jour le 20 juin 2024 à 15:00

Votre abonnement vous permet d'accéder à cet article

Le lancement, ce 20 juin, du premier magasin [Atacadao](#) d'Europe a été soigneusement orchestré par le groupe Carrefour, propriétaire de cette filiale brésilienne spécialiste du magasin-entrepôt, hybridation entre le cash-and-carry à la Metro et l'hypermarché. Jusque dans la localisation de ce premier site.

Le distributeur avait un temps envisagé de transformer sa grande surface de centre commercial de Sevran, en Seine-Saint-Denis, mais [l'opposition de la mairie et de certains riverains](#) a poussé Carrefour à changé ses plans.

Signe que l'environnement du nord-est parisien fait partie de la stratégie du géant français, c'est vers la ville voisine d'Aulnay-sous-Bois, à six kilomètres de là, que Carrefour s'est finalement tourné. Le magasin Carrefour du centre O'Parinor s'est transformé depuis la fin 2023 pour accueillir ce modèle de magasins sans rayons, où les marchandises sont directement posées sur palettes et achetables uniquement en grandes quantités, pour faire baisser les prix, et où sont accueillis tant les particuliers que les professionnels.

## Relancer le centre commercial

« Quand les équipes de Carrefour sont venues nous présenter leur projet, j'ai d'abord refusé catégoriquement, comme le maire de Sevran. Mais leurs études de marché et leurs arguments étaient très convaincants », [reconnaisait en juillet dernier](#) le maire (LR) Bruno Beschizza aux « Echos ». Aujourd'hui, la municipalité se montre enthousiaste, persuadée que l'arrivée du concept brésilien peut relancer la dynamique commerciale de O'Parinor, qui [comme de nombreux centres commerciaux](#) est en perte de vitesse.

« Il y a quelques années, le lieu déjà en difficulté avait été relancé par l'arrivée de Primark, un autre spécialiste du prix serré. Et le magasin Carrefour historique, s'il peinait à trouver ses clients tout au long de l'année, était largement plébiscité au moment d'opérations promotionnelles », constate ainsi la mairie d'Aulnay-sous-Bois. Une attirance particulière pour les bonnes affaires qui s'explique en partie par la sociologie du territoire.

La Seine-Saint-Denis est en effet le département le plus pauvre de France métropolitaine, et sa population modeste représente la clientèle traditionnelle des enseignes de hard discount. Mais Carrefour et Atacadao ne misent pas ici que sur les quartiers populaires environnants. Aulnay-sous-Bois compte également plusieurs quartiers pavillonnaires, où résident de nombreux habitants de classes moyennes et supérieures. « Nous avons d'ailleurs une grande variété de petits commerces qualitatifs qui fonctionnent très bien, tout comme les surfaces intermédiaires. Atacadao vient compléter cette offre », note la ville.

## Toutes les cibles présentes sur place

Le distributeur vise ces classes moyennes et proposera toujours des produits de marque Carrefour, ainsi que les marques traditionnellement présentes dans l'enseigne, mais en grandes quantités et à moindres frais. Par ailleurs, le groupe a identifié « deux fois plus de professionnels qu'un hypermarché moyen » dans la clientèle du site. Ce qui ouvre la voie à des ventes à des restaurateurs par exemple, pour qui l'achat en gros est un avantage.

### **LIRE AUSSI :**

#### [Le roi du discount Lidl devient fournisseur de cloud](#)

Trois cibles de clientèle, donc, auprès desquels le Atacadao d'Aulnay-sous-Bois espère valider son modèle, avant de se développer ailleurs en France. « Nous n'avons donc aucune raison de nous opposer à son implantation, puisque ce sera un plus pour le pouvoir d'achat de l'ensemble des Aulnaysiens », conclut la ville. Pour les Aulnaysiens, mais pas uniquement. Si le groupe Carrefour a consenti un investissement de 10 millions d'euros sur ce magasin, c'est aussi car sa zone de chalandise s'étant bien au-delà des 90.000 habitants de la commune. O'Parinor, qui détient un vaste parking sur deux étages, se situe à la croisée des autoroutes A1, A104 et A3. De quoi attirer tout l'Est de l'Ile-de-France. Enfin, il sera également desservi par la future ligne 16 du Grand Paris Express, d'ici 2026.

# Les Echos Un agriculteur élu président d'une Association nationale des industries alimentaires en crise

Jean-François Loiseau, céréalier, président de la coopérative Axéreal, a été élu président de l'Association nationale des industries alimentaires (Ania). Il succède à Jean-Philippe André, ex-directeur du confiseur Haribo en France. Il est le premier agriculteur à ce poste.

[Ajouter à mes articles](#)

[Commenter](#)

[Partager](#)

[Lactalis](#)

[Loir-et-Cher](#)



L'Ania représente des milliers d'entreprises agroalimentaires, au travers de 32 syndicats de métiers et 17 associations régionales. (iStock)

Par [Marie-Josée Cougard](#)

Publié le 20 juin 2024 à 18:54 Mis à jour le 20 juin 2024 à 19:12

Il est le premier agriculteur à prendre la présidence de l'Association nationale des industries de l'alimentation (Ania). Jean-François Loiseau, seul candidat, a été élu ce jeudi pour succéder à [Jean-Philippe André, ex-directeur du confiseur allemand Haribo en France](#). Son mandat est de trois ans.

Jean-François Loiseau, céréalier dans le Loir-et-Cher, [président depuis 2011 de la coopérative Axéreal](#), est administrateur de l'Ania depuis six ans, via ses responsabilités dans la Meunerie. Il arrive à un moment délicat pour l'association, qui vient de perdre le tiers de son budget avec le départ des Brasseurs de France et de la Fédération nationale des industries laitières (FNIL), qui représente de grands groupes comme Lactalis, Danone et Bel.

## « Dysfonctionnements »

La FNIL a fait savoir son mécontentement à plusieurs reprises, sans obtenir gain de cause, estimant que « les services rendus par l'Ania n'étaient pas à la hauteur des sommes » qu'elle lui verse. Elle a déploré un manque d'efficacité opérationnelle et souhaité, sans l'obtenir, la promesse d'une refondation. Selon nos informations, d'autres départs pourraient avoir lieu. L'industrie laitière et Brasseurs de France ont donné leur préavis de départ six mois à l'avance, comme le veut le règlement de l'Ania et se sont acquittées de leurs cotisations (respectivement 600.000 euros et 300.000 euros pour 2024).

### **LIRE AUSSI :**

### **[Crise ouverte à l'Association nationale des industries agroalimentaires](#) [Les débats seront vifs lors des états généraux de l'alimentation](#)**

Jean-François Loiseau est présenté comme « un homme d'action, reconnu pour sa capacité à fédérer les structures » qu'il préside, dont Intercéréales depuis 2016 et l'Association nationale de la meunerie française depuis 2019. Il a animé, en 2017, le groupe export des Etats généraux de l'alimentation souhaités par Emmanuel Macron. Conscient d'un certain nombre de « dysfonctionnements » au sein de l'Ania, il a déclaré dans un entretien accordé à « L'Opinion », que « le sens commun s'est perdu » au sein de l'organisation.

## **Des intérêts divergents**

« Les sujets importants ne sont plus portés dans le débat public, selon Jean-François Loiseau. Il y a un trou béant entre la production agricole et la distribution. Les grandes enseignes sont organisées, nous sommes éparpillés. » Face à cette situation, le nouveau président souhaite « rassembler les industries agroalimentaires et faire entendre leur voix efficacement ».

L'Ania représente des milliers d'entreprises agroalimentaires, dont de nombreuses petites structures, au travers de 32 syndicats de métiers et 17 associations régionales. Un attelage composite, représentant des intérêts très divers, qui ne facilitent pas le consensus.

**Marie-Josée Cougard**

## Commerce : la victoire par KO du modèle de la coopérative

Dans l'alimentaire comme dans l'optique, les groupements de commerçants indépendants affichent des performances spectaculaires en France. Ils commencent même à racheter des enseignes possédant leurs magasins.

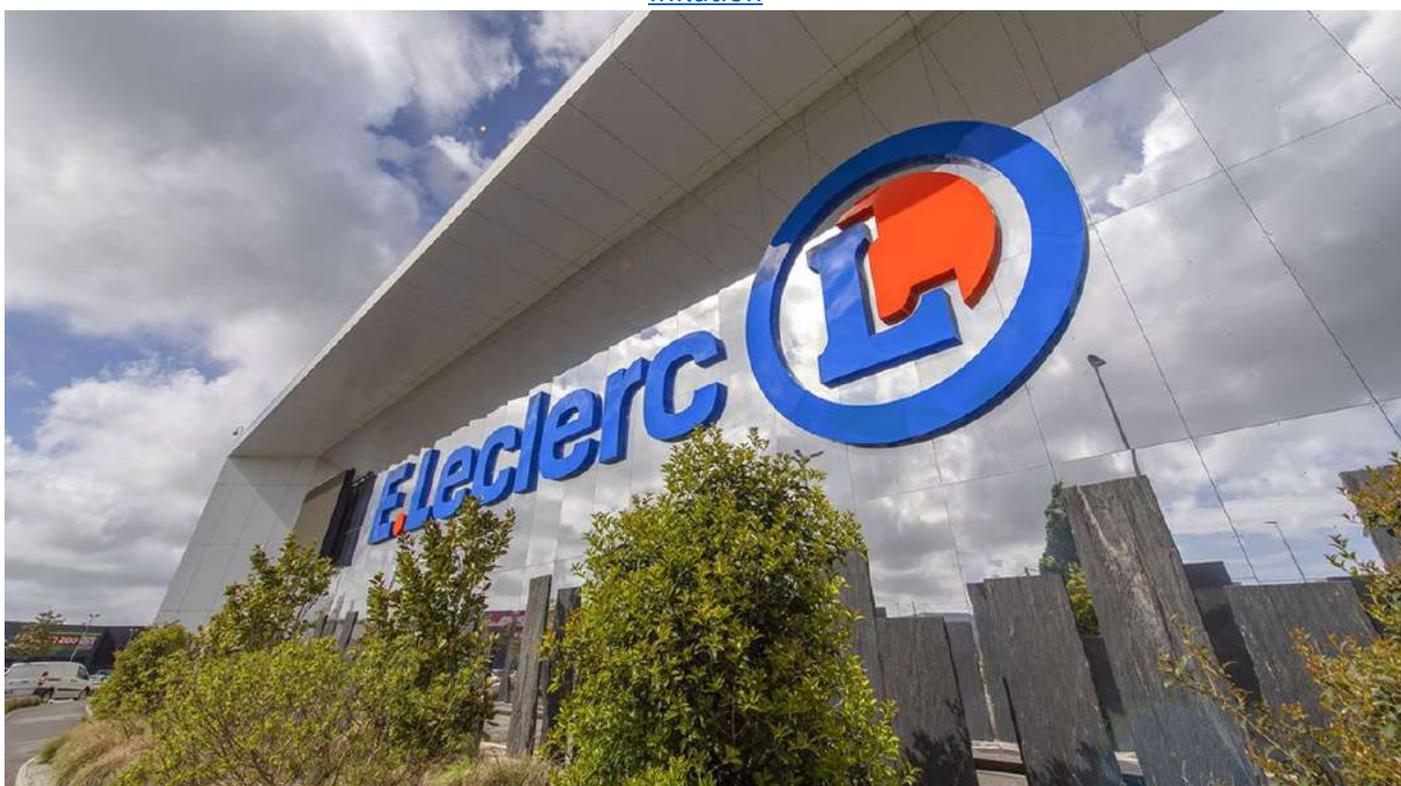
[Ajouter à mes articles](#)

[Commenter](#)

[Partager](#)

[Hôtellerie - Restauration](#)

[Inflation](#)



Leader sur le marché de l'alimentation, Leclerc illustre le succès des coopératives de commerçants.  
(Herve Ronne/REA)

Par [Philippe Bertrand](#)

Publié le 24 juin 2024 à 16:05 Mis à jour le 24 juin 2024 à 17:59

**PREMIUM** Votre abonnement Premium vous permet d'accéder à cet article

Cela fait plusieurs années que les chiffres le montrent. Le succès de Leclerc sur le plus gros marché du commerce français, l'alimentaire, l'illustre brillamment : [le modèle des coopératives de commerçants](#) est efficace et plus performant, dans bien des cas, que le modèle intégré des enseignes qui possèdent leurs magasins.

Le dernier bilan de la Fédération du commerce coopératif et associé (FCA) pointe les bons résultats du système où chaque point de vente appartient à un exploitant différent (même si, dans les faits, un adhérent peut posséder plusieurs unités du réseau). En 2023, les groupements du commerce coopératif et associé ont enregistré un chiffre d'affaires de près de 200 milliards d'euros, en hausse de 13,5 %. Une progression à comparer avec celle de l'ensemble du commerce de détail en France, qui a affiché une baisse de 2,9 %, d'après les données de la Banque de France.

## Un tiers du commerce

La FCA, qui regroupe 180 enseignes et 36.000 entrepreneurs, pour 600.000 salariés, soit un tiers du commerce français, a vu arriver l'an passé de nouveaux adhérents. Elle précise donc qu'à périmètre constant, le chiffre d'affaires du secteur qu'elle recouvre a été de 189,6 milliards d'euros et sa croissance, de 7,4 %.

### LIRE AUSSI :

#### [Comment E.Leclerc est devenu la star des hypers](#)

Dans le détail des principaux secteurs, l'alimentaire a représenté la plus grande part du volume d'activité avec 135,16 milliards d'euros de chiffre d'affaires (en hausse de 6,9 %), suivi par la santé (18,44 milliards d'euros, + 8,3 %), la construction et le bricolage (10,31 milliards d'euros, + 2,9 %), le sport et les loisirs (4,5 milliards d'euros, + 6,2 %), le tourisme et l'hôtellerie (3,6 milliards d'euros, + 9,3 %), l'optique (2,85 milliards d'euros, + 6,5 %), les services (2,6 milliards d'euros, + 7,1 %), l'équipement de la maison (911 millions d'euros, + 2,4 %), et enfin le jouet et la puériculture (470 millions d'euros, + 5,5 %). Dans l'optique, Krys et Optic 2000 dominent leurs concurrents.

### Réactivité

Toutes les progressions incluent une grande part d'inflation, notamment dans l'alimentaire, qui a connu une hausse des prix d'environ 10 % en 2023. Dans plusieurs secteurs, l'alimentaire un peu, beaucoup le bricolage, les volumes baissent. Il n'en reste pas moins qu'avec plus d'un point gagné en douze mois et près de 24 % de part de marché, Leclerc a écrasé ses concurrents et s'est installé comme le solide numéro un du commerce du quotidien, loin devant Carrefour (20 %). Intermarché et La Coopérative U ont été les autres gagnants de 2023. Il s'agit là encore de coopératives.

### LIRE AUSSI :

#### [Primark, Action, Stokomani, Gifi : le discount et le déstockage ont le vent en poupe](#)

« La meilleure preuve du succès des coopératives tient au fait que l'an passé, leur croissance n'a pas été que de la croissance organique mais aussi de la croissance externe », ajoute Olivier Urrutia, le délégué général de la FCA.

De fait, après avoir repris Bricorama il y a trois ans, [les Mousquetaires, la société de tête d'Intermarché, a racheté 294 Casino](#) . Intersport a racheté [Go Sport et talonne désormais Decathlon en France](#) . La Grande Récré a, elle, été reprise par JouéClub.

Réactivité, gestion au plus près, participation des exploitants de terrain aux décisions des structures centrales, « intelligence collective », dit Jean-Pierre Dry, le président de la FCA, ancien patron de la chaîne Passion Beauté : les recettes du commerce coopératif sont nombreuses. Elles soulignent en creux la lourdeur des organisations intégrées du commerce.

**Philippe Bertrand**

# Les Echos

## Chaîne d'approvisionnement et grande distribution : ce que l'IA va changer

Stocks, flux, positionnement des entrepôts, aides à la prise de décision, etc. Les grandes pistes ouvertes par l'intelligence artificielle pour décarboner la chaîne d'approvisionnement de la grande distribution.

[Ajouter à mes articles](#)

[Commenter](#)

[Partager](#)

[Bouches-du-Rhône](#)

[Articles](#)



La grande distribution va devoir travailler en écosystème avec des partenaires, et « faire appel à des prestataires pour flexibiliser l'implantation de ses entrepôts, et ses flux d'approvisionnement », explique Gilles Paché, professeur des universités en sciences de gestion. (William Beaucardet/ID Logistics)

Par [Etienne Thierry-Aymé](#)

Publié le 24 juin 2024 à 08:14 Mis à jour le 24 juin 2024 à 10:33

Comment l'IA va-t-elle permettre de décarboner la chaîne logistique de la grande distribution ? « De manière plutôt indirecte », explique Fabrice Bonneau, président de la chaire supply chain du futur à l'Ecole des ponts ParisTech, associé-fondateur du cabinet Argon & Co. En améliorant le pilotage de la supply chain, notamment dans la grande distribution, « l'IA va permettre de la décarboner », poursuit-il.

Fabrice Bonneau distingue deux choses. Tout d'abord, les technologies déjà en oeuvre, comme la recherche opérationnelle pour optimiser les réseaux et le planning, à [l'aide du deep learning et du machine learning](#), avec leur ensemble d'algorithmes, qui permettent d'améliorer la qualité des prévisions. Et, ensuite, « la révolution de l'IA générative », qui s'accélère depuis quelques mois, et permet de trier le bon grain de l'ivraie, dans « une masse d'informations non structurées venues de sources disparates, de les synthétiser afin d'alerter planeurs ou approvisionneurs en cas d'aléas ».

## Des assistants à la prise de décision

A terme, « les assistants à la prise de décision seront partout, prévient Fabrice Bonneau, avec la possibilité en permanence d'affiner ou de [modifier ses prévisions](#). Chez Argon & Co, nous avons déjà listé une vingtaine d'assistants possibles, rien que pour la supply chain ». « Ils sont des outils complémentaires du machine learning ou des outils d'optimisation », assure-t-il.

A l'université d'Aix-Marseille, Gilles Paché, professeur des universités en sciences de gestion, travaille depuis une trentaine d'années sur la question de la logistique des distributeurs, et, plus récemment, sur le sujet de l'IA au sein du Cergam, le centre d'études et de recherche en gestion d'Aix-Marseille. Il envisage, avec l'IA, trois pistes principales à explorer pour l'ensemble de la chaîne logistique de la grande distribution. Mais rappelle, d'abord, que cela fait déjà une bonne quinzaine d'années que « le secteur cherche à trouver des solutions viables économiquement pour décarboner, et que l'IA s'inscrit bien dans cette logique ».

## Améliorer le pilotage du flux aval

Première des pistes que Gilles Paché développe : « Améliorer le pilotage du flux aval, afin d'éviter les ruptures. » L'IA étant avant tout utile, explique-t-il, « pour accélérer la prise de décision ». L'idée étant de tenter de parvenir, « au rêve de tout distributeur », à savoir atteindre « le ni trop ni trop peu », pour éviter, en particulier, le surstock, et coller au plus près à la demande des consommateurs. « Logistiquement, il s'agira alors d'une révolution ! » poursuit le chercheur.

### LIRE AUSSI :

[Supply chain : comment l'IA fiabilise la préparation de commande](#)  
[DECRYPTAGE - Quand la « supply chain » adopte l'intelligence artificielle](#)

Autre point crucial, selon ce spécialiste reconnu de la logistique, la possibilité pour les groupes de distribution, [grâce à l'IA](#), de « flexibiliser la localisation de leurs hubs régionaux », dans un contexte de réorganisation des réseaux de magasins, en prenant notamment pour exemple le rachat par Intermarché de certains magasins Casino. « Avec la période de rachats que nous vivons, leur maillage est fluctuant », poursuit-il.

D'où la nécessité également, pour la grande distribution, de travailler en écosystème avec des partenaires, et « de faire appel à des prestataires pour [flexibiliser l'implantation de ses entrepôts](#), et ses flux d'approvisionnement », insiste-t-il. Enfin, dernier levier que pointe Gilles Paché : l'optimisation, de manière durable, du processus de livraison. « En particulier tout ce que l'IA va pouvoir apporter pour améliorer et décarboner les flux du dernier kilomètre », conclut-il.

### RETROUVEZ L'INTÉGRALITÉ DE NOTRE DOSSIER :

[Réindustrialisation : convergence IA-décarbonation, nouvel atout maître made in France](#)

Etienne Thierry-Aymé

# Les Echos

## Boeuf, agneau, porc, volaille : le recul généralisé du cheptel français

Dans l'Hexagone, la production de viande ne cesse de reculer. La porte ouverte aux importations. Pour les coopératives agricoles, la contractualisation et l'anticipation des crises sanitaires sont une priorité.

[Ajouter à mes articles](#)

[Commenter](#)

[Partager](#)

[Drôme](#)

[Gers](#)



L'élevage de bovins dans les coopératives est à 75 % sous Label rouge ou en bio. (Laurent Grandguillot/RÉA)

Par [Dominique Chapuis](#)

Publié le 26 juin 2024 à 14:56 Mis à jour le 26 juin 2024 à 15:13

Votre abonnement vous permet d'accéder à cet article

Le pôle animal de La Coopération agricole a fait les comptes. Le bilan est inquiétant : la production de viande française ne cesse de diminuer, alors que la consommation résiste. Une menace pour les coopératives, qui pèsent plus de la moitié du cheptel ovin français, 57 % de la production porcine et 30 % de celle des bovins. Soit, au total, pour cette activité, un chiffre d'affaires de 7,3 milliards d'euros.

Aucune filière n'est épargnée par ce décrochage. En sept ans, le troupeau de vaches allaitantes a perdu 564.000 têtes, avec en 2023 un recul de 4 % des abattages. Pour les ovins, concurrencés par les agneaux néo-zélandais, c'est une chute de 8 %. La baisse atteint 4,9 % pour la production de porcs. Du côté de la volaille, « il y a eu un effet de rattrapage, après l'épidémie de grippe aviaire de 2022, souligne Gaëlle Dupas, directrice du pôle animal de La Coopération agricole. Mais comparé à 2021, les abattages sont en recul de 3,5 % »

## Sombre tableau

Un sombre tableau lié aux difficultés de renouveler les générations et aux crises sanitaires, avec l'apparition de nouvelles maladies, comme la MHE, qui affaiblissent les troupeaux. Conséquence, la production n'est pas suffisante pour satisfaire la demande, et les importations grimpent.

### LIRE AUSSI :

#### [Alerte sur l'autosuffisance de la filière porcine en France](#)

Plus de la moitié des ovins, comme des poulets, viennent de l'étranger. Pour les bovins, le taux d'approvisionnement est descendu à 75 % l'an dernier. Et le porc, jusque-là seule viande à répondre encore à la consommation nationale, a commencé à décrocher. « L'enjeu est de reconquérir cette souveraineté alimentaire en sécurisant la production », souligne Gaëlle Dupas.

## Des contrats avec le client final

Pour y parvenir, le pôle animal veut se renforcer dans de nouveaux circuits, comme la restauration rapide ou collective. « Il n'y a pas un, mais des marchés de la viande, qui attendent tous types de produits, avec des labels ou pas », souligne Bruno Colin, éleveur de bovins dans le Grand Est.

La contractualisation, longtemps boudée par les éleveurs, fait partie des solutions. « Si la loi Egalim revient sur la table, nous voulons étendre les partenariats avec le client final, c'est-à-dire les distributeurs, les grossistes et la restauration. Ils sont au plus près des consommateurs qui veulent de la viande française », poursuit l'agriculteur.

### LIRE AUSSI :

#### [L'avalanche à venir de tomates chinoises fait trembler le champion italien Mutti](#)

Des contrats tripartites, à l'exemple de Lidl, McDonald's ou de Metro, qui proposent une meilleure rémunération et une prise en charge des coûts. Ce taux de contractualisation pour les bovins ne dépasse pas aujourd'hui 30 %. [Et la majorité s'arrête au début de la filière, c'est-à-dire aux abattoirs, bien mal en point.](#)

« Si une coopérative n'a pas de garanties de débouchés, cela fait peser des risques, rappelle Bruno Colin. L'élevage, c'est un temps long. Entre la vache qui met bas et la vente, cela prend entre trois à cinq ans ».

La mise en place de programmes opérationnels est aussi encouragée. C'est ce qui a permis de sauver la filière de Mirabelle de Lorraine par exemple. Depuis mai, la production de veau sous label rouge bénéficie ainsi d'aides de l'Europe pour améliorer la génétique.

## Rôle du loup ?

Autre enjeu, mieux anticiper les crises. [La grippe aviaire a décimé la volaille bleu, blanc rouge](#), avec plus de 20 millions de bêtes euthanasiées depuis 2021. « Quand un troupeau est abattu, c'est un profond traumatisme, raconte François Lacôme, éleveur de poulets et de dindes fermières du Gers. Nous avons fait un suivi psychologique dans mon département par crainte des suicides. »

Le renforcement de la surveillance du cheptel par un maillage des vétérinaires est une priorité. La Coopération a un pôle de 200 professionnels de santé qui visitent ses 20.000 élevages pour mettre en place des pratiques préventives. Mais il manque de professionnels partout sur le territoire.

### **LIRE AUSSI :**

#### **[Les deux pistes pour relancer la production de viande bovine française](#)**

Dans le secteur ovin, la menace vient aussi du nombre de loups, dont la population progresse. En 2023, sur 190.000 agneaux produits dans les Alpes, 20.000 ont été tués par ce prédateur affirment les éleveurs, même si des processus d'indemnisation existent et que le débat a lieu sur le rôle également des chiens errants. « 50 départements sont concernés par ces attaques, précise François Monge, quatrième génération d'éleveurs de brebis dans la Drôme. Il y a un manque à gagner pour la filière, et un grand stress pour l'éleveur. »

Le casse-tête des nouvelles normes est aussi un frein, estiment les filières animales. Les professionnels se disent prêts à répondre aux attentes environnementales. Mais ils fustigent « les incohérences ». La directive sur le bien-être prévoit ainsi de transporter les animaux la nuit pour éviter la chaleur. « Comment trouver des chauffeurs ? Y aura-t-il quelqu'un pour réceptionner nos bêtes dans les abattoirs ? » s'inquiète François Monge. Une décision qui devrait faire monter les coûts, alors que les revenus dans l'élevage sont une préoccupation majeure.

**Dominique Chapuis**

# Les Echos

## Casino : la direction et les syndicats tombent d'accord sur le plan social

Devant la cour d'appel de Paris, les dirigeants du distributeur et les représentants du personnel ont annoncé un accord de principe sur le plan qui va affecter entre 1.300 et 3.200 salariés.

[Ajouter à mes articles](#)

[Commenter](#)

[Partager](#)

[Auchan](#)

[Casino](#)



La direction de Casino et les représentants du personnel ont trouvé un accord sur les modalités du plan social qui va toucher le siège de Saint-Etienne (ci-dessus) et les employés des supermarchés qui n'ont pas trouvé preneurs. (Hans Lucas via AFP)

Par [Philippe Bertrand](#)

Publié le 27 juin 2024 à 16:24 Mis à jour le 27 juin 2024 à 19:25

**PREMIUM** Votre abonnement Premium vous permet d'accéder à cet article

Le plan de sauvegarde de Casino ne sera pas retoqué par la justice, malgré l'appel de la décision du tribunal de commerce de Paris par les syndicats maison. La cour d'appel de Paris a tenu ce jeudi matin une audience. Le comité social et économique central (CSEC) de Distribution Casino France (DCF) demandait des précisions et une amélioration des conditions du plan social présenté fin avril par la nouvelle direction nommée par [les repreneurs, Daniel Kretinsky et ses associés](#). Entre 1.300 et 3.200 licenciements sont envisagés.

Le 5 juin, lors d'une première audience, les juges avaient estimé que les engagements sociaux de Casino et des repreneurs n'étaient « pas assez précis ». Ce jeudi, le directeur général Philippe Palazzi et les représentants du personnel ont annoncé à la cour qu'ils avaient trouvé « un accord de principe » sur les

modalités du plan de sauvegarde de l'emploi. « Les discussions ont été âpres mais cela s'est fait dans l'intérêt de l'entreprise et des salariés » a-t-il commenté à la sortie de l'audience.

## Indemnités supralégales

En conséquence, la cour a indiqué qu'elle rendrait son jugement le 25 septembre, le temps que les accords soient formalisés et couchés sur le papier. Le plan de sauvegarde de Casino sera très vraisemblablement confirmé. L'inverse aurait provoqué une crise difficile à gérer...

L'accord trouvé avec les syndicats comporte trois points essentiels. D'abord, Casino a confirmé que des indemnités supralégales seraient versées aux salariés licenciés. Des congés de reclassement seront accordés en plus. Ils permettront aux salariés de continuer à percevoir un salaire (pas 100 % du salaire initial) le temps de trouver un nouvel emploi. Ces congés repoussent le déclenchement des indemnités de chômage. Enfin, les parties se sont engagées à renoncer à toutes les procédures judiciaires qu'elles avaient engagées.

## Saint-Etienne préservé

Le plan social est la conséquence de [la vente par Casino de son parc de supermarchés et d'hypermarchés](#), soit près de 400 magasins repris par Intermarché, Auchan et pour une petite part, Carrefour. Ces points de vente étaient gérés depuis le siège historique de Casino.

Sur les 1.564 salariés du siège, environ 500 n'avaient plus d'utilité. Les sièges de Franprix et de Monoprix, en région parisienne, sont également affectés par la mutualisation de certaines fonctions centrales.

## Relance à venir

Au total, les sièges du groupe perdront 1.300 postes. Environ 2.000 autres emplois sont menacés, ceux d'une trentaine de magasins et de quatre entrepôts qui n'ont pas été vendus. La direction annonce des « marques d'intérêt ». Il est peu probable que tout soit cédé.

Pour Philippe Palazzi et ses équipes, l'accord trouvé avec les représentants dénoue le problème le plus brûlant posé par la restructuration de Casino. Le siège de Saint-Etienne a été en grande partie préservé et conservera plus de mille postes vitaux pour l'économie locale.

Si les négociations ont été rudes, il n'y a pas eu de grands mouvements de grève. La nouvelle direction annoncera en novembre prochain le plan de relance des activités conservées, à savoir Franprix, Monoprix, Naturalia, les 6.000 supérettes de proximité et Cdiscount. En 2022, Casino comptait 200.000 employés à travers le monde. Après avoir cédé toutes ses filiales internationales et ses supers et hypermarchés français, il ne reste que 28.000 salariés.

## Décarbonation : le marché de Rungis face aux travaux d'Hercule

Le marché d'intérêt national du Val-de-Marne, qui compte plus de 1.200 entreprises, doit réduire son empreinte carbone. L'équation est ardue, Rungis n'ayant guère la main sur l'empreinte carbone de ses producteurs.

Ajouter à mes articles

Commenter

Partager

[Paris](#)

[Seine-et-Marne](#)



Le marché de Rungis, dans le Val-de-Marne, nourrit 18 millions de Français, la majorité en Ile-de-France. (Simon Lambert/Haytham-REA)

Par [Audrey Guettier](#)

Publié le 29 juin 2024 à 10:35 Mis à jour le 1 juil. 2024 à 15:28

Votre abonnement vous permet d'accéder à cet article

« Nous sommes sensibilisés depuis longtemps au respect de l'environnement. » Alain Benoist, producteur horticole et grossiste sur le marché d'intérêt national (MIN) de Rungis, dans le Val-de-Marne, dit l'avoir pris en compte depuis les années 1990. Réduction de l'utilisation de produits phytosanitaires, recyclage des eaux, maîtrise de la consommation de l'énergie pour les serres, le groupe familial Benoist, implanté en Seine-et-Marne, veut limiter l'empreinte environnementale de sa production. « Quatre-vingt-dix pourcents de nos contenants sont en [plastique recyclé et recyclable](#) et nous avons mis en place des emballages consignés pour les fleurs coupées », détaille-t-il.

Une goutte d'eau. Car le chantier de la décarbonation à Rungis est titanesque. Installé sur 234 hectares, le MIN, créé en 1969, est l'un des plus grands marchés de produits frais au monde. Plus de 1.200 entreprises s'y côtoient, qui emploient 13.000 personnes. Elles nourrissent 18 millions de Français, la majorité en Ile-de-France, pour un chiffre d'affaires de 11,3 milliards d'euros, soit 0,4 % du PIB

français. Un marché gigantesque qui a émis près de 6,5 millions de tonnes équivalent CO<sub>2</sub> en 2022, selon la Semmaris, sa société gestionnaire, détenue pour un tiers par l'Etat. Soit l'équivalent des émissions carbonées de plus de 700.000 Français, en se basant sur les estimations du Haut Conseil pour le climat (9,2 tonnes émises par chaque Français en 2022).

### « Baguette magique »

Entre 2009 et 2022, les émissions n'ont diminué que de 0,3 %. « Nous ne pourrions pas manger comme autrefois mais nous ne pouvons pas modifier Rungis en un seul coup de baguette magique », insiste [Stéphane Layani](#), le président-directeur général de la Semmaris, qui prévient : « Nous n'allons pas arrêter de vendre de la viande. » Les produits agricoles entrants sont responsables de 86 % des émissions du MIN (le reste provenant essentiellement du transport routier de marchandises). Problème : la Semmaris et les grossistes n'ont guère la main sur l'empreinte carbone de leurs producteurs.

*Il faut nous aider car nous sommes sur un marché très concurrentiel avec beaucoup de charges, de redevances et de normes.*

Gino Catena, président de l'Union générale des syndicats des grossistes du marché de Rungis

La société gérante de Rungis ambitionne de baisser de 26 % les émissions de CO<sub>2</sub> de sa structure et, plus globalement, de Rungis. « Nous allons investir pour déployer des ombrières, des panneaux photovoltaïques, la géothermie profonde d'ici à 2027 ou encore rénover les pavillons des grossistes moins performants sur le plan énergétique », promet-elle. Pour [respecter un décret de 2019 sur le secteur tertiaire](#), elle doit baisser de 40 % (comme les grossistes) sa propre consommation énergétique d'ici à 2030.

La Semmaris veut montrer patte blanche. Elle se défend en soulignant que « 99,7 % de l'énergie provient des énergies renouvelables », grâce notamment à la valorisation énergétique de 25.000 tonnes de déchets dans l'incinérateur historique. Le reste, 15.000 tonnes, est envoyé dans des filières de tri et de [recyclage](#). Cela sert surtout pour les parties communes, les voies de circulation, l'éclairage extérieur ou le chauffage du marché et des communes avoisinantes. Une enveloppe de 100 millions d'euros d'investissement a été prévue jusqu'en 2030 pour verdir Rungis. « Nous allons transformer le MIN de Rungis en décarbonant la chaîne logistique et en préservant la durabilité des filières grâce à des produits Origine France », jure Stéphane Layani.

### 100 millions d'euros d'investissement

Les grossistes, eux, doivent gérer les parties privatives au sein de leurs pavillons. La Semmaris avance que 40 % des bâtiments sont très bien isolés car de « nouvelle génération » et ont été rénovés récemment. Sur les 160 pavillons, il reste néanmoins des [passoires thermiques](#) dont les travaux doivent être en partie financés par les grossistes. Des dépenses qui nécessitent d'importants investissements de la part des opérateurs qui mutualisent entre eux les coûts. « Par exemple, nous devons financer le remplacement des ampoules par des LED dans le pavillon de la volaille », illustre Gino Catena, directeur général du grossiste de viandes françaises Avigros.

### LIRE AUSSI :

[Décarbonation : l'élan des industriels français s'essouffle](#)  
[La lente mise en marche des PME](#)

Plusieurs pistes sont donc étudiées pour réduire les émissions de CO<sub>2</sub>, en diminuant les emballages ou en réfléchissant à une nouvelle chaîne logistique. « Nous avons inscrit la [RSE](#) sur la feuille de route 2024 de l'Union générale des syndicats des grossistes du marché de Rungis (Unigros) et avons lancé une commission sur le sujet en mars dernier », indique Gino Catena, également président d'Unigros, organisation qui fédère plus de 40 % des grossistes du MIN de Rungis et 11 syndicats.

La prise en compte de l'empreinte environnementale avance, mais encore en ordre dispersé. Certains grossistes choisissent d'initier des bilans carbone poussés, tandis que d'autres cartographient leurs consommations énergétiques pour la limiter. Le président d'Unigros insiste : « Il faut nous aider car nous sommes sur un marché très concurrentiel avec beaucoup de charges, de redevances et de normes. »

#### **LIRE AUSSI :**

[Les PME et ETI de l'agroalimentaire veulent relancer une filière en danger](#)  
[Géothermie : l'Ile-de-France à la conquête de nouveaux gisements](#)

**Audrey Guettier**

## Le marché de Rungis veut se doter d'« une autoroute ferroviaire »

Un nouveau terminal ferroviaire est annoncé pour 2026 par l'exploitant du marché d'intérêt national. Un investissement chiffré à 36 millions d'euros qui doit lui permettre d'accélérer la décarbonation du site.

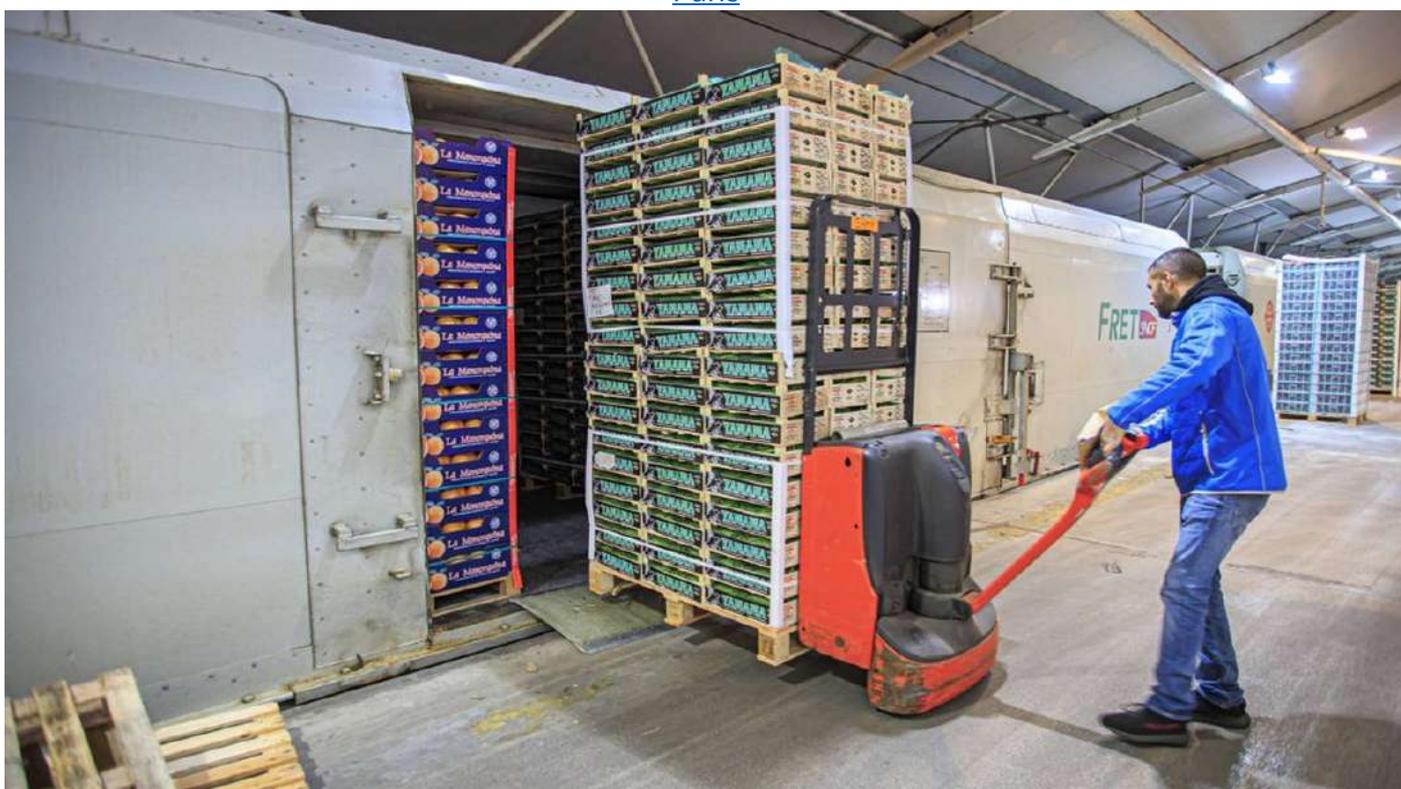
[Ajouter à mes articles](#)

[Commenter](#)

[Partager](#)

[Environnement](#)

[Paris](#)



Le « train des primeurs » a réalisé son dernier trajet le 28 juin entre Perpignan (Pyrénées-Orientales) et Rungis (Val-de-Marne). (Patrick Leveque/SIPA)

Par [Audrey Guettier](#)

Publié le 29 juin 2024 à 17:43 Mis à jour le 30 juin 2024 à 20:47

Votre abonnement vous permet d'accéder à cet article

Un nouveau terminal ferroviaire. C'est le projet phare de la Semmaris, la société gestionnaire du marché de Rungis, dans le Val-de-Marne, pour décarboner l'un des plus grands marchés de gros du monde. Le transport routier y est le deuxième poste d'émission de carbone avec 25.000 camions entrants chaque jour.

Des travaux sont en cours pour faire de l'actuelle gare ferroviaire sur le marché d'intérêt national (MIN) - qui n'accueillait jusqu'ici qu'une seule ligne de fret - une véritable « autoroute ferroviaire », comme l'indique la Semmaris dans son rapport d'activité publié en juin, avec en ligne de mire six ou huit allers-retours chaque jour d'ici à 2030, notamment vers Rotterdam, aux Pays-Bas. « Après deux ans de procédures, nous avons attribué la concession du terminal ferroviaire [à l'opérateur Viia](#) », précise Stéphane Layani, le PDG de la Semmaris, dans le rapport d'activité. La compagnie de transports

ferroviaires Viia confirme aux « Echos » être en discussion avec la Semmaris sur le projet d'aménagement.

### « Le train des primeurs » à l'arrêt

« Ce nouveau terminal verra le jour en 2026 et représente un investissement de 36 millions d'euros, soutenu par l'Etat », indique cette dernière dans son rapport. Le chantier modernisera la gare et l'adaptera aux standards du transport combiné par chargement vertical. Les trains qui arriveront aux MIN pourront désormais accueillir conteneurs, palettes et remorques de camions. Ce qui entraînerait une réduction de 65.000 camions sur les routes, soit l'équivalent de 37.000 tonnes d'émissions de CO<sub>2</sub> en moins par an d'ici à 2030, selon la Semmaris.

Mais l'avenir des trains au MIN semble incertain. Le « train des primeurs », qui relie la plateforme européenne de fruits et légumes de Perpignan à Rungis est à l'arrêt jusqu'en 2026, le temps de trouver un nouvel exploitant et d'achever les travaux de la gare. Alors qu'il évite [9.000 camions par an sur la route](#), « c'est du gâchis », s'insurge Pascal Savoldelli, sénateur communiste du [Val-de-Marne](#), qui a de nouveau sollicité le ministère des Transports pour sauver ce train, déjà à l'arrêt entre 2019 et 2021.

#### **LIRE AUSSI :**

[Ces 23 lignes stratégiques que Fret SNCF va devoir sacrifier](#)  
[Les trains de nuit Paris Berlin et Paris-Vienne suspendus pour deux mois et demi](#)

« Le train des primeurs reste une priorité du MIN de Rungis, nous sommes très attachés à cette liaison ferroviaire », déclare aux « Echos » [Stéphane Layani](#). Le ministère de la Transition écologique recherche un repreneur depuis le 31 juillet 2023 et a reporté au 19 juillet prochain l'appel à manifestations d'intérêt.

Car la principale difficulté réside dans sa rentabilité. « Le train fonctionne à vide au départ de Rungis vers Perpignan », explique Céline Malaisé, conseillère régionale communiste d'Ile-de-France. L'une des solutions possibles consisterait à le remplir avec des produits différents. « Pour être rentable, il faut que cette liaison ferroviaire aille plus loin », estime pour sa part Stéphane Layani.

**Audrey Guettier**

# Les Echos

## Commerce : Prosol étend son emprise sur la galaxie Grand Frais

Le grossiste en produits frais rachète le réseau de boucheries des magasins Grand Frais de la région parisienne. Une façon de contourner un peu l'écueil de la gestion de l'enseigne sous forme de GIE.

[Ajouter à mes articles](#)

[Commenter](#)

[Partager](#)

[Casino](#)

[E-commerce](#)



Prosol, le principal opérateur du GIE Grand Frais, rachète les boucheries des magasins franciliens de l'enseigne. (Andbz/Abaca)

Par **[Philippe BERTRAND](#)**

Publié le 2 juil. 2024 à 08:30 Mis à jour le 2 juil. 2024 à 09:08

Votre abonnement vous permet d'accéder à cet article

Prosol poursuit son développement et son intégration dans la galaxie Grand Frais. La société de distribution créée en 1992 par Denis Dumont et basée à Chaponnay, au sud de Lyon (Rhône) rachète Novoviande, premier réseau de boucherie traditionnelle de détail d'Ile-de-France, qui opère dans 39 Grand Frais franciliens. L'opération confirme les ambitions de l'actionnaire principal de Prosol, le fonds Ardian (associé au fondateur aujourd'hui installé en Suisse) qui vient de nommer à la présidence [Jean-Paul Mochet, l'homme qui a réinventé Franprix chez Casino.](#)

Fondé en 1974 par René Gillet, Novoviande a d'abord opéré sur les marchés du sud de la région parisienne. L'entreprise comprend également une activité de grossiste sur le marché de Rungis et possède une plateforme logistique de 2.400 mètres carrés. Denis Dumont est le fils d'un grossiste en produits frais. Il a fondé Grand Frais comme un marché couvert dont les étals sont tenus par des spécialistes de proximité. La logique maison est respectée.



Prosol rachète le spécialiste francilien de la boucherie Novoviande. Grand Frais

### 3 milliards de chiffre d'affaires

« Nous allons continuer le travail entrepris par René Gillet, dont la qualité a fait la réputation du réseau », commente Jean-Paul Mochet. Avec cette acquisition, Prosol gonfle son activité boucherie que le petit groupe exerce déjà dans 9 Grand Frais et 52 Fresh, son réseau de supermarchés de proximité.

#### LIRE AUSSI :

### [Grand Frais sécurise ses achats de poisson avec le mareyeur Océalliance](#)

Prosol exploite aussi le site de vente en ligne Mon-marché.fr, quelques Boulangerie du Marché et l'enseigne Banco Fresco en Italie, soit, avec Grand Frais, un ensemble de 350 magasins. Début 2022, Prosol avait négocié le rachat du poids lourd français du mareyage Océalliance à Perceva pour alimenter les rayons marée de Grand Frais. Son incursion dans la boucherie signe sa volonté d'étendre son assise et son pouvoir dans le réseau Grand Frais, qui réalise plus de 3 milliards d'euros de chiffre d'affaires, selon les estimations de « LSA ».

### Nouvelles implantations

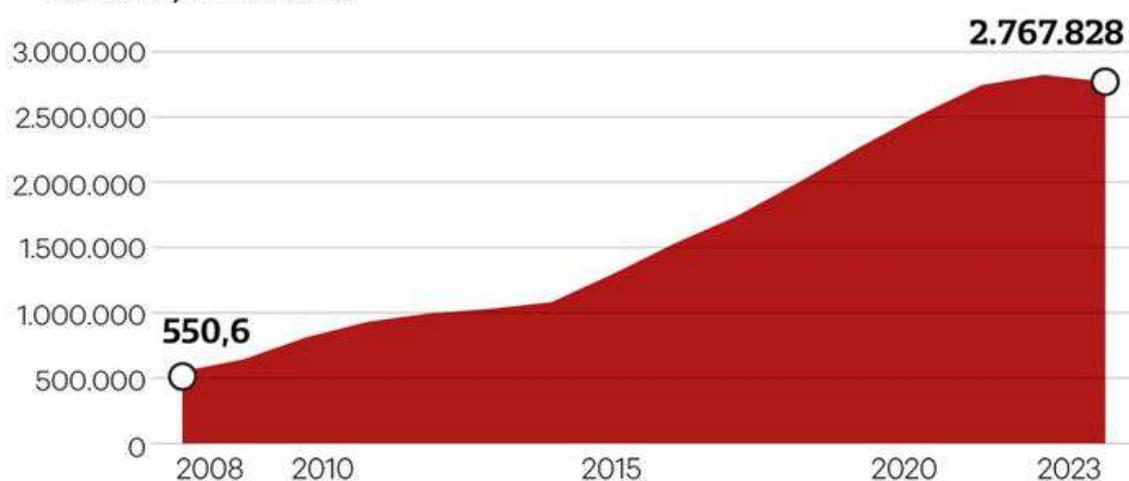
Grand Frais est un groupement d'intérêt économique (GIE) qui rassemblait à son origine Prosol, pour les fruits, les légumes, la crèmerie, les bouchers lyonnais Despinasse et Euro Ethnic Foods, le spécialiste de l'épicerie et des produits du monde des frères Léo et Patrick Bahadourian, racheté par le fonds PAI en 2020. La philosophie de l'enseigne consiste à s'approvisionner auprès de partenaires locaux. C'est ainsi qu'en Ile-de-France, c'est Novoviande et non pas les Despinasse qui gérait les boucheries.

Fruits et légumes, crèmerie, viande, poisson : petit à petit, Prosol intègre tous les métiers de Grand Frais. Le but, non avoué, est de faciliter sa revente par le fonds Ardian. [Plusieurs mises sur le marché ont été effectuées](#), en vain. Difficile pour un distributeur traditionnel ou un investisseur de racheter une marque qui fonctionne en GIE, un statut qui suppose que chaque partenaire donne son accord pour les nouvelles implantations de magasin. Prosol réalise environ 60 % de l'activité de Grand Frais. Un peu plus désormais en région parisienne avec Novoviande. Plus la société se rapprochera des 100 %, plus son potentiel de revente augmentera.

Philippe Bertrand

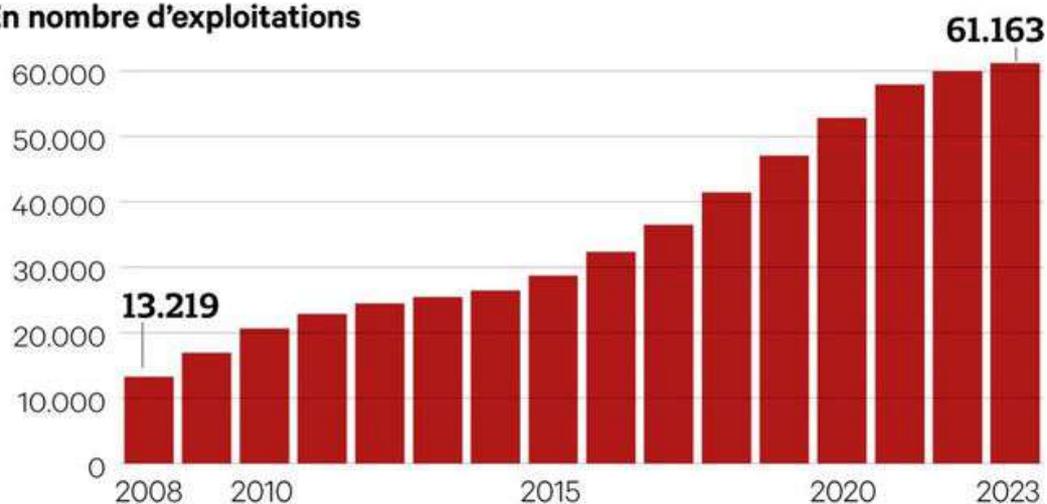
## Moins de surfaces, plus de producteurs engagés en bio

Surfaces, en hectares



Part en bio	2008	2010	2015	2020	2023
	2 %	3 %	4,8 %	9,4 %	10,4 %

En nombre d'exploitations



SOURCE : AGENCE BIO



LIRE AUSSI :

[Les producteurs bio se sentent laissés de côté dans la crise](#)

## Alimentation : 5 choses à savoir sur la mauvaise passe du bio en France

Conséquences, la France a perdu du terrain, avec un recul de 54.000 hectares de production bio (- 2 %). Une menace sur la production qui a conduit jeudi le gouvernement à rehausser de 15 millions les aides aux agriculteurs bio en difficulté. [L'enveloppe atteint désormais 105 millions d'euros, « afin de couvrir la totalité des demandes », a indiqué le ministère de l'Agriculture.](#)

Pour l'instant, malgré une vague de déconversions (5 % de sortants), le solde avec les arrivées reste positif, avec 61.000 fermes en bio. « Nous avons plus de producteurs sur de plus petites surfaces, poursuit la responsable de l'Agence Bio. Nous avons perdu surtout des cultures fourragères et des grandes cultures, à cause du recul des cheptels, mais nous avons gagné de petits maraîchers et de petits vigneron. »

### **Le champagne se met au bio**

En Champagne, le bio représente 8 % des vignobles. « Encore confidentielle il y a peu, cette filière champenoise a connu un gigantesque bond, avec une surface bio qui a plus que quintuplé ces cinq dernières années », se réjouit Jérôme Bourgeois, président de l'Association des producteurs bio. 649 domaines se sont engagés. « Alors que les ventes de champagne s'essouffent, nous continuons de progresser, avec 60 % des ventes à l'export, poursuit le viticulteur. Le prestige de notre appellation et ses capacités d'investissement doivent conduire le champagne à être une tête de pont du secteur ». Pour augmenter cette certification, l'interprofession a mis en place une réserve individuelle qui permet aux vigneron en cas d'aléas de compenser une année déficitaire en gardant une année de récolte en réserve.

**Dominique Chapuis**

## Comment Carrefour va intégrer Cora et les supermarchés Match

Grâce à la dérogation accordée par l'Autorité de la concurrence, Carrefour a pris les clés du groupe régional dont il a annoncé l'acquisition il y a un an. Les hypermarchés Cora prendront l'enseigne Carrefour. Les supermarchés Match conserveront leur marque.

Ajouter à mes articles

Commenter

Partager

[Auchan](#)

[Carrefour](#)



Ce sont 17.000 employés de Cora et Match qui intègrent le groupe Carrefour. (Fred Marvaux/REA)

Par [Philippe BERTRAND](#)

Publié le 1 juil. 2024 à 17:45 Mis à jour le 1 juil. 2024 à 18:19

**PREMIUM** Votre abonnement Premium vous permet d'accéder à cet article

Pour se convaincre de l'importance de l'opération, il suffit de rappeler que ce sont plus de 22.000 personnes qui vont changer d'employeur. Carrefour a officialisé ce lundi la finalisation du rachat des 60 hypermarchés Cora et des 115 supermarchés Match au groupe Louis Delhaize de la famille Bouriez.

« Il s'agit de la plus grosse opération de croissance externe de Carrefour depuis la fusion avec Promodès », commente Alexandre Bompard, le PDG de Carrefour.

### Un bloc de 2,4 % de part de marché

Ce sont 2,4 % de part de marché de la distribution en France qui changent de mains, soit autant que lors de la cession des [400 supermarchés et hypermarchés Casino à Intermarché et Auchan](#).

Carrefour ayant récupéré une trentaine de Casino au passage et repris une douzaine de Marché Frais, le groupe augmente sa part de marché de 3 %. Un enjeu majeur pour ne pas se laisser distancer par Leclerc (qui caracole en tête du secteur avec 24,3 % de part de marché selon Kantar) et rattraper par Intermarché (16,2 %). Avec Cora et Match, Carrefour atteint les 22 %.

**LIRE AUSSI :**

## [Commerce : la victoire par KO du modèle de la coopérative](#)

### **130 millions de synergies**

L'opération, effectuée sur la base d'une valeur d'entreprise de 1,05 milliard d'euros, devrait contribuer à faire progresser de 130 millions d'euros en rythme annualisé à horizon 2027 l'Ebidta de Carrefour, une fois amortis les coûts d'intégration estimés à 250 millions.

« Les synergies seront essentiellement commerciales », précise Alexandre Bompard, qui mise sur l'implantation des marques Carrefour et promet une baisse de prix chez Cora de 10 % sur 3.000 références. La centrale d'achat de Cora, Provera, sera intégrée à celle de Carrefour. Les 5,2 milliards de chiffre d'affaires qu'apporte la fusion donneront au nouvel ensemble de meilleures conditions d'achat.

**LIRE AUSSI :**

## [Carrefour : dans les coulisses d'une année hors norme avec Alexandre Bompard](#)

« Pragmatique », le PDG de Carrefour a indiqué que les supermarchés Match ne changeraient pas d'enseigne, même s'ils vendront des produits Carrefour. Le repreneur tient compte de la notoriété de la marque Match dans ses régions d'implantation, ainsi que de son expertise en matière de produits frais et de « fait maison ». Les Cora prendront, eux, le panonceau Carrefour entre octobre et novembre prochains.

Signe d'une « intégration amicale » (dans un courrier au personnel, Alexandre Bompard lui souhaite « la bienvenue dans la famille Carrefour »), les directeurs des deux réseaux conserveront leur poste.

### **Egalité de traitement**

Le « closing » du rachat de Cora a été rendu possible par [la dérogation que l'Autorité de la concurrence a accordée au titre du contrôle des concentrations](#). L'antitrust français, qui a donné une même dérogation à Intermarché et Auchan pour les magasins Casino, a argué de « l'égalité de traitement » entre les opérateurs.

Carrefour avait besoin de prendre pied chez Cora et Match cet été, afin de préparer le quadrimestre de forte intensité commerciale qui s'étend de la rentrée scolaire à Noël. Les dirigeants de Carrefour estiment que l'Autorité de la concurrence rendra sa décision définitive « au premier trimestre 2025 ». [A cette date, cela fera dix-huit mois que le rachat aura été annoncé...](#)

**LIRE AUSSI :**

## [Atacadao, l'arme anti-inflation brésilienne que Carrefour dégage en France](#)

Le groupe dirigé par Alexandre Bompard ne craint pas devoir revendre beaucoup d'unités. Les magasins Cora et Match « sont, essentiellement situés dans les régions Grand Est et Nord de la France où Carrefour est historiquement peu présent », précise le communiqué publié. Les 22.000 employés français du groupe Louis Delhaize attendaient de rejoindre Carrefour. La période d'attente entre l'annonce de la vente, le 13 juillet 2023, et sa finalisation n'était bonne ni pour la motivation, ni pour les affaires.

Selon le magazine « LSA », les ventes de Cora ont fléchi de 3 % en 2023, mais le PDG de Carrefour a précisé ce lundi qu'aucune baisse de prix n'avait été demandée aux vendeurs.

**Philippe Bertrand**

## Casino transfère 66 supermarchés à Auchan et Intermarché

Le distributeur stéphanois a annoncé la cession de 66 magasins dont une très grande partie de supermarché au groupement Les Mousquetaires et à Auchan Retail France, conformément à l'accord prévu le 24 janvier. Au printemps, le groupe s'était déjà séparé de plus de 200 établissements.

[Ajouter à mes articles](#)

[Commenter](#)

[Partager](#)

[Auchan](#)

[Casino](#)



Le distributeur Casino a annoncé mardi la cession de 66 magasins grand format au groupement Les Mousquetaires et à Auchan Retail France. (Syspeo/SIPA)

Par [Enrique Moreira](#)

Publié le 2 juil. 2024 à 09:49 Mis à jour le 2 juil. 2024 à 10:33

Votre abonnement vous permet d'accéder à cet article

La grande braderie suit son cours chez Casino. Le distributeur stéphanois, poids moyen de la grande distribution en grande difficulté financière avant son rachat par [le milliardaire tchèque Daniel Kretinsky](#), poursuit la cession d'une partie de ses enseignes. Le groupe annonce, ce mardi, la cession de 66 magasins supplémentaires au groupement Les Mousquetaires et Auchan Retail France.

L'opération intervient après [la vente de plus de 200 hypers et supermarchés](#) au printemps : 121 magasins cédés [fin avril à Auchan](#), Les Mousquetaires et Carrefour, puis 90 fin mai à Auchan et Les

Mousquetaires. Cette troisième vague est un petit peu moins grande que prévu dans le cadre des accords passés avec ses concurrents les 24 janvier et 8 février 2024.

### **LIRE AUSSI :**

[Casino annonce le plus grand plan social depuis le début de l'année en France, de 1.200 à 3.200 postes supprimés](#)  
[Le sauvetage de Casino par Daniel Kretinsky définitivement validé](#)

Initialement, l'arrangement prévoyait la cession d'un total de 76 magasins lors de cette nouvelle opération. Mais « 10 magasins, pour lesquels les conditions suspensives n'ont à ce jour pas été levées dans les temps, feront l'objet d'une cession différée », indique [Casino dans son communiqué](#).

### **213 millions d'euros**

Dans le détail, Les Mousquetaires ont racheté 35 supermarchés et 1 Spar, et Auchan Retail France 28 supermarchés et 2 drives. L'opération a été « réalisée sur la base d'une valeur d'entreprise des magasins cédés de 213 millions d'euros », affirme Casino.

Le groupe assure par ailleurs que les repreneurs « se sont engagés à reprendre l'ensemble des contrats de travail des salariés affectés aux magasins et aux stations-service ». Mais aussi à « maintenir à l'égard des salariés affectés aux magasins, les dispositions et avantages résultant du statut collectif Casino pour une durée minimale de 15 mois à compter de la date de réalisation de la cession ».

### **LIRE AUSSI :**

[REPORTAGE - Casino : Saint-Etienne voit arriver Daniel Kretinsky avec flegme](#)  
[Le plan de sauvetage des nouveaux dirigeants de Casino](#)

Un dernier point très important pour les syndicats, le statut des employés du groupe stéphanois étant souvent mieux disant que la moyenne de la branche. Par ailleurs, Les Mousquetaires comme Auchan se sont engagés à « favoriser la candidature de collaborateurs du groupe Casino sur des postes disponibles ou à leur offrir la possibilité de devenir chef d'entreprise d'un magasin ».

### **Participation contrôlante**

Le distributeur indique enfin « avoir cédé au groupement Les Mousquetaires sa participation contrôlante de 51 % dans 5 hypermarchés ». Dans ces points de vente, Les Mousquetaires détenaient déjà une participation non contrôlante de 49 % depuis le 30 septembre 2023.

[La précédente direction du groupe Casino](#), en proie à un lourd endettement, avait multiplié les cessions, y compris la vente de la quasi-totalité des magasins grand format. L'activité constituait pourtant le cœur historique du distributeur stéphanois.

**Enrique Moreira avec agence**

# Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

## « Concurrence déloyale des abattoirs communautaires », Quintin Viandes ferme

L'abattoir qui traite des bovins, porcs, ovins et caprins dans les Côtes d'Armor va fermer ses portes, une décision soudaine.

Publié le 26 juin 2024 - Par [Virginie Pinson](#)



Pascale Thebault, rencontrée au dernier congrès de Culture Viande, dirige avec son mari Henri la société Quintin Viandes

© Les Marchés

L'abattoir **Quintin Viandes**, situé à **Quintin** dans les **Côtes-d'Armor** vient d'annoncer, par communiqué, fermer ses portes ce vendredi 28 juin. L'abattoir centenaire prend cette décision soudaine dans un contexte difficile.

Lire aussi : [Viande : Où sont les abattoirs menacés de fermeture en France, et pourquoi ?](#)

## Fortes hausses des coûts pour les abattoirs

Le communiqué fait état de la hausse des charges, des difficultés de recrutement et de la surenchère administrative, « Face aux augmentations drastiques des coûts énergétiques, de traitement des eaux et des charges de personnel, il est impossible de répercuter ces hausses sur les prix de vente tout en restant compétitifs sur le marché » peut-on lire dans le communiqué qui évoque la « concurrence déloyale des abattoirs communautaires ».

## « Les abattoirs communautaires (...) ont créé une compétition inégale »

Il précise « les abattoirs communautaires, bénéficiant d'aides financières, ont créé une compétition inégale, attirant nos clients et nos salariés avec des offres que nous ne pouvions égaler ».

Sur ce point, le président de Culture Viande, Yves Fantou, avait alerté en février dernier, « *Il n'est pas acceptable que dans un même secteur d'activités cohabitent des outils et des installations qui ne supportent pas les mêmes coûts réels de construction ou de fonctionnement. L'activité d'abattage est une activité économique qui doit trouver son équilibre sur un marché concurrentiel* ».

Le résultat net de l'abattoir Quintin Viandes s'est très rapidement dégradé en 2023, passant 47 100 euros à -79 100 euros en un an. L'entreprise s'était endettée en 2021 pour investir dans un nouvel atelier de découpe.

### L'atelier de découpe et la boutique ferment aussi

L'atelier de découpe et la boutique de **Saint-Brandan**, qui commercialise les viandes à marque « les viandes d'Henri » ainsi que les charcuteries préparées sur place, vont aussi fermer le 13 juillet. Pascale et Henri Thébaud avaient repris l'entreprise en 2001 et employaient 35 salariés.

### Les élus de Quintin déplorent des dégâts sur la filière locale

« Nous déplorons les raisons qui ont conduit à cette décision des dirigeants devenue inéluctable, dénonçant l'excès permanent de certaines administrations ainsi qu'une concurrence déloyale produite par des outils gérés par des collectivités », écrivent dans un communiqué publié mardi soir les élus de Quintin. Cette surenchère administrative, qualifiée de « harcèlement » dans le communiqué de Quintin Viandes, « a eu un impact négatif sur la santé et la motivation de notre personnel ».

## « Nous déplorons (...) l'excès permanent de certaines administrations »

Les élus continuent « Nous rappelons que cet outil privé est un outil au service des acteurs locaux que ce soit les collectivités, les producteurs mais également les associations. Avec cette fermeture, c'est toute la filière locale qui est mise à mal. »

# Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

## Importations ukrainiennes : les droits de douane rétablis pour l'œuf et le sucre

Le frein d'urgence sur les importations ukrainiennes est activé, les droits de douanes sur les œufs et le sucre importés d'Ukraine sont rétablis au 2 juillet.

Publié le 1 juillet 2024 - Par Virginie Pinson



Le sucre et les œufs ukrainiens sont de nouveau soumis à des droits de douane dans l'UE

© Généré par l'IA

Le CNPO l'avait annoncé, la Commission européenne le confirme ce 1<sup>er</sup> juillet, le mécanisme de « **frein d'urgence** » sur les **importations en provenance d'Ukraine d'œufs** sera activé demain, 2 juillet, même schéma pour le sucre. Ces deux produits suivent ainsi l'avoine, dont le frein avait été activé le 18 juin.

Lire aussi : [Volaille : comment le modèle ukrainien des méga-fermes s'introduit en Europe](#)

## Quels prochains quotas pour l'œuf et le sucre d'Ukraine

L'accord de partenariat économique UE-Ukraine renouvelé le 6 juin dernier, avait intégré un mécanisme de frein d'urgence si les importations dépassent la moyenne annuelle enregistrée entre le 1<sup>er</sup> juillet 2021 et le 31 décembre 2023. Ce qui donne un plafond à 23 188,96 tonnes pour les œufs et 262 652,68 tonnes pour le sucre. Dorénavant, pour ces produits, ce sont les droits de la nation la plus favorisée qui s'appliqueront jusqu'à la fin de l'année. Pour la période allant de janvier 2025 au 5 juin 2025, un nouveau quota sera mis en place, de 9 662,07 tonnes pour les œufs et 109 438,62 tonnes pour le sucre.

# Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Viande : « Il faut redonner à tous les maillons de la chaîne des leviers de compétitivité »

Hélène Courades, directrice de Culture Viande, revient pour Les Marchés sur les grands enjeux de la filière viande, décapitalisation, stratégie abattoir, loi Egalim.

Publié le 27 juin 2024 - Par [Virginie Pinson](#)



Hélène Courades est la nouvelle directrice de Culture Viande, depuis le mois d'avril, où elle succède à Paul Rouche, parti en retraite.

© Culture Viande

**Hélène Courades** est la nouvelle directrice générale de **Culture Viande**, le syndicat qui fédère les entreprises françaises des viandes. Dans un contexte économique, politique et social incertain, elle revient pour Les Marchés sur les principaux enjeux actuels de la **filière viande** alors même qu'au moins un abattoir ferme chaque mois depuis septembre 2023.

Lire aussi : [Où sont les abattoirs menacés de fermeture en France, et pourquoi ?](#)

**Les Marchés : Vous arrivez dans une filière avec de nombreux enjeux, quelles sont les priorités ?**

Hélène Courades : Les enjeux sont multiples. Le premier est évidemment d'enrayer le phénomène de **décapitalisation** croissante des cheptels, toutes espèces confondues.

## Le premier est évidemment d'enrayer le phénomène de décapitalisation croissante des cheptels, toutes espèces confondues.

Depuis 2016, nous avons perdu plus d'un million de vaches. Concernant notre maillon, cœur de filière, 2024 va être la quatrième année consécutive de **baisse des abattages**. Beaucoup d'abattoirs ne tournent plus que sur quatre jours par semaine. Il faut endiguer ce phénomène qui fragilise les entreprises.

## 2024 va être la quatrième année consécutive de baisse des abattages.

On constate également d'importantes difficultés à recruter pour les entreprises du secteur. Nous devons redonner de l'attractivité à nos métiers et être fiers de travailler dans ce secteur !

### Les Marchés : La loi EGalim répond-elle à ces enjeux ?

Copier un même modèle de contractualisation d'un secteur agricole à un autre ne peut pas fonctionner. Si l'objectif était louable, sa traduction n'a fait qu'amener de la complexité, en tout cas pour nos **filières viandes**. Nous sommes très différents des autres industries agroalimentaires dont le schéma, en général, est celui d'assembler plusieurs produits ensemble, quand le nôtre est le désassemblage.

## Nous sommes très différents des autres industries agroalimentaires

À noter également que les **contrats Egalim** concernent le premier acheteur qui, souvent, n'est pas l'outil d'abattage/découpe/transformation (cela peut être des groupements, des négociants et marchés aux bestiaux). Et, dans tous les cas de figure, l'indicateur des coûts de production s'appuie aujourd'hui sur l'indicateur Idele qui devrait sans doute être réactualisé.

Lire aussi : [« Concurrence déloyale des abattoirs communautaires », Quintin Viandes ferme](#)

Alors que le taux de contractualisation global dans la filière bovine atteint les 45%, les contrats Egalim plafonnent entre 3 et 5% maximum.

### Les Marchés : Maintenant, quid d'Egalim 4 ?

Le Premier ministre a confié le 22 février 2024 aux députés Anne-Laure Babault et Alexis Izard une mission visant à évaluer une potentielle évolution du cadre législatif et réglementaire des lois Egalim et, plus globalement, des négociations commerciales. [La note a été publiée malgré l'arrêt de leur travail par la dissolution.](#)

## Il convient d'abord de tirer les leçons des blocages actuels au développement de la contractualisation

Elle est intéressante en ce qu'elle rappelle des réalités importantes pour notre secteur : le besoin de compétitivité de l'ensemble des maillons de la chaîne, le besoin d'investissement dans nos industries ralenties par la pression sur les prix des distributeurs, et le risque de rigidifier les relations commerciales producteurs/industriels en rajoutant de nouvelles obligations alors qu'il convient d'abord de tirer les leçons des blocages actuels au développement de la contractualisation.

Lire aussi : [Egalim 4 : les 5 propositions des députés en charge de l'évaluation de la loi](#)

Enfin, il faut rappeler que la grande distribution, par son extrême concentration, bénéficie déjà d'un avantage évident dans les négociations commerciales. Elle n'est pas non plus soumise pour ses MDD (Marques Distributeurs) à respecter Egalim, en procédant via le mécanisme d'appels d'offres où bien souvent le principal critère de choix reste le prix en dépit de cahiers des charges toujours plus exigeants.

Lire aussi : [Décapitalisation, Egalim, crise des abattoirs, tensions avec la GMS, Jean-Paul Bigard s'explique face aux députés](#)

Ce contexte de prix d'achat élevé aux producteurs conjugué à la pression de la grande distribution se reflète directement dans les marges nettes de nos entreprises. Elles ont beaucoup reculé. Selon le dernier rapport de l'Observatoire des Formations de Prix et de Marges (OFPM), pour la viande bovine, la **marge nette** est passée de 1,2 % à 0,8 % entre 2021 et 2022 tandis que pour la viande porcine : la marge nette est passée de 2 % à 0,5 % entre 2021 et 2022. Ce sera pire pour 2022 et 2023 avec vraisemblablement un résultat net moyen avant impôt en négatif.

## Ce sera pire pour 2022 et 2023 avec vraisemblablement un résultat net moyen avant impôt en négatif

Le maître-mot que ce soit sur le marché intérieur ou à l'export reste la **compétitivité**. Il faut pouvoir redonner à tous les maillons de la chaîne des leviers de compétitivité.

Lire aussi : [Abattoirs : pourquoi Culture Viande demande un audit obligatoire sur le bien-être animal](#)

### Les Marchés : Comment va la filière porc ?

Hélène Courades : Il y a quelques semaines, je vous aurais répondu que le porc montrait des signes de stabilisation. Mais nous sommes inquiets de [l'annonce d'un cas de peste porcine africaine en Allemagne](#), loin des zones concernées auparavant. En cette période de mouvements de population avec l'Euro de football et les Jeux Olympiques, nous devons être très vigilants. Il y a aussi le contexte chinois. [L'enquête anti-dumping menée par la Chine](#) est un autre point de vigilance. Depuis que l'UE a annoncé taxer les véhicules électriques chinois, les autorités chinoises ont lancé une enquête visant à augmenter les droits de douane sur les produits de porc venant de l'UE. C'est une vraie guerre commerciale.

### Les Marchés : Où en est la stratégie abattoir ?

Hélène Courades : La [mise en œuvre de la stratégie a été confiée aux DRAAF](#) (Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt). Chaque région a pris la main, avec une manière de faire assez différente d'une région à l'autre. Il faudra que le prochain gouvernement reconfirme l'orientation de ces travaux. Et l'articuler avec le plan de souveraineté demandé aux filières agricoles afin d'avoir des approches cohérentes par filière et par bassin de production.

Lire l'édito : [Agroalimentaire : la Chine va moins bien, prudence !](#)

Culture Viande fédère 300 entreprises exerçant leurs activités dans les métiers de l'abattage-découpe-préparation et commerce en gros des viandes, bovine, porcine, ovine, caprine, équine et des produits tripiers. Elles emploient plus de 36 000 salariés partout en France, pour un chiffre d'affaires global de 14 milliards d'euros. [Depuis septembre dernier, Culture Viande est présidée par Yves Fantou.](#)

# Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

## La cotation du porc continue sa hausse en France

La cotation établie sur le Marché du porc français augmente semaine après semaine. Elle est reconduite plus au Nord de l'Europe.

Publié le 28 juin 2024 - Par [Sheila Kolani](#)



La cotation du porc continue sa hausse en France et en Espagne tandis qu'elle est reconduite plus au Nord de l'Europe

© Armelle Puybasset

En semaine 26, deux tendances se distinguent toujours dans les principaux bassins de production de **porc** de l'**Union européenne**. Au Nord, la stabilité des cours est de mise, tandis que les références continuent de progresser plus au Sud.

## Stabilité de la référence du porc en Allemagne

En **Allemagne**, la référence est inchangée depuis 17 semaines consécutives. La **cotation** se maintient à un haut niveau. L'offre porcine chute. Les prix à la **consommation** suivent aussi cette évolution selon l'Ami. Les achats de substituts de viandes progressent (+5 %) début 2024 après une stagnation au cours de l'année précédente. Cette semaine, la demande reste mesurée bien que quelques impulsions soient observées en échine et en épaule, utiles pour les grillades. L'Euro vient aussi stimuler un peu la demande, notamment lors des projections publiques de match de foot.

[Lire aussi : Porc : pourquoi le néerlandais Vion mise sur le Benelux plutôt que sur l'Allemagne](#)

Actuellement, le cas de **peste porcine africaine** identifiée dans une ferme porcine au Nord du pays, tout près de la frontière avec la Pologne n'a pas déstabilisé le marché. Pourtant « les porcs de cette ferme sont allés dans un abattoir de Vion et de Tonnies, les services vétérinaires ont fermé ces abattoirs pour procéder à des vérifications durant deux à trois jours », nous apprend Mercolleida.

[Lire aussi : Retour de la peste porcine africaine en Allemagne](#)

## Le Danemark veut gagner en compétitivité sur le marché du porc

Au **Danemark**, la cotation a été reconduite après une baisse en semaine 25 qui a surpris. « La demande européenne en barbecue a été jusqu'à présent très décevante », justifie Mercolleida. « Le pays veut trouver sa compétitivité. Il veut vendre plus dans l'Union européenne et améliorer ses exportations vers les pays-tiers ». A ce stade de l'année, difficile pour le Danemark de s'imposer sur le marché mondial du porc. Même si le prix du porc aux États-Unis connaît quelques hausses, il reste sous les niveaux du danois.

[Lire aussi : Porc : La Chine ouvre une enquête antidumping contre l'Union européenne](#)

## Nouvelles hausses du cours du porc en France

La cotation établie sur le **Marché du porc français** poursuit sa course. Elle a augmenté lors des deux séances de la semaine pour atteindre 2,064 €/kg à la date du 27 juin. C'est le prix le plus élevé en 2024. Pour autant, elle est en dessous de la cotation du 26 juin 2023 (2,294 €/kg). Les abattages et les poids reculent.

[Lire aussi : Porc : la France n'est plus autosuffisante](#)

## L'Espagne a manqué de porcelet

En **Espagne**, le prix du porc est en hausse. Le poids des porcs augmente, un kilo de plus par rapport à la même semaine en 2023. « Il ne fait pas encore chaud ce qui indique que c'est plutôt parce que davantage de porcs sont enlevés par rapport à ceux qui sont entrés il y a quatre mois. Le rythme à l'engraissement à la ferme est plus lent. Il manquait de porcelet il y a quatre mois », constate Mercolleida.

[Lire aussi : Porc : l'interprofession espagnole fait le point sur les difficultés de la filière](#)

# Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Fict : Christiane Lambert présidente du syndicat charcutier

L'éleveuse de porcs du Maine-et-Loire vient d'être élue présidente de la Fict.

Publié le 28 juin 2024 - Par [Virginie Pinson](#)



Christiane Lambert prendra la Présidence de la Fict, à partir du 1er juillet.

© Fict

**Christiane Lambert**, la médiatique ancienne présidente de la **FNSEA** (entre 2017 et 2023), puis du COPA jusqu'au mois de septembre, vient d'être élue présidente de la **Fict**, apprend-on par communiqué. L'éleveuse de **porcs** dans le Maine-et-Loire, qui est en train de passer la main à son fils sur l'exploitation, rejoint ainsi un syndicat centenaire. La Fict représente 300 entreprises de charcuterie-traiteur, sur tout le territoire et de toutes tailles. Le secteur traverse actuellement une crise, en lien avec la flambée des coûts de production en 2022 (matières premières, énergie, salaire), ainsi que l'évolution des habitudes de consommation et la baisse de l'offre de porc en Europe.

Lire aussi : [Charcuterie-traiteur : trop de défaillances d'entreprises](#)

« Convaincue qu'il ne peut y avoir d'agriculture forte sans industrie forte, je suis fière de m'engager aujourd'hui à leurs côtés pour porter les enjeux de compétitivité du secteur de la transformation française et de pérennité de tous les acteurs de la filière », déclare Christiane Lambert dans le communiqué. Elle succède à **Martine Leguille-Balloy** qui avait pris ses fonctions en mars 2023 et qui se représente pour législatives en Vendée sous l'étiquette Renaissance.

# Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

## Les préoccupations environnementales sur l'alimentation ont reculé, mais à quel point ?

Le lien entre environnement et consommation a montré plusieurs évolutions entre 2021 et 2023.

Publié le 3 juillet 2024 - Par Sheila Kolani



Le poids du critère environnemental recule dans l'acte d'achat entre 2021 et 2023.

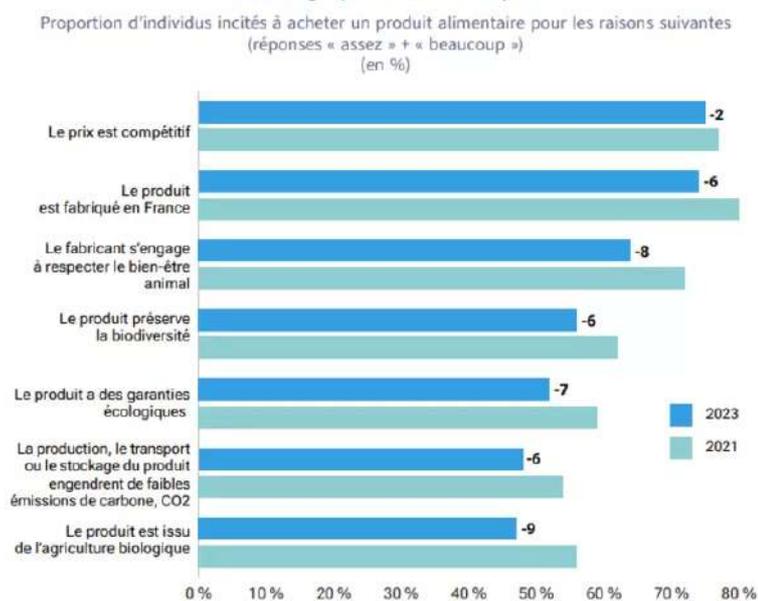
© Virginie Pinson

Quels sont les critères d'**achats durables** dans l'**alimentation** se demande le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc) dans une note parue en juin. Pour y répondre le centre s'appuie sur les résultats de l'enquête "Comportements et attitudes alimentaires en France de 2021 à 2023".

### Les consommateurs recherchent le prix, pas le durable

Alors que l'alimentation représente un quart de l'empreinte carbone de la France estime Crédoc, la recherche d'une alimentation durable a reculé entre 2021 et 2023. L'**inflation** et les baisses des préoccupations **environnementales** sont pointés du doigt. Les **consommateurs** ont davantage rechercher la compétitivité. Les incitations d'ordre environnemental ont nettement reculé en 2023 par rapport à 2021. L'envie d'acheter des aliments issus de l'**agriculture biologique** accuse un recul de neuf poids.

## Entre 2021 et 2023, l'appétence à acheter des produits alimentaires durables baisse davantage que l'attention au prix



Source : CRÉDOC, enquêtes CAF 2023 et CAF 2021 - Base : individus (3967 individus en 2023).

Lecture : Si, entre 2021 et 2023, les Français sont presque aussi nombreux à être incités à l'achat d'un produit en raison d'un prix attractif (-2 points), ils ont été nettement moins nombreux à être incités par des critères comme l'origine française du produit (-6 points), le bien-être animal (-8 points) ou le bio (-9 points).

Cette tendance est plus marquée chez les ouvriers. Près de 37 % disent être beaucoup ou assez incités à acheter bio, contre 46 % des employés et 61 % des cadres.

Lire aussi : Crise du bio : « Nous sommes beaucoup trop dépendant de la consommation à domicile »

## Trois profils de consommateurs sur l'environnement

### Les “engagés”

L'étude distingue plusieurs profils. Les “engagés” ceux qui allient aspirations et mènent des actions en faveur de l'environnement. Ce groupe compte 51 % des Français. On y retrouve surtout les femmes les plus âgées, les couples sans enfants, les cadres et les foyers qui déclarent les plus hauts revenus. Notons tout de même que ce groupe a reculé de cinq points entre 2021 et 2023.

### “Les empêchés”

Les “empêchés” qui aspirent à une consommation durable sans avoir la possibilité d'agir comme ils le souhaiteraient. Les obstacles sont souvent d'ordre financiers, logistiques. Ce groupe a gagné deux points entre 2021 et 2023.

### “Les éloignés”

Les “éloignés”, “ils se distinguent par une absence tant d'aspirations que de comportement durables” par choix, manque de moyen, d'information. Dans cette catégorie sont surreprésentés, les hommes entre 45 et 54 ans, les ouvriers ainsi que les ménages les plus modestes. Ce groupe a pris trois points en deux ans.

## TROISIEME PARTIE : L'ACTUALITE TECHNIQUE, JURIDIQUE & REGLEMENTAIRE

**L'Officiel**  
des transporteurs

Condamnation de Deliveroo : « L'ubérisation du secteur de la course connaît un coup d'arrêt »

Publié le : 25.06.2024 Par : Propos recueillis par Marie Albessard Lecture : 2 min.



En 2022, Deliveroo était condamné pour travail dissimulé, après qu'une centaine de livreurs les avait attaqué au pénal. Il s'agissait du premier procès pénal en France sur le statut des livreurs. Deliveroo avait fait appel mais début juin, l'entreprise s'en est désisté, rendant sa condamnation (375 000€ d'amende) définitive. Le SNTL (syndicat national du transport léger) s'était porté partie civile. Alexandre Fontana, son délégué général, réagit pour L'Officiel des transporteurs.

**Pourquoi le SNTL, ainsi que quatre autres syndicats, s'était porté partie civile dans ce procès contre Deliveroo ?**

Parce que Deliveroo constitue, pour le SNTL, une forme de concurrence déloyale, puisque ce sont des travailleurs indépendants qui roulent pour la plateforme. Nous considérons que ces plateformes sont des commissionnaires de transport, mais elles se dédouantent des responsabilités qui incombent aux commissionnaires et aux transporteurs. En nous portant partie civile, nous souhaitons défendre le modèle de l'entreprise de transport.

Il y a néanmoins un décalage entre le temps politique et le temps judiciaire car le procès portait sur des faits antérieurs à 2017. Depuis, il y a eu la loi LOM et les gouvernements successifs ont facilité une forme d'uberisation du secteur.

### **Comment le SNTL a réagi à l'annonce du verdict ?**

Le SNTL se félicite de ce verdict, qui confirme celui d'il y a deux ans. Entre temps, au niveau européen, la directive plateforme, assez dure puisqu'elle instaurait une présomption de salariat, a été portée par l'Espagne et la Belgique. Mais ces dernières années, nous avons assisté au lobbying intense de la France contre celle-ci. Elle a finalement été adoptée par le Conseil européen, puis par le Parlement fin avril, mais dans une version beaucoup plus soft. Malgré tout, dans cette temporalité, on voit un signe positif : d'abord il y a cette directive qui met en place une présomption de salariat, puis des mesures qui imposent aux plateformes de ne plus avoir une gestion uniquement numérique des courses. On a vu qu'au Parlement européen, tout le monde a finalement voté la directive. Les résultats des élections européennes, puis la dissolution rebattent encore les cartes. Tout cela, et Deliveroo qui s'est désisté de l'appel, c'est le signe d'une ère nouvelle. L'ubérisation du secteur connaît un coup d'arrêt.

### **Comment continuez-vous à agir contre cette ubérisation du secteur ?**

Aujourd'hui, nous sommes engagés dans d'autres procédures judiciaires, contre Stuart, Take eat easy, Frichti, Foodora. Mais le temps judiciaire est long et ce combat est chronophage et coûteux.

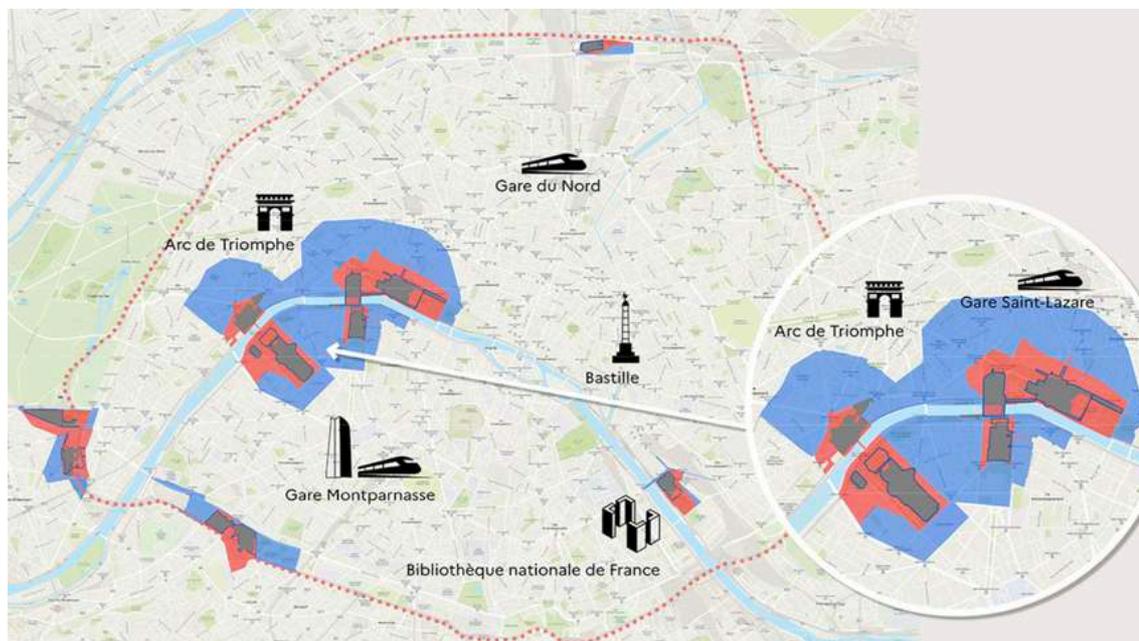
Nous nous mobilisons donc en parallèle sur d'autres combats : nous l'étions sur cette directive européenne, nous le sommes maintenant sur les cotisations sociales. En effet, dans le projet de loi de financement de la sécurité sociale, l'article 6 permet que les plateformes paient les cotisations et contributions sociales des travailleurs. Selon le rapport 2023 du Haut conseil du financement de la protection sociale, les microentreprises travaillant pour des plateformes de livraison sont les championnes de la fraude !\* Lorsque les plateformes devront payer les cotisations sociales, cela mettra du plomb dans l'aile à leur modèle économique car ça leur coûtera 18 à 20% de plus. La mise n oeuvre est prévue pour 2027, nous poussons pour qu'elle soit plus rapide.

\*Selon cette étude, 49% des autoentrepreneurs n'ont déclaré aucun chiffre d'affaires à l'Urssaf et 34% déclarent un CA inférieur à celui des plateformes.

## [Dossier JOP Paris] Anticipation, réactivité, flexibilité comme mots d'ordre pour assurer la logistique urbaine

urbaine

Publié le : 26.06.2024 Par : Florence Falvy Lecture : 3 min.



*Crédit photo Mairie de Paris*

**Toutes les perturbations que génèreront les Jeux Olympiques obligent les transporteurs à prendre des dispositions pour être fin prêts le jour J. Mais entre incertitudes sur les niveaux d'activité ou sur la possible mise en place de nouvelles réglementations en dernière minute, l'organisation s'annonce fastidieuse.**

« Il y a deux mots d'ordre : anticipation et réactivité », confirme Olivier Mirio, Sales et Marketing director chez XPO Logistics (7 000 collaborateurs - 3 000 véhicules - 1,217 milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2023). En juillet aussi, l'entreprise connaît un pic d'activité, notamment dans la distribution à la palette. « Nous nous y préparons depuis près d'un an avec un groupe de travail spécifique en interne dont le noyau dur est composé d'une dizaine de personnes. Nous avons également interrogé nos clients sur leurs attentes et besoins et organisé un webinar le 14 mai (100 clients inscrits) pour expliquer en détail la manière dont nous avons anticipé cet événement. » Les équipes dédiées à la relation client, qui font l'interface entre l'exploitation et les clients, ont également été renforcées avec 10 à 20 % de personnes supplémentaires.

### Une période qui s'annonce critique

Au moment de la cérémonie d'ouverture, l'activité sera également très forte chez Heppner. « La période s'annonce critique », craint Sébastien Loddé, directeur de la Messagerie France, qui ajoute : « Nous avons sollicité nos clients avec de faire le point sur leurs prévisions pendant les JO mais force est de constater que c'est difficile d'avoir une image fidèle. Nous

nous attendons à avoir une légère augmentation des volumes, notamment en pharma, mais c'est difficile de la quantifier précisément. Peut-être 10 % », estime-t-il avec prudence. Chez Heppner, aussi, l'anticipation a été de rigueur. Depuis l'été 2023, un groupe de travail pluridisciplinaire, mêlant des compétences RH, juridique et marketing, aux côtés des opérationnels, s'est mis à l'œuvre pour travailler sur les JO. « Par exemple, il a fallu réorganiser les congés, anticiper certains, en décaler d'autres, afin d'avoir les ressources humaines nécessaires. » Cette restriction de congés va concerner essentiellement l'agence de La Courneuve proche du village olympique (où 54 personnes œuvrant en messagerie nationale sont concernées sur 64 salariés) et celle de Rungis (15 à 20 personnes concernées).

## Être "ultra-flexible"

« Il va falloir être ultra flexible », renchérit Guillaume Robert, directeur des Transports Bon, une entreprise de 60 salariés (dont 54 conducteurs) qui partage ses activités entre le transport vrac et l'acheminement de matières dangereuses, notamment (60 moteurs et 100 cartes grises). Pour cette entreprise implantée à Vaudherland (95), le trafic en Ile-de-France représente les trois quarts de l'activité. « Nous appréhendons difficilement cette période à venir et nous nous demandons ce qu'il va bien nous tomber dessus. Je crains que l'État ne change les règles au dernier moment. Nous verrons bien comment nous travaillerons. Il y aura certainement des changements d'un jour à l'autre. Nous devons improviser et faire preuve d'une grande flexibilité. Il va falloir s'adapter au mieux », anticipe le transporteur tout en déplorant « des messages contradictoires » entre les autorités publiques. Et pour lui aussi il sera difficile d'anticiper le volume d'affaires durant cette période estivale. « La majorité de nos clients sont dans le flou. Quasi aucun a la capacité de nous dire leurs besoins. »

## Nouvelle organisation

Malgré tout, l'entreprise essaye d'avancer ou de décaler certaines livraisons et a d'ores et déjà réfléchi à une nouvelle organisation du travail. « A minima, 40 % des conducteurs sont habituellement en vacances durant cette période. Du coup, nous leur avons demandé de décaler leurs congés ou d'en prendre moins. Aurons-nous prévu trop ou pas assez de personnes ? Nous ferons alors comme nous pourrons avec les moyens que nous aurons. » Mais il est certain que les Transports Bon, comme d'autres, vont devoir allonger les kilomètres parcourus et mettre plus de temps à livrer. Ce qui n'est pas sans impacter ses coûts.

Chez Delisle aussi on s'organise. Voilà un an que les équipes ont commencé à se pencher sur le sujet, d'après Antoine Colas, le directeur opérationnel, selon qui l'activité vrac en bennes sera la plus impactée pendant les JO. De plus, d'un point de vue organisationnel, la période s'annonce problématique dans les marchandises conditionnées, une activité pour laquelle le groupe compte de nombreux clients en région parisienne. Car 30 % des conducteurs (sur 110 personnes) sont habituellement absents (congés, arrêts) en juillet. Un chiffre qui grimpe à 45 % en août.

## [Dossier JOP Paris] Des plans de transport chamboulés

Publié le : 27.06.2024 Par : Florence Falvy Lecture : 2 min.



*Crédit photo Mairie de Paris*

**Report de livraison, horaires décalés, augmentation de personnel... Les transporteurs tentent d'organiser leurs flux prévus sur la période des JO en fonction des diverses contraintes.**

Face aux diverses perturbations qu'entraîneront les JO, les transporteurs n'ont d'autres choix que de revoir leurs plans de transport afin de contourner les itinéraires habituels. Par exemple, XPO Logistics a élaboré une nouvelle stratégie de livraison dans Paris. « Nous avons activé plusieurs leviers pour lisser l'activité selon la méthode des 4D : Diminuer les volumes à transporter, Décaler les horaires de trajet, Dévier d'itinéraire et Détourner le mode de transport. Nous avons donc retravaillé nos plans de transport en nous focalisant sur trois départements en région parisienne (75, 93 et 78), estimant que les impacts en province seront plus limités. Nous avons travaillé aussi sur nos plans de capacité en moyens humains (conducteurs et caristes) et pris la décision d'augmenter la quantité de personnel disponible sur la base du volontariat ainsi que nos moyens roulants en misant sur un mix de solutions énergétiques (biocarburant, véhicules électriques). Nous aurons ainsi la capacité de mobiliser une dizaine de véhicules électriques, selon nos besoins », explique Olivier Mirio. Il ajoute : « Nous avons incité nos clients à surstocker autant que possible. Nos sites logistiques en région parisienne seront utilisés comme zone tampon et mis à leur disposition pour constituer des

stocks de proximité. En parallèle, nous encourageons nos clients à faire preuve de plus de flexibilité en décalant les livraisons à J+1 ou J-1. » Olivier Mirio pense être bien préparé mais ne nie pas une certaine appréhension. « Nous comptons sur notre capacité de réaction. Tout ce qui pouvait être anticipé l'a été. A deux mois des Jeux, nous sommes dans les derniers ajustements avec encore quelques incertitudes. »

### **Livraison en horaires décalés**

Si XPO Logistics n'a pas fait le choix d'un plan de report sur des livraisons de nuit, en revanche, c'est le cas chez Kuehne+Nagel qui va gérer la logistique de l'équipe olympique allemande et anglaise. À ce titre, le logisticien va s'occuper notamment du transport du matériel et des équipements des athlètes, des produits alimentaires et gèrera l'infrastructure des compétitions à Paris et en province avec des véhicules électriques. « Pour éviter les nuisances sonores et les congestions liées aux flux, certaines livraisons auront lieu vers 23h30. Cela concernera entre autres le montage d'un chalet place de l'Alma en juin », indique Éric Roignant, responsable de la branche expo & events où un groupe de travail avec les acteurs majeurs de l'Île de France, allant du directeur régional au directeur d'agences (soit une dizaine de personnes), se réunit tous les mois pour affiner l'organisation pendant les JO. L'entreprise doit aussi s'adapter aux horaires d'ouverture et de fermeture du Musée Rodin. « Nous ne pourrons livrer qu'aux horaires de fermeture, seulement du mardi au vendredi entre 7h et 10h, sauf le lundi (jour de fermeture du musée), de 7h à 18h. »

Anticipant les difficultés à livrer dans les zones interdites à la circulation pendant les Jeux Olympiques de Paris, le Groupe Deslile a lui aussi élaboré des stratégies d'adaptation et a prévu de modifier ses horaires de livraison. « Nous allons livrer plus tôt entre 4 heures et 8 heures du matin, contre 6 heures et 11 heures habituellement », indique Antoine Colas. Sa plus grosse crainte : les conditions de circulation. « On s'attend à de forts ralentissements. »

## AUTF : chargeurs et transporteurs face aux mêmes enjeux « carbone »

Publié le : 01.07.2024 Dernière Mise à jour : 05.07.2024 Par : Erick Demangeon Lecture : 4 min.



**La décarbonation du transport suppose que le binôme chargeur-transporteur se renforce. Les schémas durables à venir devront être compétitifs et rentables. Face à ces enjeux, la transition énergétique s'appuiera, au moins pour un temps, sur un mix de solutions selon les grands témoins invités à la soirée AUTF, le 26 juin à Paris.**

Vue sous l'angle environnemental, « la meilleure tonne est celle que l'on ne transporte pas » a rappelé le 26 juin Yves Antoine, directeur logistique du chimiste Arkema. Cette remarque confirme que les chargeurs sont au cœur du processus de décarbonation du transport routier. Au même titre que l'optimisation des plans de transport, le déploiement de solutions neutres, ou bas carbone, suppose une approche collaborative avec les transporteurs, selon

Baptiste Perrissin-Fabert. Pour le directeur général délégué de l'ADEME, c'est dans cet esprit qu'ont été bâtis et sont instruits les programmes de l'Agence tels que l'Extrême défi Logistique ou les appels à projets (AAP) pour soutenir l'électrification des camions. « La première tranche de l'AAP 2024 cible les PME », a-t-il précisé.

## Nouveaux enjeux

Parmi les grands témoins de la soirée, le directeur de XPO France, Bruno Kloeckner, a présenté les innovations des transporteurs en matière de décarbonation et souligné leurs enjeux. Dans le cadre des AAP de l'ADEME, XPO a commandé une centaine de porteurs électriques en 2022, « tous livrés », puis 165 poids lourds électriques dont plusieurs dizaines de tracteurs. Avec les aides actuelles, « le modèle économique fonctionne et les conducteurs y adhèrent ». Pour Bruno Kloeckner, cette transition devra s'accompagner de nouvelles expertises et approches en revanche. Il cite par exemple, l'achat d'électricité ainsi que le possible partage des coûts de recharge et d'installation des bornes avec les clients, dans le cas de transport longue distance avec des tracteurs notamment. Recharger le véhicule chez le client est un modèle à envisager... en plus de la participation des chargeurs au financement de la transition énergétique du mode routier.

## Préserver un mix énergétique

Bien qu'important, le parc électrique indiqué par XPO France « ne pèse que » 10 % de sa flotte moteurs. Aussi, au cours des dix prochaines années au moins, chargeurs, transporteurs et énergéticiens s'accordent-ils sur la nécessité de préserver un mix énergétique compétitif et durable. De l'avis d'Olivier Gantois, président de l'UFIP Energies & Mobilités, « il y aura suffisamment de carburants décarbonés liquides pour tous les usages sur la décennie sous réserve d'une neutralité technologique, d'une stabilité réglementaire et de financement à l'échelle ». Pour illustrer cet enjeu financier, Bruno Kloeckner a présenté l'offre LESS permettant aux clients de XPO d'opter pour du HVO pour leurs transports. En contrepartie, ces derniers s'acquittent d'un surcoût induit par l'utilisation de cette huile végétale hydrotraitée.

À l'heure des conclusions, Baptiste Perrissin-Fabert a confié le lancement par l'ADEME d'une étude sur les EMS. Leur déploiement est défendu tant par les transporteurs que par les chargeurs et les logisticiens. « Dans le but d'objectiver le sujet », a-t-il indiqué, cette étude sera achevée avant la fin de l'année.

## **Denis Dewerd, président commission Route de l'AUTF : « Le manque de visibilité fragilise la relation chargeur-transporteur »**

**L'Officiel des Transporteurs (OT) :** A mi-année, comment analysez-vous l'évolution du marché du transport routier de marchandises en France ?

**Denis Dewerd (D. D.) :** L'offre et la demande semblent s'équilibrer, excepté mai qui a été compliqué pour tout le monde. Traditionnellement sous pression, l'été s'annonce plus tendu

compte-tenu du contexte politique et géopolitique, des JOP et d'une météo capricieuse. Nos modèles de prévision et plannings sont fragilisés et obligent un pilotage à vue. Comme nous, les transporteurs souffrent de ce manque de visibilité.

**OT : Thème de la soirée « Chargeurs », la transition énergétique conditionne de plus en plus les relations des transporteurs avec leurs clients. Comment financer cette transition ?**

**D. D. :** Le changement climatique et la qualité de l'air concernent tout le monde. Relever ces défis communs suppose de disposer des véhicules « verts » et des réseaux énergétiques d'avitaillement adaptés. Le tout à un coût abordable dans un calendrier crédible pour les chargeurs et les transporteurs. Sous couvert de règles européennes harmonisées, nous avons besoin de visibilité et d'une stabilité législative et fiscale. Autour d'un mix énergétique, les solutions viendront du terrain, de la relation chargeur - transporteur avec des durées de contrats adaptés par exemple. Les subventions publiques sont nécessaires, ciblées vers les PME-TPE en particulier pour les aider à investir.

**OT : Les poids et dimensions ainsi que les opérations de manutention sont deux sujets susceptibles de connaître des avancées au second semestre. Quelle est la position de l'AUTF ?**

**D. D. :** Pour les poids et dimensions autour, notamment, des EMS, du transfrontalier à 44 t et des pré et post acheminements combinés à 46 t, la position des chargeurs et des transporteurs converge. Les gains économiques, écologiques et sociaux de ces trois mesures sont évidents avec un partage équitable de la valeur. Pour les EMS, nous proposons d'effectuer des expérimentations sur des axes dépourvus de solutions ferroviaires, après avoir consulté les acteurs du rail. Pour les opérations de manutention réalisées par les conducteurs, les chargeurs plaident pour la liberté contractuelle, indispensable pour traiter la diversité des situations. Pour éclairer le débat, une évaluation et une étude d'impacts sur les conséquences d'une nouvelle réglementation, nous semble être la bonne et la première approche.

## Électrique : jusqu'à 53 % des ventes de camions en France d'ici 5 ans

Publié le : 05.07.2024 Par : Erick Demangeon Lecture : 4 min.



*Crédit photo DR*

**Le déploiement des camions zéro émission sera plus progressif que prévu en Europe sauf en France, selon l'étude Vision'Air. Le maintien d'un mix énergétique diversifié devrait permettre d'atteindre les objectifs de décarbonation fixés au transport routier. Le rythme de cette transition est étroitement lié aux coûts de possession, ou TCO, de chaque motorisation.**

Réduire de 45 % les émissions de CO<sub>2</sub> des poids lourds neufs en Europe d'ici 2030. Ce cap fixé en avril par la Commission européenne est accessible sous conditions, estime Béatrice Plat, directrice de BDO Advisory. Depuis 2020, le consultant simule l'évolution des ventes de poids lourds en fonction de leur motorisation. Baptisée Vision'Air, cette étude réalisée pour la Fédération Française de la Carrosserie croise les expertises de constructeurs de véhicules industriels, équipementiers, énergéticiens et de transporteurs. Selon ses nouveaux résultats dévoilés le 27 juin à Paris, la part des ventes de camions zéro émission, composés de modèles électriques à batteries pour l'essentiel, se situerait entre 35 et 40 % en 2030, contre 2 % aujourd'hui. D'ici 5 ans, jusqu'à 130 000 poids lourds sans émission seraient immatriculés par an en Europe, comparés aux 8 000 vendus l'an passé. Au final, BDO évalue à 6 % le parc européen de camions zéro émission en 2030. Soit plus de 400 000 unités sachant que l'Association européenne des constructeurs automobiles (ACEA) estime la flotte européenne actuelle à 6,5 millions de camions.

### Électrique, hybride et biogaz

Bien que spectaculaire, l'estimation des ventes à hauteur de 35 à 40 % reste inférieure aux ambitions affichées en 2030 par la plupart des constructeurs. Lesquels tablent sur 50 % en effet ! Pour atteindre l'objectif de décarbonation fixé par la Commission, BDO a simulé l'évolution du mix énergétique alternatif « idéale » au cours des 5 prochaines années. Sans disparaître, les motorisations diesel descendraient sous la barre des 30 000 unités contre près de 400 000 en 2023 (95 % des ventes). Avec les poids lourds électriques à

batteries, Vison'Air prévoit une percée des motorisations hybrides diesel-électriques. Elles passeraient d'à peine 400 l'an passé à plus de 111 000 en 2030. Avec l'hypothèse que 100 % du gaz carburant soit bio à cet horizon, les motorisations gaz arriveraient en troisième position avec près de 77 000 unités. Après les véhicules au diesel, suivraient ceux roulant aux biocarburants (13 000) puis à l'hydrogène (11 000) équipés d'une pile à combustible ou d'un moteur à combustion.

## **Vers des technologies et des énergies plus compétitives**

Comparées à la moyenne européenne, les ventes de camions zéro émission seraient supérieures en France, comprises entre 49 et 53 %. « Cette meilleure contribution est due à un prix de l'énergie électrique inférieur à celui des autres pays », explique Béatrice Plat. L'évolution des prix de l'énergie est d'ailleurs l'une des conditions pour accélérer l'électrification du parc européen. Selon l'étude, le prix européen de l'électricité à la pompe diminuerait de l'ordre de 14 % d'ici 2030 « grâce à une détaxation incitative à l'usage et à la baisse du coût de revient des bornes de recharge ». La molécule d'hydrogène à la pompe coûterait elle aussi 17 % de moins. Parallèlement, le diesel et le biogaz augmenteraient d'environ 18 %. Des baisses plus importantes sont attendues sur le prix des batteries. Ils chuteraient de 42 % grâce à des effets d'échelle. Quant à la pile à combustible, son prix serait divisé par deux. L'étude estime enfin que les aides fiscales à l'achat et/ou à l'usage seraient maintenues dans plusieurs pays européens à hauteur de 13 à 18 %.

## **Des TCO encore élevés**

Malgré ces baisses et ces aides, le TCO des véhicules zéro émission resterait supérieur à celui du diesel pour les véhicules à batteries sur longue distance et pour les modèles à hydrogène, quels que soient les usages. Dans le cas d'un tracteur routier, le TCO des motorisations électriques diminuerait de 10 % entre aujourd'hui et 2030. Néanmoins, « il resterait supérieur de 25 % à celui d'un diesel et de 39 % à celui d'un hybride ou d'un gaz », indique-t-on. Dans le cas d'un tracteur à hydrogène équipé d'une pile à combustible, son TCO « restera très élevé par rapport aux autres motorisations, et de 63 % supérieur à celui d'un tracteur électrique ». En parallèle, la sobriété des moteurs au biogaz, diesel et hybrides s'améliorera. Les camions au biométhane consommeraient 6 % de moins que ceux fonctionnant au B7 et l'hybridation permettrait de réduire la consommation de 3 à 10 %. « Même la consommation des véhicules diesel devrait diminuer de 13 % entre 2023 et 2030 » d'après l'étude. Laquelle estime enfin à 500 000 le besoin en bornes de recharge pour alimenter 6 % du parc européen.

## **Concurrence et sanction**

Parmi les autres leviers susceptibles d'accélérer la transition vers des camions zéro émission, Patrick Cholton cite « les péages routiers basés sur les niveaux d'émissions de CO<sub>2</sub> ». Le président de Solutrans estime aussi que la concurrence des poids lourds électriques chinois obligera les constructeurs européens à revoir leur politique de prix. Sans attendre cette concurrence, la Commission européenne a prévu de leur infliger des amendes si leurs nouveaux modèles ne respectent pas les objectifs d'émissions fixés.

## Carburant : Le HVO bientôt disponible en station-service en France !

**2 juillet 2024 Renaud CHASLE Politique & réglementation, Produits & services 3**



**Par un arrêté du 26 juin 2024, le gouvernement français autorise la distribution de carburant HVO en stations-services et non plus uniquement en cuve pour les flottes captives.**

Le texte publié au journal officiel mentionne que « *toute limitation de l'usage du gazole XTL aux seules flottes captives disposant d'une logistique spécifique (cuve) a été supprimée. La distribution de ce carburant en station-service peut donc être autorisée* ».

Cette évolution réglementaire, attendue tant par les producteurs de biocarburant HVO que par les distributeurs historiques et spécialisés, devrait permettre de démocratiser l'usage de véhicules roulant au biodiesel pour tous les transporteurs.

Précisons que le XTL ne sera pas immédiatement distribué en stations car celles-ci devront se doter de cuves dédiées ainsi que de pompes exclusivement réservées à ce biocarburant, ce qui va prendre un peu de temps.

« *Cette évolution réglementaire permet désormais aux transporteurs d'adopter massivement le biocarburant et de rouler « décarboné » en ayant la garantie de pouvoir se ravitailler le long de leurs trajets en non plus uniquement en*

*agence. Nous demandons maintenant au gouvernement d'aller plus loin et de clarifier la situation sur la vignette Crit'Air 1 des véhicules roulant au XTL qui, puisqu'ils peuvent désormais être ravitaillés en station, constitueraient une alternative au camion électrique pour les transporteurs* », déclare **Etienne Valtel**, Dg d'Altens.

Ce dernier ajoute qu'Altens se prépare à approvisionner en PUR XTL les réseaux de stations, en complément de son offre de ravitaillement en cuve, et réfléchit à la création de son propre réseau de stations-services, à terme.

Notons que le B100 n'est pas concerné par cette évolution réglementaire et reste limité aux flottes captives.

Renaud Chasle

## Etude CNR : Un tracteur électrique coûterait jusqu'à 106 000 € d'exploitation par an

3 juillet 2024 Renaud CHASLE Politique & réglementation, Produits & services 0



Le CNR publie une première étude de coûts sur les poids lourds et les VUL électriques mais indique que les données de coûts d'exploitation ne sont que des estimations partielles. « Ces simulations s'appuient sur des cas d'usage réalistes déjà rencontrés mais n'ont pas de valeur statistique et ne doivent pas être généralisées car elles reposent majoritairement sur des expérimentations à petite échelle », indique le CNR qui reste prudent.

Parmi les chiffres « chocs » dévoilés dans cette étude le CNR mentionne un prix d'achat (avant aide) de 345 625 € HT pour un tracteur routier électrique, de 300 000 € HT pour un porteur 19 tonnes et de 57 000 € HT pour un VUL avec une batterie de 52 kWh.

### 71 871 € par an pour un porteur électrique de 19 t

Sur un ensemble articulé 44 tonnes\*, l'étude révèle un coût annuel d'exploitation de 106 293 € (sans suramortissement et hors coûts du conducteur, de structure et de péages), en se basant sur une estimation haute d'un tarif de l'électricité de 0,4 €/kWh. L'estimation basse, en prenant en compte un tarif bas négocié de l'électricité de 0,15 €/kWh, ramène le coût d'exploitation à 83 059 €/an.

Sur un porteur 19 tonnes, le CNR estime le coût total d'exploitation à 71 871 €/an (sans suramortissement) si l'électricité coûte 40 centimes d'euros du kWh et à 60 871 €/an si l'entreprise peut payer l'électricité 15 centimes du kWh. Pour un VUL de 12 m<sup>3</sup> le coût total d'exploitation est estimé à 18 539€ par an (fourchette haute).

RC

*\*Le calcul repose sur un tracteur régional exploité 238 jours/an, effectuant 71490 KM avec 27 tonnes de charge utile, des batteries d'une capacité de 540 kWh.*

# Législatives 2024 : Voici les résultats des figures du transport

**8 juillet 2024 Marc Fressoza Politique & réglementation 0**



Plusieurs députés investis dans les transports ont perdu leur siège à l'Assemblée à l'issue des élections législatives. A commencer par **Jean-Marc Zulesi**, jusqu'ici président la commission du développement durable, a vu son siège lui échapper de justesse dans les Bouches-du-Rhône. Son opposant RN l'a emporté au second tour avec 50,2 % des voix.

Au sein de la coalition Ensemble, un autre interlocuteur important des professionnels du transport, **David Valence**, a également été défait par le RN dans les Vosges. Il devrait toutefois continuer à présider de la Conseil d'orientation des infrastructures (COI).

Échec aussi pour le Renaissance Damien Adam en Seine-Maritime dont le siège a été conquis par un élu PS dans le cadre d'une triangulaire.

Au sein du groupe indépendant LIOT, après trois mandats dans la Meuse, **Bertrand Pancher** a fait les frais au second tour de la poussée RN dans le Grand Est. Il a perdu son siège avec 49,50 % des voix.

Ces personnalités connaissent le même sort que l'ex-ministre des Transports Clément Beaune, sorti à Paris dès le premier tour. De son côté, le député Modem **Bruno Millienne** arrivé troisième s'était désisté dans les Yvelines.

Dans le camp des rescapés figurent Jean-Luc Fugit reconduit avec 56,80 % des voix dans le Rhône, tout comme l'ex-ministre des Transports Elisabeth Borne dans le Calvados. Chez LR, **François Durovray**, spécialiste des questions d'infrastructures, et qui ambitionnait d'entrer à l'Assemblée n'y est pas parvenu dans l'Essonne.



## L'INTERVIEW DU BT Jean-Marc Zulesi (député Renaissance des Bouches-du-Rhône) COMPLÉMENTARITÉ DES MODES DE TRANSPORT

### « Il faut lutter contre la concurrence déloyale »

Député Renaissance des Bouches-du-Rhône et président de la commission développement durable et de l'aménagement du territoire à l'Assemblée nationale, Jean-Marc Zulesi est en campagne pour les législatives anticipées (30 juin et 7 juillet). Dans un climat d'incertitude politique, il expose les raisons pour lesquelles il a porté une résolution européenne contre les méga-camions et vante les atouts d'une logistique organisée ainsi que le système d'échange de quotas d'émission pour financer les infrastructures de transport.

Louis Guarino

### Bulletin des Transports et de la Logistique : **Pourquoi avoir soutenu à l'Assemblée nationale une résolution européenne contre les méga-camions ?**

Jean-Marc Zulesi : Avec cette résolution européenne adoptée à l'unanimité par la commission des affaires européennes en mai, j'ai souhaité avoir une position équilibrée et insister sur l'objectif de décarbonation des transports lourds grâce à la complémentarité des modes. Il faut se rendre à l'évidence : lorsque nous avons un report modal aussi faible en matière fluviale (2 %) et un faible report modal en matière ferroviaire (9 %), notre responsabilité consiste à promouvoir le transport combiné. Le Parlement européen a adopté en mars la révision de la directive « poids et dimensions » (BTL 3966, page 183). Mais cette directive est contestable car elle ne va pas dans le sens d'une complémentarité des modes. C'est la raison pour laquelle j'ai souhaité porter une proposition de résolution. L'idée est d'apporter notre pierre à l'édifice dans le cadre des discussions qui auront lieu au sein du Conseil de l'Union européenne avec les ministres européens des transports.

### BTL : **Lors du dernier Conseil européen des ministres des transports de la mandature qui s'est tenu le 18 juin, les travaux sur les méga-camions ont été reportés. Votre résolution aurait pu appuyer les arguments du ministre français chargé des transports, Patrice Vergriete ?**

J.-M. Z. : Le débat reste entier à Bruxelles. Après la révision de la directive « poids et dimensions » à Strasbourg en mars, il faut désormais attendre la position du Conseil des ministres européens des transports. Au moment où il y a une polémique en France, ma volonté est d'aller dans le sens d'un consensus avec cette proposition de résolution. Je ne ferme pas la porte aux méga-camions. Je dis simplement qu'il faut appréhender ce dossier d'une manière expérimentale.

### BTL : **Dans cette optique, avez-vous échangé avec le président de l'Alliance 4F, Raphaël Doutrebente, un opposant farouche aux méga-camions ?**

J.-M. Z. : Nous avons échangé avec l'Alliance 4F et son président Raphaël Doutrebente, lequel a salué notre initiative. Nous avons également travaillé avec le groupement national des transports

combinés (GNTC) pour que la résolution européenne s'appuie sur un travail de fond, assorti d'une série d'auditions menées avec énergie et abnégation. Au passage, la Fédération nationale des transporteurs routiers (FNTR) est favorable à des expérimentations au cas par cas. Ces expérimentations doivent avoir lieu dans un cadre très contraint pour éviter les impacts sur nos infrastructures de transport (routes départementales, ponts, ronds-points) et pour ne pas concurrencer le fret ferroviaire et fluvial.

**BTL : Les travaux de la prochaine mandature commenceront le 15 juillet à Strasbourg.  
Quels sont les enjeux pour le transport et la logistique ?**

J.-M. Z. : À mon sens, il y a 4 enjeux essentiels. Le premier vise à ne plus avoir la logistique honteuse : il s'agit de privilégier une logistique organisée. Nous devons mieux accompagner les acteurs de la logistique dans les territoires. Cela passe par l'adoption d'une vraie démarche d'aménagement du territoire pour que la logistique soit mieux considérée et mieux placée. C'est un enjeu essentiel de compétitivité pour notre économie. La logistique permet d'avancer à la fois sur des sujets d'innovation, de réindustrialisation et de zéro artificialisation nette du sol (ZAN). Le second enjeu, c'est la décarbonation pour offrir une alternative aux énergies carbonées. Les technologies avancent beaucoup plus vite qu'on ne le pensait il y a encore 5 ans grâce au travail des constructeurs et des énergéticiens qui ont une réelle volonté d'avancer. L'Union européenne doit aussi être en capacité d'écouter et d'entendre les demandes pour répondre aux besoins des industriels. Le troisième concerne la complémentarité des modes de transport. Comment fait-on pour « booster » le ferroviaire ? Comment fait-on pour que le fluvial ait une place plus importante dans le mix des modes de transport ? Enfin, le quatrième enjeu concerne le social et la valorisation du travail de celles et ceux qui œuvrent dans le transport et la logistique. Si nous voulons que l'Europe ait du sens pour nos entreprises et nos concitoyens, il faut lutter contre la concurrence déloyale. De toute évidence, l'Europe aura besoin de financements complémentaires. Par exemple, je crois beaucoup dans le système d'échange de quotas d'émission de l'UE (SEQE-UE). La directive ETS (*Emission Trading System*) inclut le secteur du transport maritime au sein du système d'échange de quotas d'émission. C'est un choix politique. Nous devons être en capacité de mieux flécher les recettes issues de la directive ETS en direction de nos infrastructures de transport. D'après les estimations, la France pourrait recevoir dans les années à venir près de 2 milliards d'euros issus du système d'échange de quotas d'émission carbone. Il serait pertinent d'en flécher 50 % en direction de nos infrastructures de transport.



## Aide financière à l'électrification des flottes

Comme annoncé dans le BTL3976 du 3 juin dernier, les entreprises de transports routiers peuvent désormais bénéficier d'une aide financière pour l'électrification de leurs poids lourds. Le nouveau programme Certificats d'Economies d'énergie permet d'octroyer une subvention aux entités, publiques ou privées, de moins de 250 salariés et au chiffre d'affaires de 50 millions d'euros maximum (ou bilan inférieur à 43 millions d'euros). Ces subventions seront limitées à 1 million d'euros par entreprise, pour 20 véhicules maximum par entreprise. L'Ademe a ouvert son guichet le 12 juin sur le site <https://agirpouurlatransition.ademer.fr/> et présenté ce dispositif par visioconférence du 13 juin national.



## Jusqu'à 90 000 euros d'aide pour l'achat d'un tracteur électrique

Les PME et TPE désireuses de se faire aider pour l'achat ou le rétrofit d'un camion électrique ont jusqu'au 19 août 2024 pour déposer un dossier sur le site [agirpourlatransition.ademe.fr](http://agirpourlatransition.ademe.fr). L'aide financière accordée pourra couvrir jusqu'à 50 % du surcoût lié à l'acquisition ou à la conversion d'un véhicule en motorisation électrique, avec des plafonds établis à 20 000 euros pour un poids lourd entre 7,5 et 12 t, 65 000 euros pour un plus de 12 t et 90 000 euros pour les tracteurs routiers.

L'Ademe (Agence de la transition écologique) a en effet mis en place à leur intention exclusive un dispositif d'aide avec une enveloppe de 20 millions d'euros. Ce « guichet d'aide à l'acquisition » est la première phase d'un dispositif global disposant d'un budget total de 130 millions d'euros pour soutenir l'achat d'au moins 2 100 véhicules lourds en 2024.

Un peu plus tard, en août, sera lancé un appel à projets doté de 110 millions d'euros, divisé en plusieurs enveloppes : 95 millions d'euros pour les poids lourds (hors bennes à ordures ménagères), 10 millions pour les autobus et navettes urbaines, et 5 millions pour les autocars.

Contrairement au guichet, ce dispositif reposera sur une mise en concurrence des projets. Les soumissions seront acceptées du 21 août au 4 octobre 2024, avec une annonce des lauréats prévue en décembre.

Les professionnels intéressés peuvent obtenir des renseignements supplémentaires en écrivant sur le mail [AAP-ECOSYSVLELEC@ademe.fr](mailto:AAP-ECOSYSVLELEC@ademe.fr).

- MF

