LA CHAÎNE LOGISTIQUE DU FROID

REVUE DE PRESSE

Semaines 37 à 38
09/09/2024 – 20/09/2024

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

- L'Officiel des Transporteurs
- Transport Info
- LSA Commerce & Consommation
- Les Marchés
- Les Échos

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@lachainelogistiquedufroid.fr

La diffusion de cette revue de presse se fait dans le cadre d'un contrat avec le CFC (centre français d'exploitation du droit de copie). En effet, en application de l'article 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

- **L'Officiel des Transporteurs**
  - TRANSITION ECOLOGIQUE – Le financement, nerf et frein de l'électrification ✨ Synthèse IA ✨
  - TRANSITION ECOLOGIQUE – « Nos clients nous accompagnent sur la réalité des coûts » ✨ Synthèse IA ✨
  - Périphérique parisien à 50km/h : des fédérations professionnelles se déclarent contre ✨ Synthèse IA ✨
  - Le groupe Mousset – Jetransporte prend une nouvelle direction ✨ Synthèse IA ✨
  - Tred Union : Une démarche proactive pour accompagner les adhérents dans la décarbonation ✨ Synthèse IA ✨
  - Bert & You : 2024, l'année des transitions ✨ Synthèse IA ✨
  - XPO Logistics baptise son réseau européen Connect Europe ✨ Synthèse IA ✨

- **Transport Info**
  - Groupe Mousset : Frédéric Leblanc débarqué de la présidence et remplacé par Céline Mousset-Eloumou Zoa
  - Nathan Ribeyre (Transports Ribeyre) : le futur, c'est maintenant ✨ Synthèse IA ✨

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

- **LSA Commerce & Consommation**
  - L'innovation réchauffe les consommateurs de surgelés ✨ Synthèse IA ✨
  - Poires françaises une belle récolte en prévision cette année ✨ Synthèse IA ✨
  - Découvrez les fruits et légumes les plus consommés par les Français cet été ✨ Synthèse IA ✨
  - Consommation des ménages français : quelles priorités en 2024 ? ✨ Synthèse IA ✨
  - Francis Palombi, président de la Confédération des commerçants de France, est mort
  - La grande distribution pourrait-elle être privée des « tickets restaus » ?
  - Un nouveau président pour la Fédération Française de la Franchise
  - Comment Coopérative U parie aussi sur les MDD ✨ Synthèse IA ✨
  - Les Mousquetaires inaugurent leur dernière base logistique mixte à Roullet-Saint-Estèphe (16) ✨ Synthèse IA ✨

- **Les Échos**
  - Ce « poison très lent » qui fragilise la grande distribution ✨ Synthèse IA ✨
  - Auchan, Lidl, Aldi, Casino : ces enseignes qui ne doivent surtout pas rater la rentrée ✨ Synthèse IA ✨
  - Quand le snacking fait trembler le sacro-saint repas français ✨ Synthèse IA ✨
  - Délesté de Yoplait, General Mills surfe sur la vague du snacking en France ✨ Synthèse IA ✨
  - Surgelés : Onoré absorbe So Mochi ✨ Synthèse IA ✨
  - Easydis, filiale logistique de Casino, ferme son entrepôt de Besançon ✨ Synthèse IA ✨
  - Alimentation : les consommateurs veulent manger plus sain et plus exotique ✨ Synthèse IA ✨

- **Les Marchés**
  - Fièvre catarrhale ovine : « On a déjà perdu 10% du troupeau ovin français », selon Arnaud Rousseau ✨ Synthèse IA ✨

- Porc : la cotation de l'Union européenne largement supérieure à celles des autres grands exportateurs ✨ Synthèse IA ✨
- Produits agricoles : un État ne peut pas réglementer les prix et les volumes dans l'UE ✨ Synthèse IA ✨
- FCO : la France pourra-t-elle importer la viande d'agneau qu'elle ne produira pas ? ✨ Synthèse IA ✨
- FCO : la FNSEA réclame 100 à 150 millions d'euros pour les éleveurs ovins ✨ Synthèse IA ✨

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

- **L'Officiel des Transporteurs**
  - Commissaires européens : Ursula von der Leyen dévoile les portefeuilles ✨ Synthèse IA ✨
  - Au 1er octobre 2025, fin de circulation des Euro V de plus de 40 tonnes
  - Le Gatmarif intente un recours contre le projet de ZTL de Paris
  - François Durovray est le nouveau ministre des Transports

- **Les Échos**
  - Transports : sale temps pour les liaisons vers l'Espagne et l'Italie ✨ Synthèse IA ✨
  - Le projet d'écotaxe en Alsace avance malgré l'hostilité des milieux économique ✨ Synthèse IA ✨

- **Transport Info**
  - Ecotaxe alsacienne : les transporteurs rejettent l'étude d'impact économique de la CEA ✨ Synthèse IA ✨
  - Qui est Apostolos Tzitzikostas, désigné nouveau commissaire européen aux Transports ?
  - Voici la moyenne des hausses de coûts depuis un an pour les transporteurs

PREMIERE PARTIE :

L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET LOGISTICIENS

l'Officiel des transporteurs

TRANSITION ECOLOGIQUE – Le financement, nerf et frein de l'électrification

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article explore les défis financiers liés à l'électrification des flottes de transport dans le cadre de la transition énergétique. Malgré les encouragements de l'Union Européenne, les coûts d'acquisition des poids lourds électriques, 1,5 à 3 fois supérieurs à ceux du diesel, et les infrastructures de recharge restent des freins majeurs. Olga Alexandrova (Union TLF) évoque les surcoûts élevés du matériel, tandis que Frédéric Vannson (Petit Forestier) souligne que la location peut alléger le risque financier pour les transporteurs en phase de transition. Pascal Mégevan propose de dissocier le châssis de la batterie pour alléger l'endettement. L'article met aussi en avant les aides existantes, comme les appels à projet de l'Ademe, bien que les entreprises soient encore inquiètes quant à la capacité d'amortir ces investissements à long terme.

✨ Synthèse IA ✨

TRANSITION ÉCOLOGIQUE

LE FINANCEMENT, NERF ET FREIN DE L'ÉLECTRIFICATION

Dans un contexte de transition énergétique, la part de l'électrique dans les flottes est encouragée, par Bruxelles notamment, mais aussi freinée par une composante de poids : le coût, massif, d'achat des véhicules et des bornes de rechargement. Entre les aides, le choix de la location, l'implication des constructeurs, les partenariats avec les chargeurs, les transporteurs ont le choix des pistes, mais pas encore de solutions fermes.

DOSSIER RÉALISÉ PAR FLORENCE ROUX

L'électrique a un agenda, mais l'électrique a aussi un coût. Ainsi, réglementation européenne oblige[1], les constructeurs de véhicules lourds prévoient qu'en 2030, environ 40 à 50 % de leurs ventes seront des camions zéro émission, à batteries. En écho, la stratégie nationale bas carbone (SNBC) française projette que la part de marché des véhicules lourds neufs électriques pourrait passer de 14 % en 2030 à 68 % en 2035... Sauf que, pour l'instant, un poids lourd électrique coûte deux à trois fois plus cher que son congénère au gazole (1,5 à 2 fois plus pour un VUL électrique).

Surcoût massif

Mieux, explique le comité national routier dans un récent rapport se référant à plusieurs études prospectives[2], *« ce coût d'acquisition devrait baisser, mais restera plus cher d'environ 40 % d'ici 2040 »*. Pour Olga Alexandrova, directrice déléguée au pôle terrestre de l'Union TLF, *« le surcoût est surtout problématique pour l'électrique. Les biodiesels et le gaz, le surcoût du matériel non frigorifique est de 10 %. Le problème se cristallise sur le poids lourd électrique, car il faut investir dans le véhicule qui coûte trois à quatre fois plus cher que le diesel, et dans le système de recharge »*. Selon la directrice, en fonction de la localisation du site, de la densité

Olga Alexandrova, directrice déléguée pôle terrestre de l'Union TLF.

Pour l'instant, un poids lourd électrique coûte deux à trois fois plus cher que son congénère au gazole (1,5 à 2 fois plus pour un VUL électrique).

du réseau électrique et de sa sollicitation par les voisins, selon la rapidité des recharges choisies, *« il faut un câblage et un dimensionnement du système de recharge plus ou moins important. L'investissement peut se chiffrer entre 20 000 et 200 000 euros »*. Sur le plan global, comme le rappelle Hélène Quévremont, directrice des affaires techniques à l'environnement et à l'innovation à l'OTRE, confirme *« un surcoût phénoménal, chiffré dans la feuille de route de décarbonation véhicule lourd de mai 2023 pour suivre la SNBC 3 [version 2023 de la stratégie bas carbone, NDLR], de 52,6 milliards d'euros pour renouveler l'ensemble du parc PL entre 2023 et 2040 »*.

70 milliards de surcoûts avec l'électrique ?

Bachant, ajoute-t-elle, *« que la trajectoire en cours d'élaboration devrait être plus sévère et que les nouveaux travaux de stratégie bas carbone misent plus sur l'électrique, ce sera plutôt autour de 70 milliards de surcoûts entre maintenant et 2040. Pour nous, le déploiement de l'électrique est trop ambitieux compte tenu de la capacité d'endettement des transporteurs. Aujourd'hui, un transporteur qui a vingt véhicules thermiques a une capacité d'endettement comparable. Comment, tout à coup, multiplier par trois sa capacité d'endettement ? Donc, tant qu'il n'y aura pas de solutions, seule une petite partie du parc s'électrifiera »*.

Pascal Mégevand, codirigeant des transports éponymes à Sillingy, en Haute-Savoie (74), qui a aussi participé à l'élaboration de la feuille de route du transport routier pour la FNTR, estime également que *« le grand problème du véhicule électrique, et plus encore avec le véhicule hydrogène, est que* •••

••• *l'on bascule des opex, des coûts d'exploitation, vers de la capex, de l'investissement. On multiplie par trois l'endettement pour un camion. Nos entreprises, petites, moyennes ou grandes, font exploser le taux d'endettement sur le bilan ».*

Partage « avec des pincettes »

Bien, mais quelles sont les solutions ? La première, à la fois simple et complexe, est de bien vendre la solution électrique. Souvent, les premiers camions électriques, positionnés par exemple sur des tournées urbaines, l'ont été en accord avec des clients, comme la grande distribution, soucieux de leur image et prêts à payer des prix plus élevés. Mais comment passer à la vitesse supérieure, de quelques véhicules symboliques à des flottes plus électrifiées et cofinancées ? C'est une vraie question, pour Erwan Célérier, délégué aux affaires techniques, à l'environnement et à l'innovation à la FNTR : *« Pourquoi le transporteur, qui bénéficie de marges faibles, porterait-il tout seul le poids de la transition ? »*

D'autant que, poursuit-il, dans un contexte de baisse des volumes transportés et de crise, 30 % des entreprises sont déficitaires et une entreprise sur deux a un niveau d'endettement supérieur à ses fonds propres. Pour autant, s'il faut que le chargeur prenne sa part, c'est aussi une piste à prendre avec des pincettes : *« Il faudrait également que le consommateur accepte à son tour de payer le prix de la prestation électrique. »*

Appels à projet

Pour l'instant, l'un des premiers leviers à l'achat reste les aides, quelle que soit la taille des entreprises. Après le bonus étatique de 50 000 euros, arrêté en 2022, l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe) a organisé des appels à projet. Un premier a été organisé l'an dernier, en deux phases, pour un total de 65 millions d'euros, pour aider à financer des véhicules et des infrastructures de charge pour des transporteurs de marchandises, voyageurs et entreprises opérateurs de bennes à ordures. La première vague d'instruction a retenu 80 lauréats souhaitant acheter 661 véhicules lourds, dont 631 poids lourds, pour un total de 281 millions d'euros. Sur les 631 poids lourds, une centaine de camions concernait le transport routier de marchandises (les autres étant des bennes à ordures ménagères). La seconde vague a concerné 122 entreprises se portant acquéreuses de 412 véhicules lourds dont 387 poids lourds pour un investissement global de 157 millions d'euros.

Cette année, un nouvel appel à projet est lancé, pour 130 millions d'euros au global. La première phase, pour une enveloppe de 20 millions d'euros, close le 19 août, était consacrée aux PME entre 50 et 250 salariés. Un nouvel appel à projet, pour toutes les entreprises cette fois, se termine en octobre (lire encadré ci-dessus). *« Lors du premier appel à projet, en 2023, il y avait une grande complexité dans le montage des dossiers et une nécessité d'acquérir trois véhicules qui ont écarté les plus petits candidats,* déplore Olga Alexandrova. *Les constructeurs et les fédérations professionnelles ont également milité pour élargir l'enveloppe et lui donner un aspect pluriannuel. »*

Malgré ce « guichet PME », obtenu grâce aux demandes des professionnels et qui apporte une certaine simplification, Hélène Quévremont regrette que *« les aides ne soient pas systématiques, comme le bonus à l'achat qui vient directement se déduire de l'investissement. Le dossier reste compliqué et le financement de l'installation des bornes n'est plus pris en compte. Alors que cette acquisition peut se révéler compliquée et chère, selon la localisation de l'entreprise pour le réseau électrique en particulier ».*

Erwan Célérier, délégué aux affaires techniques, à l'environnement et à l'innovation à la FNTR.

Suramortissement bridé

Ces 130 M€ sanctuarisés, *« qui ne sont plus des deniers publics, mais financés par des certificats d'économie d'énergie, des CEE, dans le cadre du programme E-Trans,* précise Erwan Célérier, de la FNTR, *vont permettre de financer quelques milliers de véhicules… C'est assez dérisoire si l'on veut s'orienter plus franchement vers l'électrique, pour les usages urbains, par exemple. D'autant que, depuis le 1er janvier 2024, le suramortissement, aide de l'État à travers une déduction d'impôt, est subordonné à la réglementation européenne des minimis qui encadre les aides des États et doit être déclaré à la Commission européenne à partir d'une certaine somme ».*

Désormais, poursuit Olga Alexandrova, *« ce suramortissement est limité à 300 000 euros par entreprise sur trois ans, le plafond étant apprécié à l'échelle d'un groupe. Au-dessus de cette limite, l'entreprise perd le bénéfice direct de l'aide. Cela risque de freiner l'adoption de solutions de transport durable. Pour une entreprise qui*

VÉHICULES ÉLECTRIQUES LOURDS

Second appel à projet en 2024

Ouvert le 21 août, la seconde phase de l'appel à projet (AAP) pour l'achat de véhicules électriques lourds sera close le 7 octobre prochain. Doté d'un budget de 110 millions d'euros, cet AAP concerne des projets d'acquisition, de rétrofit ou de location de poids lourds, répartis en trois lots : 95 M€ pour les PL, 10 M€ pour les autobus et navettes et 5 M€ pour les autocars. Les candidatures sont retenues par ordre de classement jusqu'à épuisement des fonds et par lot. Cette fois, aucune aide n'est accordée au déploiement de bornes de recharge. Les montants maximums des aides s'échelonnent de 20 000 euros pour un véhicule de catégorie N2 d'un PTAC supérieur ou égal à 7,5 tonnes, à 90 000 euros pour un tracteur routier de catégorie N3.

●●● *n'aurait recours qu'à l'aide du suramortissement, elle ne pourrait financer sur trois ans que dix camions gaz ou B100 par an ou 2,5 véhicules électriques par an. Il faut trouver un autre mécanisme pour que les entreprises bénéficient d'une aide supplémentaire ».*

En attendant les prochains projets de loi de finances qui pourraient intégrer de nouveaux outils, la directrice rappelle *« qu'il ne faut pas oublier les aides de la BPI et de la Banque des territoires et que les aides doivent s'intégrer dans un projet de financement en amont de l'achat ».* Tous les constructeurs de véhicules industriels, qui ont intensifié la production de poids lourds électriques, se positionnent aussi à travers leurs captives, ces banques captives qui sont leurs filiales, pour mission de proposer des produits de financement.

Captives

« Nous sommes attentifs à tous les aspects d'un dossier de financement, depuis l'obtention et à l'intégration d'aides jusqu'au type d'accord que le transporteur noue avec le chargeur », pointait Laurence Eluère, directrice commerciale et développement chez Scania Finance, lors d'une conférence du dernier Solutrans, en novembre, à Lyon. Sur le même Salon, Alexandre Penicot, chef de département commerce trucks & bus de Volkswagen financial services, insistait sur *« la différence entre le diesel, où le transporteur maîtrise ses coûts et sa chaîne de valeur, et l'électrique, plein d'inconnues, voire de turbulences ».* Il notait donc *« l'importance d'adopter une logique d'usage plus que d'acquisition pour le camion électrique ».* Sans négliger d'intégrer l'ensemble des aides, comme le retenait également à Solutrans Patrice Jouannais, directeur commercial de Renault Trucks Finance, qui suggérait que *« le financement doit intervenir dès la conception du véhicule et prendre en compte la question des batteries ».* Sabine Brugère, responsable assurances France chez Volvo Financial Services, ajoutait qu'il fallait aussi *« être vigilant sur les conditions d'assurance du véhicule électrique ».*

Frédéric Vannson, directeur des relations des relations institutionnelles du groupe de location Petit Forestier.

La location laboratoire

Dans ce contexte, Patrice Jouannais observe que *« le comportement des acheteurs change avec l'électrique, s'orientant plus vers la location, alors que le crédit-bail reste très prioritaire dans le diesel ou le B-100 ».* Il soulignait en outre que le contrat de location peut inclure la batterie, de l'entretien et de l'assurance. Olga Alexandrova précise que *« les loueurs peuvent être des conseillers impartiaux des marques avec lesquelles ils travaillent et ont une capacité de négociation. Tandis que la location lisse le coût d'un véhicule pour un transporteur, lui permettant de tester une motorisation ».*

La location permet-elle d'entrer dans l'usage avec moins de risques ? Frédéric Vannson, directeur des relations des relations institutionnelles du groupe de location Petit Forestier, estime que *« la location présente un aspect laboratoire : le transporteur peut tester des matériels, véhicules et bornes compris, des types d'énergie, des nouveaux modes de distribution sans avoir recours à l'acquisition. Pour, face à la complexité, positionner le bon outil, au bon moment, sur la bonne tournée ».*

l'Officiel des transporteurs

LAMBERET

Le pack Energy en location

Pour répondre à la très complexe question du financement de solutions de froid électrique dans la partie semi, le constructeur de semi et carrossier Lamberet a mis au point un système hybride sur un semi-remorque conventionnel, comme *« une solution de transition »*, souligne Gwenaël Tuet, directeur étude et service chez Lamberet. Après une étude de trois ans, la solution d'hybridation du groupe arrive sur le marché en 2025 pour toucher, à l'horizon 2025-2030, à la fois le parc roulant et le parc à vendre. *« Dans cette solution, nous conservons le moteur thermique du groupe froid, sur lequel nous greffons une solution électrique avec batterie, systèmes de conversion et de pilotage. Ce pack permet de faire une modulation entre un mode thermique et un mode électrique. »*

Ce système permet un fonctionnement thermique du groupe froid en dehors des zones urbaines, qui passe en version électrique selon ses tournées, dans une zone à faibles émissions par exemple. Cette solution électrique est proposée en location, sur trois, six ou neuf ans, avec garantie. *« Et le loyer sera identique durant toute la durée du contrat, avec garantie,* précise Gwenaël Tuet. *On ne veut pas faire porter au client la responsabilité de l'obsolescence ni celle de la dégradation du système. À la fin de contrat, le pack est démonté et le client se retrouve avec un véhicule identique, sans impact sur sa valeur résiduelle, et qu'il peut donc proposer sur le marché d'occasion. Il n'y a plus de risque de perte sur la valeur résiduelle. »*

ndre Penicot, chef de département commerce
ts & bus de Volkswagen financial services.

Pas vraiment sur la même longueur d'onde, Pascal Mégevand propose un autre système, qui dissocie le châssis de la batterie : *« Le châssis, comme un véhicule thermique, peut être acheté ou loué, avec un taux d'endettement quasiment équivalent au thermique. Par ailleurs, un opérateur peut mettre à disposition les batteries correspondantes, facturées à l'usage. Pour les batteries, on n'est pas dans de la location, mais sur un contrat de mise à disposition, ou d'usage, qui s'apparente au contrat d'entretien, sous-tend la garantie et le remplacement des batteries, et qui ne passe pas en endettement. »* Le transporteur savoyard veut voir dans cette disposition une solution pour financer des camions électriques en prenant en compte le coût extrêmement élevé et une incertitude liée à l'obsolescence des batteries. ●

LORENCE ROUX

(1) Selon le nouveau règlement européen 2024/1610 modifiant le règlement (UE) 2019/1242 et relatif au renforcement des normes de performance en matière d'émissions de CO_2 pour les véhicules utilitaires lourds neufs.

(2) Scénario médian sur le prix d'acquisition d'un véhicule électrique : Transition énergétique – Modèle de TCO – DGITM BSA, février 2023.

TRANSITION ECOLOGIQUE – « Nos clients nous accompagnent sur la réalité des coûts »

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article met en lumière les efforts du groupe Jacky Perrenot pour électrifier sa flotte de camions, tout en surmontant les nombreux défis financiers et logistiques liés à cette transition. Denis Bertin, directeur général, explique que l'entreprise a participé aux appels à projet de l'Ademe en 2022 et 2023 pour obtenir des aides afin d'acquérir des véhicules électriques et installer des bornes de recharge. Christophe Dauzat, directeur administratif, souligne que les véhicules légers sont particulièrement adaptés aux livraisons urbaines, mais le coût des camions électriques, 2,5 à 3 fois plus élevé que celui des camions thermiques, freine leur adoption. Aline Peyrat, chargée du dossier, indique que des investissements supplémentaires sont nécessaires pour améliorer les infrastructures de recharge. L'entreprise continue de tester des solutions, notamment en matière de location, mais les surcoûts et la complexité d'exploitation pèsent lourdement sur les PME et les TPE du secteur.

✨ Synthèse IA ✨

DENIS BERTIN, DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE JAC
TECHNIQUE **ET ALINE PEYRAT,** CHARGÉE DU DOSSIE

DENIS BERTIN

CHRISTOPHE DAUZAT

« Nos clients nous accompag

Depuis la mise en exploitation d'un premier porteur électrique frigorifique en octobre 2020, le groupe Jacky Perrenot intensifie l'électrification de sa flotte. À cette fin, l'entreprise drômoise est entrée dans les appels à projet de l'Ademe de 2022 et 2023. La démarche reste néanmoins complexe.

Quelle est votre stratégie en matière d'énergie électrique ?
DENIS BERTIN : Les motorisations électriques s'intègrent dans notre stratégie de décarbonation. En 2023, nous avions une vingtaine de véhicules légers et cinq lourds électriques, dans le cadre de projets initiés avec des clients. Compte tenu de notre forte volonté d'améliorer notre empreinte carbone et de sa faible autonomie à date, le véhicule électrique nous est d'abord apparu comme une solution d'intérêt pour les livraisons urbaines, en particulier pour se préparer aux contraintes des ZFE. C'est pourquoi nous avons candidaté dans deux appels à projet (AAP) de l'Ademe, en 2022 et en 2023.
Pour obtenir les aides de ces dispositifs, il fallait des solutions camions, associées à un plan de déploiement de bornes de recharge électriques.

ALINE PEYRAT : Sur le premier AAP, en août 2022, nous nous sommes positionnés pour l'achat de 30 véhicules porteurs 19T et 26T et de 40 véhicules utilitaires légers (VUL). Onze sites du groupe seront également équipés de bornes. Nous avons obtenu 3 millions d'euros d'aide en 2022. Puis, sur le deuxième AAP en septembre 2023, dont la recherche de tonnes CO_2 économisées était plus ambitieuse, nous nous sommes positionnés sur 38 porteurs, 50 VL et 80 tracteurs.

Comment avez-vous décidé de l'ampleur de l'investissement ?
D.B. : Sur les véhicules légers, en tenant compte des aides, nous avons un écart de coût total de possession assez faible avec le GNV, déjà en déploiement. Tous les camions, quelle que soit leur taille, ont été vendus commercialement et nos clients nous accompagnent sur la réalité des coûts, des prix de vente, mais aussi d'assurance, de taux d'intérêt plus élevés, comme sur une maîtrise des coûts d'entretien moteur. Compte tenu des surcoûts dans une période économique tendue, il a fallu imaginer des plans, des tournées et modifier nos méthodes d'exploitation pour utiliser au maximum ces véhicules que nous commercialisons au fur et à mesure de leur arrivée.

CHRISTOPHE DAUZAT : À fin juin 2024, les véhicules légers sont intégrés très simplement dans notre schéma et nous avons déjà mis en exploitation une vingtaine de porteurs et sept tracteurs. Nous utilisons par exemple un tracteur en région parisienne pour Leroy Merlin, avec lequel nous effectuons deux à trois livraisons par jour vers ses magasins, depuis sa base logistique dans le sud de Paris, où nous avons implanté une borne.

A. P. : Pour le premier appel à projet, nous avions prévu 70 prises AC et 5 DC réparties sur 11 sites *[les bornes DC sont plus onéreuses que les AC, NDLR]*, tandis

ENOT (26), **CHRISTOPHE DAUZAT,** DIRECTEUR
STRATIF

ALINE PEYRATA

t sur la réalité des coûts »

que nous prévoyons 23 sites dans le deuxième appel à projet, mais avec des bornes de puissance plus importante pour réduire le temps de charge et pour nous préparer à des capacités de batterie plus importantes. Dans la deuxième phase, nous sommes beaucoup plus sur des poids lourds tracteurs et porteurs qui nécessitent des bornes en courant continu, pour recharger assez vite, afin d'utiliser le véhicule de façon souple.

C. D. : Aujourd'hui, nous ne rechargeons qu'en interne, car à l'extérieur, cela coûte du double au triple de nos coûts internes… À l'achat, les véhicules coûtent toujours 2,5 à 3 fois plus cher que le thermique. Sans aides, il serait difficile de les commercialiser.

Comment les aides se mettent-elles en place concrètement ?
D. B. : Sur ces premiers véhicules, les aides limitent l'impact du surcoût du loyer du camion, avec un loyer à 2,5 fois au-dessus du diesel, au lieu de 3 fois avant. Autre élément important : le suramortissement a été fragilisé en ce début d'année, car il entre dans la limite des minimis européens qui ne permettent que 300 000 euros par période de trois ans pour tout le groupe. Cela affecte fortement l'élargissement de notre flotte électrique. Par ailleurs, dans le cadre de l'AAP, il faut acheter le camion, le financer et le faire rouler avant de recevoir l'aide. Comment les TPE-PME peuvent-elles y arriver ? Ces dispositifs interviennent sur le long terme. Nous avons ainsi démarré l'appel de 2022 en 2021, avec ce que nous connaissions alors de l'électrique. Or, entre l'acceptation d'un projet puis l'attribution d'une aide, de nouveaux modèles plus performants sont apparus. Le marché évolue vite, il faut de souplesse dans le système des aides.

N'avez-vous pas la possibilité de répercuter les surcoûts dans vos prix ?
D. B. : Quand on met en place des véhicules électriques, on diminue les marges incontestablement. On ne peut pas, en pourcentage, marger de la même manière compte tenu du coût à l'achat. Deux ou trois camions acquis sont plus simples à commercialiser. Le challenge augmente lorsqu'on élargit l'investissement à près de 200 véhicules électriques !
Nous sommes à la fois confrontés au coût important des véhicules électriques et des infrastructures associées, et à une libération du HVO ou du B100, qui utilisent les mêmes camions diesel qu'avant et permettent de réduire l'empreinte carbone. Cette concurrence énergétique perturbe ce que nous avions pu imaginer il y a trois ans.

Quelle modalité d'acquisition avez-vous choisie pour l'électrique ?
D. B. : La meilleure solution reste pour nous l'acquisition par crédit-bail ou location financière, car nous maîtrisons le taux d'intérêt, la négociation avec notre organisme financier et avec le constructeur. Pour les batteries, nous sommes partis sur une garantie des batteries, jusqu'à la restitution du camion. Nous n'avons pas encore de recul, nous savons que les batteries à l'usage perdent de l'autonomie.

C. D. : Le système d'aide qui nous paraissait facile sur le papier s'est complexifié dans le temps. Alors que nos interlocuteurs, constructeurs et fabricants de bornes ou de logiciels développent des technologies également complexes à mettre en œuvre. Nous avons le sentiment d'essuyer les plâtres, quand le client exige, lui, une performance en rapport avec ces coûts supérieurs. ● **PROPOS RECUEILLIS PAR FLORENCE ROUX**

Périphérique parisien à 50km/h : des fédérations professionnelles se déclarent contre

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article aborde la réduction de la vitesse du boulevard périphérique parisien à 50 km/h à partir du 1er octobre 2024, une mesure annoncée par Anne Hidalgo pour réduire la pollution sonore et environnementale. Cette décision suscite une forte opposition de la part des fédérations professionnelles comme la FNTR et l'OTRE, qui critiquent un manque de concertation et pointent l'impact sur la logistique, les travailleurs et les commerces de la petite ceinture. L'Union TLF demande une dérogation pour les professionnels du transport, en proposant de maintenir la vitesse à 70 km/h entre 19h et 7h pour éviter des surcoûts et une baisse de productivité. Valérie Pécresse et la région Île-de-France s'opposent également à cette décision, bien que la compétence de la gestion de la vitesse sur le périphérique appartienne à la Ville de Paris. Le préfet de Paris pourrait ne pas ajuster les radars à cette nouvelle limite, impactant 1,1 million de véhicules, dont 200 000 véhicules de livraison.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 10.09.2024 Dernière Mise à jour : **12.09.2024** Par : **Marie Albessard** Lecture : **2 min.**

Le boulevard périphérique parisien passera à 50 km/heure à partir du 1er octobre.
Crédit photo Christophe Barette

Anne Hidalgo a annoncé le passage, au 1er octobre, de la vitesse du périphérique parisien de 70km/h à 50 km/heure. L'annonce de ce changement suscite une forte opposition, pourtant la mesure n'est pas nouvelle.

Faudra-t-il lever le pied sur le périphérique parisien au 1er octobre ? La Maire de Paris Anne Hidalgo a annoncé que la vitesse serait limitée à 50 km/heure, contre 70 km/heure actuellement.

L'annonce n'a pas fait l'effet d'une bombe : dès 2023, la mairie de Paris avait annoncé la mise

en place de cette mesure, visant à réduire la pollution environnementale et sonore pour les riverains, pour septembre 2024.
Ce lundi 16 septembre, plusieurs fédérations professionnelles, dont la FNTR et l'OTRE, ont publié un communiqué pour exprimer leur opposition à ce projet. Ils pointent le manque de concertation et d'études préalables et disent craindre un impact sur les ménages les plus fragiles, sur les travailleurs qui ne peuvent télétravailler et sur la consommation dans les commerces de la petite ceinture. "Nous appelons la Mairie de Paris à ouvrir une période de consultation avec tous les acteurs économiques pour penser ensemble les mobilités et l'intermodalité responsables", indique le communiqué.

L'Union TLF réclame une dérogation pour les professionnels

L'Union TLF n'a pas manqué de réagir suite à cette annonce, pointant un risque d'allongement des temps de trajet « sur cet axe structurant où environ 110 000 poids lourds circulent quotidiennement ». « Cela reviendrait à baisser la productivité de nos activités, et entraînerait mécaniquement des surcoûts pour toute la chaîne logistique », souligne le syndicat professionnel.
Celui-ci demande que la vitesse maximale autorisée de circulation des transporteurs professionnels soit « maintenue à 70km/h a minima entre 19h et 07h. Une autre solution pourrait être de moduler la vitesse en fonction de l'état du trafic. »

La mairie a la compétence de la gestion de la vitesse sur cet axe

À l'époque, cette annonce avait suscité l'opposition du ministre des Transports de l'époque, Clément Beaune, tout comme celle de son successeur Patrice Vergriete. Valérie Pécresse, la présidente de la région Île-de-France s'y est dite opposée également et la région a d'ailleurs voté dès le lendemain de l'annonce une motion appelant Anne Hidalgo à renconcer à ce projet.
Néanmoins c'est bien la ville de Paris qui a la compétence de la gestion de la vitesse sur le périphérique depuis 2017. Mais la région Île-de-France souhaiterait récupérer cette compétence.
En revanche, l'Etat a la gestion des radars routiers et le préfet de Paris s'est également dit opposé à cette mesure. Concrètement, la préfecture pourrait donc décider de ne pas abaisser la mesure des 16 radars du périphérique à 50 km/heure.
La mesure impacterait 1,1 million de véhicules, dont près de 200 000 véhicules de livraison, qui utilisent chaque jour les 35 km qui ceinturent la capitale. La majorité des utilisateurs du périphérique ne sont pas parisiens.
Lire aussi : "Périphérique parisien : 50 ou 70km/h, l'heure des choix va sonner"

l'Officiel des transporteurs

Le groupe Mousset – Jetransporte prend une nouvelle direction

Publié le : 11.09.2024 Par : **Florence Falvy** Lecture : **1 min.**

De gauche à droite, Jean-Michel Mousset, le président du conseil de surveillance, Céline Mousset - Eloumou Zoa, la présidente du directoire et Fabienne Mousset, membre du conseil de surveillance.
Crédit photo Mousset – Jetransporte

L'information est tombée ce mercredi 11 septembre. Le transporteur vendéen Mousset – Jetransporte, qui partage ses activités entre la cour de ferme, le transport industriel et frigorifique, change de direction. Deux jours plus tôt, le conseil de surveillance a pris la décision de nommer Céline Mousset - Eloumou Zoa en qualité de présidente du directoire.

Une réorganisation est en marche au sein de Mousset – Jetransporte localisé aux Essarts-en-Bocage (Vendée). Laquelle viserait à garantir la pérennité de ce groupe, détenu à 82 % par la famille, qui serait en proie à des difficultés, d'après un communiqué de presse qui évoque la conjoncture économique de 2023 et 2024 et certains choix stratégiques.

Dans ce contexte, le conseil de surveillance qui s'est tenu le 9 septembre dernier a pris la décision de procéder à un changement de direction générale pour conduire cette nouvelle étape. Il vient de nommer Céline Mousset - Eloumou Zoa, 52 ans, à la présidente du directoire en lieu et place de Frédéric Leblanc. Lequel pilotait le groupe depuis 2011 après avoir débuté comme chauffeur de camion en 1992. Contactée par L'Officiel des transporteurs, la nouvelle présidente n'a pas souhaité s'exprimer, pour le moment, sur les raisons de ce changement.

384 millions d'euros de chiffre d'affaires

Elle prend ainsi le volant d'un groupe qui a enregistré 384 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023 avec 3 800 salariés, 2 300 moteurs et 160 agences en France et en Pologne. Depuis 2012, elle était consultante pour AdF qui accompagne les dirigeants et actionnaires d'entreprises familiales dans la structuration, l'organisation et l'animation de leur gouvernance. Sur son profil LinkedIn, elle précise avoir créé une petite entreprise dédiée à livraison de légumes et fruits frais bio par vélos à assistance électrique dans le centre-ville de Nantes (Loire-Atlantique). Depuis 2012, elle est également associée de l'Ouvre-Boîtes44 et 85, une coopérative locale d'activités et d'entrepreneurs, où elle a assuré la co-présidence de 2018 à 2023.

Parallèlement à cette nomination, Mousset – Jetransporte précise que Fabienne Mousset est missionnée pour assister le directoire et que Jean-Michel Mousset, l'ex-patron qui a piloté le groupe pendant près de trente ans, conserve la présidence du conseil de surveillance.

Tred Union : Une démarche proactive pour accompagner les adhérents dans la décarbonation

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article met en lumière les actions du groupement Tred Union dans la transition énergétique. Sous l'impulsion de Paul-Antoine Jung, président depuis 2022, et d'Olivier Perrin, directeur réseau, Tred Union accompagne ses 81 adhérents dans la réduction de leur empreinte carbone, avec un objectif de 5% de baisse annuelle des émissions de CO2. Le groupement s'appuie sur des commissions dédiées et un partenariat avec Carbone 4 pour fournir des outils de mesure et des fiches action. Trois scopes sont visés : les émissions directes (carburant, électricité), les émissions indirectes et celles liées aux partenaires, notamment les chargeurs. Un livre blanc et une BD ont été créés pour sensibiliser ces derniers. Tred Union se distingue par une adoption supérieure aux énergies alternatives, avec 80% des adhérents ayant investi dans ces technologies. Malgré cela, le recueil de données fiables reste un défi majeur pour évaluer l'impact de ces actions.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 19.09.2024 Par : **Gwenaëlle Ily** Lecture : **3 min.**

Paul-Antoine Jung, président de Tred Union dirigeant d'Altrans (57) qui regroupe plus de 500 collaborateurs, et Olivier Perrin, directeur réseau de Tred Union.
Crédit photo Gwenaëlle Ily

Le groupement Tred Union renforce son engagement dans la transition énergétique à travers tout un programme pour accompagner les adhérents. Outre des animations et formations réalisées auprès des

adhérents et de leurs salariés, il a élaboré des fiches action et édité un livre blanc et une BD pour aider à convaincre les chargeurs.

Tred Union franchit une nouvelle étape dans l'accompagnement de ses 81 adhérents (regroupant 160 entreprises) dans leur démarche décarbonation. Il entend ainsi approfondir la partie environnementale qui fait partie des valeurs fondatrices du groupement, décrites dans son PACTE (autour des valeurs de Participation, Acceptation, Communication, Talent et Écologie). Toutefois, « beaucoup de transporteurs n'ont pas approfondi la question, souligne Paul-Antoine Jung, président de Tred Union depuis 2022 et dirigeant d'Altrans (57). Par exemple, en matière de transition énergétique, ça reste un choix difficile. » Tred Union a donc mis en place tout un programme qui vise à faire baisser les émissions de CO2 de 5% par an chez les adhérents du groupement, qui totalisent actuellement une empreinte carbone globale de 1,85Mt de CO2.

Trois scopes

Le groupement s'est doté d'outils et a créé des commissions pour travailler sur le thème de l'écologie, dont une spécialisée dans les nouvelles énergies. « Pour chaque commission créée, des adhérents s'investissent, se réunissent deux ou trois fois par an, il y a un réel engagement », souligne Olivier Perrin, directeur réseau. Tred Union a également noué un partenariat avec le cabinet Carbone 4 qui a permis de donner une ligne de conduite. Il a aussi fourni un outil permettant de mesurer l'empreinte carbone de l'entreprise à partir d'indicateurs dans plusieurs domaines et, ainsi, de se rendre compte de sa consommation en énergies mais aussi de quantifier les différentes économies réalisées sur trois scopes. Le premier concerne les émissions de gaz à effet de serre directes, émanant par exemple du carburant des véhicules mais aussi celles provenant de l'électricité, du gaz dans les bâtiments. Le deuxième regroupe les différentes émissions indirectes par les réseaux d'énergies importées pour les activités. Et le troisième repose sur celles en relation avec les partenaires, en particulier les chargeurs. Pour ce dernier, il faut donc travailler avec le client : « C'est dans ce but que nous avons édité une BD et un livre blanc, souligne Olivier Perrin. Il faut expliquer aux chargeurs la démarche et en quoi cela les concerne. Il ne faut pas oublier que le transport se trouve dans leur scope 3 ! Ils nous diront probablement merci en 2028 », ajoute-t-il en référence à la publication d'informations en matière de durabilité par les entreprises, dite directive CSRD qui devrait devenir obligatoire à cette date. Les commerciaux, qui pourront s'appuyer sur le livre blanc, seront également formés à l'argumentaire pour convaincre les chargeurs.

Énergies alternatives

Si le groupement demande à ses adhérents d'être tous labellisés Objectif CO2 au 31 décembre, certains transporteurs ne pourront pas obtenir cette certification car ils font appel à de la sous-traitance. Mais le dispositif mis en place par Tred Union se veut encore plus ambitieux que le label. « Nous avons pour objectif de faire baisser chaque année de 5% les émissions chez nos adhérents, indique Paul-Antoine Jung, président de Tred Union depuis 2022 et dirigeant d'Altrans (57). Nous les poussons donc fortement vers les énergies alternatives. La moyenne nationale de mix énergétique chez les transporteurs tourne autour de 1,5% de flotte convertie à une énergie bas carbone. La moyenne pour Tred Union est 5 à 6% au-dessus. Environ 80% des entreprises du groupement ont ainsi fait le choix d'investir dans au moins une énergie alternative. » Et de nombreux achats ont été engagés par les adhérents en 2024, laissant présager un taux encore plus élevé en 2025.

Des actions plus larges

Outre l'investissement dans les énergies alternatives, d'autres initiatives permettent d'améliorer le bilan carbone. Dans ce cadre, 15 fiches action ont été élaborées avec Carbone 4, chacune permettant d'estimer les gains d'économie d'émission de CO2. « Il y en a par exemple une sur les panneaux photovoltaïques, une autre sur l'écoconduite… précise Olivier Perrin. Il n'y a pas toujours un formateur chez les adhérents pour l'écoconduite ; nous avons donc élaboré un dispositif d'accompagnement. À noter que la moyenne nationale de consommation atteint 33 litres aux 100 km, les adhérents de Tred Union sont à 6,59 % en-dessous au global. »

Sur l'ensemble de ces démarches, la difficulté principale reste la remontée des données. Il faut aller les chercher, cela prend du temps, et il faut s'assurer qu'elles sont fiables. « Par exemple, l'information du poids transporté doit être bien entrée. Dans le contraire, la donnée ne pourra pas être fiable. Il y a donc toute une éducation à déployer chez les exploitants.

Bert & You : 2024, l'année des transitions

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article célèbre les 60 ans de Bert & You, société de transport dirigée par Patrice Péricard, qui prépare la transmission de l'entreprise à ses cadres pour 2025. Fondée en 1964, Bert & You est devenue un acteur majeur du transport routier en France, avec 70 implantations, 2 900 véhicules et un chiffre d'affaires de 260 M€ en 2023. Le groupe s'est diversifié avec succès dans la location de véhicules, l'affrètement et la logistique, représentant 25 % de son activité. Patrice Péricard, qui avait organisé deux LMBO pour acquérir l'entreprise et intégrer de nouveaux cadres, prépare un troisième LMBO pour faciliter sa succession. Malgré un endettement élevé, l'entreprise est en bonne santé financière avec 80 % de son chiffre d'affaires contractualisé. Le groupe continue sa stratégie de croissance externe, notamment avec les rachats récents de Transports Malaurie et Poirier Transports. Passionné de sport et de musique, Péricard mène une carrière parallèle en tant que chef d'orchestre et président du club de basket de Saint-Vallier.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 19.09.2024 Par : **Nathalie Bureau du Colombier** Lecture : **5 min.**

Entre 1992 et 2002, le chiffre d'affaires, l'effectif et les capitaux propres ont été multipliés par dix. *Crédit photo Nathalie Bureau du Colombier*

- Entreprises

En 2024, la société de transport drômoise Bert & You célèbre son 60e anniversaire. Le président Patrice Péricard prépare la transmission de l'entreprise à ses cadres. L'opération sera bouclée en 2025.

Au début du XXe siècle, en 1912, un certain Marcel Bert livrait, depuis Sablons en Isère, de la limonade et du charbon… Cinquante ans plus tard, ses fils Jean et Régis, négociants en matériaux en Ardèche, investissent dans une flotte de camions en compte propre pour faciliter le service aux clients. Nous sommes en 1964… Soixante ans plus tard, Bert & You est un poids lourd du TRM en France avec 280 000 km de bitume avalés chaque jour par les conducteurs pour livrer 10 000 clients quotidiennement. Bert & You, c'est désormais 70 implantations dans l'Hexagone, 2 900 cartes grises dont 1 100 moteurs.

Quelques dates importantes jalonnent l'ascension de Bert. En 1986, le groupe, trop à l'étroit aux Sablons, déménage à Saint-Rambert-d'Albon, avant de faire un saut de puce de 5 km en 2018 pour Albon, nouveau siège social adossé à un entrepôt de 30000 m2 . Installé en bordure de l'autoroute A7, Bert s'offre l'une des plus belles vitrines de France et un coup de com' réussi avec l'enseigne rutilante Bert & You. Une nouvelle marque commerciale dépoussière la profession et assoit la notoriété de l'entreprise. En soixante ans, le portefeuille clients a radicalement évolué.

Stratégie de diversification

Bert & You a accompagné l'essor de la grande distribution généraliste et spécialisée, de l'e-commerce, des industriels, du secteur du luxe, du textile, de l'énergie, et des matériaux de construction. La grande époque de Rhône-Poulenc a laissé place au gaz à vocation médicale. Pour le seul Linde Gas, Bert & You loue et exploite une flotte de 200 véhicules.

Patrice Péricard avait été élu transporteur de l'année en 2007.

Crédit photo : Nathalie Bureau du Colombier

Afin d'alléger les coûts d'exploitation, l'entreprise compte développer la location de véhicules avec forfait, qui représente 45 % de l'activité transport, l'affrètement (35 %) et les opérations de transport spécifiques (15 %). Cette stratégie de diversification et d'équilibre s'est révélée payante lors de la crise sanitaire. « Les clients nous demandent de les suivre. Pour chaque opération, je crée une société, une agence. Au total, notre holding contrôle 30 entreprises pour un chiffre d'affaires consolidé de 260 M€ en 2023, en croissance de 10 M€. Entre 1992 et 2002, notre chiffre d'affaires, nos effectifs et capitaux propres ont été multipliés par dix », détaille Patrice Péricard, président de Bert & You.

Entrée et sortie par LMBO

Désormais, la logistique concentre un quart de l'activité du groupe, avec 500 000 m2 de capacité d'entreposage en France. Comptable de formation, Patrice Péricard raffole des chiffres et des opérations financières. « J'ai rejoint l'entreprise en 1983 avec la mission de digitaliser la paie. En 1987, je voulais partir, car j'avais lancé une société de conseil en gestion », raconte le président. Jean Bert le rattrape en lui proposant de racheter l'entreprise. Entre 1990 et 1992, Patrice Péricard monte son premier LMBO (leverage management buy-out) et s'appuie sur ses nouveaux associés : Didier Carlier, Yves Fraysse et Claude Serre. Entre 2010 et 2012, il organise une deuxième opération de LMBO et une nouvelle vague de quatre cadres fait son entrée au comité de direction, avec notamment Roger Rodriguez comme directeur commercial et Gilles Senecloze, directeur logistique. Depuis 2017, Patrice Péricard organise sa propre sortie de l'entreprise en prenant soin au préalable de préparer une nouvelle gouvernance. « Avec mes associés, nous souhaitons quitter l'entreprise et nous avons lancé "Bernext", un plan qui alloue 12 % du capital à 45 cadres du groupe, explique-t-il. Les changements effectifs devraient donc intervenir au cours des 18 mois à venir. Nous allons former les personnes et les impliquer pour qu'ils soient opérationnels en 2025 », détaille le dirigeant. À 67 ans, il se prépare à descendre du camion. « Jean Bert est très fier de voir perpétuer le nom de Bert », souligne Patrice Péricard. Ce nouvel LMBO se prépare à un moment où le ratio d'endettement atteint 20 %, bien supérieur au taux moyen de la profession, qui se situe entre 10 et 15 %. « Lancer un LMBO nécessite de réduire l'endettement et de consolider les capitaux propres. Sur 260 M€ de chiffre d'affaires, nous avons 60 M€ de dettes », admet le président.

Chaque semaine, je reçois des propositions, des dossiers de reprise

La frilosité des banquiers à accorder de nouveaux prêts après la crise sanitaire incite Bert à rechercher un investisseur passif. Un colosse aux pieds d'argile? Patrice Péricard rétorque immédiatement: « 80 % de notre CA est contractualisé avec une durée moyenne de trois ans et peu de clients éphémères. » Ces dernières années, il a mené tambour battant des opérations de croissance externe. Le rachat de Poirier Transports (45), dans le Loiret, en 2006, fait grimper le chiffre d'affaires de Bert & You, qui possède désormais le contrat de transport des ascenseurs Otis, représentant 12 % de l'activité. En 2015, le groupe s'enracine en région parisienne avec la reprise de Prestilog (02), spécialiste du transport et de la logistique dans le secteur du textile et de l'habillement. En 2017, Bert rachète STS Erob (57), en Moselle. Une affaire conclue en astréens, Bert étant membre du réseau depuis 1992. Puis, en 2018, Bert & You s'ancre dans le centre de la France en reprenant le groupe Bourrat (03) – citernes, porte-voitures, plateaux et température dirigée – et met la main sur 550 cartes grises. Après une pause due au Covid, Bert reprend ses opérations de croissance avec le rachat en 2020 des Transports Malaurie (24) en Dordogne.

Une centaine de salariés, 8000 m2 d'entrepôts et 12 M€ de chiffre d'affaires tombent dans l'escarcelle de Bert & You. Face à une profession vieillissante, les occasions de rachat se multiplient. « Chaque semaine, je reçois des propositions, des dossiers de reprise », indique Patrice Péricard, qui scrute avant tout la bonne santé financière du cédant, la complémentarité des activités et qui s'attache à conserver les dirigeants. Et si c'était seulement le début de la nouvelle l'histoire de Bert & You?

Un chef d'orchestre

Le sport, le transport et la musique. Patrice Péricard a trois vies, trois passions! Joueur de basket puis entraîneur, il préside le club de Saint-Vallier en deuxième division. En parallèle, il fonde, à 16 ans, un groupe de rock qui devient un orchestre puis une compagnie de spectacles avec 25 personnes sur scène. La Compagnie Patrice Péricard produit 70 galas par an, des spectacles de variétés. « C'est une échappatoire. Quand les journées sont stressantes, le vendredi je saute dans le car pour jouer devant un public de mille personnes, nous vendons des CD », raconte-t-il avec des étoiles dans les yeux. Il possède une impressionnante collection d'une vingtaine de guitares, certaines ayant appartenu à AC/DC et à Santana.

XPO Logistics baptise son réseau européen Connect Europe

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article présente le lancement de **Connect Europe**, l'offre de transport européenne de **XPO Logistics** qui dessert 25 pays, dont la Turquie et l'Afrique du Nord. Ce réseau, entièrement ADR (matières dangereuses), livre 60 000 palettes par jour via une flotte de 8 000 moteurs et 12 000 remorques. Il propose trois niveaux de service : standard, accéléré, et express. **Emmanuel Arnaud**, vice-président des opérations Europe, explique que Connect Europe se distingue par sa flexibilité en matière de volumes et de délais, et par ses solutions digitales comme le portail **Connect Customer**, permettant la traçabilité, le suivi des émissions carbone et la gestion des documents. L'engagement environnemental de XPO est également mis en avant avec l'initiative **LESS**, permettant aux clients de décarboner leurs expéditions en finançant l'utilisation de carburants alternatifs tels que le HVO et le biogaz. Depuis 2020, XPO a réduit ses émissions carbone de 17 %, avec pour objectif une baisse de 30 % d'ici 2030.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 20.09.2024 Par : **Erick Demangeon** Lecture : **3 min.**

Connect Europe est 100 % ADR et livre déjà 60 000 palettes par jour.
Crédit photo XPO Logistics

Élargi à la Turquie et à l'Afrique du Nord, le réseau Connect Europe couvre 25 pays. Il consolide les expertises de XPO Logistics, dont douanières, et ses initiatives en termes de décarbonation. Avec des volumes et délais à la carte, cette offre de transport européenne souhaite se démarquer aussi par ses services digitaux.

XPO Logistics a décidé de donner un nom à son offre de transport européenne : Connect Europe. Présentée le 17 septembre à Paris, « elle s'adresse à toutes les entreprises qui souhaitent expédier d'une palette au lot complet vers 25 pays européens et d'Afrique du Nord jusqu'en Turquie », précise Emmanuel Arnaud. Pour le vice-président de XPO chargé des opérations en Europe, ces entreprises « accèdent, via un point de contact unique, à une flotte propre de 8 000 moteurs et 12 000 remorques, plus celle mise à disposition par nos sous-traitants référencés. Ce réseau, 100 % ADR, livre déjà 60 000 palettes par jour. Il est organisé autour de 8 hubs, massifiant et déconsolidant les flux ». En plus des 150 agences XPO dans 14 pays, Connect Europe s'appuie ailleurs sur des partenaires, comme le groupe Emons en Allemagne. « Tous ont le rôle d'hébergeur pour prévenir les vols en plus des systèmes de suivi déployés ».

Trois délais

Trois délais sont proposés : « standard, de 24 h à plusieurs jours pour les destinations les plus éloignées, îles comprises, accéléré, avec des organisations à deux chauffeurs et/ou en relais, express, avec l'affrêtement de moyens dédiés, utilitaires et aériens compris si nécessaire, avec des transporteurs référencés », détaille Emmanuel Arnaud. « Connect Europe a été pensée pour accepter et s'adapter à tous les volumes d'envois palettisés et délais », assure-t-il. En plus de complets, 500 lignes régulières de groupage sont opérées en Europe dont 10 % au départ de France.

Couche digitale

À l'image du Royaume-Uni, XPO capitalise sur des expertises reconnues vers plusieurs destinations. « L'ensemble des formalités douanières, en vigueur et à anticiper comme en Angleterre, sont prises en charge avec une présence sur le terrain, des conseils et une remontée d'informations en temps réel. Tous nos chauffeurs, comme ceux de nos sous-traitants, possèdent un passeport biométrique et/ou une carte d'identité de dernière génération pour se conformer à la prochaine déclaration de sécurité ENS au Royaume-Uni, à compter du 31 octobre », affirme Olivier Mirio.

La traçabilité et le reporting des flux sont deux promesses de Connect Europe mises en avant par le directeur commercial et marketing XPO Logistics en France. « Les clients disposent du portail Connect Customer pour suivre leurs expéditions, avec heure d'arrivée estimée, avoir un bilan carbone ou échanger leurs documents dont de facturation », indique-t-il. Le pendant, pour les procédures et échanges d'information et de documents dématérialisées entre XPO et ses transporteurs sous-traitants, est traité via le portail Connect Carrier. En plus de sa bourse de fret actuelle, un service d'appel d'offres y est à l'étude.

Sans compromis sur le CO2

Le lancement de Connect Europe bénéficie enfin de l'engagement de XPO en matière de réduction de CO2. « Pour toutes les expéditions, nous proposons à nos clients la possibilité de réduire leur empreinte carbone. Dans le cadre de l'initiative LESS, ils peuvent choisir une trajectoire de décarbonation en utilisant des carburants alternatifs tels que le HVO, le biogaz et l'électrique », reprend Emmanuel Arnaud. Pour Low Emissions Sustainable Solution, LESS est un dispositif proposé aux clients qui veulent décarboner leur transport en participant à son financement. A date, le groupe a aussi commandé 230 porteurs et tracteurs électriques en France. « Nous avons l'ambition d'être leader en matière de décarbonation », cadre le directeur des opérations.

S'ajoutent des services multimodaux, rail-route principalement et Nord-Sud pour l'essentiel, entre la Péninsule ibérique et l'Italie voire la Turquie et le Nord de l'Europe passant, pour certains, par la France. « Nous avons multiplié par 2 notre parc de remorques au gabarit P400 l'an passé. De 200 unités, cette flotte va continuer à croître en 2025 », confie-t-il. Depuis 2020, XPO Logistics déclare avoir réduit de 17 % ses émissions carbone sur ses Scopes 1, 2 et 3, et être en avance sur son objectif de baisse de 30 % d'ici 2030.

Transport Info .fr

Groupe Mousset : Frédéric Leblanc débarqué de la présidence et remplacé par Céline Mousset-Eloumou Zoa

12 septembre 2024 Valérie Chrzavzez Bloc-notes, Nominations 0

Des marges dégradées et certaines acquisitions récentes auraient conduit le conseil de surveillance du groupe Mousset à écarter Frédéric Leblanc, Pdg emblématique du groupe depuis 2011.

C'est la sœur de Jean-Michel Mousset (président du conseil de surveillance), Céline Mousset - Eloumou Zoa, consultante et déjà actionnaire, qui lui succède. Elle prend la présidence d'un groupe fort de 3 800 salariés, 2 300 moteurs et 160 agences (France et Pologne). Spécialisé dans le transport industriel, frigorifique et en cour de ferme, Mousset a enregistré un chiffre d'affaires de 384 millions d'euros en 2023.

Frédéric Leblanc a débuté comme conducteur routier dans l'entreprise vendéenne en 1993 avant de gravir les échelons et de se voir propulser à la direction générale par Jean Michel-Mousset dix-huit ans plus tard. Patron sportif, social et charismatique, il avait notamment développé le groupe à grand renfort d'opérations de croissance externe. Soulignons que Fabienne Mousset est missionnée par le conseil de surveillance pour assister le directoire tandis que Jean-Michel Mousset en conserve la présidence.

VC

Transport Info .fr

Nathan Ribeyre (Transports Ribeyre) : le futur, c'est maintenant

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article dresse le portrait de **Nathan Ribeyre**, jeune directeur adjoint de 22 ans, qui s'apprête à reprendre l'entreprise familiale fondée par son père en 2019. Malgré son jeune âge, Nathan montre une grande détermination à pérenniser et développer l'entreprise de transport. Il utilise activement les réseaux sociaux pour accroître la notoriété de la société, tout en améliorant sa présence en ligne via un site internet. Nathan a également marqué les esprits avec des semis frigo aux couleurs de clubs sportifs locaux, renforçant ainsi la visibilité de l'entreprise.
En parallèle, Nathan cherche à optimiser la rentabilité, en triant les contrats avec son père et en se diversifiant dans des marchés comme le plateau, le tautliner et le recyclage de ferraille, avec l'acquisition d'un porteur Ampliroll. L'entreprise, qui réalise 40 % de son chiffre d'affaires en affrètement, envisage aussi une opération de croissance externe pour acquérir une petite entreprise et ainsi gagner de nouveaux conducteurs et clients. Ambitieux, Nathan Ribeyre projette d'accroître l'activité logistique en créant un entrepôt sous température dirigée pour soutenir cette expansion.
✨ Synthèse IA ✨

16 septembre 2024 Valérie Chrzavzez Stratégie & marchés 0

À 22 ans, Nathan Ribeyre est en phase de reprise de l'entreprise créée par son père. S'il sait qu'il a encore beaucoup à apprendre, il apporte déjà sa touche personnelle en multipliant les pistes pour pérenniser la boite familiale : réseaux sociaux, rentabilité, croissance externe… Il nous dit tout.

Ne vous fiez pas à son allure d'adolescent, Nathan Ribeyre est déjà directeur adjoint de l'entreprise créée par son père, Philippe Ribeyre, en 2019. À un peu plus de 20 ans, c'est sans la moindre hésitation qu'il a pris la direction de la société de 16 personnes, après un DUT, puis une licence pro à l'école de commerce de Dijon.

« J'ai toujours baigné dans le milieu du camion, car avant de se lancer dans le transport de marchandises, mon père était vendeur de PL », raconte Nathan, qui suivait son métier de près et lui donnait un coup de main dès qu'il le pouvait.

« Aujourd'hui, j'ai bien quelques craintes, mais je donne le meilleur de moi-même. Et comme j'ai le soutien des salariés et de mon père, c'est pour moi une fierté et un honneur d'avoir la responsabilité de l'affaire », commente le jeune homme. Un plan de cinq ans a été mis en place pour qu'il puisse reprendre sereinement l'entreprise. Nathan Ribeyre se juge prêt : « Je suis allé à la rencontre des clients et des affrétés avec mon père. Même s'il est officiellement à la retraite, il va continuer à m'accompagner en se consacrant au développement commercial, car il adore ça. »

Dans le feu de l'action

En attendant, le jeune transporteur fourbit son plan de route. Car s'il s'occupe pour l'instant uniquement de l'exploitation, il a déjà commencé à imprimer sa marque. « J'utilise les réseaux sociaux pour communiquer. Ce sont des outils faciles à utiliser, qui sont peu couteux et nous apportent de la notoriété », assure le futur dirigeant. En parallèle, il a créé le site internet de l'entreprise, ce qui lui a permis de gagner des contacts de prospects.

Pour se distinguer de ses concurrents, le jeune dirigeant compte aussi sur ses six semis frigo aux couleurs de leur client HDC Lamotte ou de clubs sportifs. Ceux qui arborent le logo des clubs de rugby de Valence, Romans-sur-Isère ou de Tournon-Tain – des équipes pour lesquelles Nathan a joué plus jeune – ne passent pas inaperçus. « Sur les routes, on croise des centaines de véhicules ; ces semis originales nous permettent de sortir du lot et de marquer les esprits, et nos conducteurs en sont fiers », se félicite Nathan Ribeyre.

« Les réseaux sociaux sont des outils faciles à utiliser qui nous apportent de la notoriété. »

Pour se faire connaitre, sa société a aussi participé, quelques jours avant les Jeux paralympiques de Paris 2024, au plus grand rassemblement mondial de tandems handisport. À la demande de HDC Lamotte qui participait à l'organisation, l'entreprise a assuré le transport et la logistique, avec Nathan au volant. Le futur patron a de nombreux projets pour développer l'affaire familiale, notamment celui d'augmenter son activité en logistique en créant un bâtiment sous température dirigée. Il envisage aussi de se lancer dans une opération de croissance externe. « Nous pourrions reprendre une petite affaire bien implantée, ce qui nous permettrait de récupérer des conducteurs et de nouveaux clients. »

Développer d'autres marchés

Une chose est sure : Nathan Ribeyre veille déjà à la rentabilité de l'entreprise. Pour son activité primeurs et alimentaire en température dirigée – des activités très concurrencées –, il a ainsi opéré un tri des contrats avec son père. « Nous avons épuré et gardé uniquement les trafics les plus rentables, et nous avons commencé à développer d'autres marchés en plateau et tautliner », explique-t-il.

Afin de pouvoir démarrer une activité visant à valoriser les déchets de ferraille, l'entreprise a fait l'acquisition d'un nouveau porteur Ampliroll 6x2. « Nous misons sur le recyclage, car c'est un marché qui va se développer », anticipe Nathan Ribeyre. Les transports Ribeyre réalisent 40 % de leur CA en affrètement, principalement pour des trafics sur le nord de l'Italie. « Nous travaillons avec sept entreprises de manière régulière. Je n'aime pas le terme de sous-traitants, ce sont plutôt des collègues avec qui nous entretenons de bonnes relations », souligne le jeune transporteur.

Valérie Chrzavzez

DEUXIÈME PARTIE :

L'ACTUALITE DES DONNEURS D'ORDRES ET DU MARCHE

L'innovation réchauffe les consommateurs de surgelés

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article explore le rôle crucial de l'innovation pour redynamiser le marché des surgelés, marqué par une décroissance amorcée depuis 2018. Le segment sucré, notamment les glaces, a représenté 13 % des ventes en 2023 malgré une baisse des nouveautés due à l'inflation. Le surgelé salé, champion des innovations en France (8,1 % des nouvelles propositions alimentaires), a bénéficié du dynamisme de marques comme **Marie** et **Picard**, qui ont su proposer des produits attrayants et plus « clean ». La demande pour les plats individuels a progressé, notamment grâce à l'essor du télétravail. Les industriels s'adaptent aussi aux contraintes budgétaires des consommateurs, comme **Charal**, qui lance des formats économiques. L'inflation a globalement pesé sur le secteur, réduisant les rotations de 5 %, mais les festivités sportives ont boosté la consommation de pizzas et glaces, avec de nouvelles signatures comme **Nutella** et **Super Mario**.

✨ Synthèse IA ✨

L'innovation reste un moteur pour les surgelés. Si les industriels doivent rassurer des consommateurs refroidis par les scandales sanitaires et l'inflation, les offres individuelles sont un levier pour les réchauffer en 2024. LSA passe en revue les propositions de neuf acteurs.

Réservé aux abonnés

Sylvie Lavabre

08 septembre 2024 \ 12h00

3 min. de lecture

Le chiffre d'affaires des innovations (13 % des ventes du segment en 2023) reste significatif pour les glaces, qui constituent l'essentiel des surgelés sucrés.

Le contexte

- **La décroissance** du surgelé, déjà amorcée depuis 2018, se poursuit d'année en année depuis le Covid.
- **Le scandale sanitaire** Buitoni a pénalisé le segment des pizzas notamment.
- **L'inflation** a pesé sur la demande (la hausse a atteint les 9 % l'an dernier pour des rotations qui ont reculé de 5 %).

Respectivement 4e et 5e rayons les plus innovants des PGC en 2023 selon NielsenIQ, les surgelés sucrés et salés ont conservé une belle vitalité l'an dernier. Malgré une performance moindre par rapport aux années précédentes, le chiffre d'affaires des innovations (13 % des ventes du segment en 2023) reste significatif pour les glaces, qui constituent l'essentiel des surgelés sucrés. Dans cette catégorie « plaisir » par excellence, l'hyperinflation a entraîné un ralentissement du rythme global des nouveautés au premier semestre 2023, lié notamment à la rationalisation des assortiments, avant une nouvelle accélération observée sur le deuxième semestre 2023.

Les chiffres

- **5,9 milliards d'euros** : le CA des glaces, à + 7,4 % (- 2,3 % en volume)
- **4,2 milliards d'euros** : le CA du surgelé salé, à + 6,7% (- 2,7% en volume)
- **+10 %** : l''évolution du prix UC des surgelés (+ 2,5% en CAD à P4)
- **49,1 %** : la part des MDD dans les surgelés

Source : Circana, CAM à P4 2024, tous circuits GMS

- **8,1%** : la part des surgelés dans les innovations alimentaires en France en 2023

Source : ProtéinesXTC

La catégorie salée, championne de France

De son côté, le segment des surgelés salés a été, l'an dernier, la catégorie la plus innovante en France, selon le baromètre ProtéinesXTC. Dans les plats élaborés, les industriels ont multiplié les efforts pour relancer une catégorie mise à mal par le scandale Buitoni. C'est le cas de Marie devenue la marque de pizzas surgelées la plus vendue en volume, et qui a sorti en 2023 la gamme Crousti à partager. *« Les pizzas ont retrouvé une belle dynamique l'an dernier (+ 11 %) grâce aux industriels qui ont su rassurer leurs clients et proposer des offres attrayantes,* assure Mathis Krompholtz, consultant de Circana. *Il y a aussi eu des efforts pour assainir les recettes. On observe d'ailleurs que les offres qui portent le Nutri-score sur leur pack se portent mieux, à + 2,8 % en volume contre - 2,3 % pour celles qui en sont démunies. »*

Pour Xavier Terlet, fondateur du cabinet XTC, la première place du surgelé salé s'explique par le rôle moteur de Picard. *« En 2023, 8,1 % des innovations étaient des surgelés salés. La raison est simple : il y a un effet Picard. L'enseigne innove constamment et cela incite les industriels à renouveler leurs gammes. » « Dans le rayon surgelé coûteux à entretenir pour les distributeurs et qui doit être priorisé, seules 20 % des innovations sont encore présentes sur le marché après cinq ans,* souligne Marie Duffaure, directrice de marque Marie Surgelés. *Celles qui restent répondent aux attentes des Français, en premier lieu, le plaisir et le goût. La deuxième attente est de proposer des produits clean.* »

Parmi les tendances dans le surgelé salé figurent les plats individuels qui gagnent du terrain avec l'essor du télétravail. Alors que Picard mise sur le snacking, Écomiam a contribué à valoriser l'offre avec ses Gamelles gourmandes prêtes à manger origine France. *« Nous accompagnons*

nos clients distributeurs pour déverrouiller le potentiel de l'individuel en GMS où l'offre est encore très limitée », explique, de son côté, Marie Duffaure. Bonduelle y croit aussi. Arrivée en 2022 dans le rayon grand froid, sa marque Cassegrain, d'abord mal positionnée, s'est vite recentrée sur les plats cuisinés individuels avec le lancement en mars 2024 de six recettes plus consensuelles et un prix revu à la baisse. Car l'innovation doit aussi intégrer la problématique du pouvoir d'achat qui pousse les consommateurs à réaliser des arbitrages.

Adaptation et maîtrise des prix

« Il y a un impact du prix sur la demande, indique Mathis Krompholtz. *Pour le total surgelé, la hausse a atteint les 9 % l'an dernier pour des rotations qui ont reculé de 5 %. L'inflation a pénalisé notamment les produits à partager, boudés par les consommateurs, en raison d'un acte d'achat plus cher. Globalement, l'ensemble des industriels ont adapté leurs prix avec des innovations plus accessibles. »* Pour les budgets serrés, Charal lance cette année un format de six steaks hachés pur bœuf à prix réduit avec un packaging différenciant du cœur de gamme pour une meilleure émergence en rayon.

En octobre, la marque avait déjà innové avec un steak surgelé en format individuel, au prix de vente indicatif de 1,46 € les 100 g de pur bœuf d'origine 100 % française. Quitte à plus miser sur le digital dans ses plans médias avec l'utilisation d'ambassadeurs ou d'influenceurs pour relancer le désir.

L'innovation aura profité en tout cas cette année des festivités sportives propices à la consommation informelle, avec les pizzas et flammekueches comme stars de l'été. Sans oublier les glaces qui ont vu arriver cette année de nouvelles signatures comme Cacolac, Super Mario et, surtout, Nutella. Un beau coup de Ferrero, gros pourvoyeur d'innovations, à l'occasion des 60 ans de sa marque la plus emblématique.

COMMERCE & CONSOMMATION LSA

Poires françaises : une belle récolte en prévision cette année

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

La récolte de poires en France pour 2024-2025 s'annonce meilleure que l'année précédente avec 119 000 tonnes attendues, soit 19 000 tonnes de plus qu'en 2023. **Vincent Guérin**, responsable des activités économiques de l'**ANPP**, se réjouit de cette progression, bien qu'elle reste inférieure au potentiel maximum de 150 000 tonnes atteint en 2022. La production française, bien qu'appréciée des consommateurs, reste insuffisante pour couvrir les besoins nationaux, entraînant l'importation de poires. Pour moderniser le secteur, de nouvelles variétés comme **Angys**, **Fred**, et **Xenia** ont été introduites, apportant des goûts et textures variés, ainsi qu'une production plus rapide. L'**ANPP** a lancé un projet regroupant une vingtaine de producteurs pour promouvoir ces nouvelles variétés et mieux ajuster leur mise en avant dans les magasins. Grâce à des initiatives de communication et un calendrier variétal, la grande distribution soutient activement la poire française.

✨ Synthèse IA ✨

La récolte de la poire bat son plein en France, depuis la mi-juillet pour les variétés les plus précoces, et jusqu'au mois d'avril pour les plus tardives. Une récolte 2024-2025 qui s'annonce meilleure que la précédente, notamment car les nouvelles variétés produisent davantage.

Charlotte Barriquand

13 septembre 2024 \ 11h42

2 min. de lecture

© ANPP

En France, il peut se produire jusqu'à 150 000 tonnes de poires dans les meilleures années.

"La saison sera relativement bonne cette année", annonce Vincent Guérin, le responsable des activités économiques de l'ANPP (Association Nationale Pommes Poires). 119 000 tonnes sont attendues, soit 19 000 de plus qu'en 2023. Une bonne nouvelle pour les consommateurs et pour l'ANPP. Vincent Guérin est rassuré, car "*nous pourrons approvisionner en poires françaises les rayons de la distribution jusqu'en décembre".* Le responsable tempère pourtant *: "Nous ne sommes pas encore revenus à notre potentiel maximum de récolte, comme en 2022 lorsque nous avions fait 150 000 tonnes".*

La France n'est pas un gros faiseur sur le marché de la poire. Seulement en 6e du classement des pays producteurs, le peloton de tête est composé de l'Italie, des Pays-Bas, de la Belgique ou encore de l'Espagne et du Portugal. Avec une consommation annuelle d'environ 200 000 tonnes de poires, la production française n'est pas suffisante pour satisfaire les envies des consommateurs tout au long de la saison. La poire est donc en partie importée, au grand dam des producteurs français, alors que "*les consommateurs préfèrent la poire française, le problème c'est simplement que l'on en a pas suffisamment",* indique Vincent Guérin.

Une production qu'il fallait moderniser

Le dérèglement climatique n'est pas le seul des maux affectant la production de poires en France. Souvent mis au second plan derrière la pomme, la poire est un fruit vieillissant, sans innovation, avec les mêmes variétés depuis des années. "*Alors, il y a quelques années il a été décidé d'introduire de nouvelles variétés de poires comme l'Angys, ou encore la Fred ou la Xenia, plus récemment. Notre objectif était de réveiller le rayon, de lui apporter de la couleur, mais aussi de nouveaux gouts et textures"*, détaille Vincent Guérin.

Par exemple, pour conquérir les plus jeunes, certaines variétés sont plus fermes voire croquantes, comparé à d'autres bien plus fondantes qui sont plus appréciées par un public plus âgé. Aussi, "*lorsque nous avons souhaité introduire ces nouvelles variétés, l'un des critères était que leur production soit plus précoce"*, ajoute Vincent Guérin. Il faut compter en moyenne sept ou huit ans avant qu'un poirier rende une récolte conséquente, avec les nouvelles variétés, il faut compter quatre ou cinq ans.

Le projet Poires de l'ANPP

Puisque la production est en train d'augmenter et que les nouvelles variétés commencent à se faire connaître du grand public, une vingtaine de producteurs de l'ANPP se sont regroupés pour accélérer sur la question. Un projet qui se concrétise depuis seulement quelques mois, avec par exemple la création d'un calendrier variétale à destination notamment des responsables de rayons fruits et légumes. "*L'idée est que les distributeurs et les consommateurs puissent ajuster les mises en avant en magasin en fonction de la saison, mais aussi faire du cas par cas lorsqu'une poire arrive prématurément par exemple",* explique Vincent Guérin, le responsable économique de l'ANPP.

Ensuite, le projet vise à faire plus de communication en magasin, avec du matériel promotionnel ou encore (à terme), discuter avec eux d'un cahier des charges pour continuer de mettre en avant la poire française. *"Heureusement, la grande distribution joue vraiment le jeu avec nous. Cela nous rassure"*, souligne Vincent Guérin.

Découvrez les fruits et légumes les plus consommés par les Français cet été

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'étude Kantar, réalisée entre juillet et août 2024, révèle les fruits et légumes les plus consommés par les Français cet été. Côté fruits, le melon domine avec 76 500 tonnes achetées, suivi de la banane (63 700 tonnes), qui a vu sa consommation augmenter de 10 %, et des nectarines/brugnons (43 700 tonnes). Du côté des légumes, la tomate arrive en tête avec 113 800 tonnes achetées, représentant une hausse de 3,4 %. La pomme de terre (80 800 tonnes) occupe la deuxième place malgré une légère baisse, tandis que le concombre, en forte progression (+7,8 %), complète le podium avec 40 300 tonnes achetées. Ces données montrent un engouement continu pour les produits de saison, renforcé par le contexte de baisse du pouvoir d'achat, avec des classiques comme la courgette (+8,8 %) et les pêches (42 400 tonnes) également en hausse.

✨ Synthèse IA ✨

Selon les quantités achetées entre juillet et août, le panéliste Kantar dévoile le top 3 des fruits et légumes les plus consommés par les Français cet été, grâce à une étude de 8 semaines, de P07 à P08.

Réservé aux abonnés

Charlotte Barriquand

11 septembre 2024 \ 09h29

2 min. de lecture

© 123rf

Le melon est le fruits le plus consommé cet été avec plus de 76 000 tonnes achetées.

Les fruits et légumes ont eu la cote cet été ! C’est en tout cas ce que montre une récente étude réalisée par le panéliste Kantar, mettant en lumière le top des fruits et légumes les plus consommés cet été. Surprise ?

Côté fruits, ça sent l’été

À la première marche du podium, se hisse le melon. Véritable incontournable, même indétrônable sur les tables pendant l’été, avec 76 500 tonnes achetées en juillet et août. *"2/3 des foyers en achètent",* précise le panéliste. Même l’étrange météo ces derniers mois n’aura pas eu raison de ce fruit orange et sucré et n’aura fait chuter les ventes que de 1,7 % par rapport à l’été précédent.

La deuxième marche du podium est attribuée à la banane, avec 63 700 tonnes achetées. Ce fruit, consommé toute l’année, a pourtant enregistré une hausse de sa consommation cet été (+10 %) par rapport à 2023. Enfin, place aux fruits de saison avec les nectarines et les brugnons qui viennent compléter ce podium, avec 43 700 tonnes achetées cet été, soit une hausse de 2,3 % par rapport à l’année passée.

Côté légumes, la tomate en tête

Autre grand classique de l'été, la tomate, qu'on déguste surtout en salade, s'impose comme la star de la saison avec 113 800 tonnes achetées, décrochant ainsi la médaille d'or. Elle domine largement le classement, avec une progression de +3,4 % par rapport à l’année précédente, selon les données Kantar. Le panéliste précise que "*près de 90 % des foyers en achètent !".*

Ensuite, place à la pomme de terre, cet aliment tout-terrain apprécié tout au long de l’année. Cet été, les ventes ont atteint 80 800 tonnes. Très populaire, la pomme de terre a pourtant connu une légère baisse de sa consommation (-0,7 %) par rapport à 2023, probablement en raison des plus faibles rendements cette année. Ce podium des légumes favoris de l'été 2024 se conclut avec le concombre, qui enregistre une hausse de ses ventes de 7,8 %, avec 40 300 tonnes achetées.

Les fruits et légumes de saison continuent de gagner en popularité

Avec la baisse du pouvoir d’achat, les Français continuent de se réfugier dans des valeurs sûres telles que les pommes de terre ou les bananes au moment d’acheter des fruits et légumes. Pourtant, ces deux podiums montrent également l’attrait des Français pour les produits de saison, avec *"d’autres fruits et légumes qui complètent ce classement, comme la courgette qui se hisse à la 4e place avec une hausse impressionnante de +8,8 % et un total de 35 900 tonnes achetées cet été, ou encore les pêches avec 42 400 tonnes achetées"*, détaille Kantar.

Consommation des ménages français : quelles priorités en 2024 ?

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'étude de Kantar, menée en 2024, met en lumière les nouveaux comportements de consommation des Français dans un contexte marqué par l'inflation, la météo défavorable et les incertitudes politiques. **Gaëlle Le Floch**, directrice stratégique chez Kantar, souligne que les consommateurs adaptent leurs habitudes en recherchant les meilleurs prix, avec 69 % d'entre eux basant leurs achats sur ce critère. Les produits frais traditionnels sont en recul (-2 %), tandis que les promotions et les marques de distributeurs gagnent du terrain. Pour relancer la consommation, les marques doivent améliorer leur attractivité prix et leur "equity" en alignant le prix perçu et le prix réel. L'innovation, notamment par des produits audacieux et des expériences émotionnelles, comme les lieux éphémères (pop-up stores), est clé. En parallèle, l'attrait pour le plaisir culinaire et la consommation responsable progresse, avec une montée du flexitarisme et une demande accrue pour des produits transparents et nutritifs. Les marques doivent ainsi se reconnecter aux valeurs des consommateurs, en privilégiant la santé, le plaisir et la proximité.

✨ Synthèse IA ✨

Dans un climat général challengeant (des prix qui restent élevés malgré le reflux de l'inflation, météo, élections législatives, Jeux olympiques 2024 ...), Kantar revient sur les faits marquants de ce début d'année. Analyse de **Gaëlle Le Floch**, strategic Insight director chez Kantar

Réservé aux abonnés

Yves Puget

17 septembre 2024 \ 18h00

5 min. de lecture

© Laetitia DUARTE

Kantar revient sur les faits marquants de ce début d'année en termes de consommation.

Nouvelle normalité dans la consommation des Français

Inflation et pouvoir d'achat

Privation, catégories qui ont fait les frais de la baisse du pouvoir d'achat, chasse aux meilleurs prix, changement de marques et d'enseignes… les ménages français ont significativement changé leurs habitudes d'achat et de consommation ces 2 dernières années.

Même si nous assistons à une accalmie sur les prix et même une déflation depuis le mois de mai versus un +20%* sur 2022-2023 cumulées, la consommation continue d'être morose. La météo difficile et le contexte politique et géopolitique tendu ont été autant de freins pour relancer la consommation.

Dans ce climat challengeant, 68% des Français déclarent ne pas avoir envie de dépenser et 55% des Français ont l'intention de réduire leur consommation hors domicile à cause de l'inflation. Sans surprise, les Français sont de plus en plus sensibles au facteur prix avec une hausse de 13pts en 10 ans sur la décision d'achat en fonction de celui-ci.

Conséquence de cette nouvelle normalité : les consommateurs français continuent à acheter moins en 2024 vs 2023, -1,5% en volume, avec 61% des catégories PGC-FLS qui sont en décroissance volume et des caddies moins remplis (11 articles par actes sur la P08 2024 versus 14 sur la même période en 2020). L'engouement pour les MDD, promotions, catégories essentielles ne faiblit pas, ainsi que pour les solderies qui affichent une hausse de 2,4 pts de gain de pénétration depuis le début de l'année.

Les arbitrages des ménages se font aussi au détriment des produits frais traditionnels, qui reculent de -2% en volume vs 2023, mais de -8% vs 2019 !

De nouveaux défis pour la consommation

Travailler l'attractivité prix des marques

Face aux problématiques de pouvoir d'achat très présentes, le prix reste plus que jamais un élément crucial dans la décision d'acte d'achat. Les Français regardent les étiquettes, 69% déclarent choisir en fonction des prix.

La promotion est une des attentes fortes des consommateurs. 83% des foyers Français déclarent acheter des articles en 'promotion aussi souvent que possible' et c'est 14,6% des dépenses des Français qui se font sous promotion en ce début d'année soit +0.4 pt vs l'an passé.

Une promotion qu'il va falloir repenser dans un contexte législatif de limitation de leur générosité depuis l'entrée en vigueur de la loi Descrozaille sur les catégories DPH.

* selon Circana

Retravailler la valeur des marques pour faire accepter leur positionnement prix.

Pour retrouver une place de choix, les marques doivent également retravailler leur equity afin d'aligner leur prix facial (affiché) et leur prix accepté (acceptation de les payer plus cher ou ce que les consommateurs estiment juste de payer). Un travail nécessaire car quand le "prix perçu" est supérieur au "niveau de prix réel", la marque a alors la possibilité de se premiumiser. Il est essentiel d'aller à la reconquête des consommateurs, ce qui est possible puisque 60 % des dépenses des Français sont encore allouées aux marques nationales, signe d'une confiance et d'une perception de qualité toujours présente.

Les enjeux principaux pour rallumer la flamme de la consommation

Rester dans une stratégie de conquête d'acheteurs est clé : 85 % des marques en croissance ont recruté de nouveaux consommateurs.

Pour recruter de nouveaux acheteurs, des facteurs clés s'imposent.

L'innovation.

L'innovation reste un levier essentiel pour séduire les consommateurs : 1 Français sur 2 déclare aimer tester de nouveaux produits. Les points de contact privilégiés pour ces innovations restent le merchandising, les promotions, et la TV.

Cependant, 80 % des Français n'achètent pas ces innovations à cause d'un prix perçu trop élevé. Les marques doivent donc oser innover de manière plus audacieuse. Ces deux dernières années ont vu une baisse des innovations disruptives, une tendance qu'il faut inverser en étant au plus près des attentes des consommateurs.

L'émotionnel.

L'émotionnel devient un facteur clé dans le renouveau de la consommation, notamment avec des événements d'envergure, comme les Jeux Olympiques, qui ont ravivé la flamme de la consommation à domicile.

Reconnexion avec le Hors Domicile : Le phénomène des lieux éphémères.

Les marques multiplient les initiatives pour reconquérir les consommateurs hors des circuits traditionnels. Des lieux éphémères, tels que des bars, restaurants ou stores pop-up initiés par les marques (Coca-Cola Food Fest, Pepsi Street Food, Oalty pop up, Nyx pop up…), sont de plus en plus fréquents et permettent de créer des expériences uniques et immersives pour les consommateurs.

Le plaisir.

Les Français simplifient leurs repas mais recherchent plus de goût. Par exemple, les plats incluent plus de sauces et d'assaisonnements. Un plaisir qui passe également par plus de diversité culinaire comme la cuisine du monde qui fait de plus en plus d'adeptes. Le fait maison connaît un regain de popularité, notamment dans les secteurs des produits de base comme la farine, les aides culinaires sucrées, signe du plaisir retrouvé de cuisiner en famille.

La transition vers une consommation responsable repensée

La végétalisation des produits alimentaires s'impose peu à peu dans les comportements des consommateurs français. En effet, 47 % des Français ont au moins un membre au foyer qui se considère aujourd'hui flexitarien, un chiffre majoritairement porté par les 50 ans et plus.

Les enjeux nutritionnels sont toujours d'actualité et doivent avant tout répondre à deux enjeux majeurs pour les Français :

- Plus de transparence et de pédagogie avec le **Nutri-score**, qui s'impose comme la mention numéro 1 pour les consommateurs en quête d'informations en matière d'alimentation saine et de nutrition. Mieux les produits sont notés, mieux ils se vendent en volume.
- Plus simple : Les aliments fonctionnels qui restent encore niches, sont de plus en plus utilisés dans la composition des produits. Ils représentent un champ des possibles important mais leur démocratisation, en proposant plus d'offres, et la pédagogie restent à travailler.

L'environnement, un critère devenu central dans les choix d'achat. Si les marqueurs sont toujours bien ancrés et les produits écologiques ou naturels dynamiques, il apparait un besoin de renouvellement de la confiance envers les engagements environnementaux des acteurs agro-alimentaires qui n'est pas toujours au rendez-vous.

En conclusion, les marques doivent retrouver une place privilégiée dans le cœur des Français en capitalisant sur des valeurs qui font écho aux critères d'achats prioritaires des consommateurs : bon pour la santé, rapport qualité/prix, le plaisir et la proximité via la relation émotionnelle et authentique entre les marques et le consommateur. Elles doivent être plus agiles, plus proches des attentes des consommateurs, et plus audacieuses dans leur approche de l'innovation.

COMMERCE & CONSOMMATION
LSA

Francis Palombi, président de la Confédération des commerçants de France, est mort

Francis Palombi, président de la Confédération des commerçants de France depuis 2014, est mort. Il avait 76 ans.

Jean-Noël Caussil

19 septembre 2024 \ 12h01

1 min. de lecture

Francis Palombi est mort. Il avait 76 ans.

Francis Palombi, président de la Confédération des commerçants de France depuis 2014, est mort ce mardi 17 septembre 2024. Il était âgé de 76 ans. « *Homme de convictions et d'engagement, chevalier de la Légion d'honneur, Francis Palombi a consacré sa vie au service du commerce et à la défense des valeurs qui ont toujours guidé son action : solidarité, proximité et responsabilité* », indique un communiqué de la Confédération.

Né à Nice, il a grandi à Avignon

Infatigable représentant et défenseur des petits commerçants, Francis Palombi, né à Nice (06), a passé toute son enfance à Avignon (84), élevé par une mère au foyer et un père cheminot, militant CGT. Il s'est ensuite tourné vers le commerce, entrant chez Bata dès 1970. Gérant, responsable de secteur et du développement des services, il reste onze ans dans le groupe Bata, avant de rejoindre ensuite l'Union des chausseurs français puis, en 1990, il prend la codirection de la filiale d'une coopérative allemande de chausseurs.

Une décennie au service du commerce indépendant de proximité

Mais c'est bien sûr au sein de la Confédération des commerçants de France, une décennie durant, qu'il a œuvré, « *sans relâche* », pour promouvoir et soutenir le commerce indépendant de proximité. « *Son action à la tête de la Confédération des commerçants de France a durablement marqué le secteur du commerce et son héritage continuera d'inspirer les générations futures* », réagit sa Confédération qui, « *en ces moments de peine, (tient) à exprimer (ses) plus sincères condoléances à sa famille, à ses proches ainsi qu'à tous ceux qui ont eu la chance de le connaître et de travailler à ses côtés.* »

La grande distribution pourrait-elle être privée des « tickets restaus » ?

Julie Delvallée

20 septembre 2024 \ 11h37

1 min. de lecture

© Sébastien Borda

Depuis 2022 et jusqu'au 31 décembre 2024, les clients des grandes surfaces peuvent payer en titres-restaurant papier ou digitaux tous les produits alimentaires.

« Nous alertons quant au dévoiement progressif du titre-restaurant. Initialement pensé pour fournir une solution aux salariés pour se restaurer, il se transforme progressivement en un chèque en blanc. Si le contexte inflationniste pouvait justifier l'élargissement de son champ d'action, il devient maintenant crucial de le recentrer ». Ce cri d'alerte provient de Romain Girard, président du Syndicat national de l'alimentation et de la restauration rapide, le SNARR. L'organisation professionnelle appelle ainsi à un recentrage des fameux « tickets restau », et cela dès 2025.

Pour mémoire, en 2022, la possibilité de payer avec des titres a été étendue au vu de la hausse de l'inflation, à + 6,8 % sur l'alimentation au mois de janvier 2022. Le Parlement avait alors voté la possibilité d'utilisation de titres-restaurants pour le paiement de produits alimentaires non-consommables immédiatement jusqu'à fin 2023, mesure qui a été prolongée jusqu'au 31 décembre 2024.

30 % des flux financiers des tickets restau captés par la grande distribution

Selon la commission nationale des titres-restaurants, près d'un milliard d'euros de chiffres d'affaires en titres-restaurants ont ainsi été absorbés par les GMS en seulement un an. A la fin du deuxième trimestre 2024, ce secteur représentait 30,8% du flux financier du marché des titres-restaurants. La grande distribution voyait elle plutôt d'un bon œil cette nouvelle mesure, arguant notamment que l'étendue de cette possibilité peut permettre aux salariés de constituer leur « gamelle » du midi grâce à ces tickets. Car, avant 2022, seuls les produits prêt-à-consommer (sandwich, salade repas...), entraient dans le cadre des articles vendus en GMS qui pouvaient être payés via ces tickets. Cette partie-là ne semble pas remise en cause.

Autre motif d'inquiétude pour le SNARR, les taux demandés par les émetteurs de ces titres ont subi des augmentations « sans précédents pouvant atteindre selon les émetteurs 33 % pour le papier et 21,6 % pour les cartes » entre 2022 et 2023. Le ticket-restaurant fera donc sans doute partie des sujets à traiter rapidement par le nouveau gouvernement en passe d'être annoncé.

COMMERCE & CONSOMMATION LSA

Un nouveau président pour la Fédération Française de la Franchise

Le conseil d'administration de la FFF a procédé ce jeudi 19 septembre à l'élection d'un nouveau président.

Florence Bray

19 septembre 2024 \ 20h05

1 min. de lecture

Administrateur de la FFF en 2021, Olivier Mermuys, DG de Cavavin a été nommé président de la fédération.

Après avoir effectué deux mandats successifs à la présidence de la FFF et 4 mandats au total à cette fonction, Guy Gras passe la main. Ce jeudi 19 septembre, le conseil d'administration de la fédération française de la franchise a élu Olivier Mermuys, directeur général de l'enseigne Cavavin, à sa présidence.

Directeur général de Cavavin depuis 2018

Avec quinze années d'expérience à des postes de responsabilité au sein du Groupe Legrand, Olivier Mermuys a ensuite diversifié ses compétences au sein de plusieurs entreprises. Il rejoint en 2016 l'enseigne Cavavin, le leader des cavistes en franchise en France. Il y gravit rapidement les échelons jusqu'à en devenir directeur général, un an après son arrivée.

Passionné de vin, il dirige depuis deux ans le Château de Roquemont à Saint-Emilion, afin de renforcer son expertise sur le sujet, tout en offrant une expérience qualitative au meilleur prix, et en proposant un centre de formation aux autres passionnés.

2 035 réseaux de franchise adhérentes à la FFF

En parallèle de ses rôles dans le vin, il est nommé administrateur de la FFF en 2021. Récemment, il a débuté une nouvelle activité en tant que conseiller en commerce extérieur auprès du ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères. Dans ce cadre, il fait partie des dirigeants d'entreprises françaises qui, à titre bénévole, conseillent les pouvoirs publics et facilitent l'internationalisation des entreprises françaises.

Pour rappel, la FFF rassemble 2 035 réseaux de franchise, 9 132 points de vente pour un chiffre d'affaires de 88,49 milliards d'euros et 951 620 emplois directs et indirects à fin 2023.

COMMERCE & CONSOMMATION LSA

Comment Coopérative U parie aussi sur les MDD

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article met en avant la progression des **marques de distributeurs (MDD)** au sein de la **Coopérative U**, avec une hausse de plus de 3 % en volume en deux ans, atteignant 32,7 % des ventes. **Sébastien Vouters**, responsable d'un supermarché U près de Luchon, explique que les MDD, notamment la gamme « prix mini », sont devenues un rempart face à l'inflation, qui a augmenté de 11 % sur les produits alimentaires en deux ans. En absorbant une partie de l'inflation sur ses marges (-25 %), la MDD améliore la rentabilité tout en offrant des produits accessibles. Au niveau national, la **marque U** continue de croître, représentant près de 10 000 références, bien que l'objectif ne soit pas d'atteindre 50 % des ventes, comme l'a souligné **Dominique Schelcher**, PDG de la Coopérative U. Si l'inflation continue de ralentir, il est prévu que les consommateurs se tournent à nouveau vers leurs marques préférées, mais les MDD devraient rester un choix privilégié.

✨ Synthèse IA ✨

En deux ans, le poids des marques de distributeurs a progressé de plus de 3 points chez U. Comme pour ses concurrents, elles sont le meilleur rempart contre l'inflation.

Magali Picard

23 septembre 2024 \ 09h50

© M.P

Les MDD chez U représentent un tiers des ventes en volume.

Dans son grand supermarché (ou petit hyper, au choix, avec 4200 m²), situé à Gourdan-Polignan, près de Luchon, dans le sud de la Haute-Garonne, Sébastien Vouters se félicite tous les jours de proposer toute l'offre MDD de Coopérative U. « *À mi-septembre, les ventes des marques propres augmentent de 14 % en valeur par rapport à l'an dernier*, explique-t-il. *Nous avons adapté le linéaire en conséquence en réduisant la part réservée aux marques nationales.* » Cet associé U, responsable de l'activité boulangerie-pâtisserie au niveau national, a pris aussi toute la gamme de premiers prix, baptisée chez U « prix mini », soit plus de 600 références.

Au sein de la Coopérative U, comme dans tout groupe d'indépendants, chaque associé est maître de son assortiment. Pas de dogme en la matière donc, mais force est de constater que la marque de distributeur U constitue le meilleur rempart contre l'inflation des produits alimentaires (+11 % depuis deux ans). « *Nous pilotons nous-mêmes nos prix de revient et de vente*, poursuit Sébastien Vouters, qui dit avoir absorbé une partie de l'inflation en prenant sur ses marges, « *de l'ordre de 25 %* ». Réponse à l'inflation, la MDD permet aussi aux distributeurs de gagner en rentabilité. « *Un outil parmi d'autres, aux côtés de l'énergie ou des frais généraux* », conclut l'associé.

La MDD pèse 32,7% des ventes en volume

Ce magasin au pied des Pyrénées n'est qu'un exemple parmi d'autres. Car, au niveau national, la marque U a vu aussi ses ventes augmenter, de plus de 3 % en volume en 2023 (+3,64 %), comme Dominique Schelcher, PDG de la Coopérative, le confiait à LSA en mai dernier. « *Nous devons continuer à mener une refonte de l'offre. Cela passe par un développement de la marque distributeur, sans que l'objectif soit d'atteindre 50 % de nos ventes. Le consommateur souhaite avoir du choix.* » Aujourd'hui, la marque de distributeur pèse 32,7 % des ventes en volume chez Coopérative U. Soit beaucoup plus qu'avant l'inflation. « *C'était 29,8 % il y a moins de deux ans* », signale Sébastien Vouters. Au total, la marque U, autrefois Unico, les premiers produits datant de 1928 !, compte près de 10 000 références.

Avec un tiers des ventes, l'indépendant se situe dans les ratios de ses concurrents, loin derrière Carrefour (37%), mais devant E.Leclerc (31,6 %, source distributeurs). Devant le ralentissement de l'inflation (-1 % pour les PGC selon le dernier baromètre Circana, en septembre 2024 par rapport à septembre 2023), comment vont se comporter les MDD ? « *Si les tensions sur le pouvoir d'achat diminuent, les consommateurs rebasculeront sur leurs produits préférés, mais nous ne reviendrons pas au niveau d'avant* », estime Sébastien Vouters. Les MDD, dont les prix, au passage, baissent moins que ceux des marques nationales, selon Circana, ont encore de beaux jours devant elles.

COMMERCE & CONSOMMATION
LSA

Les Mousquetaires inaugurent leur dernière base logistique mixte à Roullet-Saint-Estèphe (16)

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article met en lumière l'inauguration, le 20 septembre 2024, de la nouvelle base logistique mixte du **Groupement Les Mousquetaires** à **Roullet-Saint-Estèphe**, près d'Angoulême. Cette base, opérationnelle depuis mars 2023 après quatre ans de travaux, est un symbole de la modernisation entamée par le Groupement en 2012. Couvrant 72 000 m², elle traite chaque jour 180 000 colis (frais, secs, surgelés) pour 160 points de vente en Nouvelle-Aquitaine.
La base allie robotisation, mécanisation et travail manuel, avec des innovations visant à réduire la pénibilité et les coûts logistiques. Elle emploie actuellement 350 salariés, avec un objectif de 440 d'ici 2025. Cette infrastructure s'inscrit dans un plan global d'investissements de 1,7 milliard d'euros sur 10 ans pour moderniser 31 bases logistiques du Groupement. En 2025, l'ouverture d'une dernière base en Normandie clôturera ce projet. **Thierry Cotillard**, président du Groupement, et **Pierre-Yves Escarpit**, directeur général d'ITM logistique, soulignent l'importance de la logistique, qui alimente plus de 2 000 magasins Intermarché, Casino, et Netto, avec un milliard de colis livrés chaque année.

✨ Synthèse IA ✨

Le Groupement Les Mousquetaires a inauguré vendredi dernier, le 20 septembre, près d'Angoulême une nouvelle base logistique mixte, symbole de sa modernisation entamée en 2012.

Réservé aux abonnés

Charlotte Barriquand

23 septembre 2024 \ 12h15

4 min. de lecture

© CB

L'entrée de la base logistique du Groupement Les Mousquetaires d'Angoulême.

Il y a foule sur la base de Roullet-Saint-Estèphe (Charente) ce vendredi 20 septembre. Adhérents Intermarché, élus locaux, quelques politiques et partenaires sont au rendez-vous ce matin pour découvrir la dernière base logistique du Groupement Les Mousquetaires. Thierry Cotillard, son président, était également au rendez-vous pour cette visite groupée.

Mise en route en mars 2023 après quatre ans de travaux, cette base logistique mixte est le fruit de la fusion entre deux bases : une dédiée au frais, et une autre au sec. Aujourd'hui, la base de Roullet figure parmi les plus grandes et les plus puissantes du Groupement. Chaque année, environ 56 millions de colis – soit 180 000 par jour, qu'ils soient frais, secs ou congelés – transitent par ce site pour approvisionner plus de 160 points de vente en Nouvelle Aquitaine. 12 cellules en tout dans cette base, certaines sont manuelles, comme pour les fruits et légumes, d'autres mécaniques comme pour le sec, et d'autres robotisées tel est le cas pour l'ensemble des boissons.

Chiffres clés de la base logistique de Roullet

- 72 000m² : superficie de la base
- 4 entrepôts (Frais, Fruits fleurs légumes, gel et sec), composés de 12 cellules.
- Approvisionne 160 points de vente (Intermarché & Netto) en Nouvelle Aquitaine
- 350 emplois en CDI. Objectif de 440 d'ici 2025
- 100M€ d'investissement
- 135 quais de chargement
- Fonctionne 24h/24h

Source : les Mousquetaires

Un plan global de modernisation

Cette base illustre les derniers investissements et les innovations du Groupement en matière de robotisation et de mécanisation, visant à réduire la pénibilité au travail, mais aussi les coûts logistiques et donc, celui des produits. Il est également un moteur d'emploi local mais également une vitrine de ses engagements environnementaux, en témoigne la certification HQE obtenue par le bâtiment.

Le Groupement est l'un des acteurs les plus importants en matière de logistique dans le paysage de la distribution. Parmi elles, 20 ont été ouvertes ou refaites à partir de 2012 dans le cadre du plan de modernisation des bases logistiques. "*La logistique est la colonne vertébrale de la distribution",* décrit Thierry Cotillard, président du Groupement Les Mousquetaires. Plan qui prendra fin en 2025, avec l'ouverture d'une dernière base logistique en Normandie.

Avec 1 milliard de colis livré chaque année, le Groupement est devenu l'un des acteurs logistiques les plus importants du paysage de la grande distribution, encore plus depuis qu'Intermarché a absorbé les 290 magasins Casino. "*Nous avons d'ailleurs repris 4 bases logistiques de Casino situées dans le sud-est de la France, dont une qui devait fermer. Sans cela, nous ne pourrions pas tenir les volumes",* précise Pierre-Yves Escarpit, directeur général d'ITM logistique alimentaire.

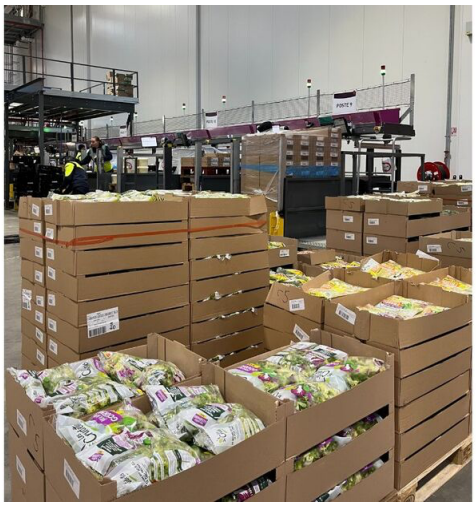
La logistique chez Les Mousquetaires

- 31 bases logistiques réparties sur l'ensemble du territoire dont 14 mixtes et 5 pour les produits à rotation lente.
- 1,7 milliards d'euros d'investissements sur 10 ans pour transformer et moderniser le réseau
- Approvisionnement de plus de 2000 pts de ventes Intermarché, Casino et Netto
- 7800 salariés

Source : Les Mousquetaires

Visite de la base en images

<u>L'activité Fruits, Fleurs et légumes</u>



En 2024, les fruits, fleurs (horticoles) et légumes enregistreront un total de 5,3 millions de colis. "*Le record sur une journée c'est 32 000 colis !"*, confie Jordan Couthon, le chef de la cellule. Ici, une trentaine de personnes travaillent, réparties en deux équipes (une le jour et une la nuit).

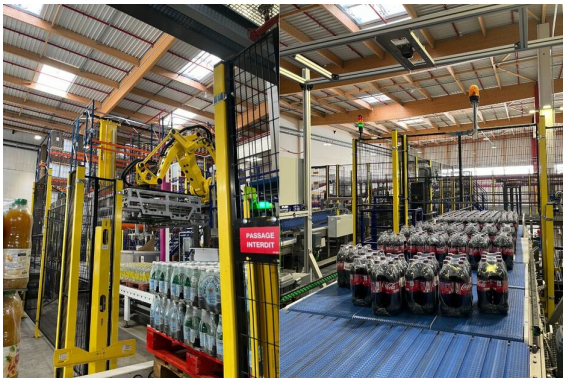
<u>Activité contenants</u>

"Nous sommes au milieu de toutes les autres cellules, et ce n'est pas pour rien puisque l'on alimente tout le monde en palettes tout le temps", explique Lionel Desroches, chef d'équipe du service contenants. Ici, entre 120 et 130 camions sont déchargés tous les jours. L'équipe de 23 personnes organise la réception et la livraison de 12 000 palettes en plastique, 8 000 combis et 9 000 ceintures Inbox.

Activité mécanisation

L'activité mécanisation est celle qui fonctionne le plus à flux tendu. Via les 17 portes de réception, ce sont jusqu'à 121 000 colis sur une journée. "*C'était le 10 mai dernier !",* se rappelle Sébastien Ravenel, chef d'équipe réception frais. En 2024, le volume prévisionnel est de 24,3 millions de colis.

Activité robotisation

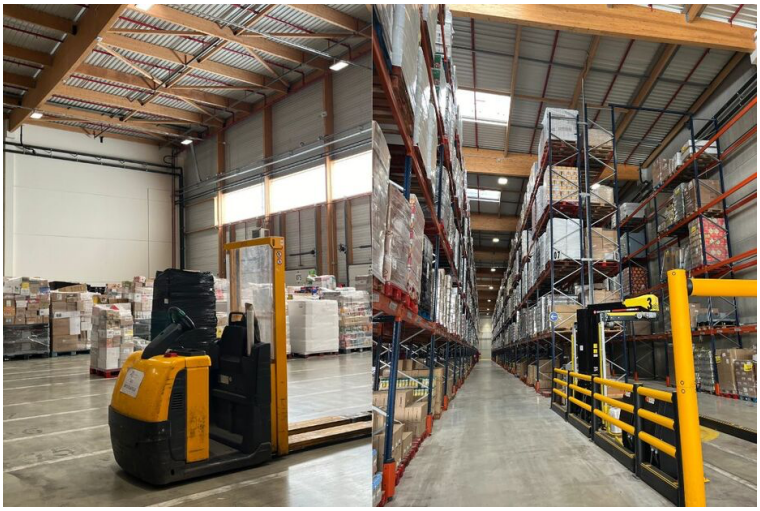


La robotisation est le truc en plus de cette base logistique. Uniquement les boissons et quelques gâteaux apéritifs sont traités ici, jour et nuit, par trois équipes, dont 3 salariés seulement sur la gestion du robot, pour intervenir en cas de soucis. Cette année, l'objectif est de traiter 7 millions de colis. Au fond de cette cellule de près de 6 000m² sont stockés 45 000 colis qui attendent sagement les commandes des magasins. Une fois la commande passée, le robot sait exactement comment composer sa palette.

Activité gel

-18°c. C'est la température qu'il fait dans l'entrepôt de stockage du surgelé. Mais même dans l'ensemble de la cellule de 8 400m², il fait très froid. Jusqu'à 11 colis par jour sont traités, avec un record de 22 000 en forte période. *"Mon équipe n'est composé que d'hommes. Nous sommes en train de travailler à la féminisation de cette unité"*, confie Michel Saillard qui est en charge des surgelés. Tous les membres de l'équipe sont entièrement emmitouflés pour résister aux températures négatives et font des pauses au maximum toutes les deux heures. *"Nous avons aussi notre propre salle de pause et des casiers chauffants"*, ajoute le responsable.

Activité sec



L'activité "sec" fonctionne en flux stocké, ce qui est l'inverse du flux tendu où tout repart à peine arrivé à la base. L'espace est de loin le plus grand de tous avec plus de 26 000m², répartis sur 5 cellules : liquide, mise en avant, épicerie, DPH et PRD (produits aérosols). En 2024, le volume prévisionnel est de 16,5 millions de colis envoyés.

Les Echos

Ce « poison très lent » qui fragilise la grande distribution

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article analyse l'impact persistant de l'inflation sur la consommation en France, malgré une baisse des prix en 2024. Même si l'inflation générale est tombée à moins de 2 % en août, les consommateurs continuent de réduire leurs achats, ce qui pénalise les distributeurs. **Michel-Edouard Leclerc** et **Alexandre Bompard** (Carrefour) avaient prédit que la baisse de l'inflation serait plus difficile à gérer que sa montée. La tendance de fond reste négative, avec des ventes en volume en baisse de 1,4 % sur les produits de grande consommation (PGC), et des secteurs comme l'hygiène-beauté et les alcools sont particulièrement touchés. Les supermarchés et hypermarchés voient également leur part de marché baisser, avec la montée des boulangeries, des magasins bio et des enseignes spécialisées comme **Grand Frais**. **Leclerc** fait figure d'exception avec une hausse de ses parts de marché, notamment grâce à l'e-commerce et au drive. La réduction des achats de biens non alimentaires, comme le bricolage et le high-tech, montre un consommateur qui se concentre sur l'essentiel, avec un recul des petits plaisirs comme la confiserie (-9 %).

✨ Synthèse IA ✨

Si les prix des produits du quotidien baissent dans les magasins, ils n'effacent pas les hausses des trois dernières années. Les consommateurs rationalisent leurs courses et achètent moins. Grevant ainsi les ventes des commerçants.

Les ventes en volume continuent de baisser dans les supermarchés. (Siccoli Patrick/SIPA)

Par Philippe BERTRAND

Publié le 9 sept. 2024 à 16:11Mis à jour le 9 sept. 2024 à 17:48

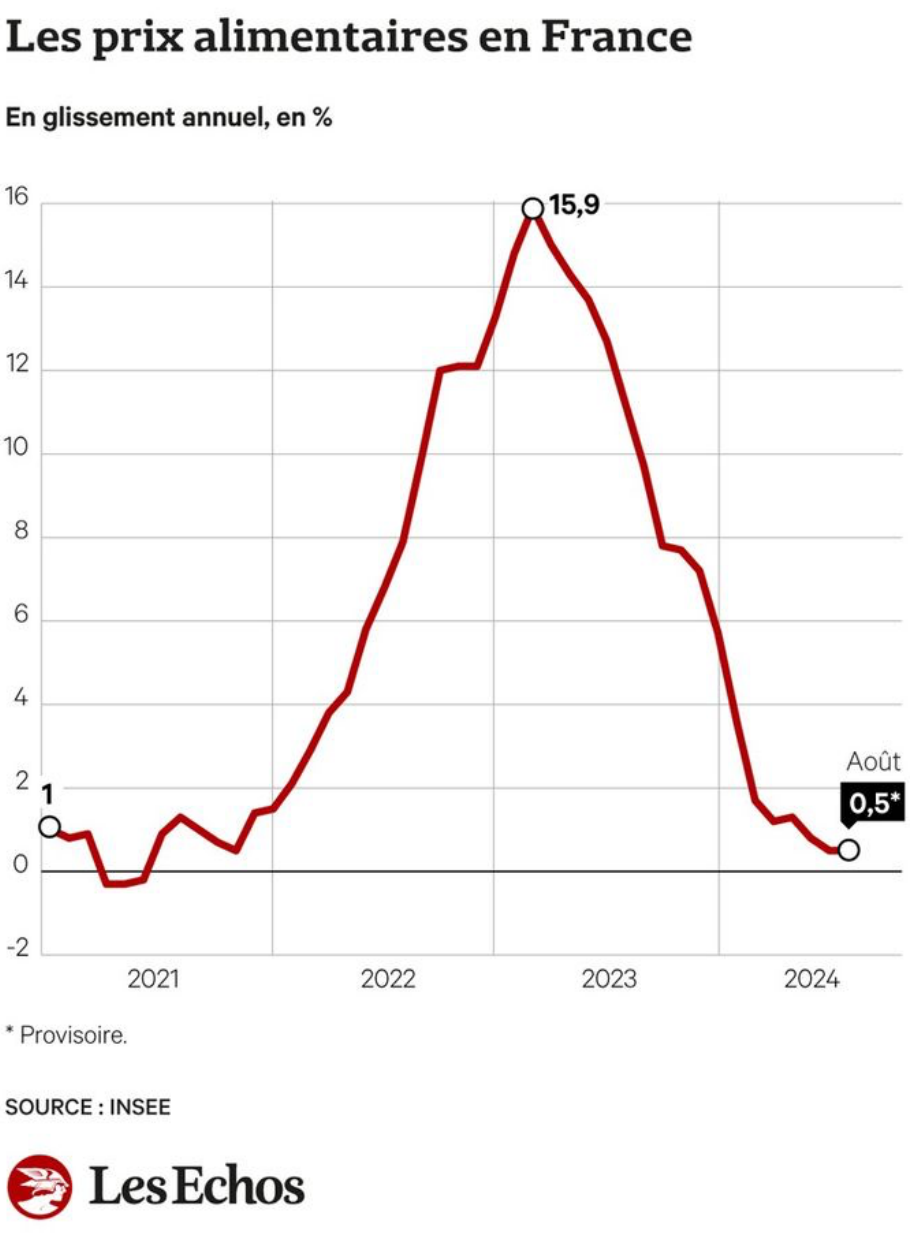
L'annonce par l'Insee d'une hausse des prix de moins de 2 % en août, pour la première fois depuis trois ans, referme la parenthèse de l'hyperinflation que la guerre en Ukraine a provoquée. Mais l'orage n'est pas encore passé dans le ciel des distributeurs français.

« La baisse de l'inflation se gère avec plus de difficulté que sa montée », prédisait il y a trois ans Michel-Edouard Leclerc. « C'est un poison très lent », expliquait Alexandre Bompard, le PDG de Carrefour, il y a un an sur BFMTV. Les deux leaders du commerce français n'avaient pas tort.

La parenthèse des JO

Les Jeux Olympiques, aidés par le retour du beau temps, ont formé une vraie parenthèse. L'institut Circana souligne une hausse des volumes de vente de produits de grande consommation (beaucoup

de petite restauration) entre le 29 juillet et le 11 août : 6,8 % à Paris, 2,7 % au niveau national. Mais cette éclaircie n'a pas inversé les tendances de fond. La pente à remonter est raide.
« Bonne nouvelle de rentrée. L'inflation générale repasse sous la barre des 2 % », s'est exclamé sur « X » Dominique Schelcher, le président de la Coopérative U. Depuis le mois de mai, sur l'alimentaire nous sommes en légère déflation. Pour autant, ce n'est pas assez perceptible par les Français [...]. Pour mémoire, l'inflation alimentaire est montée à 22 % pendant cette période folle. Nous ne reviendrons pas aux prix d'avant la crise inflationniste (à cause), notamment, des hausses de salaires et des coûts de toutes les prestations de services. Les consommateurs n'ont pas cessé d'arbitrer pendant leurs courses », abonde-t-il.



Plongeon de l'hygiène-beauté et des alcools
Les chiffres donnent la mesure du phénomène. « Au cours des sept premiers mois de l'année, à fin juillet, les volumes de vente des produits de grande consommation ont baissé de 1,4 % », souligne Emily Mayer, analyste en chef chez Circana. L'hygiène-beauté plonge (-5 % au deuxième trimestre, selon NielsenIQ) sous l'effet de la loi Descrozaille qui a limité ses promotions . Les alcools, produits chers, à l'unité, font les frais des arbitrages des clients.
L'érosion des volumes atteignait 3 % en 2023. Elle diminue mais se poursuit. Les distributeurs généralistes sont coincés. Plus d'inflation, moins de volumes : le chiffre d'affaires du secteur baisse depuis quatre mois. NielsenIQ pointe une inflexion des ventes en valeur de 1,1 % au deuxième trimestre 2024.

Lire aussi :
L'inflation revient sous les 2 % en France, mais la croissance et l'emploi inquiètent

A la cisaille structurelle baisse des volumes/déflation s'ajoutent trois tendances conjoncturelles qui pénalisent les grands commerçants. La fragmentation des achats, d'abord. La « part d'estomac », comme disent les panélistes. Supermarchés et hypermarchés ne représentent plus que 55 % des ventes de l'alimentation, contre 58 % en 2019.
Les consommateurs plébiscitent les boulangeries qui ont diversifié leur offre (sandwichs frais, pizzas, etc.). Les enseignes du bio reprennent du souffle après une longue crise. Les spécialistes comme Grand Frais vident les rayons fruits et légumes.

Effets Casino et météo

La déroute de Casino a aussi un impact. Circana mesure que les changements d'enseigne (vers Intermarché, Auchan et Carrefour) des 400 magasins de l'ex-empire Naouri ont nécessité chacun deux à trois semaines de fermeture qui ont érodé le marché des PGC de 0,2 %. La fraîcheur de juillet a pesé pour 0,4 %.

Lire aussi :
Pourquoi Danone déclare la guerre au Nutri-Score

Les produits non alimentaires traversent aussi la mauvaise passe de la consommation. Nielsen enregistre une chute de 12 % des ventes de biens high-tech et d'équipement de la maison, d'avril à fin juin. Seuls les téléviseurs ont surnagé grâce à l'Euro de football. Le bricolage et le jardinage s'enfoncent , eux, de 9 % refermant l'âge d'or des confinements. Le total biens durables plus biens de consommation perd 2,8 % de chiffre d'affaires.

L'exception Leclerc

« Stigmates de l'inflation », « morosité générale », s'écrie Emily Mayer. Sauf pour Leclerc, qui continue ses gains de part de marché avec son modèle qui réunit le choix et les prix bas. Signe des temps : le seul segment qui a progressé depuis le début de l'année (+6 %) pour les articles du quotidien est celui de l'e-commerce, du drive (92 % des ventes en ligne de PGC). Leclerc tire ce mode d'achat pour lequel son empreinte (plus de 40 %) est le double de sa part de marché globale.
Sur un écran, le client régule ses courses. Il voit l'addition monter peu à peu et dit stop quand elle déborde son budget. Le consommateur va désormais à l'essentiel. Signe des temps : les ventes de confiserie se sont effondrées de 9 %. Il n'a plus de menus plaisirs. Dominique Schelcher a peur d'y voir aussi la volonté générale de consommer moins.

Philippe Bertrand

Les Echos

Auchan, Lidl, Aldi, Casino : ces enseignes qui ne doivent surtout pas rater la rentrée

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article analyse les défis majeurs auxquels font face certaines enseignes de la grande distribution à l'approche de la fin de 2024. **Auchan** est en difficulté, avec une baisse de 4,7 % de son chiffre d'affaires en France au premier semestre et une dépréciation de 370 millions d'euros. Son nouveau directeur général, **Guillaume Darrasse**, tente une relance avec la réduction des surfaces de vente et une alliance avec **Intermarché** pour les achats, mais la situation reste délicate.
Les discounters **Lidl** et **Aldi**, malgré leur positionnement de prix bas, n'ont pas pleinement profité de l'inflation. **Lidl** peine à dépasser 8 % de part de marché, tandis qu'**Aldi**, malgré le rachat des magasins **Leader Price**, stagne à 2,4 %. Leur dépendance aux marques de distributeur a rendu difficile la gestion des hausses de coûts de production, limitant leur compétitivité. **Casino**, maintenant dirigé par **Daniel Kretinsky** et ses associés, se recentre sur **Monoprix** et **Franprix**, mais peine à redresser la barre. Avec une perte de 349 millions d'euros au premier semestre et des moyens d'investissement limités, le groupe doit se réorganiser pour retrouver une dynamique de croissance.

✨ Synthèse IA ✨

Alors que les ventes de produits de consommation baissent en volume, malgré le reflux de l'inflation, les distributeurs les plus fragiles jouent gros dans les mois qui viennent.

Performant dans beaucoup de pays (ici la Pologne), Aldi ne décolle pas en France, malgré l'inflation. (Shutterstock)

Par Philippe BERTRAND

Publié le 10 sept. 2024 à 06:18Mis à jour le 10 sept. 2024 à 06:23

PREMIUMVotre abonnement Premium vous permet d'accéder à cet article

Volumes en baisse, légère fonte des prix depuis quatre mois… Les chiffres d'affaires des distributeurs ne seront bientôt plus poussés artificiellement par l'inflation. Le ciel du grand commerce s'assombrit, et plusieurs enseignes jouent gros en cette rentrée. Dans le commerce, le quadrimestre qui débute et qui s'écoulera jusqu'aux fêtes de Noël en passant par le Black Friday fait traditionnellement le résultat de l'année. Une période que certains, plus que d'autres, ne peuvent pas rater. Tour d'horizon.

Auchan : la relance de la dernière chance ?

Pour certains observateurs, Auchan figure l'homme malade de la distribution française. Au premier semestre, l'étoile pâlie de la galaxie Mulliez a vu son chiffre d'affaires baisser de 4,7 % en France. Le revenu opérationnel ajusté a perdu 115 millions d'euros en un an. ELO, le holding de tête de la chaîne de magasins, affiche une perte nette de 981 millions d'euros.

Symbole du marasme, les actifs d'Auchan France ont été dépréciés à hauteur de 370 millions. L'Association familiale Mulliez a montré son soutien en finançant une augmentation de capital de 400 millions pour le rachat d'une centaine de supers et hypermarchés Casino.

Un nouveau directeur général, Guillaume Darrasse, venu de chez Teract et ancien de Système U, a été nommé. Il vient même de prendre la direction de l'ensemble du groupe, international compris en remplacement du vétéran Yves Claude qui demeure président.

LIRE AUSSI :

RECIT - Comment Auchan et Carrefour courent derrière un lièvre nommé Leclerc

Le plan de relance prévoit une réduction de la surface des grands hypermarchés, vers un format cible de 8.000 mètres carrés, et une baisse des prix nerfs de la guerre commerciale. Avec Guillaume Darrasse, le groupe semble vouloir mettre fin à une instabilité managériale récurrente. Mais de nombreux cadres expérimentés sont partis, notamment chez… Intermarché.

L'alliance aux achats avec Intermarché, dont la centrale gérera les approvisionnements en produits de grande consommation (Auchan se chargeant du non alimentaire), augure de bonnes conditions d'achat. Avec 8,5 % de part de marché, Auchan n'était plus dans un jeu qui se joue désormais, avec Leclerc et Carrefour, au niveau des 20 %. « Il est quand même délicat de déléguer les achats de son coeur de métier à un tiers, même si c'est un partenaire », tempère un observateur du secteur.

Reste aussi à redresser les ex-Casino à la dynamique commerciale très dégradée. Baisser les prix de 15 % suppose, pour retrouver le même chiffre d'affaires, d'attirer 15 % de clients en plus. Les cousins Mulliez soutiendront-ils encore longtemps l'enseigne autour de laquelle a été constituée leur « galaxie » ? Le projet de fusion avec Carrefour, mené en vain il y a trois ans, prouve qu'une grosse opération de fusion-acquisition entrouvrirait peut-être mieux la porte de la sortie de crise.

Lidl et Aldi, les discounters qui plafonnent

De façon contre-intuitive, la crise inflationniste n'a pas bénéficié aux discounters Lidl et Aldi qui sont pourtant censés offrir les prix les plus bas à des consommateurs désargentés.

Lidl peine à dépasser la barre des 8 % de part de marché malgré son virage réussi vers le « soft discount » et une bonne image de marque. Marqueur de la mauvaise passe, le patron Michel Biero, qui avait donné du poids à sa marque auprès des pouvoirs publics et des médias, a laissé la présidence de Lidl France à l'Irlandais John Paul Scally.

Aldi reste à un bas niveau (2,4 % de part de marché fin août, en légère baisse, selon Kantar). Le rachat à Casino en 2020 de 500 magasins Leader Price n'a pas permis à la fusée allemande qui réussit pourtant au Royaume-Uni comme aux Etats-Unis de décoller.

LIRE AUSSI :

DECRYPTAGE -Dans la grande distribution, le prix est redevenu le nerf de la guerre

Paradoxalement, l'inflation provoquée par la guerre en Ukraine a pénalisé les discounters. Ceux-ci ne vendent ou presque (à 80 %) que des produits à leurs marques qu'ils font fabriquer eux-mêmes. Ces produits à marque de distributeur sont moins chers car ils ne supportent pas les coûts de marketing et de publicité des grandes marques.

Problème : lorsque les coûts de production montent (énergie, matière première agricole), il n'est pas possible de les amortir en rognant sur les frais marketing. Les prix ont donc davantage monté chez Lidl et Aldi que chez Leclerc et Carrefour, et la promesse des tarifs les plus bas a été déçue.

Lidl a aussi subi la baisse de son intensité publicitaire. L'enseigne était devenue le plus gros investisseur français, devant Renault, avec plus de 1 milliard d'investissement en données brutes. Sa part de marché a grimpé en proportion, jusqu'à ce que le groupe mette la pédale douce.

« Pour Aldi, le rachat de Leader Price était une bonne idée, puisque la chaîne de Casino était implantée plutôt dans le Sud et qu'Aldi avait pénétré la France par le Nord, commente le consultant Philippe Goetzmann. Mais les Allemands ont peut-être sous-estimé le capital sympathie de la marque Leader Price, qui a toujours eu des produits à sa marque d'excellente qualité ».

« A l'inverse, Aldi souffre, malgré ses campagnes publicitaires, d'un déficit d'image et ne bénéficie pas, comme Lidl, d'une cote d'amour auprès du consommateur », ajoute-t-il. D'autres experts se demandent s'il y a vraiment de la place pour deux discounters dans un pays où le leader du marché, Leclerc, construit son succès sur ses prix bas, mais aussi un grand choix de marques.

Casino doit faire ses preuves dans sa nouvelle configuration

Le nouveau Casino a été recentré par ses repreneurs - Daniel Kretinsky et ses associés - autour de Monoprix, Franprix et un vaste réseau de supérettes de proximité.

Monoprix et Franprix occupent des positions fortes, avec de beaux emplacements en région parisienne et dans les grandes villes. Elles trustent 60 % du commerce alimentaire (hors petits commerçants) à Paris. Le nouveau directeur général du groupe, Philippe Palazzi, a entrepris une baisse des prix et remis du personnel pour améliorer l'efficacité opérationnelle.

LIRE AUSSI :

Casino : les nouveaux dirigeants confirment l'urgence de la relance

La relance prendra du temps car elle doit se traduire dans chaque point de vente. Avec désormais 3,3 % de part de marché, le nouveau groupe pèse peu sur l'ensemble du marché, même s'il fait achats en commun avec Intermarché. Il a perdu 3,5 % de chiffre d'affaires et 349 millions d'euros de résultat net au premier semestre. Il ferme ses magasins non rentables.

Sur l'apport de 1,2 milliard d'euros des nouveaux actionnaires, une fois les dettes payées, il ne reste que 700 millions d'argent frais pour réinvestir. « C'était le montant des investissements du seul Monoprix pendant les belles années », commente un ancien cadre. Cela suffira-t-il ?

Philippe Bertrand

Les Echos

Quand le snacking fait trembler le sacro-saint repas français

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article explore l'évolution des habitudes alimentaires en France, où le **marché du snacking** dépasse désormais les 18 milliards d'euros. Les Français dépensent davantage dans les produits apéritifs (chips, cacahuètes, etc.) que dans des aliments comme les pâtes ou la viande. Le **télétravail** et l'**apéro dinatoire** ont contribué à cette transformation, avec une augmentation des pauses gourmandes et du grignotage. Le secteur du snacking continue de croître, soutenu par l'ouverture de nombreux commerces spécialisés et une consommation accrue à domicile.

✨ Synthèse IA ✨

Le marché du snacking dépasse les 18 milliards d'euros en France et menace les trois repas traditionnels à table. Sur le modèle américain, les Français dépensent aujourd'hui beaucoup plus d'argent dans les chips et autres biscuits salés que dans des produits tels que les pâtes ou même les oeufs. Radiographie de cette bascule.

L'apéro dinatoire tend à se substituer au dîner à table et alimente le dynamisme du marché des chips, cacahuètes et autres produits de snacking… (iStock)

Par Marie-Josée Cougard

Publié le 18 sept. 2024 à 16:00Mis à jour le 19 sept. 2024 à 14:39

Votre abonnement vous permet d'accéder à cet article

Les habitudes alimentaires évoluent à grande vitesse en France. Et si l'image de la gastronomie demeure encore, elle cache des modes de consommation qui n'ont plus grand lien avec la culture de Brillat-Savarin. L'apéro dînatoire s'est installé, le nomadisme et les grignotages en tout genre aussi. Résultat, le marché du snacking dépasse les 18 milliards d'euros.

L'évolution est telle que les Français dépensent aujourd'hui beaucoup plus d'argent dans les chips, cacahuètes, noix de cajou et biscuits salés que dans des produits tels que les pâtes alimentaires, la viande hachée, les oeufs, le lait et encore bien d'autres aliments.

Des chiffres sans appel

Les chiffres sont sans appel. Selon Circana, le marché des produits apéritifs a totalisé des ventes de 3,2 milliards d'euros sur douze mois glissants à fin août, affichant une progression proche de 5 %. C'est trois fois plus que les pâtes alimentaires (1,1 milliard d'euros) ou que la viande hachée (1,2 milliard d'euros). C'est près du double des ventes de jambon, un produit pourtant très prisé en France. C'est un peu moins du double des oeufs (1,8 milliard d'euros) et du beurre.

Les deux catégories les plus proches du pôle apéritif en chiffre d'affaires sont les yaourts (2,9 milliards d'euros) et le lait (2,4 milliards d'euros). En volume, le constat est le même, selon Circana. Les produits apéritifs surpassent chacune des catégories (yaourts, pâtes, oeufs, viande, etc.)

LIRE AUSSI :

DECRYPTAGE - En quête de réconfort, les Français se tournent vers les « aliments doudous »
DECRYPTAGE - Délesté de Yoplait, General Mills surfe sur la vague du snacking en France

Comment en est-on arrivé là ? Beaucoup de changements sont attribués à la période du Covid. Y compris dans la sphère alimentaire. La crise sanitaire et ses confinements obligés ont nourri l'essor du snacking. « La consommation de chips a connu un bond exceptionnel à ce moment-là et elle a continué sur sa lancée », dit une experte de marché chez Circana. « Les produits apéritifs sont moins touchés par l'inflation et restent des petits plaisirs abordables. »

Télétravail...

Le télétravail lui aussi contribue à la vitalité du secteur. Il a amplifié le mouvement de déstructuration des repas en multipliant les pauses gourmandes. En milieu de matinée, les deux tiers des Français actifs s'interrompent pour grignoter et avaler une boisson, selon le cabinet CHD Expert-Datassential. A l'heure du goûter plus d'un français sur deux s'offre une gourmandise sucrée, de plus en plus fréquemment d'inspiration américaine (muffin, cookie, beignet…). Et même le soir, 25 % d'entre eux contre 11 % en 2021 optent pour une solution snacking.

Le déjeuner n'est pas le seul repas à avoir beaucoup évolué. Le petit déjeuner, qui est assez largement sacrifié au profit d'un rab de temps de sommeil, en particulier chez les enfants et encore plus chez les adolescents, a opéré sa mutation de plus longue date. Les industriels du lait, qui en subissent les conséquences, le déplorent abondamment. D'autres s'en félicitent, comme General Mills, qui a multiplié par quatre en deux ans les ventes de sa barre céréalière Nature Valley en deux ans.

LIRE AUSSI :

DECRYPTAGE - La pizza gagne encore du terrain dans le coeur des Français
Pourquoi la France exporte ses patates mais importe ses chips

Plus récemment, c'est le dîner qui a commencé à se transformer avec le succès grandissant des apéros dînatoires. Et c'est sans doute là que se sont opérés les plus profonds changements. C'est là aussi que les chips, cacahuètes, noix de cajou et biscuits salés ont trouvé un axe de développement exceptionnel. Les lieux de vente se sont multipliés avec l'ouverture en deux ans de 5.000 nouveaux commerces spécialisés dans les produits de snacking. Les boulangeries et d'autres ont très largement exploité cet engouement en proposant sandwichs, wraps, pizzas et pâtisseries. Les deux tiers des Français achètent leur déjeuner pour un ticket moyen de 11 euros dans un Proxi ou un supermarché. Selon Kantar, 65 % des offres en GMS se consomment à domicile, ce qui représente une progression notable de 8 % en deux ans.

Marie-Josée Cougard

Les Echos

Délesté de Yoplait, General Mills surfe sur la vague du snacking en France

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

General Mills, propriétaire de Häagen-Dazs et Old El Paso, a quitté le secteur laitier en cédant Yoplait pour se concentrer sur le snacking en France. Cette stratégie a porté ses fruits, avec des ventes de barres céréalières **Nature Valley** quadruplées en quatre ans, plaçant la marque en tête du marché. **Old El Paso** et **Häagen-Dazs** sont également des priorités pour le géant américain. Grâce à cette révision de son portefeuille, General Mills enregistre une croissance solide en France, en se positionnant sur des produits de snacking en forte demande.

✨ Synthèse IA ✨

Propriétaire de Häagen-Dazs et d'Old El Paso, le géant américain General Mills privilégie le snacking en France depuis qu'il a commencé à se désengager de Yoplait en 2021. Une catégorie en pleine croissance, à l'inverse des produits laitiers dont il vient de se retirer complètement.

En quatre ans, la barre céréalière Nature Valley a quadruplé ses ventes, se hissant au tout premier rang d'un marché qui explose en France. (DR)

Par Marie-Josée Cougard

Publié le 18 sept. 2024 à 12:03Mis à jour le 19 sept. 2024 à 14:37

PREMIUMVotre abonnement Premium vous permet d'accéder à cet article

Vus du Minnesota, les produits laitiers ne sont pas les cash machines espérées. General Mills, dont le siège est dans cet Etat, à Golden Valley, vient de le confirmer en cédant ce qui lui restait de l'empire Yoplait à deux acteurs français de cette industrie, Lactalis et Sodiaal. Le géant américain s'était déjà délesté de toute l'activité européenne de Yoplait en 2021 après avoir fait le même constat sur le Vieux Continent.

Ses activités de snacking s'avérant nettement plus dynamiques, General Mills a décidé d'en faire à l'avenir ses priorités. En Amérique du Nord, où il totalise 63 % de son chiffre d'affaires (12,5 milliards de dollars), le groupe, allégé de son pôle laitier, va encore plus se concentrer sur des segments comme les céréales, les pizzas, les soupes et autres en-cas emblématiques de la nourriture américaine.

En France, où il a vendu Yoplait à Sodiaal il y a bientôt quatre ans, le processus est bien entamé. L'abandon de la division yaourt s'est avéré un pari gagnant. « Grâce à cela, nous avons pu dégager des moyens pour développer nos autres produits », explique Sophie de Krahe, directrice générale de General Mills dans l'Hexagone.

Les barres de céréales cartonnent

Les effets positifs de la révision du portefeuille se voient clairement dans les résultats financiers. En 2023, le groupe a fait état d'une croissance de son activité proche des deux chiffres, soutenue par des investissements en hausse de 15 % à 20 %.

En quatre ans, la barre céréalière Nature Valley a quadruplé ses ventes, se hissant au tout premier rang d'un marché qui explose en France. La marque représente 25 % du marché, très loin devant Grany de LU (Mondelez) à 9 %, ou celles de Nestlé et de Kellogg's. « 42 % des acheteurs Nature Valley sont des nouveaux consommateurs », se félicite Sophie de Krahe. « Nous sommes devenus leaders de la catégorie et nous l'avons élargie à de nouvelles recrues ».

Le produit qui était « quasi inexistant il y a encore cinq ans », tient lieu de petit déjeuner, de goûter et trouve sa place dans des sacs de plus en plus nombreux de consommateurs « nomades ». Nature Valley avait brillamment fait ses classes aux Etats-Unis. C'est un exemple très représentatif de l'influence américaine de plus en plus prégnante dans les modes alimentaires français. Pour Sophie de Krahe, le succès de Nature Valley témoigne de « l'engouement pour les céréales complètes, les protéines, l'absence de colorant, de conservateurs ».

L'icône Häagen-Dazs

Rigoureusement dans la même veine, la marque Old El Paso et ses fajitas, tortillas et autres galettes de maïs à fourrer de préparations tomatées et d'épices fait de General Mills le leader des « wraps ». Ces snacks totalisent le même chiffre d'affaires que les glaces Häagen-Dazs, division iconique du groupe américain, si on inclut ses 60 boutiques.

Häagen-Dazs a des atouts majeurs en France, où se trouvent sa plus grande unité mondiale et son centre de recherche. Elle fabrique pour le monde entier, hors Amérique du Nord et Japon sous licence. « Les glaces Häagen-Dazs qu'on mange en Chine ou à Taïwan, comme dans 90 pays, sont élaborées à Tilloy-lès-Mofflaines dans le nord de la France », commente Sophie de Krahe.

LIRE AUSSI :

Häagen-Dazs ajoute de la recherche-développement à son site d'Arras
Nestlé abandonne la fabrication de ses glaces américaines

La marque, créée en 1960 à New York, est clairement une des trois priorités de General Mills à côté d'Old El Paso et de Nature Valley. Les boutiques, dont le nombre augmente chaque année dans de nombreux pays, donnent à Häagen-Dazs une visibilité appréciable. Sophie de Krahe dit « suivre de près » le devenir du pôle glaces d'Unilever connu pour Magnum et Ben & Jerry's, en voie de cession à un groupe de fonds. Sans plus de commentaires.

Quid du Nutri-Score ? La directrice générale de General Mills en France affirme « être pour la transparence et vouloir donner la meilleure information au consommateur. Nous sommes favorables à un étiquetage volontaire. En revanche, nous oeuvrons dans le sens d'un système harmonisé auprès de Bruxelles. Nous nous rallierons à la décision en fonction du nombre de pays favorables », ajoute Sophie de Krahe.

Marie-Josée Cougard

Les Echos

Surgelés : Onoré absorbe So Mochi

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

Le groupe de produits surgelés **Onoré** (anciennement **Boncolac**), basé à Toulouse, poursuit sa stratégie de croissance externe avec le rachat du fabricant de mochis japonais **So Mochi**, situé à La Ciotat. Onoré, leader européen des spécialités culinaires surgelées, a doublé de taille depuis son rachat par le fonds néerlandais **Waterland** en 2022. Le groupe prévoit de déplacer la production de So Mochi dans son usine à Aire-sur-la-Lys en 2025, et continue ses acquisitions dans le secteur, avec un chiffre d'affaires prévu de 205 millions d'euros en 2024.

✨ Synthèse IA ✨

Le fabricant de pâtisseries et de « snacking » surgelés implanté à Toulouse poursuit sa croissance externe en France, après avoir repris deux entreprises britanniques. Il a doublé de taille depuis son rachat par le fonds néerlandais Waterland en 2022.

So Mochi a été créé à La Ciotat en 2017. (DR)

Par Laurent Marcaillou

Publié le 18 sept. 2024 à 08:56Mis à jour le 18 sept. 2024 à 17:53

Votre abonnement vous permet d'accéder à cet article

Le groupe de produits surgelés Onoré (ex-Boncolac), situé à Toulouse, a racheté récemment le fabricant de mochis japonais So Mochi, installé à La Ciotat (Bouches-du-Rhône). Créé en 2017 par deux anciens restaurateurs, Julien Biondo et Jonathan Stioui, cette entreprise de 30 salariés doit doubler son chiffre d'affaires de 4 à 8 millions d'euros entre 2023 et 2024. Elle produit ses mochis sous les marques « Mochiri » pour les cafés, hôtels et restaurants et « La Compagnie du Mochi » pour la grande distribution. Le mochi est une pâtisserie japonaise à base de riz avec de la glace à l'intérieur, à la mode dans le snacking.

LIRE AUSSI :

Décryptage - Donuts, merveilleux, choux à la crème : la folie des « pâtisseries Instagram »

Avec le succès, la production de So Mochi doit changer d'échelle et les fondateurs ont préféré s'adosser à un groupe industriel. Ceux-ci resteront pendant un an et demi afin de préparer la transition et le déplacement de l'activité. « Nous déménagerons le site de So Mochi dans notre usine d'Aire-sur-la-Lys, dans le Pas-de-Calais, en 2025 et nous augmenterons sa capacité de 50 % en ouvrant une troisième ligne de fabrication d'ici à 2026 », indique Alexandre Vigneron, le PDG d'Onoré.

Leader européen des spécialités culinaires surgelées

Le fabricant de pâtisseries glacées et de produits de traiteur surgelés Boncolac a été rebaptisé Onoré en décembre 2023, après avoir racheté plusieurs entreprises. La coopérative laitière Sodiaal l'a vendu en 2022 au fonds néerlandais Waterland, qui a pris environ les deux tiers des parts ; Sodiaal et le management en gardant un tiers. Au même moment, Boncolac a racheté le fabricant de macarons Mag'M, près de Nantes, qui a réalisé un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros en 2022, avec 120 salariés.

Boncolac possédait déjà deux usines de pâtisseries surgelées à Bonloc (Pyrénées-Atlantiques) et à Rivesaltes (Pyrénées-Orientales) et deux usines de produits de traiteur à Agen (Lot-et-Garonne) et à Aire-sur-la-Lys, en réalisant un chiffre d'affaires de 90 millions d'euros en 2019. Depuis son rachat par le fonds Waterland, le groupe a doublé de taille par croissance externe. Il a acquis deux entreprises anglaises, le spécialiste du « pasty » des Cornouailles (feuilleté à la viande) Proper Cornish en mars 2023 et le fabricant de gâteaux artisanaux Cakesmiths en décembre de la même année, avec chacun 200 salariés.

LIRE AUSSI :

Le pâtissier glacier Erhard achète le spécialiste du salé Bretzel Burgard

Après ces acquisitions, le groupe se positionne comme le leader européen des spécialités culinaires surgelées. Il emploie 1.000 salariés et prévoit de réaliser un chiffre d'affaires de 205 millions d'euros en 2024, aux deux tiers dans la pâtisserie surgelée et pour un tiers dans le snacking. « Nous allons poursuivre la croissance externe, avec l'objectif de racheter deux à trois entreprises de pâtisserie par an », dit Alexandre Vigneron. Après avoir agrandi l'usine de Rivesaltes en 2019, le groupe étendra celle de Cakesmiths à l'horizon 2026. Onoré réalise les deux tiers des ventes dans la restauration hors foyer, qu'il veut développer, et un tiers dans la grande distribution et les magasins de surgelés.

Laurent Marcaillou (Correspondant à Toulouse)

Les Echos

Easydis, filiale logistique de Casino, ferme son entrepôt de Besançon

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

Le site logistique **Easydis** de Besançon, une filiale du groupe **Casino**, va cesser ses activités d'ici fin 2024, mettant en péril 160 emplois. Le site, qui approvisionnait Paris et l'Alsace, est victime de la restructuration de Casino, qui prévoit de se séparer de quatre plateformes. Les salariés, dont beaucoup recevront leur lettre de licenciement d'ici novembre, bénéficieront d'un accompagnement pour leur reclassement, mais des inquiétudes subsistent pour les employés plus âgés ou ceux ayant besoin de postes adaptés.

✨ Synthèse IA ✨

Victime du démantèlement du groupe de distribution, la plateforme logistique du Doubs cesse son activité. Les 160 salariés s'attendent à recevoir leur lettre de licenciement d'ici fin novembre.

A Besançon, le site Easydis approvisionnait des hypers, supermarchés et supérettes de Paris à l'Alsace. (Stéphane Audras/REA)

Par Edwige Prompt

Publié le 19 sept. 2024 à 15:42Mis à jour le 19 sept. 2024 à 15:57

Votre abonnement vous permet d'accéder à cet article

A Besançon, les 160 emplois d'Easydis, la filiale logistique de Casino, sont sur la sellette depuis plusieurs mois. En avril, le distributeur stéphanois avait annoncé vouloir se séparer d'ici septembre de quatre plateformes sur douze - dont celle du Doubs - pour s'adapter à la nouvelle configuration d'un groupe en pleine restructuration après la cession de presque 400 magasins à Intermarché, Auchan et Carrefour.

Le site bisontin qui approvisionnait des hypers, supermarchés et supérettes de Paris à l'Alsace, « va cesser progressivement son activité d'ici à la fin de l'année » confirme aujourd'hui Casino qui dit poursuivre « activement » la recherche de repreneurs potentiels imposée par la « loi Florange ».

Une perspective à laquelle ne croit guère Mickaël Vidal, délégué syndical FO : « En off, on sait tous que c'est fini, souffle le représentant du personnel. On va s'arrêter cette fin de semaine : les derniers colis seront préparés vendredi 20 pour les produits secs et samedi 21 pour le frais ». Ensuite, un système de dispense d'activité pourrait, selon le syndicaliste, être mis en place pendant quelques semaines. Le temps de vider les 60.000 mètres carrés d'entrepôts et d'organiser le transfert des stocks d'épicerie repris par Auchan et Intermarché.

Depuis 1975

Le 6 septembre, des sources syndicales ont fait état d'un plan social prévoyant plus de 3.000 suppressions de poste à l'échelle du groupe, dont 740 chez Easydis. La direction de Casino avait alors refusé de confirmer ou de démentir ces chiffres mais assuré que « tous les postes supprimés ne se traduiraient pas par des licenciements secs ».

Des collègues plus âgés ou qui ont besoin de postes de travail adapté auront beaucoup de mal à retrouver un emploi.

Mickaël Vidal Délégué syndical FO

A Besançon, les préparateurs de commandes, employés de bureau, expéditeurs/réceptionnaires, manutentionnaires et caristes s'attendent à recevoir leur lettre de licenciement d'ici fin novembre. Ils pourront bénéficier d'un congé de reclassement et de l'accompagnement du cabinet Alixio. Si certains devraient rejoindre la base U Logistique (Système U) de Saint-Vit, à une quinzaine de kilomètres, « des collègues plus âgés ou qui ont besoin de postes de travail adapté auront beaucoup de mal à retrouver un emploi », s'inquiète Mickaël Vidal.

Ouverte en 1975 près du quartier de Planoise par la Cedis, un groupe de distribution franc-comtois que Casino a racheté en 1985, la plateforme bisontine a employé par le passé jusqu'à 300 personnes.

Edwige Prompt

Les Echos

Alimentation : les consommateurs veulent manger plus sain et plus exotique

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

Les industriels de l'agroalimentaire renouent avec l'innovation après un ralentissement dû à la pandémie et à la guerre en Ukraine. Au **Salon international de l'alimentation (SIAL)** 2024, des tendances clés seront mises en avant, telles que des produits bons pour la santé, aux saveurs exotiques, comme le **moringa** ou des recettes d'Asie du Sud. Les textures et formats de snacking se renouvellent également. L'enjeu pour les marques est de proposer des produits simples et accessibles, tout en répondant à la demande croissante pour des aliments goûteux et sains.

✨ Synthèse IA ✨

Les industriels de l'agroalimentaire ont repris le chemin de l'innovation, moteur clé de la consommation. Bons pour la santé, plus forts en goût ou surprenants: coup de projecteur sur les nouvelles tendances qui marqueront le Salon international de l'alimentation le mois prochain à Paris.

Connue pour ses propriétés anti-inflammatoires et antioxydantes, la plante moringa a été transformée en jus. (DR)

Par Dominique Chapuis

Publié le 20 sept. 2024 à 07:44Mis à jour le 20 sept. 2024 à 07:49

PREMIUMVotre abonnement Premium vous permet d'accéder à cet article

C'est reparti. Les industriels de l'agroalimentaire réinvestissent dans l'innovation. Le Salon international de l'alimentation (SIAL), qui se tiendra du 19 au 23 octobre au parc des expositions de Paris Nord Villepinte, constituera la vitrine de cette nouvelle effervescence mondiale.

La vague d'inflation dans le secteur, après le Covid et surtout la guerre en Ukraine, avait conduit les entreprises à freiner sur les nouveautés. Lancements annulés, projets retardés… Face à des charges alourdies, et à des consommateurs attentifs à leur pouvoir d'achat, les industriels se sont concentrés ces dernières années sur leurs coeurs de gammes.

Relance de l'innovation

Un temps qui semble révolu. « Le taux d'innovation a chuté de 23 % en France en 2022, et de 12 % dans le monde, on n'avait jamais vu ça, souligne Xavier Terlet, expert des tendances chez ProtéinesXTC. Ça repart, mais nous ne sommes pas encore revenus au niveau de 2021 », rappelle-t-il.

Or, ces nouveautés sont un des moteurs de la consommation. « La moitié des produits en magasin n'existait pas il y a cinq ans, cela veut dire que ce qu'on vendra dans cinq ans est à créer aujourd'hui », poursuit le spécialiste. Chaque année, entre 30.000 et 45.000 nouvelles gammes arrivent ainsi dans les rayons alimentaires. Car les marques doivent répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, en constante évolution.

Plaisir et simplicité

Cette année au SIAL, qui fête ses 60 ans, près de 10 % de ces innovations, issues de plus de 130 pays, seront présentées aux visiteurs. Un juteux cocktail destiné à faire repartir des ventes toujours en berne. Parmi les tendances figure la quête d'un plaisir simple, avec des garanties de santé ou en matière écologique. Mais avec, en plus, l'envie d'ailleurs.

L'exotisme a ainsi le vent en poupe. Le Moyen-Orient est au rendez-vous, ainsi que l'Afrique « qui émerge », selon l'expert. La société libanaise Grapeful propose ainsi du houmous en barre, un format original qui permet une dégustation dans la journée en mode snacking. Une recette végane, à base de pois chiche, avec différents parfums comme pistache-cardamome. Un concentré de protéines, sans sucre ajouté.

LIRE AUSSI :

DECRYPTAGE - Quand le snacking fait trembler le sacro-saint repas français

Avec son jus glacé de moringa, Aryze Co, une PME de l'île Maurice, joue également la carte de la simplicité, et de la santé. Connue de façon ancestrale pour ses propriétés anti-inflammatoires et antioxydantes, cette plante surnommée « arbre de vie » est consommée habituellement, sous forme de poudre, en complément alimentaire. Là, elle a été transformée en boisson, et peut devenir ainsi « un produit de grande consommation », indique la société.

On aime ou on n'aime pas, il y a du gingembre et la folie du piment.
Xavier Terlet, expert des tendances chez ProtéinesXTC

Après le succès de la cuisine japonaise et de ses sushis, la quête de nouvelles saveurs venues d'Asie du Sud est, avec des recettes des Philippines, d'Indonésie ou de Malaisie seront présentées aussi au SIAL. Dans cette quête de voyage dans son assiette, le goût devient aussi de plus en plus prégnant.

« On aime ou on n'aime pas, il y a du gingembre et la folie du piment », résume, Xavier Terlet. Des ingrédients comme le sumac, que personne ne connaissait il y a quelques années, se répandent. Cette épice qui rappelle le citron et le vinaigre, a été popularisée notamment par le chef anglo-israélien Yotam Ottolenghi.

Saveurs et textures nouvelles

Les textures, elles aussi, se renouvellent, avec des billes, des bouchées ou des effilochés, jusque-là plutôt présents dans les restaurants. Bordeau Chesnel innove ainsi avec des rillettes en effiloché à base de poulet et de porc français. Une nouveauté qui se sert à l'apéritif, mais peut aussi venir en complément dans la préparation d'un plat, par exemple avec une sauce.

Dans cet éventail d'innovations, les consommateurs vont continuer à veiller au prix, même si l'inflation se tasse. « Il y a une opportunité à se concentrer sur des produits simples, bons et accessibles, estime Nicolas Trentesaux, directeur général du SIAL, car avec une version plus minimaliste, c'est-à-dire avec moins de composants et moins de transformations, on peut proposer des produits moins chers. »

LIRE AUSSI :

Inflation : les raisons d'un repli plus rapide que prévu
Alimentation : les industriels ont obtenu moins de 1 % de hausse des prix

Dominique Chapuis

Les MARCHÉS
Le média de l'alimentaire

Fièvre catarrhale ovine : « On a déjà perdu 10% du troupeau ovin français », selon Arnaud Rousseau

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'épidémie de fièvre catarrhale ovine (FCO8) en France a décimé 10 % du troupeau ovin, selon Arnaud Rousseau, président de la FNSEA. La maladie, qualifiée de « non maîtrisée » en raison d'un manque de vaccins, touche sept élevages sur dix. Certaines régions, comme la Haute-Loire, subissent des taux de mortalité atteignant 40 %. La FNSEA appelle à une indemnisation massive des éleveurs pour reconstituer les cheptels et alerte sur un risque futur de pénurie d'agneaux.

✨ Synthèse IA ✨

Le président de la FNSEA, Arnaud Rousseau, affirme sur RMC que 10% du cheptel de brebis a déjà péri à cause de la fièvre catarrhale ovine (FCO).
Publié le 12 septembre 2024 - Par Nathalie Marchand

L'épisode de FCO8 « n'est pas maîtrisé » selon Arnaud Rousseau, président de la FNSEA, qui demande des vaccins.

© S. Leitenberger

« *On a déjà perdu 10% du* ***troupeau ovin français****, à l'heure où je vous parle, c'est énorme !* » a affirmé **Arnaud Rousseau**, président de la **FNSEA**, ce matin sur RMC/BFMTV, évoquant un épisode de **fièvre catarrhale ovine** (**FCO**) « *non maîtrisé* » faute de **vaccin**. « *Et quand on n'a pas les* ***brebis*** *on n'a pas les* ***agneaux*** », a-t-il rappelé au micro d'Apolline de Malherbe.

Lire aussi : FCO : « Ça explose partout, il nous faut des vaccins et vite »

7 élevages ovins sur 10 touchés par la FCO8, selon la FNO

Interviewée le 4 septembre par Reussir.fr, **Michèle Boudoin**, présidente de la **fédération nationale ovine**, avait pour sa part évoqué une proportion de « *7* ***élevages ovins*** *sur 10 touchés par la maladie FCO8* », avec un **taux de mortalité** très variable d'un département à l'autre (5% dans la Puy-De-Dôme et jusqu'à 40% en Haute-Loire).

Des chiffres qui ne sont pour l'heure pas confirmés par le ministère de l'Agriculture.

Lire aussi : Fièvre catarrhale ovine : « Se lever le matin pour ramasser des cadavres et donner des antidouleurs aux brebis à terre ça brise le cœur »

Une indemnisation massive des éleveurs demandée par la FNSEA

Face à cette situation, « *il va falloir indemniser massivement* », prévient le **président de la FNSEA** qui évoque la nécessité de reconstituer les **cheptels décimés**.

Et ce d'autant plus que le **prix de l'agneau** ne devrait pas monter, selon lui. « *Il est aujourd'hui à un* ***prix rémunérateur*** *pour peu que vous ayez des agneaux à vendre* »

Lire aussi : FCO : « A l'avenir, on va manquer d'agneaux ! »

Les MARCHÉS
Le média de l'alimentaire

Porc : la cotation de l'Union européenne largement supérieure à celles des autres grands exportateurs

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

Le marché du porc en France subit une baisse des prix malgré une demande qui compense partiellement. En Allemagne, le marché reste stable mais lent, avec une offre suffisante, malgré des pénuries de personnel dans les abattoirs. À l'international, les pays exportateurs comme l'Espagne, le Danemark et les Pays-Bas cherchent à améliorer leur compétitivité. Les exportations de l'UE vers la Chine ont chuté de 15,8 %, mais elles augmentent vers la Corée du Sud et les Philippines. Les prix du porc dans l'UE restent supérieurs à ceux du Brésil, des États-Unis et du Canada.

✨ Synthèse IA ✨

Le marché du porc est marqué par un certain équilibre en France et en Allemagne tandis que les pays les plus présents à l'export cherchent à être plus compétitifs.

Publié le 13 septembre 2024 - Par Sheila Kolani

La tendance est toujours à la baisse pour le prix sur le Marché du porc français.
© Mirator.ru
La baisse de la **cotation** se poursuit sur le **Marché du porc français** (MPF). « Malgré 5% des porcs invendus pour enchères insuffisantes, les besoins de la rentrée rééquilibrent le rapport offre demande », précise le MPF dans sa note hebdomadaire.

Stabilité de la cotation en Allemagne

En **Allemagne**, le marché du porc charcutier s'anime assez lentement. Les quantités disponibles sont faibles, notamment en raison du manque de personnel en abattoir. Toutefois, elles sont suffisantes face à la demande. Sauf en poitrine de porc. Les volumes sont rares tant au niveau national qu'à l'importation. La référence est inchangée.

Lire aussi : Peu d'effet rentrée sur le prix du porc en Europe

Recherche de compétitivité sur le marché mondial du porc

Sur les marchés espagnol, danois et néerlandais la recherche de compétitivité s'accentue. Les cotations sont stables sur les deux marchés du Nord de l'Europe. Le prix continue de chuter en **Espagne**.

Lire aussi : Enquête anti-dumping en porc : l'Espagne veut renforcer ses liens avec la Chine

En semaine 36, la cotation du porc de l'**Union européenne** (UE) était de 209,43 €/100 kg carcasse contre 176,06 €/100 kg carcasse au **Brésil**. Elle était encore plus faible aux **Etats-Unis** (156 €/100 kg carcasse) et au **Canada** (138,83 €/100 kg carcasse). Les **exportations** de l'UE de viande et de produits du porc ont atteint 1 825 000tonnes entre janvier et mai 2024. C'est 4,2 % de mois par rapport à la même période en 2023. Les exportations ont reculé de 15,8 % vers la **Chine** pour un total de 461 000 tonnes. Elles progressent vers certaines destinations comme la République de Corée (+20,5 %) et les Philippines (+15,3 %).

Les MARCHÉS
Le média de l'alimentaire

Produits agricoles : un État ne peut pas réglementer les prix et les volumes dans l'UE

✨ Synthèse IA ✨
Synthèse de l'article par notre IA :

La Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) a statué contre un décret hongrois qui réglementait les prix et volumes de certains produits alimentaires de base pour lutter contre l'inflation. Ce décret imposait aux distributeurs de maintenir des quantités spécifiques de produits comme la viande, l'huile et le lait, basées sur leurs stocks de 2022. La CJUE a jugé que cette réglementation portait atteinte au libre jeu de la concurrence et ne respectait pas les principes du règlement de l'OCM (Organisation commune des marchés agricoles) et de la libre circulation des marchandises.
✨ Synthèse IA ✨

La Cour de justice de l'Union européenne s'est prononcée sur le cas de la Hongrie qui avait réglementé les prix de 8 produits alimentaires de base pour lutter contre l'inflation.

Publié le 16 septembre 2024 - Par Virginie Pinson

La Cour de justice de l'UE , au Luxembourg, s'est prononcée contre un arrêté hongrois qui régulait prix et volumes des produits alimentaires de base

© CJUE

Avec Agra

Réglementer les prix de certains **produits agricoles** et obliger les distributeurs à proposer à la vente une quantité déterminée de ces produits est contraire au **règlement OCM de la Pac**, conclut la Cour de justice de l'UE (CJUE) dans un arrêt du 12 septembre. Le sujet a été porté auprès de l'instance européenne par un distributeur hongrois qui s'était vu infliger une amende au titre de la protection du consommateur.

Lire aussi : Vers quelle nouvelle stratégie agricole va s'orienter la Commission européenne ?

Un règlement anti-inflation en Hongrie non conforme au droit UE

Elle se prononce sur le cas d'un règlement mis en place par la Hongrie pour lutter contre l'inflation au moment à la suite de la pandémie de Covid-19. En février 2022, le gouvernement hongrois avait réglementé par un décret la commercialisation de six produits de base (sucre, farine de blé, huile de tournesol, viande de porc et volaille, ainsi que de lait), puis à partir de novembre 2022, en raison de la guerre en Ukraine, l'avait étendu aux œufs et aux pommes de terre. Les distributeurs étaient tenus de proposer à la vente les produits susmentionnés, pour des quantités qui correspondent, pour le jour de la semaine considéré, au moins aux quantités journalières moyennes qu'il avait en stock en 2022.

Lire aussi : C'est parti pour l'observatoire européen des prix et des marges

Le libre jeu de la concurrence reste fondamental

Mais pour la CJUE, ces obligations « portent atteinte au libre jeu de la concurrence, une composante fondamentale du règlement OCM » en empêchant les distributeurs de fixer librement leurs prix et les quantités qu'ils souhaitent vendre. « Les États membres peuvent uniquement adopter ou maintenir des dispositions nationales supplémentaires pour des produits bénéficiant d'une norme de commercialisation de l'UE si ces dispositions respectent le droit de l'Union, notamment le principe de la libre circulation des marchandises », rappelle la Cour.

Les MARCHÉS
Le média de l'alimentaire

FCO : la France pourra-t-elle importer la viande d'agneau qu'elle ne produira pas ?

✨ Synthèse IA ✨
Synthèse de l'article par notre IA :

L'article mentionne que la fièvre catarrhale ovine (FCO) cause des ravages dans le cheptel ovin français, et les principaux fournisseurs de viande ovine, tels que la Grande-Bretagne, l'Irlande, la Nouvelle-Zélande et l'Australie, ne pourront pas compenser le manque d'offre. Les baisses significatives de production dans ces pays laissent présager des prix élevés de la viande ovine pour les mois à venir, notamment pour Pâques 2025. Les baisses de cheptel et les difficultés d'exportation renforcent les inquiétudes sur l'approvisionnement futur.
✨ Synthèse IA ✨

Alors que la FCO ravage le cheptel ovin français, aucun afflux d'offre n'est à attendre de nos principaux fournisseurs que sont la Grande-Bretagne, l'Irlande, la Nouvelle-Zélande et l'Australie, laissant augurer de prix élevés dans les mois à venir.

Publié le 19 septembre 2024 - Par Virginie Pinson

Les principaux fournisseurs de viande ovine de la France ont moins de disponibilités

© JC Gutner

Alors qu'Arnaud Rousseau, président de la FNSEA, estimait que 10 % des brebis ont été perdues à cause de la **FCO**, il apparaît clair que la **France va manquer d'agneau**. L'**importation**, qui compte déjà pour plus de la moitié de notre consommation de viande ovine, pourra-t-elle combler le vide ?

C'est surtout pour Pâques 2025 que les opérateurs s'inquiètent. Pas si simple, si l'on en croît les tensions chez nos principaux fournisseurs.

Lire aussi : FCO : « A l'avenir, on va manquer d'agneaux ! »

Baisse de l'offre d'agneau britannique

Il y a seulement 6,6 millions de brebis au Royaume-Uni, selon le recensement Defra de juin 2024. C'est le plus petit nombre depuis 2011 et une baisse de 5,6 sur un an. Le nombre d'agnelles gardées pour la reproduction a notamment chuté de 11 %. La **production de viande ovine** devrait donc chuter de 3 %, en 2024, à 278 000 tonnes calcule AHDB.

Moins d'exportation d'agneau du Royaume-Uni

Les exportations britanniques de viande ovine sont orientées à la baisse depuis de l'année et devraient le rester, faute d'offre. AHDB anticipe ainsi un recul d'au moins 5 % des envois du Royaume-Uni vers l'Union européenne, qui capte 95 % de ses exportations.

Les agneaux irlandais sont aussi moins nombreux

Au premier semestre, la production d'agneaux en Irlande était aussi sur le recul, avev une baisse de 90 000 agneaux abattus en cumul sur 8 mois selon Bord Bia. La baisse du cheptel de brebis (-4 % entre décembre 2022 et décembre 2023) et des conditions de production défavorables ont conduit à une baisse de 5 à 6 % des agnelages.

Moins de disponibilités en Océanie

La Nouvelle-Zélande est, par ailleurs, actuellement en retrait du marché. En effet, la production ovine y a cédé peu à peu la place à la collecte laitière puis à l'exploitation forestière. L'Australie a vu, en revanche, croître sa production. Néanmoins elle se concentre actuellement à l'export vers les marchés plus proches que sont l'Asie du Sud-Est et les États-Unis. De plus, un tassement est attendu l'an prochain.

Les MARCHÉS
Le média de l'alimentaire

FCO : la FNSEA réclame 100 à 150 millions d'euros pour les éleveurs ovins

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article évoque l'appel d'Arnaud Rousseau, président de la FNSEA, pour des vaccins et des indemnisations face aux pertes causées par la fièvre catarrhale ovine (FCO8), touchant fortement les troupeaux en France. Il estime que 10 % du cheptel ovin est en péril, représentant un coût de 100 à 150 millions d'euros pour les éleveurs. Il réclame une intervention rapide avec la reconnaissance de force majeure et sollicite l'activation de la réserve de crise européenne pour aider les éleveurs à surmonter cette crise.

✨ Synthèse IA ✨

Pour indemniser les éleveurs ovins des pertes directes et indirectes liées à la FCO, une enveloppe minimale de 100 millions d'euros est nécessaire, selon Arnaud Rousseau président de la FNSEA.

Publié le 19 septembre 2024 - Par Nathalie Marchand

Arnaud Rousseau, président de la FNSEA, accompagné de Luc Smessaert, vice-président de la FNSEA, auditionné le 18 septembre par la commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale.
© Assemblée nationale

« *Face à la **FCO** il nous faut des **vaccins** et des **indemnités** pour les **pertes directes** et les **pertes d'exploitation**. On les évalue à 300 euros par **brebis**, et on estime que 10% du cheptel va être sur le carreau soit 100 à 150 millions d'euros pour les **éleveurs ovins*** », a avancé **Arnaud Rousseau**, président de la **FNSEA**, auditionné le 18 septembre par la **Commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale** sur la situation et les attentes du monde agricole.

Les indemnisations devront être rapides avec une reconnaissance de force majeure

« *Chaque semaine le nombre de foyers explose ! En août, le nombre de **brebis** a augmenté de 100% à l'**équarrissage** et celui des bovins de 25% ! Les indemnisations devront être rapides avec une reconnaissance de **force majeure*** », poursuit-il.

Lire aussi : « La propagation de la FCO8 a été volontairement passée sous silence cet été » accuse la Confédération paysanne

La réserve de crise européenne sollicitée

La FNSEA espère que la **réserve de crise européenne** pourra être sollicitée. Une demande sera faite en ce sens auprès du Commissaire européen à l'Agriculture **Christophe Hansen** (qui doit encore être confirmé par le Parlement européen).

On est aujourd'hui face à un variant de la FCO8

Persuadé que « *l'on est aujourd'hui face à un **variant de la FCO8**, avec une mortalité très forte* », le président de la FNSEA réclame aussi la mise en place d'une banque génétique du virus.

Relire : Fièvre catarrhale ovine : « Se lever le matin pour ramasser des cadavres et donner des antidouleurs aux brebis à terre ça brise le cœur »

Ces demandes devaient être renouvelées ce jour auprès d'une délégation de la commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale qui s'est rendue au **Space 2024**.

Lire aussi : L'étau de la FCO enserre la France ovine

TROISIEME PARTIE :

L'ACTUALITE TECHNIQUE, JURIDIQUE & REGLEMENTAIRE

l'Officiel des transporteurs

Commissaires européens : Ursula von der Leyen dévoile les portefeuilles

Publié le : 17.09.2024 Par : **Marie Albessard** Lecture : **1 min.**

Ursula von der Leyen a annoncé la liste des commissaires européens et de leurs portefeuilles. S'ils sont approuvés par le parlement, le portefeuille des transports irait au conservateur grec Apostolos Tzitzikostas.

Ce 17 septembre, la présidente de la commission européenne Ursula von der Leyen a dévoilé la liste des commissaires européens et leurs portefeuilles pour les cinq ans à venir. Ceux-ci participeront à des auditions publiques au Parlement européen puis la Commission dans son ensemble sera approuvée par le Parlement lors d'un vote unique d'approbation.

Parmi ce futur collège de commissaires européens comptant 11 femmes et 16 hommes, c'est le grec Apostolos Tzitzikostas, gouverneur de la région de Macédoine centrale depuis 2014 qui récupèrerait le portefeuille du « transport durable et tourisme ». Membre du parti conservateur grec « Nouvelle démocratie », l'homme politique est membre du Comité des régions de l'UE, dont il est le premier vice-président depuis 2022.

Climat, neutralité carbone et transition

C'est le néerlandais Wopke Hoekstra qui hériterait du portefeuille du climat, de la neutralité carbone et de la croissance propre. Membre du CDA (Appel chrétien-démocrate, PPE au Parlement européen), il a mené une carrière dans le privé, avant de devenir sénateur puis ministre des finances en 2017 et des affaires étrangères en 2022.

L'espagnole Teresa Ribera (parti socialiste ouvrier espagnol) deviendrait vice-présidente exécutive d'une transition propre, juste et compétitive. Elle est ministre de la transition écologique et du défi démocratique en Espagne depuis 2018, après avoir été directrice de l'Institut du développement durable et des relations internationales (Iddri) et avoir participé à la négociation de l'accord de Paris sur le climat.

l'Officiel des transporteurs

Au 1er octobre 2025, fin de circulation des Euro V de plus de 40 tonnes

Publié le : 18.09.2024 Par : **Marie Albessard** Lecture : **0 min.**

D'après l'arrêté du 29 juillet 2021, les camions Euro V ne pourront plus rouler à plus de 40 tonnes à partir du 1er octobre 2025.
A compter de cette date, le transport routier effectué entièrement sur le territoire national de plus de 40 tonnes est autorisé pour les ensembles routiers dont la date de première mise en circulation du véhicule moteur est postérieure au 1er janvier 2014 ou dont le véhicule moteur est de type Euro 6 et plus.

l'Officiel des transporteurs

Le Gatmarif intente un recours contre le projet de ZTL de Paris

Publié le : 19.09.2024 Par : **Marie Albessard** Lecture : **1 min.**

La ZTL de Paris fait partie de "l'héritage" des JOP de Paris.

Le groupement des activités de transport et de manutention de la région Île-de-France a annoncé s'être pourvu dans le cadre d'un recours gracieux auprès de la mairie de Paris concernant le projet de ZTL.

Dans un communiqué diffusé ce 18 septembre, le Gatmarif (Groupement des Activités de Transport et de Manutention de la Région Ile-de-France) a annoncé intenter un recours gracieux contre le projet de Zone à trafic limité (ZTL) dans Paris centre, dont l'application est prévue en octobre.

Le Gatmarif liste des interrogations en suspens concernant des points précis de ce projet de ZTL, concernant les conditions d'accès pour les véhicules de livraison, les modalités de livraison et de transit et les modalités de contrôle du périmètre. Le groupement alerte sur les risques de contournement de la zone (et donc de report de transit).

Le Gatmarif indique que cette action a pour objectif de rencontrer les services de la Mairie de Paris. " Les pouvoirs publics doivent tenir compte des délais incompressibles des transporteurs dans le cadre de la mise en œuvre rapide de cette ZTL annoncée courant octobre et nous apporter les réponses adéquates au bon fonctionnement et nous invitons le Conseil de Paris à retirer sa délibération approuvant la déclaration de projet de projet déclarant d'intérêt général la mise en œuvre de la Zone à Trafic Limité dans Paris Centre."

Le Gatmarif regroupe des fédérations du TRM et de la livraison urbaine et des représentants des chargeurs et transporteurs pour compte propre.

l'Officiel des transporteurs

François Durovray est le nouveau ministre des Transports

Publié le : 23.09.2024 Par : **Marie Albessard** Lecture : **1 min.**

- Ministère des Transports

Ce 21 septembre, l'Elysée a annoncé la composition du nouveau gouvernement de Michel Barnier. François Durovray a été nommé ministre des Transports.

Après d'intenses tractations, l'Elysée a présenté la liste des 39 membres du gouvernement de Michel Barnier. Parmi cette liste, le nouveau ministre des Transports, qui succède à Patrice Vergriete : François Durovray.

Principale nouveauté : le ministère des Transports sort de la tutelle du ministère de la transition écologique, repris par Agnès Pannier-Runacher. Le nouveau ministre des Transports sera placé sous la tutelle de la ministre du Partenariat avec les territoires et de la Décentralisation.

A 53 ans, François Durovray est membre du parti Les Républicains et proche de Xavier Bertrand. Il est président du Département de l'Essonne. Dans sa biographie du département de l'Essonne, il est indiqué que celui qui a siégé à Île-de-France Mobilités est devenu expert du sujet « transports ».

François Durovray est également président de la commission « Transports, mobilités et infrastructures » de l'Association des Départements de France (ADF) depuis 2015 et vice-président du Groupement des autorités responsables de transport (GART) depuis 2021.

Parmi ses prises de position connues, il s'est déjà déclaré favorable à l'instauration d'une écotaxe poids lourds et s'oppose à l'arrivé des mégas-camions.

L'Union TLF n'a pas tardé à réagir à la nomination du nouveau ministre indiquant que « L'Union TLF sera un interlocuteur proactif et exigeant pour défendre les acteurs du transport de marchandises et de la logistique. Dans un contexte économique difficile pour notre secteur, la priorité doit être donnée à la compétitivité de nos entreprises pour répondre aux besoins du pays et aux attentes de nos concitoyens sur la nécessaire transition écologique de la filière. ».

Le syndicat professionnel a rappelé ses trois revendications principales : la baisse du niveau de la fiscalité des entreprises, la défense de la compétitivité de la chaîne logistique, le maintien du soutien au verdissement des flottes.

Les Echos

Transports : sale temps pour les liaisons vers l'Espagne et l'Italie

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article met en lumière les perturbations majeures des axes de transport entre la France, l'Espagne, et l'Italie. La **RN 134** dans les Pyrénées, reliant Pau à Saragosse, a été coupée suite à des intempéries, rendant le **tunnel du Somport** inopérant pour plusieurs mois. Cela complique fortement les échanges transfrontaliers, les camions étant détournés vers des autoroutes plus éloignées, comme l'A64 et l'A63. Dans les Alpes, la fermeture du **tunnel du Mont-Blanc** pour 105 jours de travaux contraint les transporteurs à des détours par le **tunnel du Fréjus**, déjà saturé. Le doublement de ce tunnel a été reporté à début 2025, aggravant les craintes d'un "effet souricière" pour les transporteurs italiens. De plus, la réouverture de la **ligne ferroviaire France-Italie** en vallée de Maurienne, coupée par un éboulement en 2023, est repoussée à début 2025, compliquant encore le trafic marchandises et voyageurs entre les deux pays.

✨ Synthèse IA ✨

La coupure d'une importante route sur la chaîne pyrénéenne s'ajoute, dans les Alpes, à la fermeture pour travaux du tunnel du Mont-Blanc et à celle de la ligne ferroviaire France-Italie, par la vallée de la Maurienne, qui s'éternise.

La route nationale 134, dans le Haut-Béarn, demandera des mois de remise en état, coupant de facto l'axe Pau-Saragosse. (Photopqr/Sud Ouest/Maxppp)

Par Denis FAINSILBER

Publié le 10 sept. 2024 à 07:33Mis à jour le 10 sept. 2024 à 07:36

PREMIUMVotre abonnement Premium vous permet d'accéder à cet article

Après les liaisons alpines franco-italiennes durablement dégradées, c'est au tour des relations routières entre la France et l'Espagne de se compliquer. Avec la coupure de la RN 134, dont un tronçon a été emporté dans les intempéries d'une rare intensité en fin de semaine dernière, le tunnel du Somport, situé quelques kilomètres plus haut, entre la France et l'Espagne, sera inopérant pour plusieurs mois, a déjà annoncé la préfecture des Pyrénées-Atlantiques.

De quoi compliquer les parcours sur cet axe important de circulation du Béarn, itinéraire européen Pau-Saragosse. Le tunnel transfrontalier lui-même inauguré en 2003 n'a pas subi de dommages, mais il est devenu d'un seul coup inaccessible. Outre les voitures particulières, les camions pouvaient l'emprunter

jusqu'à vendredi, hors transport de matières dangereuses. Ils sont à présent déviés vers les lointaines autoroutes de la plaine et côtières (A64 et A63), avec détour par Hendaye pour le passage en Espagne.

Dans la région, certains élus militent de longue date pour la réouverture de la ligne ferroviaire Pau-Canfranc, fermée depuis plus de cinq décennies après un déraillement de train, mais le projet n'en est qu'au stade de l'enquête d'utilité publique, sans garantie de financement.

Le tunnel du Mont-Blanc fermé 105 jours

Côté alpin, les points de blocage sont aussi multiples, et pour encore de longs mois. Pour la partie routière, le stratégique tunnel du Mont-Blanc, qui fait la jonction entre Chamonix et Courmayeur en Italie, vient de fermer dans les deux sens de circulation le 2 septembre pour environ trois mois et demi, afin de mener d'importants travaux de rénovation de sa voûte. Des fermetures qui devraient se répéter de nombreuses années , au grand dam des industriels et chargeurs italiens, contraints à de longs et coûteux détours par la Suisse ou le tunnel routier du Fréjus, plus au sud.

LIRE AUSSI :

Interférométrie, véhicules téléguidés : le chantier hors norme de la ligne de train France-Italie

Environ 1.500 camions par jour doivent ainsi trouver un itinéraire alternatif, à commencer par le tunnel du Fréjus, déjà passablement embouteillé. Le doublement de ce tunnel franco-italien, en phase finale, a été repoussé au premier trimestre 2025. Et les transporteurs italiens redoutent un « effet souricière » sur cette infrastructure, si jamais un blocage advenait avant la fin de l'année.

Report de la réouverture en Maurienne

Tout près de là, le trafic ferroviaire ne reprendra pas comme prévu en novembre en vallée de Maurienne. Après l'éboulement de 15.000 m3 de roches fin août 2023, coupant la ligne historique France-Italie , la purge de la montagne s'avère plus complexe que prévu, repoussant l'ouverture de la liaison ferroviaire au pied de la montagne au premier trimestre 2025… si tout va bien. C'est l'annonce faite par les autorités locales fin juillet.

Un report qui concerne tous les types de trafics ferrés : trains de marchandises sur l'axe Lyon-Milan, TGV respectifs de la SNCF et de Trenitalia, TER jusqu'à Modane… En attendant, les marchandises entre France et Italie circulent donc sur des camions via le tunnel du Fréjus, une solution de repli rendue encore plus complexe avec la récente fermeture du tunnel du Mont-Blanc.

Denis Fainsilber

Les Echos

Le projet d'écotaxe en Alsace avance malgré l'hostilité des milieux économiques

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du projet de **taxe poids lourds R-Pass** en Alsace, qui pourrait entrer en vigueur en 2027. Ce projet vise à taxer les camions en transit international sur l'axe nord-sud alsacien, afin de compenser le report de trafic provoqué par la hausse de la **LKW-Maut** allemande. **Frédéric Bierry**, président de la collectivité européenne d'Alsace, estime que l'urgence est de limiter ce trafic, qui a augmenté de 18,1 % entre 2023 et 2024. Toutefois, le projet fait face à une opposition locale, notamment de la **FNTR Alsace**, qui craint des surcoûts pour les entreprises locales de transport, avec une perte moyenne de 12,6 % de la marge nette pour les 1 600 entreprises concernées. Les ambitions du projet ont été revues à la baisse, avec un coût abaissé à 15 centimes par kilomètre (contre 19 initialement) et la limitation du nombre de kilomètres taxés à 200 au lieu de 540. Malgré cela, des doutes subsistent quant à l'efficacité dissuasive de la taxe, qui reste inférieure à la taxe allemande de 35 centimes par kilomètre. Le vote de la collectivité sur ce projet est prévu le 21 octobre 2024.

✨ Synthèse IA ✨

La collectivité européenne va voter, le 21 octobre, l'instauration d'une taxe poids lourd pour une entrée en vigueur en 2027. Le tissu économique local est toujours très remonté contre ce projet, de l'efficacité duquel il doute.

Le coût envisagé de la taxe poids lourds R-Pass a été abaissé de 19 à 15 centimes par kilomètre. (G. VARELA/20 MINUTES/SIPA)

Par Bénédicte Weiss

Publié le 12 sept. 2024 à 18:00Mis à jour le 13 sept. 2024 à 08:52

Envisagée de longue date en Alsace pour parer au report de trafic depuis une autoroute allemande voisine et payante, l'instauration d'une taxe poids lourds (R-Pass) pourrait devenir effective en 2027. C'est ce que vient d'annoncer Frédéric Bierry, le président (Les Républicains) de la collectivité européenne d'Alsace, après qu'une étude d'impact économique, rédigée par le cabinet Deloitte, a été présentée cette semaine aux acteurs locaux.

Selon lui, il y a urgence à passer à l'acte. « Nous sommes devenus la variable d'ajustement du trafic européen », fustige l'élu. Instaurée en 2005, la LKW-Maut allemande a été revue à la hausse l'an dernier,

avec, selon des relevés opérés pour la collectivité alsacienne, une croissance de 18,1 % du report de trafic entre 2023 et 2024.

Surcoûts

Mais le projet d'écotaxe suscite toujours une vive opposition du tissu économique local. Si la collectivité européenne d'Alsace entend taxer le transit international sur son axe nord-sud, aujourd'hui quasiment gratuit, le droit européen lui interdit en effet d'exonérer les usagers alsaciens. Avec la taxation du transport de leurs matières premières comme de celui de leurs produits finis, les acteurs économiques redoutent de gros surcoûts.

« L'étude d'impact écrit noir sur blanc ce que nous disons depuis longtemps », assène Martine Bensa, secrétaire générale de la Fédération nationale des transports routiers Alsace, branche qui serait la plus affectée. Ce document évoque une perte moyenne de 12,6 % de la marge nette des quelque 1.600 entreprises alsaciennes de transport.

Dans un communiqué, le Collectif pour la compétitivité de l'économie alsacienne, formé en 2022 pour lutter contre le projet, affirme que l'étude « présente une vision partielle des conséquences de la taxe ». Sa mise en place peut « impacter l'emploi » ou « des décisions d'investissement », complète Jean-Luc Heimburger, président de Chambre de commerce et d'industrie Alsace Eurométropole.

Ambitions revues à la baisse

Frédéric Bierry assure vouloir préserver le tissu local, soulignant que les ambitions initiales ont été réduites pour limiter les effets indésirables. Le nombre de kilomètres taxés a été restreint à l'axe autoroutier nord-sud le plus chargé et à quelques départementales rejoignant l'Allemagne. Soit environ 200 kilomètres, contre 540 théoriquement taxables. Le coût envisagé a été abaissé de 19 à 15 centimes par kilomètre. Toutes les exonérations de véhicules permises par la loi ont encore été reprises.

LIRE AUSSI :

Le transport aérien français redoute l'alourdissement des taxes
Décentralisation, matières premières, écologie… l'industrie routière en plein doute

La collectivité engrangerait in fine 64 millions d'euros par an (contre 92 millions pour le scénario le plus large), dus à 51 % par des transporteurs en transit. Si le droit européen n'autorise pas à compenser ces recettes auprès des entreprises taxées, Frédéric Bierry envisage de les réinvestir en partie « au bénéfice de l'économie locale », le reste servant l'entretien des routes. « On peut imaginer des soutiens à la formation par exemple, mais chaque artisan contribuant à la taxe ne pourra pas en bénéficier », commente Jean-Luc Hoffmann, président de la Chambre des métiers d'Alsace.

Reste qu'à 15 centimes par kilomètre, contre près de 35 centimes pour la taxe allemande, d'aucuns doutent de l'effet dissuasif du R-Pass. « Nous tablons sur le fait que le temps de passage est un peu plus long en Alsace et que l'instauration de l'écotaxe réduira le gain à la traverser », répond Frédéric Bierry. L'assemblée de la collectivité européenne d'Alsace devrait se prononcer le 21 octobre en séance plénière, deux semaines après une nouvelle rencontre avec les acteurs économiques.

Bénédicte Weiss (Correspondante à Strasbourg)

Transport Info .fr

Ecotaxe alsacienne : les transporteurs rejettent l'étude d'impact économique de la CEA

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

Le projet de taxe poids lourd R-Pass en Alsace suscite des contestations de la part des transporteurs. La Communauté européenne d'Alsace (CEA) envisage cette taxe pour réduire le transit de camions étrangers évitant la LKW-Maut allemande. Une étude Deloitte évoque une baisse limitée des marges des entreprises, tandis que TLF, représentant des transporteurs, estime une réduction de 12,6 %, menaçant la viabilité de certaines sociétés. La taxe pourrait toucher 51 % des camions étrangers sur un réseau de 200 km et générer 64 millions d'euros par an.

✨ Synthèse IA ✨

12 septembre 2024 Marc Fressoz

Le projet de taxe poids locale, R-Pass, suscite toujours autant de contestations de la part des transporteurs à l'encontre de la Communauté européenne d'Alsace (CEA) qui vient de publier une étude d'impact économique.

Envisagée en 2027 afin de réduire le transit de camions étrangers venus échapper à la LKW-Maut allemande, son entrée en vigueur entrainerait une baisse des marges des entreprises limitée à moins de 2 % selon le cabinet Deloitte, auteur du rapport.

TLF évalue au contraire à *« 12,6 %, la réduction de la marge nette »* des transporteurs, *« soit pour beaucoup, l'équivalent de leur résultat d'exploitation »*. Quant à sa répercussion sur le consommateur, elle serait loin d'être modique.

« La méthode de calcul adoptée, centrée sur les coûts de transport final vers les consommateurs, néglige les effets réels sur la logistique de production » dénonce encore l'organisation patronale dans un communiqué du 11 septembre. Pour TLF, *« 93 % des camions circulant en Alsace desservent l'économie locale. »*

51 % des poids lourds étrangers venus de l'autre rive du Rhin pourraient être taxés

L'étude de la CEA est destinée à éclairer les élus appelés à voter cette taxe le 21 octobre prochain, mais aussi à recueillir les avis des milieux économiques, en vue d'éventuelles corrections.

Espérant désamorcer les oppositions, la Communauté européenne d'Alsace privilégie le scénario minimaliste avec une R-Pass à 15 cts/km payable sur 200 km de routes (l'A35, l'A36 essentiellement et accès à l'Allemagne) parmi un réseau taxable de 540 km.

Les recettes attendues sont de 64 millions d'euros annuels. Près de 51 % des poids lourds étrangers venus de l'autre rive du Rhin pourraient être taxés. Plusieurs exonérations sont envisagées : les poids lourds dont la masse en charge maximale ne dépassant pas les 7,5 t, certains transports agricoles etc.

Marc Fressoz

Transport Info .fr

Qui est Apostolos Tzitzikostas, désigné nouveau commissaire européen aux Transports ?

17 septembre 2024 Marc Fressoz Politique & réglementation 0

Ursula von der Leyen, qui entame un second mandat à la présidence de la Commission européenne, a choisi de confier à un élu conservateur grec, Apostolos Tzitzikostas, le poste de commissaire chargé du transport et du tourisme durables.

Son nom figure en avant-dernière position dans la liste des 27 futurs commissaires officialisée ce 17 septembre. A 46 ans, il doit hériter de *« secteurs essentiels pour notre compétitivité mais aussi pour nos transitions, pour connecter les gens et pour la stimulation des économies locales »* souligne la Commission.

Inconnu en France, ce diplômé de l'University College de Londres mène depuis une dizaine d'années un parcours politique parallèle dans son pays et à Bruxelles.

Encore un oral à passer

Ancien député grec, (2007-09), il préside en effet depuis 2014 la Macédoine Centrale, tout en assurant la vice-présidence du Comité européen des régions, l'instance chargée de faire entendre la voix des régions dans les institutions communautaires dont il est membre depuis 2015.

Avant de prendre la succession de la Roumaine **Adina Valean** dans l'immeuble du Berlaymont, Apostolos Tzitzikostas devra réussir comme ses collègues son oral devant les eurodéputés. En 2019, ceux-ci avaient retoqué trois candidats dont la Roumaine Rovana Plumb, initialement prévue aux transports.

Marc Fressoz

Transport Info .fr

Voici la moyenne des hausses de coûts depuis un an pour les transporteurs

18 septembre 2024 Valérie Chrzavzez Politique & réglementation 0

Dans son étude de conjoncture publié début septembre, le CNR dévoile la hausse des coûts subie par les transporteurs depuis un an.

Excepté l'indice gazole en diminution de 12,4 % entre août 2023 et août 2024 (par rapport à août 2022-août 2023), tous les autres postes du TRM ont connu une inflation de + 5,5 % pour les poids lourds roulant au gazole et de + 5,8 % pour ceux au gaz, *"soit plus du double de l'inflation générale"* précise le CNR.

Toujours entre août 2023 et août 2024, l'indice maintenance, prenant en compte l'entretien-réparations, les pneumatiques et l'AdBlue, augmente de + 3,4 %. Dans le même temps, les coûts des conducteurs (salaires plus charges) gagnent près de 8 % alors que l'indice de détention du matériel roulant (renouvellement plus assurances) affiche une hausse de plus de 3 %.

Quant aux coûts de structure, ils enregistrent + 4,9 % en moyenne *"sous l'effet conjugué des hausses des composantes coûts de personnel administratif (+ 6,4 %), coûts des locaux (+ 5,1 %) et coûts des services (+ 2,6 %)"*, souligne le CNR.

L'organisme rappelle en outre la revalorisation de + 2,9 % des tarifs de péages autoroutiers de classe 4 et de + 3,2 % pour les assurances en 2024.

VC