



## REVUE DE PRESSE

Semaines 01 à 02  
30/12/2024 – 10/01/2025

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

- Le monde du surgelé
- L'Officiel des Transporteurs
- 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@lachainelogistiquefroid.fr](mailto:info@lachainelogistiquefroid.fr)

La diffusion de cette revue de presse se fait dans le cadre d'un contrat avec le CFC (centre français d'exploitation du droit de copie). En effet, en application de l'article I 122 10 du code de la propriété intellectuelle, la photocopie d'un article de presse ou d'un extrait d'ouvrage au sein d'une entreprise, d'une administration, d'une association ou d'une autre organisation constitue une reproduction d'œuvre protégée qui nécessite donc l'autorisation du CFC. La 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

- **Le monde du surgelé**
  - STEF renforce sa présence en Belgique
  - Biocoop investit dans l’électricité pour ses semis
- **L’Officiel des Transporteurs**
  - Bert&You a testé l’hydrogène pendant les JOP

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

- **LSA Commerce & Consommation**
  - Michel-Edouard Leclerc et Thierry Cotillard taclent les (grands) industriels
  - Baisse de la consommation des produits de la mer en Europe
  - Xavier Deryde quitte la direction générale d’Agromousquetaires
- **Les Échos**
  - A 75 ans, Leclerc reste l’indiscutable leader de la distribution française
  - Alimentation, tourisme, restaurants : une année 2024 encore marquée par l’inflation
  - Les géants de la grande consommation se préparent à de nouvelles montgnes russes en 2025
  - Biocoop et Naturalia espèrent être sortis de « l’hiver du bio »
  - Auchan et Casino : les deux distributeurs qui jouent gros en 2025
  - Intermarché cède 49 % de son immobilier portugais pour financer le rachat des magasins Casino
  - Pourquoi Carrefour refond son programme fidélité
- **Les Marchés**
  - Poulet bio : « La situation s’est stabilisée »
  - Pourquoi les prix des abats et des co-produits du porc se sont effondrés

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

- **L’Officiel des Transporteurs**
  - Tachygraphes nouvelle génération : l’Europe accorde deux mois de plus
  - Les restrictions de circulation pour 2025 publiées
  - NAO du TRM 2025 : pas de revalorisation des grilles conventionnelles
  - Un nouveau dispositif d’aides à l’achat ou à la location de véhicules électriques
  - L’UE modernise la coopération transfrontalière en matière d’infractions routières
- **Les Échos**
  - Le marché français des camions s’attend à un sévère coup de frein
  - Le ministre des Transports, Philippe Tabarot, visé par une enquête pour détournement de fonds publics

## PREMIERE PARTIE : L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET LOGISTIENS

### ✦ Le monde du surgelé

# STEF renforce sa présence en Belgique

✦ Synthèse IA ✦

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

L'article traite du renforcement des activités de STEF en Belgique grâce à l'acquisition de TDL Fresh Logistics. Cette opération accroît les capacités de transport et logistique de produits frais et surgelés avec un réseau étendu de 7 sites et 400 véhicules. Ce développement stratégique consolide la position de STEF dans la supply chain agroalimentaire en Belgique.

✦ Synthèse IA ✦



*En finalisant l'acquisition des activités transport et logistique de TDL Group, le leader européen de la supply chain alimentaire renforce un peu plus ses positions en Belgique.*

Nouvelle étape de développement en Belgique chez STEF. Après le rachat de Transwest fin 2023, le numéro un de la supply chain sous température dirigée finalise une autre opération de croissance externe avec l'acquisition de TDL Fresh Logistics, qui regroupe les activités de transport et de logistique en produits frais et surgelés de TDL Group. Créé en 1980, TDL Fresh Logistics emploie 400 collaborateurs et compte 3 sites (Lummen et Willebroek en Flandre et Tournai en Wallonie) ainsi qu'un parc de 350 véhicules. Pour Yves Vandeput, propriétaire de TDL Group, « *L'adossement de TDL Fresh Logistics à Stef Belgique ouvre un nouveau chapitre de son développement. Grâce au savoir-faire et à la complémentarité des équipes, ce nouvel ensemble sera en capacité de proposer des solutions adaptées aux besoins spécifiques de chacun de nos clients.* »

## **Déjà 7 sites pour STEF Belgique**

Via cette nouvelle acquisition, STEF confirme la poursuite du développement de son offre de services à destination des acteurs de la supply chain agroalimentaire belges et internationaux (industriels et distributeurs). Présent en Belgique depuis 1989, Stef y totalise désormais un effectif de 750 personnes, réparties sur 7 sites (4 en Wallonie et 3 en Flandre) pour une flotte totale de 400 véhicules.

Bastien Dreano, directeur général de STEF Belgique, déclare : « *Nous sommes très heureux d'accueillir les équipes de TDL Fresh Logistics au sein de STEF Belgique. Avec cette acquisition, nous renforçons le maillage de notre réseau de distribution sur le territoire et développons nos offres de services de logistique et de transport de produits alimentaires frais et surgelés.* »

Le groupe STEF a réalisé en 2023 un chiffre d'affaires de 4,4 milliards d'euros et comptabilise plus de 270 sites implantés dans 8 pays européens, pour un effectif s'élevant désormais à 22 000 personnes, toutes activités confondues.

# Biocoop investit dans l'électrique pour ses semis

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'engagement de Biocoop dans la réduction des émissions de CO2 grâce à l'adoption de semi-remorques équipées de groupes frigorifiques électriques. Ces véhicules innovants, intégrant une récupération d'énergie cinétique, visent à rendre les livraisons urbaines plus écologiques tout en réduisant le bruit et la consommation énergétique.

✨ Synthèse IA ✨



© Guillaume Grandin

***La filiale transport de Biocoop poursuit une collaboration avec Carrier Transicold pour équiper progressivement ses semi-remorques de groupes frigorifiques 100 % électriques.***

Dans le cadre de ses objectifs de réduction d'émissions de CO2, la Société des Transports Biocoop (STB), filiale du réseau de distribution spécialiste du bio, a acquis sa première semi-remorque équipée d'un groupe frigorifique développé par Carrier Transicold. Dénommé « Vector eCool », ce groupe permet de faire

fonctionner une semi-remorque de manière entièrement électrique, éliminant ainsi le besoin d'un moteur thermique pour l'alimenter.

Pour faire simple, le groupe exploite une nouvelle technologie brevetée, qui, associée à un système de récupération et de stockage d'énergie, convertit l'énergie cinétique générée par la semi-remorque en électricité via un essieu générateur. L'électricité ainsi générée est stockée dans un pack de batteries, qui alimente à son tour le groupe frigorifique en énergie. Fonctionnant en boucle fermée, ce système est entièrement autonome et ne génère donc aucune émission directe de CO2 ou de particules. Autre atout du groupe, le niveau sonore de fonctionnement, qui reste inférieur à 60 dB. Un seuil qui rend la solution particulièrement adaptée aux livraisons nocturnes en ville, limitant d'autant les nuisances pour les riverains, tout en offrant aux chauffeurs des conditions de travail plus confortables.

## Des premiers tests concluants

La semi-remorque Chéreau équipée de ce groupe (elle-même couplée avec un tracteur fonctionnant au biogaz), est principalement utilisée pour des tournées de livraison en Île-de-France et à Paris, au départ de la plateforme logistique d'Ollainville, dans l'Essonne. *« Dans le cadre de notre stratégie de décarbonation, cela représente une véritable avancée pour supprimer progressivement l'utilisation de groupes frigorifiques fonctionnant au Gazole Non Routier »* témoigne Ouadie Benaïssa, directeur général de la STB et d'ajouter *« Après plusieurs tests, nous avons constaté qu'il nous restait encore plus de 85 % d'énergie disponible dans la batterie après livraison ! »*

Ce projet collaboratif entre la filiale transport de l'enseigne bio et le constructeur s'intègre dans une stratégie plus large de Biocoop visant à réduire de 25 % ses émissions de CO2. Après avoir déjà converti 75 % de sa flotte au biogaz, avec l'objectif d'atteindre 100 % d'ici fin 2025, la STB ambitionne en effet d'équiper près d'un tiers de ses semi-remorques frigorifiques avec cette technologie de groupe électrique d'ici 2030.



© Guillaume Grandin

Après la tournée, l'équipe consulte la consommation électrique et le niveau de charge des batteries.

# Bert&You a testé l'hydrogène pendant les JOP

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des essais de Bert&You sur un camion rétrofité à hydrogène pendant les Jeux Olympiques de Paris 2024. Cette expérience a démontré la fiabilité du transport zéro émission pour des missions logistiques complexes, confirmant le potentiel de l'hydrogène dans la transition énergétique des transports lourds.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 08.01.2025 Par : Marie Albessard Lecture : 1 min.



**Cet été, le groupe Bert&You a testé l'hydrogène, pendant les JOP mais aussi pour fournir deux enseignes de la grande distribution en**

*Crédit photo Bert&You*

**Le groupe de transport a indiqué avoir utilisé un tracteur routier hydrogène de 44 tonnes rétrofité par Hyliko, attelé à une semi-remorque, pendant 3 mois au cours des Jeux Olympiques et paralympiques de Paris.**

Durant les JOP à l'été 2024, Bert&You a opéré le transport des engins de Toyota sur les différents sites de l'événement : véhicules légers, vélos cargos, vélos et APM, véhicule du dernier kilomètre spécialement créé par la marque pour les JOP. Le groupe de transport (1800 collaborateurs, chiffre d'affaire de 250M€ en 2024) annonce aujourd'hui avoir fonctionné avec un tracteur routier hydrogène de 44 tonnes rétrofité par Hyliko attelé à une semi-remorque porte-lourd.

« Fonctionnant exclusivement avec un moteur électrique alimenté par une pile à combustible carburant à l'hydrogène vert, ce véhicule zéro émission a démontré la fiabilité de cette technologie en conditions réelles et satisfait toutes les attentes des parties engagées : respect des délais, qualité de service, fiabilité, silence, communication positive. Les équipes BeRT&YOU®, en l'occurrence Bert Industrie (BU transport d'énergies), se sont elles aussi investies dans la distribution quotidienne de cartouches d'hydrogène vert, qui ont permis d'alimenter les vélos cargos et vélos de Pragma Industrie », indique le communiqué de Bert&You.

Celui-ci rappelle également que deux autres porteurs Hyundai 26 tonnes qui sont entrés en service pour le transport de deux enseignes de la Grande distribution en région parisienne.

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



### Michel-Edouard Leclerc et Thierry Cotillard taclent les (grands) industriels

✦ Synthèse IA ✦

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

L'article traite des critiques exprimées par Michel-Edouard Leclerc et Thierry Cotillard envers les grands industriels pendant les négociations commerciales. Ils dénoncent des demandes de hausses de prix déconnectées des réalités économiques, tout en appelant à des ajustements pour rétablir l'équilibre des relations commerciales.

✦ Synthèse IA ✦

Les deux patrons se sont exprimé les 8 et 9 janvier, en pleines négociations avec les industriels. Et ils ne sont pas tendres. Michel-Edouard Leclerc dénonce « *des marques qui ont déconné* » ; Thierry Cotillard accuse certains d'être « *presque irresponsables* ».

Magali Picard 09 janvier 2025 \ 14h42 1 min. de lecture



© LEVY Bruno

Dans un contexte de ralentissement de la hausse des prix, Michel-Edouard Leclerc et Thierry Cotillard estiment que la baisse des prix n'est pas gagné, certains grands industriels ne jouant pas le jeu.

C'est devenu un rituel. Alors que les négociations commerciales entre la grande distribution et les industriels ont démarré le 1<sup>er</sup> décembre pour s'achever le 1<sup>er</sup> mars, les patrons de grandes enseignes accusent sur les

grandes ondes les industriels (plutôt les grands) de ne pas jouer le jeu. « *On va chercher des baisses* », assure sur BFM le 8 janvier le président du comité stratégique des centres E.Leclerc, avant d'ajouter : « *Des marques ont vraiment déconné* ». « *Des grandes marques continuent de demander des hausses de prix sur les pâtes ou l'huile de tournesol* ». Pour d'autres familles de produits, comme le bio, il est plus question d'un réajustement selon Michel-Edouard Leclerc : « *On dit que le bio se vend moins, mais il faut faire attention. Le bio était devenu 40 à 50% plus cher qu'un produit local naturel* ».

## "Des irresponsables"

Sur France Info ce 9 janvier, le patron de la Société Les Mousquetaires (SLM) dresse un premier bilan à mi-course des « négos ». « *On va tout faire pour être forts avec les géants* » de l'agroalimentaire, mais la baisse des prix dans les rayons des supermarchés « *n'est pas gagnée* ». Thierry Cotillard dénonce des industriels qu'il qualifie « *presque d'irresponsables* ». « *Des très grandes marques sont venues avec des hausses de tarifs de l'ordre de 6 à 7, voire 8%* ». « *C'est énorme et totalement décorrélé de la réalité économique* ». Thierry Cotillard évoque, par exemple, un « *vendeur de biscuits* » avec des matières premières en hausse de 12%, qui propose des biscuits avec une hausse de tarif de 24%. Traditionnellement prévues avant celles des grandes multinationales, les négociations avec les PME devraient s'achever entre mi-janvier et fin janvier. Résultat des courses le 1<sup>er</sup> mars.

# Baisse de la consommation des produits de la mer en Europe

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du recul de 5 % de la consommation de produits de la mer en Europe en 2023, causé par des prix en hausse liés aux crises géopolitiques. Les flux commerciaux hors Europe diminuent, mais les échanges intra-UE montrent une progression en valeur, soulignant la résilience du marché intérieur.

✨ Synthèse IA ✨

En 2023, la consommation des européens en produits frais de la mer a baissé de plus de 5%. En cause, la crise géopolitique et la crise économique qui font augmenter les prix.

Charlotte Barriquand - 10 janvier 2025 \ 14h28 - 4 min. de lecture



© 123rf

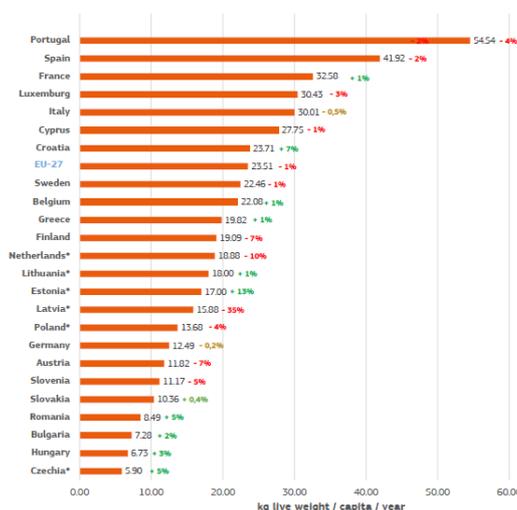
Selon les données d'Europanel/Kantar/GfK, la consommation totale de poisson à domicile a diminué de 5% entre 2022 et 2023.

Sale temps pour les produits de la mer en Europe. Dans son dernier rapport publié le 9 janvier, l'Observatoire Européen des Marchés des Produits de la pêche et de l'aquaculture (Eumofa) pointe du doigt la baisse de la consommation en produits de la mer dans l'ensemble des pays européens. Selon les données d'Europanel/Kantar/GfK, la consommation totale de poisson à domicile a diminué de 5% entre 2022 et 2023. Une baisse continue depuis 2021. En France (3ème pays consommateur de produits de la mer par habitant, elle a pourtant augmenté de 1%).

**CHART 12**  
PER CAPITA APPARENT  
CONSUMPTION OF  
FISHERY AND  
AQUACULTURE  
PRODUCTS BY MEMBER  
STATE IN 2022 AND  
% VARIATION 2022/2021  
Source: EUMOFA estimates.

Data were provided by the following national sources: CZ50 Czech Statistical Office (Czechia), Estonian Institute of Economic Research - EKU (Estonia), Latvia University of Life Sciences and Technology and Ministry of Agriculture of Latvia (Latvia), Agricultural Data Center (Lithuania), Dutch Fish Marketing Board (Netherlands) and Institute of Agricultural and Food Economics - National Research Institute (Poland).

Denmark, Ireland Malta are not included in this Chart. For Denmark, the Danish Fisheries Agency could not provide any estimates but, according to estimates made by the University of Copenhagen for the latest years, per capita apparent consumption in Denmark has been between 20,000-50,000 kg LWE. For Ireland, the Sea Fisheries Protection Authority could not provide estimates, but EUMOFA has estimated that the average per



## Un contexte géopolitique tendu

Une baisse, sans surprise liée à la hausse des prix en conséquence d'un contexte géopolitique tendu depuis plusieurs années. En 2023, les dépenses des ménages pour les produits de la pêche et de l'aquaculture en Europe ont atteint 62,3 milliards d'euros, soit une augmentation de 6 % par rapport à 2022. "Alors que les augmentations des dépenses en 2020 et 2021 étaient motivées par les restrictions liées à la COVID-19, l'augmentation de 2022 a été alimentée par l'inflation liée à un contexte géopolitique en tension. En 2023, bien que les pressions inflationnistes se soient légèrement atténuées à partir de 2022, les prix du poisson ont continué d'augmenter, contribuant ainsi à l'augmentation des dépenses des ménages", précise l'Observatoire dans son rapport.

## Baisse des flux commerciaux hors de l'Europe...

En 2023, les échanges commerciaux de produits de la mer en Europe ont connu une baisse de 4% en volume et 2% en valeur par rapport à 2022. Les exportations hors de l'Europe connaissent une baisse en valeur (-6%) et en volume (-3%), «*restant bien en dessous des niveaux prépandémiques*», peut-on lire dans le rapport. Malgré cette baisse, "les importations extra-UE représentaient 43 % de la valeur totale des flux commerciaux de l'UE, ce qui souligne leur importance continue", tempère l'Observatoire.

## Mais hausse inter-Europe

Les échanges commerciaux au sein de l'Union européenne ont atteint 5,8 millions de tonnes et une valeur de 31,8 milliards d'euros, représentant 45 % de la valeur totale des flux commerciaux. "Si le volume des échanges intra-UE est resté stable, leur valeur réelle a enregistré une hausse spectaculaire de 45 % au cours des dix dernières années. Une progression qui dépasse largement celle des importations extra-UE (+25 %) et des exportations hors de l'UE (+13 %)", note l'observatoire.

Fait notable, pour la deuxième fois en une décennie – après une première en 2021 – les échanges intra-UE ont progressé en valeur, confirmant la compétitivité du marché intérieur européen.

## L'Asie est largement le premier producteur mondial de produits de la mer

**TABLE 1**

TOP-15 PRODUCERS IN 2022 (1.000 TONNES)

Source: Eurostat (online data codes: [fish\\_ca\\_main](#) and [fish\\_aq2a](#)) and FAO. Data include both food and non-food use. Possible discrepancies in % changes and totals are due to rounding. More details can be found in the Methodological background.

	Catches	Aquaculture	Total production	% of total	% evolution of total production 2022/2021
China	13.179	75.388	88.567	40%	+3%
Indonesia	7.398	14.633	22.031	10%	+1%
India	5.539	10.235	15.774	7%	+9%
Viet Nam	3.590	5.170	8.760	4%	+6%
Peru	5.368	141	5.509	2%	-18%
Russian Federation	4.992	348	5.340	2%	-3%
Bangladesh	2.028	2.731	4.759	2%	+3%
United States of America	4.263	479	4.742	2%	+0.2%
<b>EU</b>	<b>3.466</b>	<b>1.089</b>	<b>4.554</b>	<b>2%</b>	<b>-4%</b>
Norway	2.614	1.648	4.262	2%	+1%
Chile	2.690	1.524	4.214	2%	+10%
Philippines	1.768	2.349	4.118	2%	+0.1%
Japan	2.968	943	3.910	2%	-5%
Republic of Korea	1.259	2.308	3.567	2%	-5%
Myanmar	1.865	1.197	3.062	1%	+18%
Others	29.065	10.702	39.767	18%	+3%
<b>TOTAL</b>	<b>92.050</b>	<b>130.885</b>	<b>222.936</b>	<b>100%</b>	<b>+2%</b>

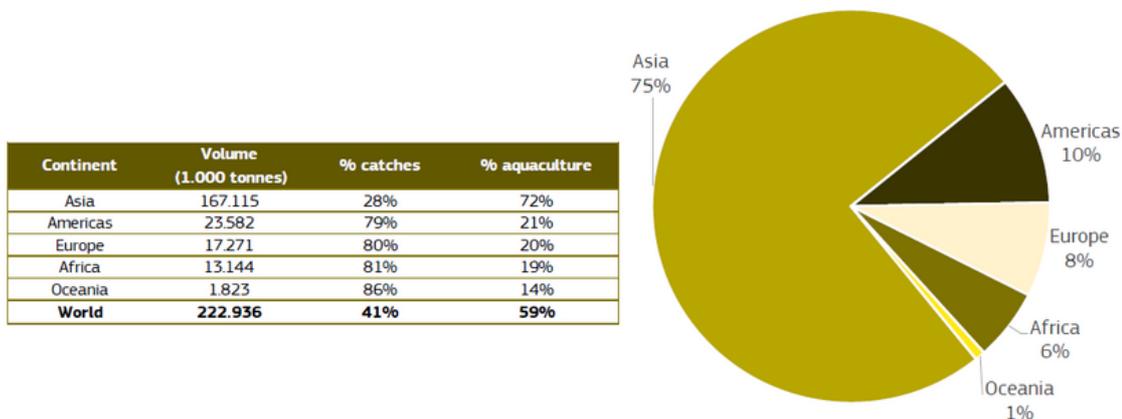
Entre 2021 à 2022, la production mondiale totale des captures et de l'aquaculture a augmenté de 2 %. Les volumes produits sont passés de 218,2 millions de tonnes, à 222,9 millions de tonnes d'une année sur l'autre, en particulier grâce à la croissance de l'aquaculture (+4% sur l'ensemble de l'Europe). En Europe, la production totale de produits d'aquaculture a baissé de 4%, principalement due à une chute des captures de 3 %. Ailleurs

dans le monde, au Pérou, en Russie et au Japon, l'heure est aussi à la baisse avec respectivement - 18 %, -3 % et -5 % d'après les données recueillies par l'Observatoire.

**CHART 1**

**WORLD PRODUCTION BY CONTINENT IN 2022**

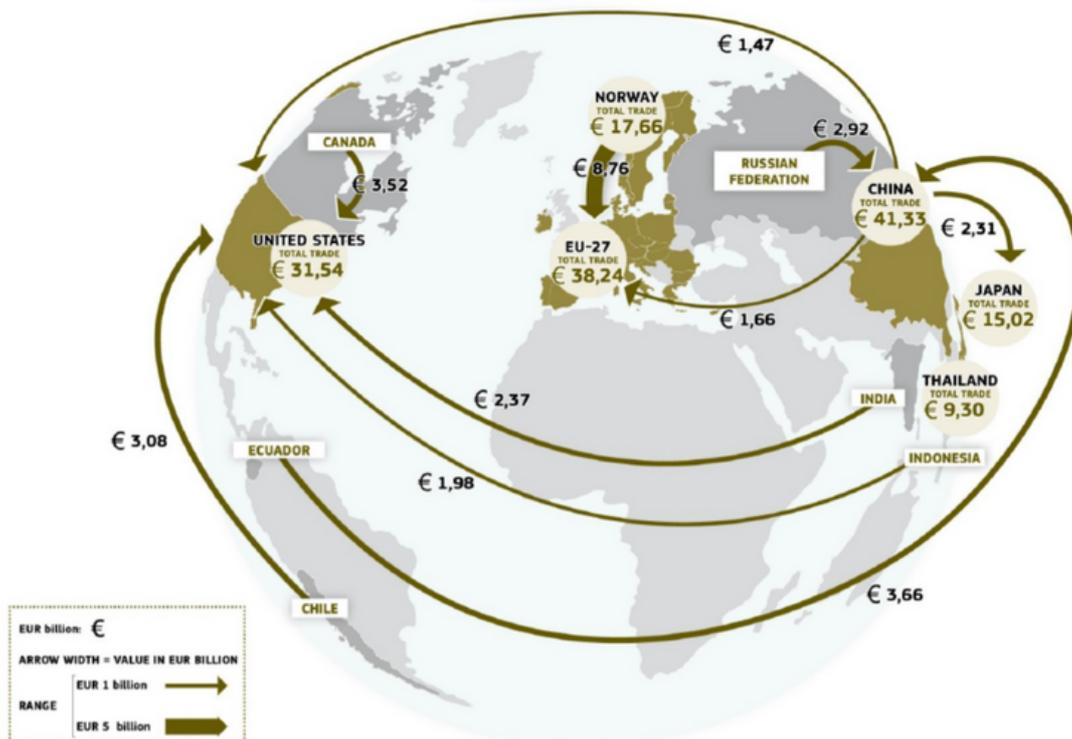
Source: Source: Eurostat (online data codes: [fish\\_ca\\_main](#) and [fish\\_aq2a](#)) and FAO. More details can be found in the Methodological background.



**CHART 2**

**TOP-10 TRADE FLOWS IN VALUE OF FISHERY AND AQUACULTURE PRODUCTS IN THE WORLD (2023, NOMINAL VALUES)**

Source: EUMOFA elaboration of data from EUROSTAT (for EU trade flows, online data code [DS-045409](#)) and Trade Data Monitor (for non-EU countries).



En Asie (qui représente 75% de la production aquacole dans le monde), la Chine (1<sup>er</sup> producteur de produits d'aquaculture dans le monde) enregistre une production en hausse de 4%. L'Inde de son côté, augmente de 9 % sa production aquacole et de 10 % des captures sauvages. Même tendance au Vietnam par exemple, avec une hausse de 9 % de l'aquaculture et de 1 % des captures.

La Malaisie, 1<sup>er</sup> consommateur mondial de produits de la mer

**TABLE 4**

PER CAPITA CONSUMPTION OF FISH, TOP-20 OECD COUNTRIES (FORECASTS, VOLUMES IN KG).

COUNTRIES ARE RANKED ACCORDING TO 2024 PER CAPITA CONSUMPTION|

Source: OECD

	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Malaysia	56,04	55,88	56,18	56,27	56,09	56,93	57,13	57,71	57,18	58,20
Korea	54,61	54,96	54,36	54,13	53,19	53,63	53,83	53,78	53,07	53,78
Norway	52,98	52,55	51,65	51,34	50,45	50,81	50,94	50,82	50,02	50,56
China	44,22	43,96	44,25	44,90	45,03	46,52	47,10	47,53	48,06	48,70
Japan	42,98	44,06	44,89	44,93	44,53	45,17	45,68	45,97	45,70	46,61
Viet Nam	42,66	42,67	42,43	42,73	42,47	43,17	43,62	43,90	43,78	44,44
Indonesia	41,94	43,30	44,58	45,10	45,47	45,82	46,12	46,39	46,18	46,46
Thailand	30,37	30,74	31,53	31,60	31,28	31,80	32,15	32,31	32,07	32,67
New Zealand	26,40	26,60	26,15	25,82	25,25	25,31	25,27	24,98	24,50	24,67
Peru	26,22	25,60	26,14	26,13	24,28	26,20	26,46	26,59	24,88	27,90
Israel	25,94	26,30	26,43	26,45	25,74	26,33	26,37	26,36	25,24	26,27
Australia	25,16	25,14	24,98	24,82	24,68	24,56	24,54	24,49	24,41	24,54
Philippines	24,30	24,75	25,31	25,40	25,24	25,56	25,70	25,71	25,50	25,87
United States	22,81	23,59	23,97	23,96	23,68	23,90	24,06	24,08	23,81	24,16
Egypt	22,22	22,50	22,78	23,41	23,88	24,18	24,39	24,52	24,37	24,72
Canada	21,31	21,91	22,12	21,94	21,53	21,62	21,83	21,93	21,75	22,13
<b>EU</b>	<b>20,96</b>	<b>21,44</b>	<b>21,54</b>	<b>21,49</b>	<b>21,20</b>	<b>21,42</b>	<b>21,52</b>	<b>21,54</b>	<b>21,35</b>	<b>21,65</b>
Russia	19,86	20,23	20,41	20,31	20,05	20,13	20,15	20,09	19,86	20,01
United Kingdom	16,95	17,44	17,75	17,89	17,76	18,04	18,26	18,40	18,27	18,74
Switzerland	16,04	16,00	15,96	15,92	15,89	15,86	15,84	15,82	15,80	15,79
<b>World</b>	<b>20,76</b>	<b>20,87</b>	<b>20,98</b>	<b>21,06</b>	<b>21,08</b>	<b>21,22</b>	<b>21,30</b>	<b>21,32</b>	<b>21,24</b>	<b>21,41</b>

L'Europe se positionne à la 17<sup>ème</sup> place mondiale en termes de consommation de poissons par habitant en 2024. Selon les prévisions de l'OCDE et de la FAO, rappelée par l'Eumofa dans son rapport, cette consommation devrait augmenter d'ici à 2033 aussi bien pour l'Europe que pour les autres régions du monde.

**TABLE 5**

TOTAL CONSUMPTION OF FISH, TOP-20 OECD COUNTRIES (FORECASTS, VOLUMES IN 1.000 TONNES).

COUNTRIES ARE RANKED ACCORDING TO 2024 TOTAL CONSUMPTION.

Source: OECD

	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
China	67.799	67.413	67.839	68.793	69.904	70.940	71.754	72.261	72.801	73.595
India	14.549	15.075	15.524	15.851	16.056	16.254	16.452	16.622	16.793	17.106
Indonesia	11.983	12.479	12.940	13.184	13.371	13.574	13.757	13.926	13.933	14.104
<b>EU</b>	<b>10.660</b>	<b>10.817</b>	<b>10.855</b>	<b>10.817</b>	<b>10.679</b>	<b>10.783</b>	<b>10.828</b>	<b>10.847</b>	<b>10.737</b>	<b>10.870</b>
United States	9.368	9.663	9.840	9.877	9.907	9.924	10.024	10.072	10.007	10.162
Japan	6.505	6.608	6.682	6.646	6.543	6.595	6.630	6.630	6.547	6.623
Viet Nam	6.220	6.226	6.224	6.271	6.234	6.324	6.385	6.424	6.401	6.503
Peru	4.005	5.539	5.567	5.575	3.971	5.595	5.614	5.627	4.083	5.323
Russia	3.641	3.692	3.714	3.697	3.654	3.663	3.664	3.652	3.614	3.632
Thailand	2.929	2.975	3.040	3.043	2.998	3.028	3.054	3.059	3.030	3.065
Korea	2.924	2.942	2.907	2.892	2.837	2.856	2.862	2.853	2.809	2.838
Philippines	2.910	3.009	3.121	3.177	3.199	3.283	3.346	3.390	3.406	3.498
Egypt	2.553	2.625	2.698	2.815	2.914	2.993	3.063	3.122	3.147	3.237
Mexico	2.219	2.229	2.253	2.274	2.234	2.282	2.355	2.383	2.354	2.411
Malaysia	2.094	2.106	2.136	2.156	2.164	2.211	2.236	2.273	2.266	2.320
Brazil	1.962	1.991	2.014	2.028	2.032	2.056	2.078	2.096	2.104	2.133
Chile	1.782	2.269	2.265	2.255	1.771	2.200	2.204	2.193	1.697	2.141
Norway	1.714	1.712	1.681	1.704	1.759	1.764	1.799	1.830	1.886	1.928
Nigeria	1.617	1.652	1.666	1.680	1.698	1.713	1.733	1.751	1.768	1.788
United Kingdom	1.334	1.383	1.411	1.426	1.403	1.444	1.463	1.475	1.448	1.501
<b>World</b>	<b>193.359</b>	<b>197.898</b>	<b>200.460</b>	<b>202.793</b>	<b>202.224</b>	<b>207.023</b>	<b>209.380</b>	<b>211.031</b>	<b>209.632</b>	<b>214.229</b>

En revanche, en ce qui concerne la consommation totale de produits de la pêche et de l'aquaculture, l'UE se classe au quatrième rang (avec plus de 10 000 tonnes) après deux grands consommateurs, à savoir la Chine et l'Inde, et presque au même niveau que l'Indonésie (11 900 tonnes).

## Une forte dépense de l'Europe aux importations pour le thon ou le saumon

## 2.2 ANALYSIS BY MAIN SPECIES

**TABLE 9**  
SELF-SUFFICIENCY RATES  
OF TOP-15 MOST  
CONSUMED PRODUCTS IN  
THE EU (2022)

Source: EUMOFA, based on EUROSTAT (online data codes: [fish\\_ca\\_main](#), [fish\\_aa2a](#) and [DS-045409](#)) and FAO data. Details on the sources used can be found in the Methodological background.

Products <sup>42</sup> and share of total apparent consumption	Per capita consumption (kg, live weight equivalent)	Self-sufficiency rate
Tuna (13%)	2,96	29%
Salmon (11%)	2,51	1%
Shrimps (7%)	1,68	11%
Alaska pollock (7%)	1,67	0%
Cod (7%)	1,63	5%
Mussel (5%)	1,21	78%
Hake (4%)	1,03	41%
Herring (4%)	0,87	84%
Squid (3%)	0,73	19%
Surimi <sup>45</sup> (3%)	0,60	n.a.
Sardine (2%)	0,55	69%
Mackerel (2%)	0,54	85%
Trout (2%)	0,46	85%
Scallop (2%)	0,37	31%
Saithe (=Coalfish) (2%)	0,37	11%

En Europe, la demande en produits de la mer est particulièrement élevée sur le thon, le saumon, la morue et évidemment les crevettes. En 2022, l'UE ne disposait que de 9 % d'autosuffisance pour ces quatre espèces. Pour le thon, le niveau d'autosuffisance est passé de 40% en 2014 en Europe. En 2022, elle est de 29%. Une baisse due aux multiples augmentations des importations ainsi qu'une réduction des captures. Pour le saumon, L'Eumofa estime que seulement 1 % du saumon consommé dans l'UE était produit à l'intérieur de l'UE, la Norvège étant responsable de la majorité des saumons fournis à l'UE et au niveau mondial.



# Xavier Deryde quitte la direction générale d'Agromousquetaires

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du départ rapide de Xavier Deryde de la direction d'Agromousquetaires, marquant un changement stratégique. Ce pôle industriel des Mousquetaires, engagé dans une réduction des produits transformés et un recentrage sur les produits frais, poursuit sa restructuration pour accroître sa compétitivité.

✨ Synthèse IA ✨

Selon nos informations, Xavier Deryde n'est plus le directeur général d'Agromousquetaires.

Yves Puget - 10 janvier 2025 \ 08h33 - 1 min. de lecture



© Agromousquetaires

Agromousquetaires compte 56 unités de production

Encore un changement pour le pôle industriel des Mousquetaires ! En effet en novembre 2024, Xavier Deryde, ancien directeur des opérations chez Europe Snacks, avait remplacé Nathalie Florent dont LSA avait annoncé le départ en juillet 2024. Et toujours selon LSA, Xavier Deryde ne sera resté que quelques semaines chez les Mousquetaires puisqu'il devrait quitter le groupe d'indépendants. Une information que les Mousquetaires ne souhaitent pas commenter. Le président d'Agromousquetaires est Sylvain Saunier, 46 ans, chef d'entreprise Intermarché à Mâcon (Saône-et-Loire) qui a pris le 1er juillet 2024, la présidence d'Agromousquetaires en remplacement de Jean-Baptiste Saria, qui avait succédé à Yves Udo à ce poste en 2019.

Rappelons qu'Agromousquetaires, qui vient de fêter ses 50 ans, compte 56 unités de production pour un chiffre d'affaires de 4,7 Mrds € avec six pôles (bœuf, porc, mer, saveurs, végétal, circulaire) et que 40 % des marques de distributeurs d'Intermarché et de Netto sont fabriquées par des usines d'Agromousquetaires. Mais le distributeur travaille aussi pour d'autres clients, dont le premier s'appelle Auchan, ce qui est un cas quasi unique en France. L'outil industriel qui va faire

l'objet d'un investissement de 500 M€ d'ici les 5 prochaines années est amené à se recentrer sur les produits bruts et le végétal.

## Réduire la voilure sur les produits transformés

En juin dernier, Thierry Cotillard, président des Mousquetaires, avait déclaré les 6 milliards d'euros d'ici à 5 ans pour Agromousquetaires. Ces six milliards correspondent aux 15 % de volumes supplémentaires attendus grâce à l'acquisition des 294 magasins Casino et à l'alliance aux achats prévue avec Auchan. « *Sur les marchés où nous ne pouvons pas atteindre la taille critique, nous préférons nouer des partenariats ou des joint-ventures. Nous pouvons garder une partie du capital des usines que nous cédon et investir* », expliquait Thierry Cotillard.

Le choix de réduire la voilure sur les produits transformés n'est pas un hasard. « *Leur processus de fabrication demande plus d'investissements* », notait aussi le consultant Jean-Daniel Pick. *Et il est plus stratégique de se recentrer sur les produits frais et bruts.* » Pour preuve, il y a quelques jours, le belge What's Cooking est entré en négociation exclusive avec Agromousquetaires, pour le rachat de Sveltic, une unité de production de plats préparés.

# Les Echos

## A 75 ans, Leclerc reste l'indiscutable leader de la distribution française

✨ Synthèse IA ✨

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

L'article traite de la domination continue des centres Leclerc, avec près de 25 % de part de marché en 2024. Leur modèle coopératif, conjugué à une guerre des prix agressive, consolide leur leadership face à Carrefour et Intermarché, qui restent les principaux challengers.

✨ Synthèse IA ✨

Les héritiers de l'épicier de Landerneau Edouard Leclerc dominent la vente de produits du quotidien en France. De peur d'être distancé, Carrefour a repris en 2024 les hypermarchés Cora et les supermarchés Match. Intermarché complète le podium, devant les autres enseignes de distribution.



Leclerc domine la distribution alimentaire française avec presque 25 % de part de marché. (Come Sittler/REA)

Par **Philippe Bertrand**

Publié le 24 déc. 2024 à 07:25 Mis à jour le 24 déc. 2024 à 07:44

Leclerc : 25 % (ou presque) de part de marché pour soixante-quinze ans d'histoire. « Il y a soixante-quinze ans, en décembre 1949, un jeune couple d'épiciers ouvrait un premier magasin dans une petite rue de Landerneau. Ils ne se doutaient pas que leur histoire serait le premier épisode d'une grande saga » : en une phrase sur « X », le 21 décembre, Michel-Edouard Leclerc ravivait la mémoire de ses parents, Edouard et Hélène, et souhaitait un bon anniversaire à tous les adhérents des Centres E. Leclerc.

Il n'aura fallu que trois générations pour que le mouvement coopératif de commerçants indépendants créé par l'épicier breton trône solidement au sommet de la grande distribution française. [Le virage s'est opéré en juin 2017](#). Ce mois-là, Leclerc dépassait pour la première fois l'inventeur de l'hypermarché Carrefour au classement des parts de marché du panéliste Kantar. Sept ans plus tard, l'enseigne d'Edouard Leclerc rafle, selon les données de décembre 2024, 24,7 % des achats des Français de produits de grande consommation dans les supers et les hypermarchés. Carrefour court après avec 21,1 %.

## Une forte progression en 2023

« Leclerc a connu sa forte progression en 2023 avec un gain de 1,6 point de part de marché par rapport à 2022 », explique Gaëlle Le Floch, l'analyste qui cuisine les données Kantar aux petits oignons. De peur d'être distancé, [Carrefour a repris en 2024 les hypermarchés Cora et les supermarchés Match](#). Dans le même temps, Intermarché, bien assis sur la troisième place du podium, rachetait 300 magasins Casino et grimpait à 17 %, en route vers les 20 %.

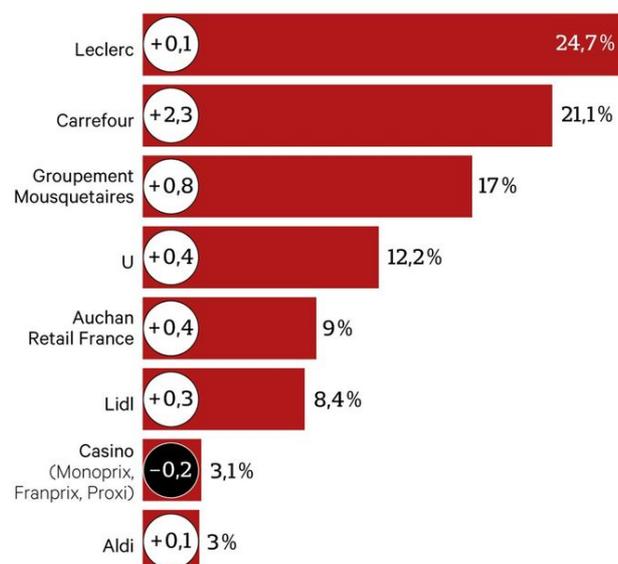
## LIRE AUSSI :

### [Pourquoi Lidl et Aldi n'ont étrangement pas profité de l'inflation alimentaire](#)

L'écart s'est creusé avec les autres acteurs du grand commerce français. La Coopérative U tire son épingle du jeu avec une croissance qui ne doit rien aux acquisitions, avec un ratio de 12,2 % et un gain de 0,4 % à la fin de l'année. Avec 9 %, Auchan, l'autre géant des hypermarchés, paie de ne pas s'être diversifié dans les petits formats (supers et supérettes), mais tente de se rattraper avec le rachat d'une centaine de Casino.

### Les parts de marché des groupes de la grande distribution à la fin 2024

En % (xx) Variation 2024/2023, en points



SOURCE : KANTAR RÉFÉRENSEIGNE

LesEchos

Les parts de marché des distributeurs à fin 2024, selon le panéliste de référence Kantar.

Le groupe Casino, nouvelle version, après la restructuration opérée par le Tchèque Daniel Kretinsky, a fondu jusqu'à une part de marché de 3,1 %. Il ne lui reste plus que Monoprix, Franprix et un vaste réseau de magasins de proximité surtout fort à Paris et dans les grandes villes.

Les discounteurs allemands Lidl et Aldi, dont on aurait pu penser que le pic d'inflation alimentaire (plus de 20 % en deux ans) les porterait, ne sont qu'à 8,4 % pour le premier et 3 % pour le second. Cela place toutefois Lidl en position de bientôt rattraper Auchan.

## Les émules d'Edouard Leclerc

En 1949, Edouard Leclerc a inventé le discount à la française. Il a été le premier à s'approvisionner en direct auprès des fournisseurs agriculteurs et industriels, contournant les grossistes. Les consommateurs de l'après-guerre réclamaient des prix bas. Malgré les attaques des poujadistes de tout poil et de multiples procès contre les marques qui refusaient de le livrer, mais avec le soutien du général de Gaulle qui tenait l'épicier de Landerneau pour le pourfendeur de l'inflation (déjà !), le concept des produits vendus à faible marge dans des magasins en libre-service s'est imposé.

La structure du réseau en mouvement d'indépendants a fait en sorte que chaque supermarché a été géré au plus près par son propriétaire. Au fil des décennies, ce modèle de franchise a pris le dessus sur le modèle intégré de Carrefour et consorts.

Carrefour n'a pas pour autant perdu la bataille. Economies de coûts d'un milliard d'euros par an reversées dans la baisse des prix, passage des hypermarchés en difficulté en franchise, développement des marques propres : [la stratégie du PDG Alexandre Bompard porte ses fruits](#). Carrefour France dirigé par Alexandre de Palmas a endigué cette fin d'année ses pertes de parts de marché en valeur et regagne des parts de marché en volume depuis octobre. Le mano à mano se poursuivra donc avec Leclerc qui a un peu patiné en décembre. En attendant le jeu à trois avec Intermarché. L'observateur se souviendra pour la petite histoire qu'Intermarché est né en 1969 d'une dissidence de Leclerc menée par Jean-Pierre Le Roch, un autre Breton. Si l'on ajoute les 25 % de Leclerc aux 17 % d'Intermarché, ce sont 42 % du marché français que les émules d'Edouard Leclerc ont conquis en trois quarts de siècle.

**Philippe Bertrand**

# Les Echos

## Alimentation, tourisme, restaurants : une année 2024 encore marquée par l'inflation

✨ Synthèse IA ✨

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

L'article traite des stratégies des acteurs de la distribution pour gérer les effets persistants de l'inflation. La baisse des prix a ravivé la consommation, tandis que les marques de distributeurs gagnent du terrain. Les restaurateurs et hôteliers s'adaptent avec des offres ajustées pour maintenir leurs clientèles.

✨ Synthèse IA ✨

La valse des étiquettes a fini par ralentir en fin d'année. Mais pour les entreprises, confrontées à un coût élevé de l'énergie et des matières premières, il a fallu s'adapter pour attirer les clients malgré tout.



Les acteurs de la grande distribution ont plus que jamais entretenu la guerre des prix en 2024 (Laurent Grandguillot/REA)

Par [Philippe Bertrand](#), [Clotilde Briard](#), [Dominique Chapuis](#), [Yann Duvert](#)

Publié le 27 déc. 2024 à 07:38 Mis à jour le 27 déc. 2024 à 08:24

Après deux années d'une intense valse des prix, la hausse des étiquettes - encore supérieure à 3 % en rythme annuel en début d'année - a poursuivi sa décrue en 2024, mais [sans rendre non plus le moral aux](#)

[ménages](#) et aux entreprises. Les acteurs de la grande consommation - distributeurs, restaurateurs, acteurs de l'agroalimentaire... - ont dû trouver des stratégies pour traverser sans encombre cette période si particulière.

## **Supermarchés : des prix bas pour redresser les volumes**

En deux ans, l'inflation alimentaire a atteint 20 %, [à cause de la guerre en Ukraine](#), de l'explosion du coût de l'énergie et de nombreuses matières premières. Et même si la spirale est désormais enrayée, les tarifs demeurent sur une marche haute. Frileux sur leurs dépenses, les consommateurs ont glissé moins de produits dans leur chariot.

Les voyants sont restés dans le rouge pendant de nombreuses semaines. Début novembre, ils sont repassés au vert mais ont replongé de 4,8 % à la fin du mois, selon Circana. Au final, en cumul annuel (au 8 décembre), les volumes ont fléchi de 0,8 %. Et en valeur, les ventes sont restées au niveau 0.

Dans ce contexte, et alors que l'inflation a tiré artificiellement les chiffres d'affaires vers le haut, il faut faire du volume pour afficher des progressions. Et pour y parvenir, l'atout prix demeure essentiel : les enseignes ont ainsi plus que jamais entretenu la guerre des prix, Leclerc en tête, suivi par les magasins U, Carrefour et Intermarché.

### **LIRE AUSSI :**

#### **[DECRYPTAGE - A 75 ans, Leclerc reste l'indiscutable leader de la distribution française](#)**

Tous les réseaux ont rogné sur leurs coûts et multiplié les promotions pour inciter leurs clients à acheter. La Coopérative U a tiré profit de la centralisation de son organisation autrefois régionale. Auchan a lancé un plan de 2.400 suppressions de postes et s'est allié à [Intermarché qui compte tirer profit des volumes](#) que lui apporte le rachat de 300 Casino. Carrefour a poursuivi ses campagnes annuelles de réduction de coûts.

## **Les marques distributeurs en pleine croissance**

C'est le cauchemar des industriels de l'agroalimentaire depuis la montée de l'inflation. Pour préserver leur pouvoir d'achat, les Français se sont tournés depuis deux ans [vers les marques distributeurs \(MDD\)](#), moins chères, et celles premiers prix pour remplir leurs Caddies. De plus, les enseignes en ont fait une priorité. Ce qui a permis aux MDD de creuser l'écart avec les grandes marques. Selon l'institut Circana, elles pèsent aujourd'hui 36,5 % des ventes dans la grande distribution (à fin novembre). C'est 4 points de plus qu'en 2021.

Ce développement est un coup dur pour les entreprises. Car si de nombreuses PME et les ETI fabriquent ces MDD pour la grande distribution, elles le font avec des marges réduites. Ces commandes, qui génèrent des volumes supplémentaires, leur permettent de faire tourner leurs usines. En revanche, coté marge, elles ne s'y retrouvent pas. Les prix payés couvrent souvent juste leurs coûts.

Mais il n'est pas sûr que cette tendance soit pérenne. En novembre, la croissance des marques nationales a été plus forte que celles des MDD. Le signal que les Français retournent vers leurs marques fétiches depuis le recul même léger des prix dans l'alimentaire ces derniers mois.

## Dans l'hôtellerie, bilan mitigé malgré les JO

Le rebond spectaculaire post-crise sanitaire a atteint ses limites dans l'hôtellerie, avec des prix qui se sont globalement stabilisés en 2024. Ils pourraient même avoir baissé en excluant la période des JO, qui les ont ponctuellement tirés vers le haut. Au final, pour une année olympique, pourtant marquée, outre les JO, par les 80 ans du débarquement en Normandie et la [réouverture de Notre-Dame](#), le bilan apparaît mitigé.

### LIRE AUSSI :

#### [Ces JO qui ont redonné le sourire à la France](#)

D'un côté, avec des prix qui se sont maintenus à un niveau élevé, les effets de l'inflation se sont sans doute fait sentir pour la clientèle française et européenne. Mais pas pour les Américains, qui bénéficient toujours d'un taux de change très favorable. « La clientèle loisirs est plus attentive, et on observe des réservations très en avance pour aller « chercher du prix » », souligne Vanguelis Panayotis, président du cabinet MKG.

Quant aux voyageurs d'affaires, « les entreprises ont pu resserrer un peu leur niveau de dépense », pas vraiment aidées par l'incertitude politique et économique. Malgré tout, la situation n'inspire pas d'inquiétude particulière : « Globalement, ça se tient, mais la hausse des prix se heurte à une certaine réalité économique, et les arbres ne montent pas au ciel », résume le spécialiste.

## Des restaurants qui ont joué la modération

Les Français n'ont jamais eu autant l'oeil rivé sur la note à payer lorsqu'ils vont au restaurant. Ils sont désormais 89 % à se dire attentifs aux prix des plats, 5 points de plus qu'en 2023, selon Food Service Vision. Ce qui entraîne des reports d'achats, pour certains repas, vers des circuits de proximité et des boulangeries. Ou le succès d'offres comme les bouillons, ces établissements de cuisine traditionnelle à prix très accessibles.

Pour inciter les consommateurs à fréquenter leurs établissements, la vigilance sur les prix des cartes est désormais de mise du côté des professionnels. Les fast-foods ont rebondi en mettant en avant des menus à tarifs très serrés. Au point de se livrer à une véritable bataille sur les prix d'appel. Mais [l'arme est à double tranchant](#). Pour préserver les marges, il ne faut pas que trop de convives choisissent ces options.

### LIRE AUSSI :

#### [Comment les restaurateurs ajustent leurs cartes pour éviter la fuite des clients](#)

Dans la restauration traditionnelle, les prix ne se sont accrus que de 0,3 % au dernier trimestre tandis que l'inflation moyenne sur l'achat des matières premières par les restaurateurs était un peu supérieure, à 0,6 %, indique la dernière étude de Food Service Vision. Mais l'enjeu est aussi de donner envie aux clients de ne pas se contenter d'un plat lorsqu'ils sortent.

**Philippe Bertrand, Clotilde Briard, Dominique Chapuis, Yann Duvert**

# Les Echos

## Les géants de la grande consommation se préparent à de nouvelles montagnes russes en 2025

✦ Synthèse IA ✦

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

L'article traite des défis des distributeurs et industriels face à la reprise économique en 2025. Après une période de déconsommation, ils misent sur l'innovation, les promotions et la montée en gamme pour relancer les ventes, tout en affrontant des négociations tendues sur les prix.

✦ Synthèse IA ✦

Le pic d'inflation de 2022 et 2023 a entraîné des baisses de ventes en volume qui se sont poursuivies en 2024. Avec la fin de la hausse des prix, les enseignes et leurs fournisseurs ont parié sur le redémarrage de la consommation, avec des leviers différents.



Après une année creuse, les professionnels de la consommation parient sur le retour des chariots garnis. (Seba/Sipa)

Par **Philippe Bertrand**, **Dominique Chapuis**

Publié le 31 déc. 2024 à 12:00 Mis à jour le 31 déc. 2024 à 12:10

La fin de l'année 2024 a marqué la croisée des chemins. Après le pic d'inflation de 2022 et 2023 - plus de 20 % au total pour l'alimentation -, les professionnels des biens de consommation ont constaté la reprise de l'érosion des prix depuis juin (- 0,2 %) jusqu'en novembre (- 0,8 %). L'inversion de la courbe n'a pas permis la tenue des volumes. De janvier novembre, les super et hypermarchés ont vendu 0,7 % de produits en moins. Leur chiffre d'affaires a stagné (- 0,1 %), selon l'institut Circana.

Pour les Leclerc et autres Carrefour, comme pour les industriels comme Nestlé, Danone ou Coca-Cola, l'année 2025 n'affiche qu'un objectif : la relance des ventes. En août 2023, Alexandre Bompard, le PDG de Carrefour, avait annoncé « un tsunami de déconsommation ». La vague a déferlé. Les chiffres d'affaires ont baissé en France sous l'effet de la nécessité d'une baisse des prix. Pour 2025, les distributeurs attendent le retour d'une vague de croissance.

## **L'arme des centrales d'achat**

La démographie n'aide cependant pas. Jusqu'à 2020, les naissances portaient la consommation d'environ 2 % par an. En 2023, la population n'a gagné que 0,3 %. [L'hiver des naissances s'est poursuivi en 2024](#). Le salut viendra de nouveau des prix. Les enseignes refusent les hausses que leur demandent leurs fournisseurs dans le cadre des négociations en cours. Ils ont perçu à Noël une envie de consommation. Les enseignes affûtent les lames de leurs centrales d'achat.

En 2025, Intermarché fera approvisionnement en commun avec Auchan et Casino. Leur structure Aura pèsera 30 % du marché. De son côté, Carrefour donnera la pleine puissance de ses bureaux d'achat de Madrid qui négocient avec plusieurs dizaines d'industriels à l'échelle de l'Europe. Leclerc cultivera son avantage.

### **LIRE AUSSI :**

[Coup de froid sur la consommation des Français malgré le reflux de l'inflation](#)  
[L'inégale santé des entreprises agroalimentaires face aux effets de l'inflation](#)

Même s'ils poussent leurs marques maison jusqu'à 40 % ou 50 % de leurs ventes, à l'exemple de Carrefour et Intermarché, les distributeurs comptent aussi sur celles des industriels pour attirer les clients et déclencher l'acte d'achat.

Pour autant, et c'est la contradiction, pour relancer les volumes, pas question pour les entreprises de baisser leurs prix. Depuis la réouverture des négociations commerciales, le 18 décembre, les PME et les ETI font de nouveau face à la pression des enseignes pour rogner sur leurs marges. Le dialogue s'annonce rugueux jusqu'au 28 février.

## **Les marques nationales repartent**

« La demande des distributeurs est totalement décorrélée des réalités économiques, s'alarme Jérôme Foucault, le président de Pact'Alim, qui représente 3.000 PME et ETI. Ils sont dans la posture, alors que nos entreprises sont en difficulté, avec le risque d'affaiblir le tissu économique dans les territoires. » Si l'inflation côté matières premières s'est tassée, les fabricants font face à d'autres hausses : salaires, assurances, frais bancaires.

[Des coûts qui ne sont pas sanctuarisés, comme ceux des agriculteurs dans le cadre de la loi Egalim](#). Et dont les distributeurs ne sont donc pas obligés de tenir compte. Mais de nouveaux efforts demandés aux entreprises pourraient cette fois se répercuter sur la qualité des produits, redoutent certains industriels, faute de marge de manoeuvre.

Les entreprises veulent aussi profiter du léger appel d'air ces dernières semaines. Depuis novembre, les ventes des marques nationales semblent repartir, alors que depuis deux ans, elles ont cédé du terrain

aux marques de distributeur (MDD). Moins chères, celles-ci ont pris plus de place dans les caddies, et pèsent aujourd'hui 36,5 % du chiffre d'affaires de la distribution. Mais depuis novembre, leurs ventes connaissent un fléchissement (-0,3 %), selon Circana. Alors que celles des grands groupes ou des PME augmentent chacune de 0,1 point.

Du jamais-vu depuis septembre 2021. Une conséquence, selon le cabinet, de « la reprise de la croissance des assortiments des marques nationales ». Un retour encore à confirmer qui pourrait donner plus de poids aux arguments des industriels.

## **Innovation et promotions**

Les entreprises font aussi face à de nouveaux comportements alimentaires. Les Français se sont ainsi mis au snacking et au « take away », les plats à emporter, ce qui pénalise l'offre dans les réseaux traditionnels. Pour relancer la consommation, les industriels estiment qu'il faut réinvestir dans l'innovation. Un moyen de coller aux nouvelles attentes.

Après la vague d'inflation, de nombreux lancements ont été annulés ou retardés. « Le taux d'innovation a chuté de 23 % en France en 2022, et de 12 % dans le monde, on n'avait jamais vu ça, soulignait lors du Salon international de l'alimentation Xavier Terlet, expert des tendances chez ProtéinesXTC. Ça repart, mais nous ne sommes pas encore revenus au niveau de 2021. »

Encore faut-il en avoir les moyens. « Le taux de marge appliqué par les distributeurs sur les nouveautés les condamne en grande partie », déplore un industriel. Autre piste, augmenter les promotions. Ce qui génère des volumes et du trafic dans les magasins, qui se livrent une concurrence acharnée. « Sur les deux derniers mois, octobre et novembre, la part de chiffre d'affaires en promos progresse par rapport à l'année dernière et ce, dans l'ensemble des circuits », note Circana. Des opérations en vogue chez Intermarché et Coopérative U.

A l'aube de 2025, [les relations sont donc toujours aussi tendues entre distributeurs et entreprises](#), un climat alourdi par les incertitudes politiques et économiques, qui compliquent les projets. « Il faut revenir à un dialogue constructif, pour dynamiser l'attractivité des points de vente, et ne pas étrangler des PME parce qu'on pèse entre 25 % et 30 % de son chiffre d'affaires, souligne Jérôme Foucault. Nous avons tous intérêt à réfléchir pour rester au service des consommateurs et voir comment réinventer l'offre et l'expérience client. »

**Philippe Bertrand et Dominique Chapuis**

# Les Echos

## Biocoop et Naturalia espèrent être sortis de « l'hiver du bio »

✨ Synthèse IA ✨

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

L'article traite du redressement partiel du marché bio en 2024, soutenu par les enseignes spécialisées et la vente directe. Toutefois, la grande distribution réduit ses offres, fragilisant les producteurs. La filière cherche de nouveaux débouchés, notamment en restauration collective.

✨ Synthèse IA ✨

Si les spécialistes du bio ont vu revenir les clients en 2024, les ventes sont en baisse dans la grande distribution, qui continue de supprimer des références.



La grande distribution a continué de réduire son offre de produits bio en 2024, avec la suppression de 8,7 % des références au premier semestre. (Andbz/Abaca)

Par **Dominique Chapuis**

Publié le 1 janv. 2025 à 11:00 Mis à jour le 1 janv. 2025 à 15:11

Les amateurs de bio sont de retour. Ce marché à 12 milliards d'euros a relevé la tête en 2024, mais il reste encore fragile, après deux années (2022 et 2023) marquées par une forte poussée d'inflation. Si les chiffres sont encourageants dans les enseignes spécialisées, certains défis - comme la recherche de nouveaux débouchés pour les producteurs - restent entiers.

Dans le détail, Biocoop, distributeur spécialisé que domine ce secteur, mise ainsi sur une année record. A fin octobre, ses revenus sur un an affichaient une hausse de 8 %, à 1,63 milliard d'euros. Une progression

qui n'est « pas soutenue par l'inflation, mais par une clientèle et des paniers moyens en hausse », insistait [le mois dernier son dirigeant Franck Poncet](#).

Même son de cloche chez Naturalia. L'enseigne du groupe Casino a [renoué avec la croissance en 2024](#), avec une hausse de ses ventes de 5 % sur un an (à fin octobre), avec là encore des volumes en progression. La Vie Claire, le pionnier du bio, a de son côté annoncé la réouverture d'une dizaine de magasins d'ici à la fin 2024. L'enseigne en avait fermé 40 en deux ans.

Ces enseignes ne sont pas le seul canal de vente à gagner du terrain. La vente directe de produits bio locaux a aussi marqué des points (+3 % au premier semestre). [Aujourd'hui 27.000 fermes proposent leurs produits, viande, fromages, ou vins en circuit court](#). Un canal qui représente désormais 14 % du marché. « Ces deux modes d'achats compensent de manière positive la baisse en grande distribution », souligne l'Agence BIO, chargée de collecter les données de ce marché protéiforme.

## En recul dans la grande distribution

Car en parallèle, dans les enseignes de grande distribution (qui pèsent encore 50 % des débouchés, contre 30 % pour les magasins spécialisés) les ventes continuent de reculer (-5 % sur le premier semestre). En cause, une offre qui se réduit encore dans les rayons. Sur le début 2024, les grandes et moyennes surfaces (GMS) ont ainsi supprimé 8,7 % de références dans leurs magasins.

Les achats se sont par conséquent reportés sur les marques de distributeurs bio, moins chères, qui « tirent leurs épingles du jeu », souligne l'Agence BIO. Défenseur de l'agriculture biologique, Coopérative U commercialise ainsi 22 millions de litres de lait bio sous sa marque par an. L'enseigne a renouvelé en 2024 son contrat pour cinq ans avec les producteurs de Biolait et la société LSDH pour son approvisionnement.

### LIRE AUSSI :

[Produits bio : le leader Biocoop en route vers des revenus record en 2024](#)  
[A contre-courant, le bio fait recette chez les start-up](#)

Selon les dernières données du cabinet Circana, la part des ventes du bio dans le chiffre d'affaires des produits de grande consommation s'est globalement stabilisée en novembre pour le troisième mois consécutif à 3,9 %. « Si l'orientation des ventes reste négative, la situation tend néanmoins à se normaliser », indique Circana.

## Les éleveurs durement touchés

Pour les professionnels, ce recul dans les assortiments des grandes surfaces pourrait expliquer la progression des ventes chez les spécialistes. Faute d'offre, les clients auraient tendance à transférer leurs achats vers les enseignes bio, où ils sont sûrs de trouver les produits qu'ils recherchent. D'où une certaine prudence sur un réel rebond du marché.

Pour la filière, l'objectif est de trouver de nouveaux débouchés aux producteurs, pour ne pas les voir disparaître. Les arrêts d'activité ont en effet bondi de 30 % à fin juin par rapport à la même période, mais le solde entre départs et installation reste positif. Sur les 61.000 exploitations, ce sont celles dédiées à

l'élevage, pour la viande et le lait bio, qui sont les plus touchées, et contraintes souvent de vendre leurs produits au prix du conventionnel.

La consommation de viande bio a ainsi chuté de 17 % depuis 2019, selon Interbev, l'Association nationale interprofessionnelle du bétail et des viandes. Conséquence, pour la première fois, le cheptel total bio a connu un recul en 2023, avec du côté des bovins, une baisse de 1,4 % pour les vaches allaitantes et de 3,2 % pour les laitières. [Faute de débouchés, les éleveurs n'arrivent pas à trouver de repreneur pour leurs exploitations.](#)

## **La restauration en ligne de mire**

Séduire la restauration hors foyers fait partie des priorités. L'Agence BIO, soutenue par l'Europe, a lancé une campagne de promotion auprès des restaurateurs, et des cantines en ce sens. Depuis un an, elle a réussi à réunir une trentaine de cheffes et chefs : restaurants gastronomiques, tables familiales, food-trucks ou cantines, ces établissements proposent entre 20 à 99 % de bio dans leur menu.

Ils sont encore une exception. « En France les 170.000 restaurants n'offrent qu'1 % de bio à leur carte et les 81.000 cantines n'achètent que 6 % de leurs denrées en bio, précise Laure Verdeau, la directrice de l'Agence BIO. L'idée est de les mobiliser pour en faire des lieux de partage, d'éducation au goût, et de transition agroécologique. »

## **La filière viticole bio veut un plan d'adaptation**

La Fédération nationale de l'agriculture biologique (FNAB) demande un plan d'adaptation pour la vigne bio aux enjeux du réchauffement climatique. La France est le leader européen du secteur, avec plus de 175.000 hectares de vignes bio, soit 20 % du vignoble. En 2024, le gel, la grêle, les excès de pluies « ont favorisé la prolifération du mildiou, notamment en bio où les moyens de lutte sanitaire sont très limités », avec d'importantes pertes à la clef. La FNAB réclame une « stratégie nationale » pour répondre à ces crises, et un dialogue avec les assureurs pour intégrer un barème d'indemnisation agriculture biologique.

**Dominique Chapuis**

# Les Echos

## Auchan et Casino : les deux distributeurs qui jouent gros en 2025

✨ Synthèse IA ✨

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

L'article traite des plans de relance ambitieux d'Auchan et Casino après des restructurations majeures. Ces enseignes misent sur la réduction des coûts, la réorganisation de leurs réseaux et le renforcement de leur compétitivité pour surmonter des pertes importantes.

✨ Synthèse IA ✨

L'ex-fleuron de la galaxie Mulliez et l'ancien empire de Jean-Charles Naouri ont procédé en 2024 à des milliers de suppressions de postes. Les deux groupes allègent leurs charges et investissent dans leur prix pour regagner des volumes.



Comme le groupe Casino avec ses Monoprix et Franprix, Auchan entamera en 2025 une opération de relance d'envergure. (Sebastien Ortola/REA)

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

Publié le 2 janv. 2025 à 06:25 Mis à jour le 2 janv. 2025 à 09:56

Les deux enseignes ont lancé une restructuration d'ampleur en 2024. Elles misent sur une relance en 2025 après l'allègement de leurs coûts. Leur histoire diffère. Les 2.500 suppressions de poste en cours chez Casino marquent la fin de la reconfiguration du groupe dont le milliardaire [Daniel Kretinsky](#) a pris le contrôle au gré de l'écrasement de 5 milliards d'endettement autour de quatre pôles : Monoprix, Franprix, les supérettes de proximité et l'e-commerçant Cdiscount.

Auchan qui négocie avec les syndicats les modalités de son plan de dégraissage de 2.400 emplois entame sa réorganisation. Les deux distributeurs taillent dans les effectifs de leurs sièges et partagent l'urgence d'une relance en magasin.

## Réduction de la taille des hypermarchés

Chez l'ex-fleuron de la galaxie Mulliez, la réduction de la taille de 65 hypermarchés jusqu'à un format type de 8.000 m<sup>2</sup>, l'investissement dans les prix, le rétrécissement de l'offre en non-alimentaire, la suppression de la livraison à domicile depuis des entrepôts, l'amélioration des conditions d'achat grâce à l'alliance avec Intermarché (et Casino !) constituent autant de chantiers pour l'année qui débute. Objectif : la limitation des pertes, qui ont atteint un milliard d'euros au premier semestre 2024, et l'enrayement de la chute des ventes, qui ont fondu de 5 % en six mois.

### LIRE AUSSI :

#### [Restructuration chez Auchan : les quatre points faibles du géant de la distribution](#)

L'ex-empire Casino, que les dettes de Jean-Charles Naouri ont transformé en principauté, vise de son côté le « retour à l'équilibre », entendu « avant frais financiers et dividendes », à l'horizon 2026. Ses repreneurs ferment les magasins non rentables, quelques Monoprix et surtout des Franprix (une centaine). Ses six enseignes, Monoprix, Naturalia, Franprix, Vival, Spar et Petit Casino coordonneront une expansion qui s'effectuera avec mesure dans les agglomérations pour les premières et les villages pour les secondes. Le projet marque la fin de la course à la part de marché à tout prix.

Les deux pionniers de la distribution s'engagent ainsi sur une voie de redressement qui ressemblera plus à un sentier de montagne qu'à une autoroute de plaine après un changement de pilote. Chez Auchan, [Guillaume Darrasse](#), ancien de U et de Jardiland, renouvelle le sang des Mulliez et des vétérans de leur galaxie. Chez Casino, Philippe Palazzi apporte la détermination d'un Corse qui intègre le cercle des dirigeants en vue du monde des supermarchés.

Le premier réinjectera les économies des suppressions de postes dans les étiquettes de ses magasins. Le second bénéficiera de l'enveloppe d'investissement de 600 millions que Daniel Kretinsky et ses associés ont remplie. L'un et l'autre jouent gros sur la table de jeu d'une consommation en proie aux incertitudes de la politique.

**Philippe Bertrand**

# Les Echos

## Intermarché cède 49 % de son immobilier portugais pour financer le rachat des magasins Casino

✦ Synthèse IA ✦

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

L'article traite de la cession d'actifs immobiliers d'Intermarché au Portugal pour financer le rachat de magasins Casino. Ce plan de financement, combinant trésorerie, dette et ventes d'actifs, illustre la stratégie d'expansion maîtrisée des Mousquetaires.

✦ Synthèse IA ✦

Les Mousquetaires, troisième distributeur alimentaire français, ont finalisé fin décembre la cession d'un peu moins de la moitié de leurs actifs immobiliers portugais au fonds LeadCrest Capital Partners pour 230 millions d'euros. Une prochaine opération du même type aura lieu en Pologne.



Les Mousquetaires ont réalisé 2 milliards d'euros de chiffre d'affaires au Portugal en 2024. (Shutterstock)

Par **Ninon Renaud**

Publié le 7 janv. 2025 à 19:48 Mis à jour le 8 janv. 2025 à 15:21

[Intermarché](#) a vendu 49 % de son parc immobilier portugais, a indiqué aux Echos le 3<sup>e</sup> distributeur alimentaire français, confirmant les informations de « La Lettre » et « LSA ». L'opération à 230 millions d'euros a été finalisée fin décembre avec le fonds LeadCrest Capital Partners.

Une contribution bienvenue au financement du rachat en 2024 de 294 magasins à son concurrent en difficulté [Casino](#). L'opération avait été chiffrée au total à deux milliards d'euros par Thierry Cotillard, président du Groupement Les Mousquetaires, dans une [interview](#) aux Echos.

L'opération doit être financée grâce à trois leviers : du cash d'une part (notamment de la trésorerie dégagée par une optimisation des coûts informatiques et industriels) ; de la dette bancaire (un milliard d'euros) d'autre part ; et enfin par la cession d'actifs à l'étranger à hauteur de 500 millions d'euros. Le Portugal fournit déjà la moitié, montant qui sera complété par de prochaines opérations en Pologne. Le groupement avait beaucoup investi en foncier cette dernière décennie dans ces deux pays.

### **LIRE AUSSI :**

#### **[Auchan et Casino : les deux distributeurs qui jouent gros en 2025](#)**

Concrètement, les murs de 245 des 357 magasins Intermarché, Bricomarché et Roady détenus au Portugal ont été placés dans une société civile de placement immobilier (SCPI) baptisée Alcaprevial, avant d'être revendus fin décembre au fonds LeadCrest Capital Partners. Cette opération a permis de limiter l'endettement du groupement à trois fois son excédent brut d'exploitation pour l'année 2024.

L'opération portugaise est d'autant plus nécessaire que le rachat des magasins Casino par les adhérents prend du temps, jusqu'à douze mois. Selon « La Lettre », 92 % des ex-Casino ont été à ce jour attribués à un ou plusieurs adhérents, mais seulement une quarantaine a été réellement rachetée à la Société Les Mousquetaires (SLM), qui a avancé l'argent.

**Julia Lemarchand**

# Les Echos

## Pourquoi Carrefour refond son programme fidélité

✨ Synthèse IA ✨

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

L'article traite de la refonte du programme de fidélité de Carrefour, « Le Club », visant à unifier les avantages sur tous ses formats de magasins. L'accent est mis sur la personnalisation et les remises sur le bio, les fruits et légumes, dans une démarche omnicanale renforcée.

✨ Synthèse IA ✨

Carrefour lance lundi 13 janvier « Le Club », un nouveau programme transverse et simplifié. L'un des enjeux est de connecter ses clients à l'ensemble des services du groupe - assurance, voyage...



Avec ce nouveau programme, 10 % des promotions accordées aux membres seront personnalisées d'ici à 2026 (contre 5 % aujourd'hui). (Shutterstock)

Par **Julia Lemarchand**

Publié le 8 janv. 2025 à 18:29 Mis à jour le 8 janv. 2025 à 18:34

C'était un « irritant client » qu'il devenait urgent de traiter. Le programme de fidélité du groupe Carrefour, qui devient « Le Club », a été repensé pour gagner en simplicité auprès des clients. A partir du 13 janvier, les 14 millions de porteurs actifs de la carte Carrefour pourront bénéficier des avantages associés dans l'ensemble des formats de magasins. Jusqu'alors, le niveau d'avantages pouvait différer selon qu'un client encarté faisait ses courses dans un hypermarché, dans un Carrefour Market ou encore sur Carrefour.fr.

« Un client sur deux navigue entre nos différents magasins, c'était important de lancer un nouveau programme multiformat et omnicanal. Nos clients nous le réclamaient », explique Caroline Dassié,

directrice marketing du groupe, qui espère ainsi améliorer la fréquence d'achat, en particulier dans les magasins de proximité.

L'enjeu de fidélisation est, dans cette optique, stratégique pour Carrefour. Aujourd'hui, son taux de fidélité est à 28 %, tous formats confondus, contre 36 % pour [Leclerc](#), le premier sur cet indicateur, mais bien devant [Monoprix](#) (à 18 %), selon les données de Kantar Worldpanel. « Les enseignes d'indépendants (Leclerc, Intermarché, Super U) sont celles qui performant le mieux sur le taux de fidélité », rappelle Gaëlle Le Floch, directrice marketing de Kantar.

## Prime au bio et aux fruits et légumes

Renforcer l'attachement de la clientèle exigeait aussi de rendre le programme de fidélité plus lisible : il assure -10 % sur les fruits et légumes ainsi que les produits Carrefour Bio, et ce tous les jours, dans les plus de 6.000 magasins en France, y compris à partir du 27 janvier dans les hypermarchés anciennement Cora.

Ces avantages viennent en appui du programme Act For Food de Carrefour qui promeut le mieux manger, et dont le deuxième volet a été présenté à l'automne dernier. « Nos clients auront la garantie, avec ce nouveau programme, d'avoir le bio le moins cher de France », a insisté Caroline Dassié, faisant écho à la promesse d'Alexandre Bompard, PDG du groupe, en octobre dernier.

### LIRE AUSSI :

#### [Carrefour amplifie ses efforts autour de l'alimentation saine et durable](#)

Ce sera encore plus vrai pour les détenteurs de la carte de crédit PASS de Carrefour Banque puisque la réduction sur le bio sera plus forte pour eux, soit -15 % (au lieu des -10 % pour les membres du Club). Cette remise s'applique également pour les fruits et légumes et sur tous les produits Carrefour lors des journées PASS (le mardi).

## Embarquer tout « l'écosystème » Carrefour

Ce coup de pouce supplémentaire illustre la volonté du groupe, qui a réalisé près de 2 milliards d'excédent brut d'exploitation (Ebitda) au premier semestre 2024, de connecter les clients du quotidien à tous ses services (Carrefour Voyages, Carrefour Assurances...) en offrant des remises, par exemple, de 5 % sur les assurances scolaires et animaux, et de 0,5 % sur les voyages (0,75 % pour les PASS).

*Nous envisageons des remises ponctuelles de 5 % sur le plein d'essence pour les membres du Club. Si les tests sont concluants, ce système pourrait se développer au second semestre.*

Caroline Dassié, directrice marketing du groupe Carrefour.

Sur les carburants, le groupe a prévu des tests fin février. « Nous envisageons des remises ponctuelles de 5 % sur le plein d'essence pour les membres du Club. Si les tests sont concluants, ce système pourrait se développer au second semestre », a indiqué Caroline Dassié.

« Tout l'enjeu d'un nouveau programme de fidélité est qu'il paraisse plus généreux, tout en préservant les équilibres économiques de l'entreprise, c'est-à-dire sa rentabilité », rappelle Frank Rosenthal, expert indépendant en marketing du commerce. Alors qu'en est-il ?

## Renforcer le sentiment d'appartenance

Sur le premier point, le groupe a calculé un gain annuel de 45 euros par an en moyenne pour le 1,3 million de porteurs de la nouvelle carte Club. 9 clients sur 10 détenteurs de la carte PASS verront plus de cagnottage avec le nouveau programme. Et cela grâce, en partie, à une meilleure personnalisation des avantages : 10 % des promotions accordées seront ciblées d'ici à 2026 (contre 5 % aujourd'hui).

### LIRE AUSSI :

[Carrefour a basculé dans le modèle plus dynamique de la franchise](#)

[Carrefour va expérimenter le paiement avec la paume de la main à Paris](#)

Le groupe n'a pas communiqué le montant de l'investissement correspondant. En revanche, il peut en attendre des retombées importantes, le panier moyen d'un client inscrit au programme de fidélité actuel atteignant 52 euros, soit trois fois plus qu'un non-porteur de carte. Et Carrefour espère gagner 500.000 nouveaux porteurs de carte d'ici la fin de l'année, alors qu'il en avait gagné 200.000 en 2023, mais perdu 150.000 en 2024.

Pour éviter ce type de yo-yo, le groupe doit encore renforcer le sentiment d'appartenance des porteurs de carte, en récompensant les membres les plus engagés. La plateforme « Ma communauté Carrefour », lancée début 2023 en ligne et sur l'appli du distributeur, va être mise à contribution.

Rebaptisée du nom du programme « Le Club », elle « fait gagner des bons d'achat par des jeux exclusifs, en distribuant des points de fidélité par exemple », précise la directrice chargée du nouveau programme. Cette communauté de clients fidèles, qui échangent des bons plans, donnent leur avis et testent des produits gratuitement, compte « seulement » 380.000 membres. La développer reste le défi des prochains mois.

**Julia Lemarchand**

# Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

## Poulet bio : « La situation s'est stabilisée »

✨ Synthèse IA ✨

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

L'article traite de la stabilisation de la production de poulet bio après une forte baisse les années précédentes. Les mises en place restent modestes, et le bio ne représente que 1 % de la production totale. Le recul des coûts des matières premières et une hausse modérée de la consommation offrent des signes encourageants pour la filière.

✨ Synthèse IA ✨

En poulet bio, l'offre se maintient après les fortes pertes des années précédentes. En poule pondeuse, les mises en place sont en hausse mais le nombre d'œufs n'a pas augmenté. En bio, le prix reste un facteur déterminant pour relancer la consommation.

Publié le 7 janvier 2025 - Par Sheila Kolani



Les mises en place de poulet bio sont stables sur une année.

© Pascal Le Douarin

Les mises en place de **volailles bio** se maintiennent sur un an. Durant les 11 premiers mois de l'année 2024, elles n'ont reculé que de 1 % d'après le Synalaf. La baisse est plus accentuée si on compare à l'année 2022 (-15 %). Le même constat s'applique au **poulet**, espèce phare, les mises en place sont stables sur un an mais en baisse de 15 % sur deux ans. « *La situation s'est stabilisée en poulet bio* », constate Bernard Tazua, président du Synalaf, lors d'une conférence de presse de l'Anvol.

## Evolution des mises en place de volailles bio en filières organisées

Sur les 44 premières semaines de 2024

	En milliers de têtes	Evolution 2024/2023 (%)	Evolution 2024/2022 (%)
Poulets	7,302	-1	-15
Pintades	40	-42	-31
Canards	35	-42	-17
Dinde de découpe	111	6	-25
Volailles festives	21	-32	-31

Table: Les Marchés • Source: Synalaf • Created with Datawrapper

## Repli des volumes et du nombre d'éleveurs en poulet bio

La **production** de poulet bio ne représentait que 1 % de la production totale en 2023 selon l'Itavi d'après Agreste et Synalaf, contre 2 % en 2021. Entre-temps, le nombre d'éleveurs engagés en poulet de chair bio est passé de 1 032 (2021) à 960 (2023) d'après l'Agence bio et des organismes certificateurs. « *Près de 40 % des volumes ont été perdus en poulet bio entre 2021 et aujourd'hui* », déplore Bernard Tautia.

## Baisse du coûts des matières premières bio

Au même moment, les **indices des coûts des matières premières** dans l'**aliment** continue de se reculer. En octobre, l'indice poulets de chair bio calculé par l'Itavi était de 110,45 soit un recul de 10,8 % sur un an et une hausse relativement modérée sur un mois (+ 1 %). Situation assez similaire pour l'indice poudeuses bio. Il était de 118,47 en octobre 2024, en baisse de 10,7 % sur un an et en hausse de 1 % sur un mois.

## Peu de volume de volailles bio en GMS

Le bio n'a représenté que 2,5 % des volumes d'achat de découpe de poulet par les ménages au troisième trimestre 2024 selon Kantar Worldpanel. En cumul annuel mobile jusqu'à fin septembre, la hausse n'est que de 0,8 % complète l'Agence bio dans sa conjoncture de novembre 2024. Au cours des trois premiers semestre 2024, la hausse des achats est de 2,8 % sur un an, accompagnée d'une baisse des prix de 10,1%. Au troisième trimestre 2024, la hausse de la consommation est plus marquée (+ 6,8 %). A l'inverse, en poulet prêt-à-cuire bio, la tension demeure sur le marché. En dépit de la baisse des prix (-0,5 %) soit 6,4 €/kg, les achats des ménages ont chuté de 15,3 %.

## Plus de tension en découpe de dinde et de canard bio

Concernant les **découpes de dinde**, en cumul jusqu'à fin septembre 2024, le bio n'a compté que pour 1,3 % en volumes d'achat de découpe d'autant que les achats des ménages ont baissé de 32,7% en volume au même mois. En découpe de **canard**, 4,2 % des achats sont labélisés bio toujours à la même période. Cette volaille qui a fait son retour dans les assiettes des Français a vu ses achats en GMS grimper de 20,2 % en volume en cumul annuel mobile jusqu'à fin septembre 2024.

Lire aussi : Label rouge : « Nous sommes contents de l'aide des distributeurs en poulet entier. On attend des efforts sur la découpe »

## Augmentation des poules pondeuses bio mises en place

Côté **poules pondeuses**, les mises en place progressent au premier semestre 2024, + 12,6 % par rapport au trois premiers mois 2023, toujours d'après le Synalaf. L'effectif s'élevait à 2 523 têtes. Néanmoins, la production est moins ferme. Le nombre d'**œufs** produits accuse un fléchissement de 7,9 % sur un an, pour un ensemble de 658 722 œufs.

Lire aussi : Œufs bio : du surplus à la pénurie ?

# Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

## Pourquoi les prix des abats et des co-produits du porc se sont effondrés

✦ Synthèse IA ✦

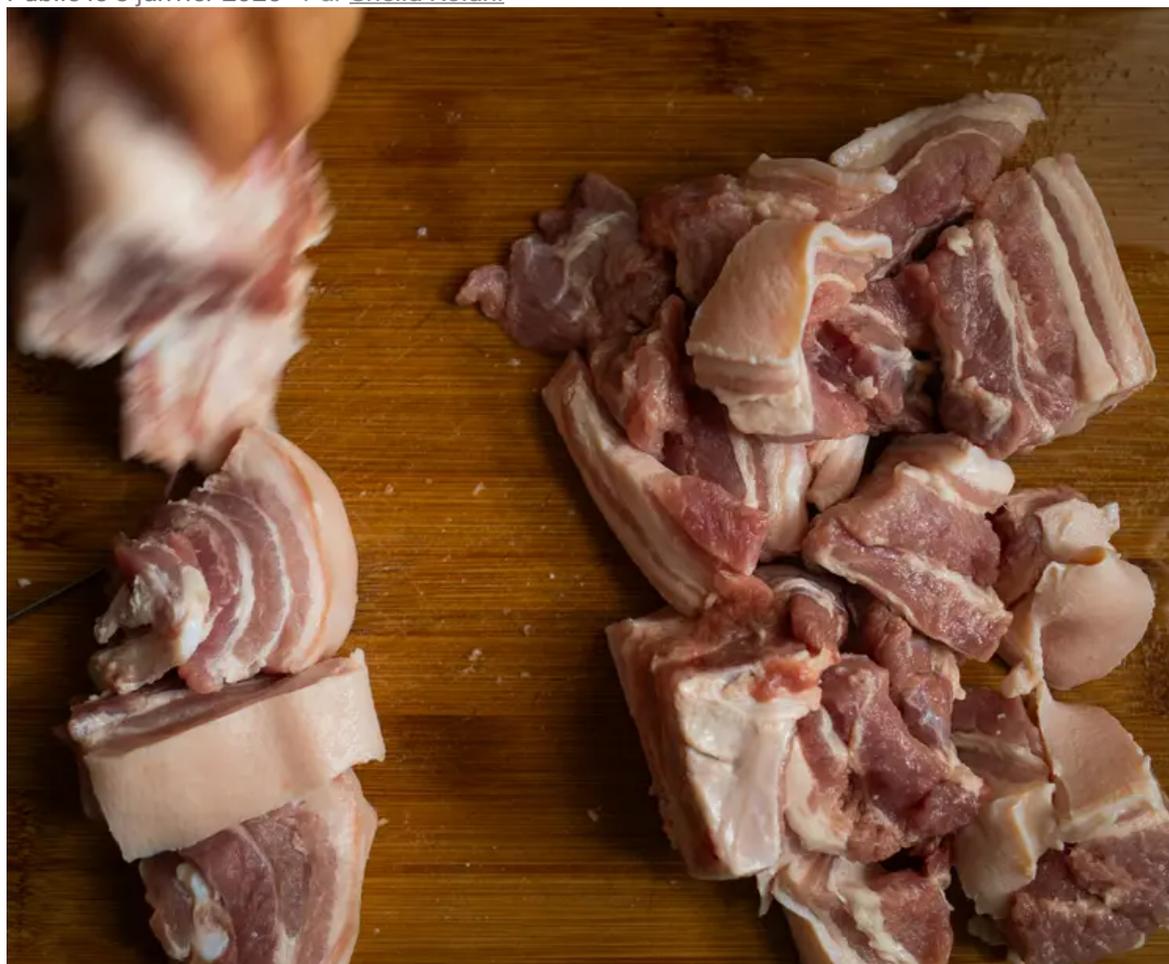
### Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'effondrement des prix des abats et co-produits du porc, causé par une chute de la demande internationale et des exportations. Les acteurs du secteur peinent à écouler ces produits, accentuant les pertes et fragilisant les producteurs français.

✦ Synthèse IA ✦

Les abats et co-produits du porc ont vu leur prix chuter, un casse-tête pour les entreprises de l'abattage dans leur valorisation de la carcasse. Pour Thierry Meyer, président d'Inaporc, malgré la baisse des cours à Plérin, la viande de porc devrait être vendue plus chère pour compenser cette perte.

Publié le 8 janvier 2025 - Par [Sheila Kolani](#)



Les prix des abats et des coproduits de porc ont fortement chuté ces derniers mois.

© Frank Zhang

« Force est de constater que pour une même **cotation [le cadran]**, nous avons eu une dégradation très forte des **abats** et **co-produits**, comme les couennes de **porc** dont le **prix** a été divisé par cinq en 18 mois », s'indigne

Thierry Meyer, président d'Inaporc et directeur filière porc du groupe Bigard. . « *Les prix des graisses, des os, du mucus, ont aussi baissé, de plus de moitié pour le dernier co-produit* », renchérit Thierry Meyer.

Lire aussi : En 2024, un prix du porc 9,84 % sous son niveau de 2023

## 15 € de moins par porc

Notre interlocuteur évalue les répercussions de la baisse des prix des abats et des co-produits à « *une moins-value d'environ 15 euros par porc* ». Il explique que « *la perte de valeur engendrée par la forte baisse des prix des abats et des co-produits a dû être remise sur les prix des viandes commercialisées, car sur le créneau du pet-food, les prix ont également baissé. A prix de référence du porc (le cadran) même en légère baisse par rapport à l'an dernier, la viande doit être vendue plus chère, compte tenu également des charges environnementales supplémentaires* ».

Lire aussi : Porc : « Les abattoirs français résistent pour le moment mieux que ceux en Allemagne, au Danemark et aux Pays-Bas »

Toutefois, pour le directeur filière, s'il y a hausse de prix, la viande de porc reste un produit accessible. « *En comparatif, la viande de porc sans os est parfois moins chère que la volaille. C'est le cas pour le filet mignon de porc, un produit plutôt noble. Ça reste une viande bon marché et la viande la plus consommée en France* ».

## Une « carence » d'Egalim

Thierry Meyer nous fait part de trou dans la raquette. « *Les équations mathématiques ne peuvent en aucun cas manager le commerce et c'est bien là, une carence des lois Egalim dont l'indexation du prix de la matière première ne tient pas compte de la dégradation tarifaire des abats et co-produits* ». Le directeur filière insiste sur le fait que « *sur le plan commercial, les équilibres changent constamment et ça c'est notre métier. Ce n'est pas parce que le prix du porc baisse que les prix des matières premières baissent. Et quand cette valeur manque, il faut bien aller la chercher quelque part* ».

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

**L'Officiel**  
des transporteurs

# Tachygraphes nouvelle génération : l'Europe accorde deux mois de plus

✨ Synthèse IA ✨

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

L'article traite du report de deux mois pour l'installation des tachygraphes de nouvelle génération. Cette décision vise à donner plus de temps aux transporteurs pour se conformer à la réglementation européenne, tout en facilitant les contrôles transfrontaliers.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 27.12.2024 Dernière Mise à jour : 08.01.2025 Par : Grégoire Hamon Lecture : 2 min.



**Selon la réglementation européenne, tous les véhicules utilitaires circulant dans l'UE doivent être équipés de tachygraphes intelligents de deuxième génération d'ici le 31 décembre 2024.**

*Crédit photo DR*

**La Commission européenne a donné un délai de 2 mois avant de sanctionner les transporteurs non équipés des tachygraphes intelligents de deuxième génération. L'Union Internationale des Transports Routiers avait alerté en fin d'année sur le retard dans l'équipement des véhicules et le risque de perturbations dans le secteur du transport.**

La Commission européenne repousse au 28 février 2025 les sanctions pour les transporteurs non équipés des tachygraphes intelligents de deuxième génération. Suite à une réunion du comité TRAN le 18 décembre dernier, la majorité des États membres – le Danemark mis à part - a approuvé la proposition de la Direction générale de la mobilité et des transports (DG

MOVE) de reporter de deux mois l'application des sanctions. L'Union Internationale des Transports Routiers (IRU) précise que les États membres devront communiquer leurs plans nationaux de mise en œuvre et leurs méthodes d'information aux opérateurs.

## Une situation préoccupante en Roumanie

Depuis plusieurs mois, les transporteurs routiers de l'Union européenne se mobilisaient pour **répondre à l'obligation de modernisation des chronotachygraphes imposée par l'UE**. L'objectif est d'équiper tous les véhicules utilitaires circulant dans l'Union avec des tachygraphes intelligents de deuxième génération d'ici le 31 décembre 2024. L'Union Internationale des Transports Routiers (IRU) avait rappelé en fin d'année que, selon ses estimations, 10 à 15 % des véhicules ne seront pas en conformité dans les temps du calendrier initial, occasionnant un grand nombre de véhicules qui risquent d'être exclus temporairement du marché, ce qui pourrait causer des perturbations majeures dans les chaînes d'approvisionnement pendant plusieurs mois. L'IRU avait donc appelé le Commissaire européen aux Transports, Apostolos Tzitzikostas, à intervenir en exhortant les États membres à accorder un délai de grâce de trois mois, qui permettrait aux transporteurs concernés d'équiper leurs véhicules « sans précipitation excessive », évitant ainsi de lourdes pertes pour l'industrie et les économies locales.

**La situation est particulièrement alarmante en Roumanie.** Selon l'Union nationale des transporteurs routiers roumains (UNTRR), seuls 10 000 des 60 000 véhicules concernés par l'obligation de modernisation sont équipés de tachygraphes intelligents de deuxième génération, tandis que 17 000 autres disposent d'une version antérieure nécessitant encore des mises à niveau. Pour les 33 000 véhicules restants, la situation est critique : le temps nécessaire pour équiper tous les camions en retard dépasse largement la date limite imposée.

# Les restrictions de circulation pour 2025 publiées

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des nouvelles restrictions de circulation pour 2025, incluant des interdictions pour les véhicules les plus polluants dans certaines zones. Ces mesures s'inscrivent dans une stratégie de réduction des émissions de CO2 dans le secteur du transport routier.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 06.01.2025 Par : Marie Albessard Lecture : 1 min.



**Le 20 décembre, un arrêté stipulant les interdictions de circulation des véhicules de TRM a été publié concernant l'année 2025.**

L'interdiction de circulation concernant les véhicules de plus de 7,5 tonnes les samedis et veilles de jours fériés à partir de 22h et jusqu'à 22 heures les dimanches et jours fériés.

[Un arrêté publié le 20 décembre 2024 annonce des restrictions supplémentaires pour l'année 2025.](#) En effet, s'ajoutent cinq samedis en période hivernale et sept samedis en période estivale.

En période hivernale, sur le réseau routier « Auvergne-Rhône-Alpes », les samedis 8 février, 15 février, 22 février et 1er mars et 8 mars 2025 sont interdits à la circulation de 7 heures à 18 heures.

En période estivale, sur l'ensemble du réseau routier de France métropolitaine, les samedis 5 juillet, 12 juillet, 19 juillet, 26 juillet, 2 août, 16 août et 23 août sont interdits à la circulation de 7 heures à 19 heures.



Dans un communiqué, la CFTC a réagi en soulignant que « le pouvoir d'achat des salariés du secteur reste fortement impacté par l'augmentation des prix [et] que de nombreuses familles n'arrivent plus à finir le mois, même en travaillant 45 heures par semaine. » Le syndicat de salariés dénonce « une marque de mépris », rappelant que le secteur regroupe des métiers en tension et a besoin d'améliorer son attractivité.

### **Plusieurs augmentations en 2022 et 2023**

Si **aucun accord n'avait abouti en 2024**, plusieurs augmentations des grilles conventionnelles avaient été paraphées entre 2022 et 2023. Lors des dernières négociations du TRM **fin 2023, les rémunérations conventionnelles avaient été revalorisées de 5,4%**. C'est la FNTR qui avait proposé cette hausse, l'OTRE et l'Union TLF n'avaient pas suivi. Du côté des syndicats, l'Union fédérale route FGTE-CFDT, la FO-UNCP, la CFTC et le SNATT CFE-CGC avaient paraphé ces grilles.

**Fin 2022, c'était une hausse des grilles de 6%** qui avait été validée, après un **premier accord en début d'année qui augmentait les grilles en deux temps** (5 % au 1er février 2022 puis 1% au 1er mai 2022).

### **Frais de route**

De nouvelles réunions devraient avoir lieu concernant les frais de route. Ces indemnités évoluant en fonction de l'inflation, des revalorisations devraient être proposées.

# Un nouveau dispositif d'aides à l'achat ou à la location de véhicules électriques

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la mise en place d'un dispositif d'aides financières pour encourager l'achat ou la location de véhicules électriques. Cette mesure vise à accélérer la transition énergétique dans le secteur des transports en France.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 09.01.2025 Par : MA Lecture : 1 min.



**Depuis le 1er janvier, de nouvelles aides – sous la forme des CEE – ont vu le jour pour l'acquisition ou la location de véhicules électriques.**

[De nouvelles aides pour la location ou l'acquisition de véhicules électriques ont vu le jour au 1er janvier 2025, suite à la parution d'un décret.](#) Celles-ci prennent la forme de primes CEE (certificats d'économie d'énergie) au travers des fiches suivantes : TRA-EQ-129 Achat ou location de poids lourds électriques, TRA-EQ-114 Achat ou location de VP ou VUL électriques neufs par une collectivité ou une personne morale.

« L'arrêté du 30 décembre 2024 inclut aussi la bonification de ces fiches par des coefficients x 3 pour les VUL, x 4 pour les cars et les bus, x3, 4 ou 5 selon la taille du véhicule pour les poids lourds », relève l'OTRE.

Les montants des aides pourront être de 35 000 euros pour un porteur 19 tonnes, 53 000 euros pour les plus de 26 tonnes et les tracteurs routiers, entre 2600 et 3200 euros pour un VUL selon la taille du parc. « Ces aides sont plus simples à obtenir que les appels à projets des années précédentes et sans mise en concurrence entre entreprises. Les fournisseurs d'énergie ou de carburants devraient mettre en place les modalités opérationnelles pour l'obtention de ces primes dans les prochaines semaines », constate encore le syndicat professionnel.

# L'UE modernise la coopération transfrontalière en matière d'infractions routières

✨ Synthèse IA ✨

## Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des nouvelles mesures européennes pour renforcer la coopération entre États membres sur les infractions routières transfrontalières. L'objectif est d'améliorer la sécurité routière et l'application uniforme des sanctions.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 10.01.2025 Par : Grégoire Hamon Lecture : 2 min.



**Le 16 décembre 2024, l'Union européenne a adopté une révision de la directive de 2015 sur l'échange transfrontalier d'informations relatives aux infractions routières. Les infractions à l'étranger pourront donner lieu à des retraits de points.**

L'Union européenne franchit une nouvelle étape dans sa politique de sécurité routière avec l'adoption, le 16 décembre 2024, d'une révision majeure de la directive de 2015 sur l'échange transfrontalier d'informations relatives aux infractions routières. Ce texte, partie intégrante du paquet législatif "sécurité routière", ambitionne de renforcer la coordination entre les États membres, d'élargir le champ des infractions concernées et de garantir la protection des droits fondamentaux des conducteurs. Jusqu'à présent, 40 % des infractions routières transfrontalières restaient impunies.

## **Les infractions à l'étranger pourront causer des suppressions de points**

La nouvelle directive s'attaque aux principales lacunes identifiées dans le dispositif de 2015 (Directive 2015/413/UE), notamment en matière d'efficacité du partage des données et de rapidité dans l'identification des contrevenants. Le texte élargit significativement la liste des

infractions concernées, incluant désormais le non-respect des restrictions d'accès pour certains véhicules, les infractions aux passages à niveau, la non priorité aux véhicules d'urgence et les délits de fuite, en plus des violations traditionnelles comme les excès de vitesse ou la conduite sous influence. Des infractions à l'étranger pourront désormais amener à la suppression de points sur le permis, voire à son retrait. Pour améliorer l'efficacité du système, la législation simplifie les procédures d'accès aux données d'immatriculation et clarifie les responsabilités des points de contact nationaux. Elle définit plus précisément le concept de "personne concernée" pour éviter les ambiguïtés juridiques dans l'attribution des responsabilités. La protection des données personnelles n'est pas en reste, avec des mesures strictes conformes au RGPD et des garde-fous limitant l'intervention d'entités privées dans le processus.

### **-50% de décès et blessés graves d'ici 2030**

Cette initiative s'inscrit dans la stratégie « Vision Zéro » de l'Union européenne, qui vise à éliminer totalement les décès liés à la circulation d'ici 2050 et de l'objectif à moyen terme de réduire de 50 % le nombre de décès et de blessés graves d'ici à 2030. « Toutefois, selon les dernières données de la Commission, le nombre d'accidents mortels a augmenté de 4 % l'an dernier par rapport à 2021. Cela reste inférieur de 9 % aux chiffres d'avant la pandémie, mais les progrès sont trop lents pour atteindre les objectifs susmentionnés », indique le Conseil européen.

Après sa publication prochaine au Journal Officiel de l'Union européenne, les États membres disposeront de 30 mois pour transposer ces nouvelles dispositions dans leur droit national. Cette période permettra aux autorités nationales d'adapter leurs infrastructures administratives et de garantir une transition fluide vers ce nouveau cadre de coopération renforcée.

## Les Echos

# Le marché français des camions s'attend à un sévère coup de frein

✨ Synthèse IA ✨

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

L'article traite des perspectives moroses pour le marché français des camions en 2025, dues à des incertitudes économiques et des contraintes environnementales accrues. Les constructeurs misent sur l'innovation pour amortir l'impact.

✨ Synthèse IA ✨

Face à une conjoncture économique défavorable, les immatriculations de poids lourds devraient chuter de 9 à 16 % cette année, après une stabilité d'ensemble en 2024, selon L'Observatoire du véhicule industriel.



Une usine française de Renault Trucks. Les véhicules tracteurs, donc non carrossés, sont plus sensibles aux variations directes de la demande des clients. (OLIVIER CHASSIGNOLE/AFP)

Par **Denis Fainsilber**

Publié le 9 janv. 2025 à 10:25 Mis à jour le 10 janv. 2025 à 09:20

La médiocre conjoncture économique n'augure rien de bon pour les ventes de camions en France. Et les divers constructeurs de poids lourds européens devront adapter à la baisse le plan de charge de leurs usines. Après une année 2024 partiellement embellie [par un « effet rattrapage »](#) des véhicules commandés précédemment et confiés de longs mois à des carrossiers, le millésime 2025 s'annonce beaucoup plus brutal pour toute la profession.

Cette année, le marché total des poids lourds neufs s'annonce en baisse de 9,1 % à 16,2 % en termes d'immatriculations, selon la dernière enquête de l'Observatoire du véhicule industriel (OVI) qui dépend

de BNP Paribas Artegy. Soit une fourchette de livraisons comprise entre 41.000 et 44.500 véhicules, loin des 48.946 livrés en 2024. Il y a peu de chances que les choses varient beaucoup par la suite, car dans une large mesure, « l'année est faite », selon les professionnels, au vu des carnets de commandes déjà signés l'an dernier.

### « Un marché de centimiers »

Défaillances accélérées de sociétés de transport routier affectées [par des prix trop bas](#), crise du secteur du BTP gros consommateur de véhicules spéciaux, tarifs catalogue toujours très élevés pour les camions électriques... « Le marché va se tendre, et on le sait déjà », indique aux « Echos » Arnaud Villéger, directeur de l'OVI.

#### **LIRE AUSSI :**

#### **[Défaillances d'entreprises : les PME du transport routier sur la corde raide](#)**

Pour les transporteurs routiers, « un marché de centimiers », travaillant avec des marges faibles, il serait malvenu de jeter l'argent par les fenêtres actuellement, avec des investissements de renouvellement. Pour les financiers qui leur louent au contraire des camions par le jeu du crédit-bail ou des locations longue durée (LLD), le freinage actuel est synonyme de mensualités plus élevées, en fonction du coût du risque dans leurs bilans.

La morosité générale se répercute jusqu'aux concessionnaires de camions, qui exportaient traditionnellement la moitié de leurs véhicules d'occasion, facilitant ainsi les ventes de véhicules neufs dans l'Hexagone. Comme la crise du transport routier touche aussi l'Europe de l'Est (Pologne, Slovaquie, Etats baltes...), cette part d'export est tombée récemment à moins de 40 %, entraînant un allongement des délais de revente des seconde main.

#### **LIRE AUSSI :**

#### **[Pourquoi Renault Trucks croit au potentiel des camions électriques](#)**

L'an passé, le marché français était globalement très stable (+0,2 %), mais [avec deux tendances opposées](#). Les véhicules porteurs (ceux qui sont transformés chez un carrossier-aménageur selon les besoins spécifiques des clients) ont progressé de près de 15 % en un an car en retard sur les plannings. Tandis que les mises en circulation des véhicules tracteurs, les modèles attelés à une remorque livrés tels quels sans modification, chutaient déjà de 10,2 %, sous l'effet de la conjoncture. Livrés plus vite aux clients, ces derniers sont donc les premiers affectés par un ralentissement économique, ajoute Arnaud Villéger.

## Les immatriculations de camions neufs en France

■ Tracteurs ■ Porteurs

### En nombre, en 2024

Variation sur un an, en %



### Scénario 2025 bas

Variation sur un an, en %



### Scénario 2025 haut

Variation sur un an, en %



SOURCE : OVI



Cependant, une fois les reliquats de carnets de commandes purgés, les pénuries de certains composants rectifiées et les délais de livraison enfin raccourcis, le marché est plus tendu que jamais. Mis à part quelques niches porteuses, comme les camions frigorifiques ou à plateau, l'ensemble de la profession limite ses achats, et plus seulement dans le secteur du BTP. Les secteurs de clientèle sont presque tous abonnés au même attentisme.

Conséquence, le parc en circulation vieillit. Un contresens par rapport aux velléités européennes de verdissement des flottes, pour réduire la pollution des camions roulant chacun beaucoup dans une année. Et la valeur résiduelle des véhicules commence de ce fait à flancher, après sept ou huit ans de hausse des mêmes valeurs théoriques de revente, ajoute le responsable de l'OVI.

## LIRE AUSSI :

[Les ventes des camions promises à une nette dégringolade](#)

[Le transport et la logistique en baisse, la décarbonation en hausse](#)

L'Union européenne impose un calendrier serré de réduction des émissions des véhicules neufs : -45 % pour les modèles livrés en 2030 par rapport à 2019. Beaucoup d'acteurs économiques comme les distributeurs ou les industriels misent sur cela pour réduire leur « scope 3 », la pollution en aval de leurs activités internes.

Toutefois, les clients des transporteurs routiers ne doivent pas se bercer d'illusions : pour les camions neufs dans l'Hexagone, le diesel représente toujours actuellement 90 % des livraisons, pour des raisons économiques. Le reliquat de 10 % se partage entre le GNV qui recule, le B100 (biodiesel issu du colza) en progrès et le 100 % électrique, [cantoné à 670 véhicules l'an dernier](#), soit 1,4 % des immatriculations nationales des plus de 5 tonnes. La route du verdissement sera donc longue et semée d'embûches, d'autant plus si les transporteurs rechignent à investir dans des technologies trop coûteuses.

# Les Echos

## Le ministre des Transports, Philippe Tabarot, visé par une enquête pour détournement de fonds publics

✦ Synthèse IA ✦

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

L'article traite de l'ouverture d'une enquête sur le ministre des Transports, Philippe Tabarot, concernant des accusations de détournement de fonds publics. Cette affaire soulève des interrogations sur l'impact potentiel sur les projets de transport en cours.

✦ Synthèse IA ✦

L'ex-sénateur LR des Alpes-Maritimes est soupçonné de « détournement de fonds publics » et « prise illégale d'intérêts » par le Parquet national financier. L'enquête en cours porte sur des postes qu'il a occupés à la commune du Cannet (Alpes-Maritimes) que dirigeait sa soeur, Michèle Tabarot.



Le ministre des Transports, Philippe Tabarot. (Jeanne Accorsini/SIPA)

Par **Les Echos**

Publié le 13 janv. 2025 à 12:10

Philippe Tabarot, nommé ministre des Transports le 23 décembre dernier, est visé par une enquête préliminaire pour détournement de fonds publics et prise illégale d'intérêts à la suite d'un signalement de la Haute Autorité pour la transparence de la vie publique (HATVP) en juillet 2021, a indiqué ce lundi une source judiciaire à l'AFP, confirmant [une information](#) du « Monde ».

Cette enquête, ouverte également pour recel de ces deux infractions par le Parquet national financier (PNF), porte sur les postes occupés par Philippe Tabarot au sein du groupement d'intérêt public (GIP) touristique et culturel puis à la communication pour la commune du Cannet (Alpes-Maritimes) entre 2018 et 2020. Cette ville de 40.000 habitants a été dirigée entre 1995 et 2017 par sa soeur, la députée LR Michèle Tabarot.

## **Enquête préliminaire en cours**

« Une perquisition a eu lieu le 30 novembre 2022 au domicile de M. Tabarot et dans les locaux de la mairie du Cannet et du GIP du Cannet », a ajouté la source judiciaire. « L'enquête préliminaire est toujours en cours », a-t-elle précisé.

### **LIRE AUSSI :**

#### **[LONG FORMAT - Gouvernement Bayrou : qui sont les ministres ?](#)**

Selon la déclaration d'intérêts enregistrée le 30 novembre 2020 et consultée par « Le Monde », Philippe Tabarot a été directeur du GIP d'avril 2018 à juillet 2020 et a touché pour ce poste 82.473 euros net en 2019, soit près de 6.900 euros par mois. Puis il était rémunéré 17.997 euros net entre août et novembre 2020, soit près de 4.500 euros par mois, en tant que chargé de mission de ce GIP pour le développement touristique et culturel de la ville du Cannet.

Parallèlement, en 2019, il était rémunéré 15.318 euros en tant que chargé de communication de cette commune, soit 1.276 euros par mois.

A cette époque, il était également élu au Conseil régional de Provence-Alpes-Côte d'Azur et a touché environ 40.000 euros net par an en tant que vice-président chargé des transports entre 2015 et 2021.

Le nouveau ministre a déclaré, toujours selon le quotidien, 137.872 euros net pour la seule année 2019.

## **Spécialiste des transports**

Le nouveau ministre des Transports Philippe Tabarot, élu sénateur LR des Alpes-Maritimes en septembre 2020, est un spécialiste du secteur : il a défendu un texte pour encadrer le droit de grève dans les chemins de fer avant les Jeux olympiques, et est partisan d'une ligne dure en matière de sûreté.

Au conseil régional, ce Cannois de 54 ans avait géré le dossier de la privatisation de la ligne TER entre Marseille et Nice, dont l'exploitation avait été confiée en 2021 au groupe Transdev, au grand dam des syndicats. Il s'agissait alors d'une première en France.