



REVUE DE PRESSE

Semaines 1 et 2
DU 1^{er} au 15 JANVIER 2021

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

- TRM 24
- L'Officiel des transporteurs
- LSA et son édition numérique lsa.fr
- Les Marchés - le média de l'alimentaire
- Les Echos
- Flotte automobile
- Gaz-mobilite.fr
- Le Bulletin des transports et de la logistique
- Capital

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

alison.paquette@lachainelogistiquedufroid.fr

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

- **Les Echos :**
 - *La Verrie : un chantier hors-norme accompagne l'extension du site de Sofrilog*
 - *Au Havre, Seafrigo renforce sa logistique alimentaire au plus près des ports*
- **Gaz-mobilite.fr / Les transports Berthaud font le choix du GNL**
- **L’Officiel des transporteurs / En 2020, le transport frigorifique a « fait le job »**
- **Stratégie Logistique :**
 - *XPO scinde ses activités*
 - *Classement des prestataires logistiques*
 - *Denjean Logistique, une stratégie occitane assumée*

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

- **Les Marchés :**
 - *Très bonnes ventes enregistrées en GMS la veille de Noël*
 - *Grippe aviaire : extension à 100 communes de la zone d’abattage préventif*
 - *Porc : le cours français finit 2020 en légère hausse*
 - *Pêche et aquaculture : une année noire à l’export*
 - *Lancement du label « anti-gaspillage alimentaire »*
- **Le Monde du surgelé :**
 - *Les performances du rayon grand froid*
 - *DGF complète sa couverture sur l’hexagone*
 - *La Chaîne du froid : les notes de l’IIF publiées*
 - *Divorce consommé entre l’Adepale et l’Ania*
- **LSA :**
 - *Parts de marché : Lidl, Carrefour et les indépendants en grande forme en décembre*
- **Capital / Carrefour veut conquérir de nouvelles régions avec son enseigne discount Supeco**

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

- **Flotte automobile :**
 - *Baromètre Europe-Camions.com 2020 : le point sur les poids lourds d’occasion*
 - *Volta Trucks et Petit Forestier électrifient la distribution frigorifique*
- **TRM24 / SOLUTRANS est le Carrefour mondial du véhicule industriel et urbain de 2021**
- **Stratégie Logistique :**
 - *La course à l’hydrogène vert est lancée*
 - *Codifrance optimise son activité grâce au WMS*
- **Bulletin des transports et de la logistique / Taxe à l’essieu : la réforme devient concrète**

PREMIERE PARTIE :

L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET ENTREPOTS FRIGORIFIQUES

Les Echos

La Verrie : un chantier hors-norme accompagne l'extension du site de Sofrilog

Les travaux destinés à l'agrandissement de l'entrepôt frigorifique du logisticien Sofrilog mettent en œuvre des poutres d'une extrême longueur. Leur fabrication a été confiée aux Charpentes Fournier et leur livraison réclame une logistique exceptionnelle.

Spécialisé dans la logistique et le transport frigorifique, Sofrilog modernise ses sites à travers l'Hexagone. Objectif : s'adapter à la massification des flux. Ainsi à La Verrie en Vendée, la surface de l'entrepôt passera de 3.800 m² à 9.200 m² grâce à l'adjonction de deux extensions de part et d'autre du bâtiment initial. L'achèvement du chantier est prévu pour la fin septembre 2021.

Les premières livraisons des charpentes réalisées par le vendéen Fournier donnent la mesure de la future structure qui s'annonce exceptionnelle. Sofrilog et son maître d'œuvre Bexi Ingénierie se sont tournés vers une entreprise locale de Poiré -sur-Vie pour fabriquer les poutres destinées aux deux nouvelles extensions. Elles sont [construites en bois lamellé-collé](#), un matériau au cœur du savoir-faire des Charpentes Fournier depuis 1968. Cette technique permet d'optimiser l'agencement des 12.000 palettes qui y seront stockées en libérant l'espace de tout poteau intermédiaire.

Cette contrainte technique impose la mise en œuvre de poutres de très grande portée. Ainsi chaque pièce mesure-t-elle 43 mètres de long et 2,8 mètres de haut, elle s'étend en largeur sur 2 mètres et pèse 13 tonnes. Pour cette commande, l'équipe Fournier a usiné 12 de ces poutres jumelées, soit 24 au total. Le collage des lamelles d'épicéa du nord de l'Europe a nécessité 240 heures de travail.

Convoi exceptionnel

Pour chaque livraison de l'atelier jusqu'au chantier, le camion transporte une charge de 40 tonnes constituée de trois poutres jumelles. Les deux premiers voyages ont eu lieu mi-décembre, les deux autres sont prévus fin janvier. En effet, le déplacement de poutres de 43 mètres de long requiert un arrêté de transport exceptionnel auprès de la Direction régionale de l'équipement ainsi qu'une reconnaissance et une adaptation précise de l'itinéraire. Des détours sont parfois nécessaires : le convoi parcourt une distance de 120 kilomètres contre 60 kilomètres entre l'atelier et le chantier pour un véhicule standard. De plus, les poutres voyagent escortées de deux voitures pilotes et de deux motos. Une fois sur le site de Sofrilog, les poutres sont déchargées par deux grues et mises en œuvre immédiatement sur les poteaux en béton des deux futures extensions. Pour ce faire, les charpentiers opèrent depuis deux nacelles à 18 mètres de hauteur.

Les transports Berthaud font le choix du GNL



Basés à Générac, dans le département du Gard, les transports Berthaud viennent de réceptionner leurs premiers camions GNL.

Transporteur spécialisé dans le transport frigorifique de fruits et légumes à travers la France, Berthaud vient de déployer ses premiers poids lourds au gaz naturel. Attaché aux véhicules de Volvo qui représentent aujourd'hui 85% des 150 moteurs de sa flotte, le transporteur s'est naturellement tourné vers la marque suédoise pour l'acquisition de deux Volvo FH fonctionnant au gaz naturel liquéfié (GNL). Equipés de moteurs 13 litres de 460 chevaux, les deux camions ont été livrés en novembre et sont déjà en exploitation.

« Nos clients sont de plus en plus attentifs à une image de transport propre, nous leur devons, de par notre recherche constante d'amélioration, des alternatives au gasoil. Au sein des Transports Berthaud, nous le vivons comme une opportunité de faire évoluer notre métier tout en gardant de la performance et de l'attractivité pour nos conducteurs. Depuis la livraison des deux Volvo GNL il y a quelques semaines, les retours des conducteurs sont très positifs » note Christophe Cruzet, dirigeant du Groupe Berthaud.

En 2020, le transport frigorifique a « fait le job »

Gilets jaunes, Covid-19, Brexit, cybercriminalité... Cette année, le cocktail a été pour le moins détonant. Le transport sous température dirigée était au front en 2020 en assurant l'approvisionnement en produits agroalimentaires. Cependant, les transporteurs focalisés sur la restauration commerciale ou collective sont restés sur le bord de la route avec les fermetures imposées par le Gouvernement pour endiguer la propagation du virus.

Routes barrées, ronds-points pris d'assauts... Les gilets jaunes ont compliqué les livraisons sous température dirigée en début d'année, en particulier les samedis. Cependant, la violence de l'épidémie de coronavirus a très vite fait oublier ces mouvements sociaux, et les transporteurs se sont concentrés sur l'approvisionnement des populations en produits de première nécessité en déployant des plans de continuité d'activité.

« Dès le début de la pandémie, le transport frigorifique a été présent, tant du point de vue organisationnel que matériel. Dans les magasins, il n'y a jamais eu de rupture de stock en produits frais et surgelés. Le changement d'habitude de consommation suite à la fermeture des restaurants a modifié les approvisionnements. Les repas étant désormais pris à domicile, les Français se sont rabattus sur les plats cuisinés ou ont cuisiné davantage. Il y a eu une forte demande en produits surgelés. Autre effet constaté, la décision des urbains de quitter les villes pour télétravailler dans des zones moins denses a eu pour effet d'entraîner des pics de consommation dans des régions habituellement peu fréquentées hors période de vacances », détaille Valérie Lasserre, déléguée générale de la Chaîne logistique du froid, association qui fédère

Shane Brennan, président de la Fédération de la Chaîne logistique du froid en Grande-Bretagne.



l'UNTF, l'USNEF¹ et Transfrigoroute France.

La fermeture des restaurants et l'arrêt de la restauration collective ont mis en grande difficulté les transporteurs ou les filiales de groupe de transport dédiées à cette activité, avec des mesures

de chômage partiel. Les spécialistes de la marée ont également souffert de la fermeture administrative des restaurants qui achètent environ 60 % des volumes pêchés. Autre fait marquant : la fermeture des aires de repos sur les autoroutes lors du premier confinement. « Nous avons

appris de nos erreurs, et pour le deuxième confinement, depuis le 28 octobre, les aires de services ont rouvert », complète Valérie Lasserre.

Inquiétudes croissantes à l'approche du Brexit

Grande expectative également du côté de la Manche avec la sortie imminente de la Grande-Bretagne du marché européen. L'inquiétude des transporteurs monte quant à l'application au 1^{er} janvier 2021 des nouvelles formalités douanières, qui relèveront désormais du transport international. Les transporteurs redoutant les files d'attente à l'embarquement et même sur les axes secondaires. « Les files d'attente au sud de l'Angleterre nous préoccupent. Nous redoutons que des commerçants "non prêts" tentent de faire entrer des produits dans l'UE et se voient contraints de rebrousser chemin. Nous nous attendons à une perturbation majeure de notre capacité à exporter des marchandises, à la

fois en Irlande et sur le continent européen. Nous ne sommes pas suffisamment préparés, et n'avons toujours pas la certitude d'avoir une demande de produits clés sous température dirigée (comme la viande et les produits laitiers). L'impact sur nos flux à l'export rejaillira également à l'import, car les opportunités commerciales circulaires se réduisent, et les logisticiens disposés à faire du commerce transfrontalier sont de moins en moins nombreux. Il faut s'attendre à une baisse notable du commerce de janvier à juillet. Toute la question est de savoir à quel moment nous retrouverons nos volumes », s'inquiète Shane Brennan, président de la Fédération de la Chaîne logistique du froid en Grande-Bretagne.

Autre point noir relevé en 2020, la poussée de fièvre de la cybercriminalité. Au premier semestre, les cyberattaques sont en hausse de 55 % avec une explosion de 60 % des ransomwares. Le 8 mai 2020, la Cooperl, coopérative agri-

cole basée à Lamballe, dans les Côtes-d'Armor, a fait l'objet d'une demande de rançon. Ce jour-là, le directeur des systèmes d'information, Éric Durand, plonge dans la plus totale sidération quand il découvre la paralysie du système par le ransomware PYSA. « Les 72 premières heures sont essentielles, notamment pour les assureurs, il faut penser à figer la scène comme une scène de crime. Il faut récupérer un exemplaire de la demande de rançon, connaître le groupe et le moyen de contact », explique le DSI de ce groupe international de 7 000 salariés qui possède 29 sites industriels. Un an après la cyberattaque au sein du groupe Fleury Michon, 800 tickets d'incidents sont encore enregistrés. Face à la hausse de la menace, il est urgent d'instaurer des protocoles et de s'entraîner à la gestion du risque cyber. ●

Nathalie Bureau du Colombier

(1) UNTF : Union nationale du transport frigorifique; USNEF : Union syndicale nationale des exploitations frigorifiques.

Les Echos

Au Havre, Seafrigo renforce sa logistique alimentaire au plus près des ports

Historiquement implanté au Havre, le très discret spécialiste de la logistique alimentaire va accroître ses capacités de stockage sur le port normand. Il profite de la tendance des producteurs agroalimentaires à entreposer leurs marchandises au plus près des lieux d'embarquement pour l'export. Les nouveaux entrepôts qui doivent être opérationnels en 2021, recevront des produits qui se stockent à température ambiante comme des vins et spiritueux et des produits de nutrition infantile. (Seafrigo)

Seafrigo, le spécialiste havrais de la logistique alimentaire, a toujours cultivé la discrétion en dépit de son poids économique. Avec 206.000 m² d'entrepôts exploités dans le monde (dont 81.000 m² frigorifiques), il réalise 480 millions d'euros de chiffre d'affaires avec 1.200 salariés dont 700 au Havre. Mais son PDG Eric Barbé qui a fondé l'entreprise au Havre en 1976 et en contrôle les deux tiers du capital, aux côtés de Crédit Mutuel et BNP Développement, sort de sa réserve pour expliquer les raisons du renforcement de ses capacités dans son port d'attache.

« *Nous avons réservé deux nouveaux entrepôts de 30.000 m² auprès d'AG Real Estate [investisseur, NDLR] dans un bâtiment en cours de construction par PRD sur le port du Havre* », annonce-t-il. Des entrepôts offrant un « *accès rapide à Rungis par la route et au multimodal* ». Alors que la voie ferrée passe à proximité des entrepôts, Seafrigo a prévu des aménagements pour être relié au grand canal du Havre. Ces entrepôts qui doivent être opérationnels en 2021, recevront des produits qui se stockent à température ambiante comme des vins et spiritueux et des produits de nutrition infantile tels que des laits infantiles (liquides et en poudre), des préparations à base de céréales et des petits pots.

Engagé avec AG Real Estate sur douze ans

Pour expliquer un tel accroissement de ses capacités de stockage au Havre où il exploite déjà 90.000 m² d'entrepôts (dont 16.000 m² d'entrepôts frigorifiques), le logisticien répond à une nouvelle approche de ses clients, les grands producteurs français de vins et spiritueux et de produits laitiers comme Danone. « *Nous avons réussi, au cours des dix dernières années, à les convaincre d'entreposer chez nous leurs marchandises destinées à l'export, au plus près des lieux d'embarquement, Le Havre étant le premier port français pour le commerce extérieur* » explique aux « Echos » Eric Barbé. « *Quand vous avez une centaine de conteneurs à expédier à New-York, c'est beaucoup plus facile de le faire de façon massifiée en partant de nos entrepôts.* »

Cette tendance au stockage dans les ports est une « *tendance lourde* », estime Eric Barbé, qui souligne aussi la tendance des acteurs de l'agroalimentaire à faire appel à des « *spécialistes de la logistique export* » dans un monde où les réglementations évoluent sans cesse. Le fondateur de Seafrigo est confiant dans l'avenir. Locataire de ses deux nouveaux entrepôts au Havre, il s'est d'ailleurs engagé avec AG Real Estate pour une période de douze ans. Le logisticien qui réalise 80 % de son chiffre d'affaires à l'export, table sur une croissance organique de son chiffre d'affaires de 10 % par an pour les cinq années à venir.

Claire Garnier (Correspondante à Rouen)



XPO prévoit de scinder ses activités

La maison mère du logisticien américain a annoncé un plan visant à séparer le segment transport du segment logistique contractuelle dans deux sociétés indépendantes. Son conseil d'administration a approuvé à l'unanimité ce projet de scission pour le second semestre 2021. Ce plan aboutirait à la création d'un prestataire de transport de fret B to B baptisé provisoirement XPO RemainCo, spécialiste de la charge partielle (LTL) et du courtage de camions, et à la création de NewCo, qui deviendrait le deuxième prestataire mondial de logistique contractuelle, selon le groupe. En 2019, le segment logistique contractuelle représentait 36 % du chiffre d'affaires du groupe (16,6 Md\$), dont 3,6 Md\$ réalisés en Europe et 2,5 Md\$ en Amérique du Nord. Le transport pesait 64 % des recettes du groupe, dont 2,9 Md\$ pour le transport en Europe. Brad Jacobs, président et Pdg de XPO Logistics explique: « En découplant nos segments du transport et de la logistique, nous avons l'intention de créer deux pure-players très performants, servant au mieux les intérêts de toutes les parties prenantes. [...] Nous sommes persuadés que cette scission est le moyen le plus efficace de dégager de la valeur pour nos clients, employés et actionnaires ». La finalisation de l'opération reste soumise à diverses conditions juridiques, fiscales et de validation du plan de refinancement de la dette du groupe. En janvier 2020, XPO Logistics avait déjà annoncé son intention de scinder ou vendre certaines de ses unités commerciales, dont potentiellement sa branche européenne issue du rachat de Norbert Dentressangle. Le processus, abandonné au premier pic de la crise du coronavirus, est désormais relancé.

Les grands prestataires du marché français en chiffres

Prestataire (par ordre alphabétique)	Chiffre d'affaires Groupe 2019/ France 2019	CA logistique contractuelle/ dont France	Effectif total/ dont en logistique contractuelle	Nombre de pays, présence en propre/offre de logistique contractuelle	Nombre de plateformes/ dont en France	Surface totale/ dont en France
Bolloré Logistics	4 950 M€/ / 1 500 M€	300 M€/NC	20 950/NC	109/50	230/NC	> 2 Mm ² / 200 000 m ²
C-Log	62 M€/ / = 56 M€	40 M€/ = 36 M€	850/NC	2/1	8/8	210 000 m ² / 210 000 m ²
Deutsche Post DHL	63 341 M€/ / 1 700 M€	13 436 M€/ / 174 M€	546 900/ 159 430	220/50	4 000/25	12,5 Mm ² / 500 000 m ²
FM Logistic	1 430 M€/ / 544 M€	915 M€/NC	27 200/ > 24 500	14/14	171/30	4,1 Mm ² /1,4 Mm ²
Gefco	4 739 M€/ / NC	NC/NC*	15 000/NC*	47/28	75/15	700 000 m ² / 195 000 m ²
Geodis	8 200 M€/ / = 2 950 M€	3 027 M€/ / 673 M€	41 816/ 17 000	67/0	300/42	6,8 Mm ² /1 Mm ²
ID Logistics	1 534 M€/ / 715 M€	1 534 M€/ / 715 M€	21 000/ 21 000	18/18	320/106	5,8 Mm ² /2,5 Mm ²
Kuehne+Nagel	23 405 M€/ / = 2 340 M€	5 531 M€/ / > 500 M€ en 2020	83 161/ 43 661	109/NC	700/45	11,4 Mm ² / 1,3 Mm ²
Log'S	202 M€/ / 202 M€	202 M€**/ 202 M€**	2 450/ 2 450**	2/1	42/42	1,25 Mm ² / 1,25 Mm ²
Mutual Logistics	55 M€/ / 55 M€	35 M€/335 M€	550/NC	1/1	5/5	85 000 m ² / 85 000 m ²
Sofrilog	141 M€/ / 141 M€	128 M€/128 M€	1 100/880	1/1	40/40	1,4 Mm ³ /1,4 Mm ³
STEF	3 441 M€/ / 2 581 M€	NC/613 M€	19 045/NC	7/7	242 sites/ 89 sur 173 sites	9,5 Mm ³ /6 Mm ³
XPO Logistics	14 000 M€ / (16 648 M\$)/ 1 680 M€ / (2 000 M\$)	NC/620 M€	97 000/ 13 000*	30/30	766/90	18,1 Mm ² / 2,8 Mm ²

* Répartis en plusieurs activités. **Activité de transport incluse.

DOSSIER : Frais et surgelés – Bilan stratégique 2020 des prestataires

Mobilisation totale sur fond d'écosystème en mutation La logistique sous température dirigée, alimentaire en particulier, a démontré son efficacité face à la crise. Hors RHF toujours très impactée, les prestataires de la filière tels que STEF, Sofrilog et Mutual Logistics renforcent leurs capacités immobilières et s'adaptent à une demande plus omnicanale.

La logistique agroalimentaire sous température dirigée connaît des transformations profondes que la crise sanitaire a accentuées en 2020. STEF résume ses attentes en quatre tendances principales: « l'omnicanalité associée à une fragmentation de la consommation, la différenciation retardée, la digitalisation et la traçabilité ». Par la voix de son directeur commercial Sébastien Bossard, Sofrilog, spécialiste de la logistique surgelée étendue aux transports de produits frais, relève de son côté « un objectif commun » à l'industrie et à la distribution agroalimentaires. Il concerne « la gestion optimisée des stocks » pour éviter les ruptures, la perte de chiffre d'affaires et leur poids financier. Sur l'ensemble de ses maillons, la chaîne agroalimentaire « recherche des prestataires agiles, capables de les accompagner lors de pics d'activité, avec au besoin la mise à disposition de surfaces de débord. Elle recherche aussi des partenaires dotés d'outils informatiques performants et interconnectés, afin de partager en temps réel les niveaux de stock et les mouvements entrées-sorties pour mieux anticiper et fluidifier leur organisation. L'apport de solutions à valeur ajoutée est un facteur différenciant ». Parmi ces prestations à valeur ajoutée, Sébastien Bossard cite « la congélation, la décongélation, la différenciation retardée, la mutualisation et l'accompagnement à l'import et/ou à l'export ».

Enseignements de la crise Covid

Pour Mutual Logistics, la crise sanitaire a eu « peu d'impact sur nos activités, hormis les coûts liés à la mise en œuvre de mesures de prévention », indique son directeur commercial et marketing, Naïm Denis. Le groupe, présent sur toute la chaîne sous température dirigée, note en revanche des stratégies logistiques différentes selon les segments. Dans les produits frais, « les industriels agroalimentaires demandent des entrepôts multiclients, tandis que les distributeurs optent davantage pour des entrepôts dédiés ». Pour les surgelés, industriels et distributeurs se rejoindraient « autour d'entrepôts multiclients, les industriels souhaitant rapprocher le plus possible leur stock des distributeurs, pour des raisons économiques et une meilleure disponibilité des produits ». Dans tous les cas, « ces stratégies s'accompagnent d'une pression forte sur les coûts ». L'analyse de la crise sanitaire est tout autre chez Sofrilog. Selon Sébastien Bossard, « elle a considérablement perturbé les niveaux de stocks et les flux, avec des différences fortes selon les familles produits. Les volumes RHF se sont arrêtés ou ont été en très forte régression, avec des pics de stock quand les approvisionnements ne se sont pas ajustés rapidement, tandis que les volumes de la grande distribution sont restés soutenus ». Pour STEF, qui a fêté son centenaire en 2019, la pandémie met en exergue « la nécessité de simplifier les opérations entre le logisticien et son client ». Le groupe évoque de nouvelles réflexions autour « des préparations de commandes à la couche ou au colis selon les produits, des plannings et des délais », ainsi que sur « les livraisons sans contact ».

En mal de prévisions

Au regard du contexte sanitaire et économique hors-norme dû à la crise, STEF, Mutual Logistics et Sofrilog reconnaissent qu'il est « difficile de faire des prévisions pour 2021 ». Les trois prestataires ont musclé en revanche leurs plans de continuité d'activité avec leurs clients, tirant des enseignements du premier confinement. Naïm Denis anticipe toutefois « une stabilité des activités, tant dans le frais que dans le surgelé ».

». Sur la base d'échanges avec ses clients, Sébastien Bossard perçoit deux tendances, qui a priori semblent contradictoires: « d'un côté nos clients affirment une volonté de sécuriser leurs approvisionnements et leur niveau de stock. De l'autre, ils prévoient de baisser sensiblement leur niveau de stock pour alléger leur pression financière ».

STEF: conditionnement, e-commerce et digitalisation

Lancée en 2019, la stratégie de STEF autour de spécialités sort renforcée de la crise. « Elle permet d'articuler nos offres par typologie de marché et de mieux répondre aux besoins de nos clients. » En logistique contractuelle, le groupe a conçu des offres globales, de la gestion des approvisionnements à la livraison finale en passant par la préparation de commandes au détail, destinée au e-commerce notamment. Ces offres globales s'adressent aux produits frais et thermosensibles des industriels agroalimentaires, à la GMS, la RHD et aux surgelés pour les industriels et les distributeurs. Elles sont complétées par des prestations de conditionnement industriel primaire (comanufacturing) et secondaire (copacking), où STEF s'est renforcé en 2020 avec le rachat de Dyad. Commencé depuis quelques années et amplifié par la crise du Covid-19, le développement des offres destinées au e-commerce est aujourd'hui une priorité affichée. Elle se concrétise par le renforcement de ses capacités en préparation de commandes à l'unité et de nouvelles organisations pour faire face à la forte volatilité de ses flux. Avec ses clients, STEF travaille ainsi sur des modèles prédictifs pour anticiper les effets promo, facteurs d'à-coups sur la demande. Autre exemple, son site d'Aulnay-sous-Bois a été mécanisé pour répondre au développement des drives du groupe Carrefour en Île-de-France. Autour de son département Information et Technologies, le groupe est engagé en parallèle dans la transition digitale de ses activités et signale des tests et déploiements dans plusieurs domaines: « intelligence artificielle et open data, objets connectés, réalité augmentée et virtuelle, chatbots et assistants vocaux, véhicules autonomes et blockchain ». En 2020, STEF a également lancé un nouveau portail qui donne accès à de nouvelles fonctionnalités en termes de tracking, de dématérialisation des documents et d'indicateurs de performance (KPI).

Sofrilog mutualise les offres

Dans les surgelés, Sofrilog couvre tous les métiers logistiques en France. « De l'entreposage à la préparation de commandes en passant par des prestations de congélation, décongélation, repacking, gestion des approvisionnements, transport, import-export compris. Nos clients sont des industriels agroalimentaires (45 %), des distributeurs GMS (40 %) et des acteurs de la RHF tels que des négociants, des grossistes et des chaînes de restauration (15 %) », présente Sébastien Bossard. Le groupe développe aussi une offre en distribution urbaine multitempératures B to B et B to C via sa filiale Oofrais. Proposée en Île-de-France, Normandie et Grand Ouest, elle est appelée à s'étendre à d'autres territoires. Un autre axe de développement est la mutualisation des entrepôts et du transport pour les fournisseurs de la GMS et de la RHF. « Nous investissons également dans le digital pour renforcer nos outils de gestion des approvisionnements, prises de rendez-vous, tracking et vision web des stocks. » Parmi ses nouvelles prestations, Sofrilog a accompagné Picard en 2020 dans le lancement de ses distributeurs automatiques, en pilotant toutes les opérations logistiques liées à cette offre. La gestion mutualisée des flux logistiques est l'une des forces de Mutual Logistics. En France, le groupe la propose sous toutes les températures dirigées: du froid négatif, jusqu'à - 20 °C, aux températures positives. Présentées par Naïm Denis, ses prestations couvrent « l'entreposage et la préparation de commandes, le copacking, le transport en lots et complets pour les enseignes de la grande distribution alimentaire (75 % du CA) et des industriels agroalimentaires (25 %) ».

Mutual Logistics investit

En juin 2020, Mutual Logistics a ouvert une nouvelle plateforme mutualisée et multitempératures positives de 31000 m² à Artenay-Poupry, près d'Orléans. Pour produits chocolatés notamment, elle intervient pour le compte d'industriels agroalimentaires et organise des livraisons en pooling vers les bases de la GMS. Une extension de 7000 m² de son site à Attignat, près de Bourg-en-Bresse, est prévue d'ici fin 2021 pour y accueillir de nouveaux clients industriels, dont Unilever. « Cette plateforme mutualisée, ou centre de

distribution partagée, traite déjà la logistique surgelée de Carrefour, Système U et d'une quinzaine d'industriels agroalimentaires. » De son côté, Sofrilog a procédé à plusieurs opérations en 2020: ouvertures de sites à Trappes (Yvelines) et Les Achards (Vendée), extension à Vire (Calvados) et rachat de la société de transport Alfa Services dans le Calvados. En 2021, le groupe annonce l'agrandissement de son site à La Verrie (Vendée) et la construction d'une plateforme tri-températures à Casablanca au Maroc. « Des investissements seront aussi réalisés dans nos systèmes d'information WMS et TMS », ajoute Sébastien Bossard.

Malgré la crise, STEF a également décidé de maintenir son niveau d'investissement. Toutes activités confondues et hors reprise des activités de Nagel en Italie, en Belgique et aux Pays-Bas, intervenue en novembre, ils s'élèveront à plus de 100 M€ en 2020. En logistique, le groupe a procédé à l'extension et à l'automatisation partielle de son site de Poupry (Eure-et-Loir), ainsi qu'à l'agrandissement de sa plateforme de Vaulx-Milieu, près de Lyon. En 2021, sept nouvelles extensions sont prévues.

Denjean Logistique, une stratégie occitane assumée

Sur la dernière décennie, Denjean Logistique a multiplié par 3 son chiffre d'affaires. Cette croissance s'appuie sur une stratégie régionale et multispécialités.

Opérationnel depuis avril 2020, le nouvel entrepôt de 52000 m², aménagé par Denjean Logistique sur la zone Grand Sud de Montbarlier près de Montauban, accueille déjà deux de ses clients historiques: Leroy Merlin et le Groupement Les Mousquetaires. De 30 M€ hors foncier, cet investissement illustre la stratégie régionale du groupe familial Denjean: « Notre volonté est de consolider notre leadership sur le marché de la logistique contractuelle en Occitanie. Au moyen de 10 entrepôts (210000 m²) en Midi-Pyrénées et en LanguedocRoussillon, complétés par des prestations in situ, ce fort ancrage local est générateur de valeur ajoutée pour nos clients et notre bassin économique. Ce maillage régional propose des capacités logistiques à proximité des sites de production de nos clients et/ou de leurs clients pour leur faire bénéficier d'une forte mutualisation de compétences et de ressources », explique Claude Soumet, directeur général de Denjean Logistique.

Un atout en temps de crise.

Cette stratégie généraliste et de proximité a démontré sa pertinence, sa flexibilité et sa robustesse lors du premier confinement sanitaire. « Dans la distribution spécialisée, l'activité vers les points de vente s'est brutalement arrêtée et les niveaux de stock ont sensiblement augmenté, alimentant pour partie les canaux e-commerce et drive dont les volumes ont bondi. La grande distribution a connu une croissance soutenue compensant le ralentissement dans l'industrie. » Les trois-quarts du chiffre d'affaires du prestataire (21,5 M€, 280 collaborateurs) sont réalisés dans la grande distribution et la distribution spécialisée, 15 % dans l'industrie et 10 % dans l'e-commerce. Dans la crise actuelle, le développement des modèles multicanaux est « étroitement lié à la rentabilité de leur modèle économique », selon le dirigeant, ouvert, dans le respect de cette règle « supposant un engagement de durée de la part du client », à tous les projets de mécanisation et d'automatisation « lorsque les produits s'y prêtent et préservent l'agilité des process ». La stratégie régionale du groupe Denjean est encadrée par un système de management de la qualité certifié ISO 9001 sur tous ses sites logistiques, et EN 9120 pour ses activités aéronautiques pour le compte par exemple d'AHG, Aircelle, Gardner Aerospace ou Airbus. « Au plus près des sites aéronautiques de Toulouse, Blagnac et Colomiers, Denjean Logistique conçoit des solutions sur mesure, comme des magasins avancés mono ou multifournisseurs ou des préparations en bord de chaîne. »

Polyvalence et enjeux urbains.

En tant que généraliste, la filiale logistique du groupe Denjean intervient dans une grande diversité de filières, température dirigée positive et négative incluse à l'aide d'un entrepôt frigorifique de 22000 m² à

Lecture, entre Bordeaux et Toulouse. Quatre de ses entrepôts sont également sous douane. Cette polyvalence se vérifie aussi à travers les produits traités, de l'unité au colis en passant par la palette et des pièces volumineuses et/ou lourdes comme des nacelles de réacteur, des bateaux de plus de 8 m et toutes sortes de matériaux de construction. Ces compétences s'étendent aux systèmes d'information, avec l'utilisation de ses propres WMS (Bext) et TMS (Teliae) ou ceux déployés par ses clients avec les interfaces souhaitées. Si Denjean Logistique n'a pas de flotte en propre de camions, à la demande, il intervient en qualité de commissionnaire pour la gestion des transports amont et aval de ses clients. Cette capacité est complétée par une autre filiale du groupe: la Société Ariégeoise de Transports (SAT). Spécialisée dans le transport et les opérations TP à valeur ajoutée, « SAT fournit également à Denjean Logistique des prestations dédiées avec des matériels répondant aux cahiers des charges de nos clients », pour un chiffre d'affaires de l'ordre de 15 M€, toutes activités confondues. Reporté au premier semestre 2021 en raison de la crise sanitaire, Denjean Logistique s'apprête à lancer un nouveau projet de 12000 m² qui pourra accueillir des activités de logistique urbaine dans la proximité immédiate de Toulouse.

DEUXIÈME PARTIE : L'ACTUALITE DES DONNEURS D'ORDRES

Les MARCHÉS

LE MÉDIA DE L'ALIMENTAIRE

Des très bonnes ventes enregistrées en GMS la veille de Noël

MEILLEURES JOURNÉES 2020 : LE 23 DÉCEMBRE SUR LE PODIUM

Une excellente journée de fêtes
... mais loin derrière les records du pré-confinement



Classement des meilleurs jours 2019 & 2020*, selon les ventes PGC-FLS (M€)

#	TOP JOURNÉES 2020	VENTES
1	lundi 16/03	757 M€
2	vendredi 13/03	610 M€
3	mercredi 23/12	524 M€
4	samedi 14/03	511 M€
5	jeudi 29/10	485 M€
6	samedi 02/05	481 M€
7	samedi 19/12	475 M€
8	samedi 30/05	469 M€
9	samedi 05/12	465 M€
10	samedi 12/12	455 M€

757 M€
Un lundi 16 mars record

#	TOP 2019	VENTES
1	lundi 23/12	517 M€
2	samedi 21/12	510 M€
3	lundi 30/12	485 M€
4	samedi 20/04	461 M€
5	samedi 09/11	446 M€

Source : Nielsen ScanTrack, Daily Intelligence. *2020 : données au 27/12. PGC-FLS : produits de grande consommation + frais libre-service. Hypers, Supers, E-commerce et Proximité.

Copyright © 2020 The Nielsen Company

Les ventes de produits de grande consommation et de fruits et légumes en GMS ont atteint 524 millions d'euros le 23 décembre dernier, rapporte Nielsen, soit plus le 23 décembre 2019 où les ventes avaient atteint 517 millions d'euros (et 510 millions d'euros le 21 décembre). Il s'agit de la troisième meilleure journée enregistrée en GMS pour l'année 2020, selon Nielsen, loin derrière les lundi 16 mars et vendredi 13 mars marqués par le début du premier confinement avec respectivement 757 M€ et 610 M€ de chiffre d'affaires. A noter que les trois autres journées de décembre se situent dans le top 10 des meilleures ventes de l'année (le 19 décembre avec 475 M€ de CA, le 5 décembre avec 465 M€ et le 12 décembre avec 455 M€).

Grippe aviaire : extension à 100 communes de la zone d'abattage préventif

Face à la pression grandissante de la grippe aviaire H5N8 en France, le ministère de l'Agriculture a étendu ce jour par un arrêté du 28 décembre, publié ce jour au JORF, les zones d'abattage préventif pour la maîtrise de l'épizootie. La liste des communes concernée passe ainsi de 11 communes des Landes (annoncées dans l'arrêté du 23 décembre) à 95 communes des Landes (dont Lamothe, Montfort en Chalosse, St Aubin et St Sever) et 5 dans les Pyrénées orientales. Une décision qui intervient alors que quatre nouvelles suspicions d'Influenza aviaire ont été identifiées hier dans les Landes à Maylis, Pouillon, Horsarrieu et Gaujacq.

Porc : le cours français finit 2020 en légère hausse

Le cours du porc en France termine l'année 2020 en légère hausse de 0,2 cent à 1,201 euro. À noter que le prix moyen 2020 s'élève à 1,39 euro en baisse de 10,6 centimes (-7,1 %) par rapport à 2019 (1,496 euro) selon le marché du porc breton (MPB). Si l'activité de cette dernière semaine de l'année était réduite, elle devrait néanmoins être meilleure que la semaine de Noël avec environ 320 000 porcs abattus, en vue des traditionnelles opérations de promotion du début janvier. Les poids moyens devraient, eux, être en hausse et proches des records de l'année.

Ailleurs en Europe, la reconduction des prix est de mise car certaines places de cotation ne rouvriront qu'en début janvier. La tendance baissière se poursuit aux États-Unis. Si depuis le mois de septembre, les prix sont supérieurs aux mêmes références de 2019, le bilan annuel est une baisse de l'ordre de 10 % par rapport au prix moyen de l'année dernière. « *Les abattages de la semaine 51 ont été supérieurs de 1,09 % par rapport à la semaine précédente et assez stable par rapport à l'an passé.* » précise le MPB.

Pêche et aquaculture : une année noire à l'export

« *La filière pêche et aquaculture est, avec la filière vins et spiritueux, la filière agroalimentaire qui a été la plus impactée par la crise sanitaire* » estime FranceAgriMer dans une récente synthèse. Les exportations françaises ont baissé de 27 % en valeur en avril-mai comparé à l'an dernier, dont -34 % vers les autres pays de l'Union européenne. Deux secteurs ont été particulièrement concernés : les produits de la pêche fraîche destinés à la consommation dans la restauration hors domicile en Espagne ou en Italie, et les produits de l'ostréiculture envoyés vers les pays asiatiques. L'Italie est néanmoins restée notre premier débouché et la France a même su gagner des parts de marché face à l'Espagne, grâce à des bonnes ventes de homards, crevettes cuites et seiches. Grâce à de bonnes ventes de conserves et préparations de poissons et céphalopodes, la France a aussi obtenu de meilleures performances que la Pologne vers l'Allemagne. La France a aussi gagné des parts de marché vers la Suisse, en partie grâce à des exportations d'huîtres. À l'inverse, nos envois ont reculé vers l'Espagne au profit du Portugal et vers la Belgique au profit des Pays-Bas. La France est le 24^e exportateur mondial de produits de la pêche et de l'aquaculture.

Lancement du label « anti-gaspillage alimentaire »

Le ministère de la transition écologique annonce ce jour le lancement du label national « anti-gaspillage alimentaire » mis en place par la loi n°2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (Agec). Ce label doit permettre de valoriser des initiatives vertueuses et vise à accompagner les objectifs ambitieux définis par la loi. Il prévoit notamment la validation des référentiels intégrant les plans de contrôles par arrêt ministériel, ou encore la désignation des organismes de certification par la ministre de la transition écologique. La loi n°2020-105 impose de réduire le gaspillage alimentaire de 50% dans les secteurs de la distribution alimentaire et de la restauration collective, par rapport au niveau de 2015 et cela d'ici à 2025. « *C'est donc pour ces secteurs que seront élaborés les premiers référentiels techniques d'ici à 2021, précisant les exigences pour bénéficier du label et des conditions de validation et de contrôle* », note le ministère.

Le baromètre IRI et

Growth delivered.

Les performances du Rayon Grand Froid P10 (CAM arrêté au 25 octobre 2020)

Évolution des ventes des surgelés et des glaces tous circuits GSA (HM + SM + EDMP + DRIVE + PROXI)

Le rayon Grand Froid	P10 octobre (vs P10 2019)	Dernier trimestre	Cumul annuel mobile
Évolution ventes en valeur			
Total surgelés + glaces	13,9%	11,9%	9,4%
Le surgelé sucré	8,2%	9,6%	8,9%
Le surgelé salé	15,0%	12,9%	9,6%
Évolution ventes en volume			
Total surgelés + glaces	13,2%	10,6%	8,4%
Le surgelé sucré	8,0%	8,1%	7,6%
Le surgelé salé	13,8%	11,2%	8,6%
Évolution ventes en unités			
Total surgelés + glaces	13,2%	11,0%	8,9%
Le surgelé sucré	8,2%	9,5%	8,9%
Le surgelé salé	14,1%	11,6%	8,8%

Les marques	P10 octobre (vs P10 2019)	Dernier trimestre	C.A.M.
Évolution ventes en valeur			
Les marques nationales	15,8%	11,4%	8,6%
Les MDD	12,1%	12,5%	10,3%
PdM MDD	50,4	47,5	48,1
Evol. PdM MDD	-0,8	0,3	0,4

Les segments de produits	P10 octobre (vs P10 2019)	Dernier trimestre	C.A.M.
Évolution ventes en valeur			
Salé			
Poissons	16,4%	21,1%	16,7%
Fruits de mer	7,3%	11,6%	5,4%
Pizzas	5,1%	6,2%	4,7%
Entrées	8,2%	5,5%	1,9%
Légumes	18,8%	14,9%	11,9%
Plats cuisinés	13,6%	9,2%	7,5%
Sauces et herbes	12,6%	8,6%	5,8%
Viandes	25,4%	17,5%	14,0%
Pommes de terre	12,4%	10,6%	8,8%

Sucré			
Glaces à partager	-30,9%	-15,2%	-14,8%
Glaces en vrac	10,1%	7,9%	7,4%
Glaces individuelles	8,9%	10,5%	10,2%
Glaces fin d'année	-8,0%	51,6%	11,0%
Desserts et pâtisseries*	8,6%	10,1%	7,1%

(*) : dont fruits



Les circuits	Poids circuit en 2019	Evol. CA vs 2018
Concept HYPER	36,7 %	- 2,0 %
Concept SUPER	31,1 %	- 2,1 %
Concept DRIVE	6,9 %	+ 5,6 %
Concept EDMP	15,7 %	+ 0,6 %
Concept PROXI	9,7 %	- 2,3 %

DISTRIBUTION

DGF complète sa couverture sur l'Hexagone

Le réseau de distribution des métiers de bouche et de la restauration renforce cette année son maillage dans les quarts Nord-Est et Sud-Est.

Le nouvel entrepôt de Rethel, dans les Ardennes, décuple les capacités de stockage en produits surgelés du réseau dans le Nord-Est.



Après la Normandie en 2019, le réseau de distribution DGF développe à nouveau cette année sa couverture nationale à travers deux opérations. La première concerne sa présence dans le Nord-Est, via la prochaine mise en service d'une nouvelle plateforme tri-température implantée dans les Ardennes. Située à Rethel, cette structure a nécessité un investissement de 7 millions d'euros et s'étend sur une superficie totale de 3 100 m². Elle permettra à DGF de couvrir avec plus d'efficacité l'activité sur les zones de l'Aisne, les Ardennes, la Marne, la Meuse ainsi que la Belgique. Côté stockage, 4 100 m³ sont notamment alloués au surgelé (soit tout de même 10 fois plus de capacité en comparaison avec le stockage des trois anciens sites). « Dernières évolutions technologiques, réactivité, nouveaux services, capacités de livraison renforcées... À travers cette nouvelle installation, nous avons tout mis en œuvre pour accompagner au mieux les artisans et les chefs ! », explique

Stéphane Corthier, le président de DGF, qui évoque par ailleurs une équipe commerciale renforcée (commercial, télévente, e-commerce) et même le futur déploiement d'un service de Click & Collect, « pour répondre dans l'heure aux besoins des professionnels ».

Une offre snacking élargie

Ce nouveau dispositif s'accompagne en outre d'une extension assez significative de l'offre. Le distributeur évoque des gammes étendues « d'environ 30 % », et annonce mettre tout particulièrement l'accent sur l'élargissement de sa gamme snacking. Et pour animer cette nouvelle offre, le réseau de distribution prévoit sur le site des sessions de présentation des produits ainsi que des événements animés par son équipe de chefs.

En parallèle, suite à la reprise de Blédélises en mars 2020, implantée en Nouvelle Aquitaine, le réseau annonce la création d'une structure commune (DGF Aquitaine) qui chapotera l'ensemble de activités dans la région. L'opération lui permet au passage de revendiquer désormais une couverture de livraisons dans tout l'Hexagone, à l'exception de la Corse.

Pour mémoire, le réseau distribue en exclusivité les marques DGF et Four A Idées (cette dernière fédérant les produits surgelés), ainsi que des grandes marques nationales du secteur auprès des professionnels de la boulangerie pâtisserie et de la restauration. DGF avait réalisé en 2019 un chiffre d'affaires sous enseigne d'environ 350 millions d'euros à travers ses centres de distribution. ■ JFA

AGROALIMENTAIRE

Divorce consommé entre l'Adepale et l'Ania

L'association Adepale et les six syndicats qu'elle regroupe (dont les EGS) rejoignent un pôle alimentaire en gestation au sein de la CPME.

La séparation est désormais actée entre l'Adepale et l'Ania. Son président, Jérôme Foucault l'a officiellement annoncé le 17 novembre. L'association des Entreprises de Produits Alimentaires Elaborés, représente à la louche 260 sociétés, et près de 400 sites implantés en France. C'est donc une décision non sans conséquences sur la représentativité des ETI, des PME et des TPE alimentaires au sein de l'Ania. D'autant que plusieurs technologies de conservation sont concernées puisque l'Adepale fédère aujourd'hui pas moins de six syndicats* représentatifs des entreprises des produits d'épicerie, frais et surgelés (ces derniers avec le syndicat des EGS, présidé actuellement par Luc Darbonne). Jérôme Foucault, interrogé sur les motifs de cette séparation avec l'Ania, explique sans détour : « *L'Ania ne représente sûrement pas les 17 000 entreprises de l'agroalimentaire qu'elle revendique. Qui plus est, elle est très influencée par les problématiques des entreprises internationales, qui pèsent un poids significatif dans ses instances.* »

Création de la CPME Alimentaire

L'Adepale s'est rapproché de la Confédération des Petites et Moyennes Entreprises, pour créer un pôle dédié à l'alimentaire au sein de la CPME, avec laquelle elle déclare partager un « ADN commun ». Elle rejoint ainsi au sein de ce pôle en gestation les Brasseurs de France, la FEB (entreprises de boulangerie-pâtisserie), la FFS (spiritueux) et la UMVIN (négoce du vin). Objectif annoncé : se positionner comme un interlocuteur privilégié des pouvoirs publics et des acteurs économiques pour défendre les intérêts des TPE, PME et ETI alimentaires françaises. Aussi, promouvoir la souveraineté du modèle alimentaire français dans l'Europe.

Mais dans le contexte actuel du reconfinement, il s'agit surtout de traiter l'urgence de la crise du Covid-19 et maintenir la chaîne d'approvisionnement. « *En effet, parmi nos entreprises adhérentes, la situation a des conséquences pour le moins contrastées : certaines font face à une croissance de leurs ventes avec la consommation accentuée à domicile sous l'effet du confinement, tandis que d'autres sont durement touchées en raison de la fermeture de la restauration collective et commerciale* », précise le président de l'association exemples à l'appui. Ainsi sur le surgelé, l'Adepale évoque une chute des ventes estimée à -27,2 % en moyenne



Après avoir été à la tête de l'association de 2012 à 2018, Jérôme Foucault a retrouvé son fauteuil de président de l'Adepale en octobre dernier

pour les entreprises présentes sur le marché de la restauration hors domicile. Jérôme Foucault rappelle par ailleurs les nombreuses incertitudes qui pèsent sur la consommation des produits festifs à l'approche des fêtes de fin d'année.

Des mesures d'urgence demandées

Face à la situation, l'Adepale demande un renforcement des mesures existantes pour mieux soutenir PME et TPE, particulièrement fragilisées par le contexte actuel. A commencer par une exonération des charges patronales à proportion de la perte d'activité liée à la fermeture de la restauration au cours des deux confinements et cela pour toutes les entreprises de la filière alimentaire, y compris pour celles au-delà de 250 salariés. En outre, pour les entreprises dépendantes de la restauration hors domicile une prise en charge de l'activité partielle dans des conditions similaires. Enfin une exonération fiscale de 100 % des dons alimentaires aux organisations caritatives effectuées par les entreprises qui se retrouvent avec des invendus du fait de la fermeture des cafés, hôtels et restaurants. ■ JFA

(*) : les syndicats regroupés au sein de l'Adepale sont : la Fédération des Industries des Aliments Conservés (FIAC) ; la Fédération Nationale des Légumes Secs (FNLS) ; les Entreprises des Glaces et Surgelés (EGS) ; les Entreprises du Traiteur Frais (ETF) ; le Syndicat de la Rizerie Française (SRF) ; le Syndicat des fabricants de produits Végétaux Frais Prêts à l'Emploi (SVFPE).

Création de la CPME alimentaire Le point de vue de Luc Darbonne, président du syndicat des EGS

« L'Adepale, dont nous faisons partie a rejoint la CPME car elle est représentative de nos entreprises ancrées dans les régions françaises. Le pôle alimentaire créé au sein de la CPME montre l'importance de notre industrie qui est en tête des classements nationaux. Nous ne sommes pas désolidarisés de l'Ania, mais tenons à garder et mettre en évidence nos valeurs d'entreprises produisant en France. »

Chaîne du froid: les Notes de l'IIF publiées en français

L'IIF et le PNUE publient les Notes de synthèse sur les technologies de la chaîne du froid en versions française et espagnole.

Initiallement publiées en anglais, les cinq Notes de synthèse sur les technologies de la chaîne du froid sont maintenant disponibles en deux langues supplémentaires. C'est dans le cadre de leur collaboration, en vertu du Protocole de Montréal que l'Institut International du Froid (IIF) et la branche OzonAction du PNUE ont publié des traductions en français et en espagnol de leurs notes de synthèse sur les technologies de la chaîne du froid (Cold Chain Technology Briefs). Ces fiches de synthèse présentent une

vue d'ensemble des activités du froid, des technologies utilisées, y compris des fluides frigorigènes employés, des perspectives d'avenir et des défis à relever. Elles exposent dans le détail les éléments clés des principaux sous-secteurs de la chaîne du froid et aident à mieux appréhender les nombreux aspects, tendances technologiques et problématiques de chaque secteur.



Cinq domaines couverts

Les cinq notes de synthèse couvrent respectivement les domaines suivants : le froid commercial, professionnel et domestique (1); les chambres et entrepôts frigorifiques (2); le froid dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire (3); les applications aux bateaux de pêche (4); enfin le transport frigorifique (5). Les Notes peuvent être téléchargées gratuitement dans les trois langues (anglais et désormais français et espagnol) sur le site de l'IIF (iifir.org).

Pour mémoire, l'Institut International du Froid est une organisation indépendante et intergouvernementale à vocation scientifique et technologique. Son objectif est de promouvoir la connaissance du froid et de toutes les technologies qui lui sont associées. L'institut traite de différents sujets parmi lesquels, la qualité et la sécurité des produits alimentaires du producteur au consommateur, les technologies relatives aux basses températures et aux gaz liquéfiés ou encore l'efficacité énergétique et les fluides frigorigènes. ■ JFA



Capital

Carrefour veut conquérir de nouvelles régions avec son enseigne discount Supeco

Après le Nord et le Pas-de-Calais, de nouveaux magasins devraient ouvrir à Amiens et à Nîmes, avec l'objectif de partir à la conquête de l'Île-de-France et du Sud-Est.

Carrefour voit grand avec Supeco. Un peu plus d'un an après avoir ouvert les deux premiers magasins de son enseigne discount dans le Nord, le groupe devrait bientôt viser de nouveaux territoires, **révèle Olivier Dauvers**. Selon le spécialiste de la grande distribution, Carrefour voudrait ouvrir des Supeco à Amiens, dans la Somme, et à Nîmes, dans le Gard. L'objectif ? Viser respectivement l'Île-de-France et le Sud-Est avec ces deux nouvelles "bases".

Des annonces auraient déjà été passées afin de trouver des "gérants" indique Olivier Dauvers, selon qui les sites pour ouvrir ces magasins auraient déjà été identifiés. La région Auvergne-Rhône-Alpes pourrait également accueillir un magasin Supeco prochainement, mais la localisation exacte n'a pas été précisée. Carrefour ambitionnerait d'ouvrir entre 150 et 200 Supeco en France dans les cinq ans à venir, en suivant un développement par "grappe", "essentiellement pour des raisons de coûts d'approche liées à un assortiment spécifique", assure Olivier Dauvers sur son site.

Modèle hybride

Six magasins de l'enseigne discount ont déjà ouvert, dans le Nord et le Pas-de-Calais : à Valenciennes (depuis septembre 2019), Onnaing, Saint-Martin-lez-Tatinghem, Noyelles-Godault, Outreau et Hazebrouck. Déjà présent en Roumanie, en Pologne, en Italie ou en Espagne avant de débarquer en France, Supeco est un "modèle hybride, entre le supermarché traditionnel et le cash & carry qui associe des prix bas avec des bons produits", expliquait un porte-parole de Carrefour **au Monde** en août 2019. Le groupe n'a pas commenté les informations d'Olivier Dauvers et n'a pas encore communiqué sur les chiffres réalisés par ses magasins Supeco depuis leur lancement en France.



Parts de marché : Lidl, Carrefour et les indépendants en grande forme en décembre

Sur la période 13, plusieurs surprises sont à noter. Si Lidl est le plus fort en termes de gains, à +0,5 point, le groupe Carrefour affiche une forte progression, à +0,3 point. E.Leclerc est également en positif, mais uniquement grâce au drive, ses magasins physiques marquant sérieusement le coup.

La dernière période de l'année 2020 (du 30 novembre-27 décembre) pour le calcul des parts de marché vient d'être publiée par Kantar. Elle s'est révélée, comme les précédentes, plutôt dynamique en termes de ventes, avec des dépenses de PGC-FLS en hausse de 3,7%. Sur un an, avec un exercice marqué par le confinement et ses répercussions sur les achats alimentaires, la hausse atteint 8,3%. Dans cet environnement, c'est Lidl qui finit l'année en beauté, avec un gain de 0,5 point sur la P13 (et +0,4 point sur 2020, à 6,4%). Les indépendants sont également très bien orientés, comme à leur habitude. Ainsi les Mousquetaires (Intermarché + Netto) gagnent 0,4 point à 15,2%. " Le groupement a fait un bond de +0,7 point de part de marché en 2020, soit le plus fort gain de l'année pour s'établir en moyenne annuelle à 15,7%" indique Kantar". Système U n'a pas à rougir et atteint 11,1% (+0,3 point) sur la P13, ainsi que sur l'année

Le groupe Carrefour est lui aussi très bien orienté, avec +0,3 point. Les hypermarchés de l'enseigne sont à l'équilibre (alors que le format a lui beaucoup souffert sur la période, voir plus bas), tout comme la proximité, alors que les supermarchés ont progressé de 0,2 point. Ce qui marque une nouvelle étape dans le rétablissement progressif de Carrefour sur un plan commercial. D'après Kantar, "le groupe Carrefour avait déjà gagné +0,2 point en février 2020, donc juste avant la crise sanitaire, mais il faut remonter à juin 2014 pour retrouver une progression au moins aussi importante (+0,5 pt à P6 2014)". De quoi donner encore plus d'attrait au groupe présidé par Alexandre Bompard, qui fait l'objet d'une marque d'intérêt - et d'une offre sonnante et trébuchante de rachat - par le distributeur canadien Couche-Tard.

Les supermarchés et le drive plébiscités en décembre

Le tableau est moins enjoué pour E.Leclerc. Si d'un point de vue global, le groupe affiche un gain de 0,3 point, la décomposition de cette performance n'est pas vraiment flatteuse pour les magasins de l'enseigne, en recul de 0,6 point. Mais l'énorme réussite du drive (+0,9 point) vient plus que compenser. Pour le groupe Casino (hors Leader Price), le recul se poursuit, du fait de la récurrence de l'effet de diminution du parc. Sur la P13, il accuse ainsi un recul de 0,7 point, dont 0,4 pour les hypermarchés Géant. Pour Auchan, qui vient d'annoncer une nouvelle réorganisation mondiale de la gouvernance, les indicateurs sont toujours dans le rouge, avec sur la P13 un recul de 0,4 point pour le groupe, et des hypermarchés toujours dans le dur.

En termes de formats, la P13 a été très compliquée pour les hypermarchés, en recul de 0,9 point. Les discounters ont reculé de 0,1 point et la proximité a elle été en hausse de 0,1 point. Les évolutions les plus marquantes sont celles des supermarchés qui ont crevé le plafond lors cette période qui inclut les achats pour les fêtes de Noël. Sur les 4 semaines de la période, leur part de marché a bondi de 1,5 point. Le circuit online a lui aussi été très dynamique, avec un gain de 2,4 points, pour atteindre une part de marché de 8,8%.

Kantar précise également que "les paniers sont toujours plus remplis (+3,2€ /panier en décembre soit +10%) alors que le nombre de sessions de courses est lui toujours en fort recul (-6%). La peur du virus incite probablement les clients à faire moins souvent les courses, ce sont ainsi 120 millions de sessions de courses qui ont été perdues en magasins en 2020 (-5%), soit concrètement 5 visites de moins par ménage dans l'année"

TROISIEME PARTIE :

L'ACTUALITE TECHNIQUE, JURIDIQUE & REGLEMENTAIRE

Baromètre Europe-Camions.com 2020 : le point sur les poids lourds d'occasion



Cherchant à compenser la baisse d'activité provoquée par la covid-19, les acquéreurs ont recouru à l'achat par internet de poids lourds d'occasion en misant sur le prix et la fonctionnalité.

Avec l'Actros, l'Arocs et l'Atego, Mercedes est la marque la plus recherchée en VO selon Europe-Camions.com. Paru début décembre, le baromètre des ventes des poids lourds d'occasion (VO) de plus de 3,5 t d'Europe-Camions.com reflète l'impact des confinements sur le transport de marchandises. Avec comme conséquences la réduction de l'activité Général Cargo et la limitation de la production des constructeurs par la fermeture de leurs usines. En France, sur les dix premiers mois de 2020, la baisse des immatriculations des véhicules neufs de plus de 3,5 t a ainsi atteint 28,5 % et 30,3 % pour les poids lourds de plus de 16 t, selon les données de l'European Automobile Manufacturers Association. De plus, les transporteurs se sont reportés sur les activités qui ont résisté aux confinements : le transport pour les chantiers de BTP et le transport frigorifique.

50,9 % de poids lourds d'occasion Euro 6

Le marché du VO a donc été dynamisé par des achats d'urgence sur les sites internet des transporteurs, des concessionnaires et des garagistes, et par la quête de prix bas pour des VO immédiatement opérationnels. Si les achats ont surtout concerné des véhicules thermiques, ils ont porté à 50,9 % sur des VO Euro 6, à 26,5 % sur des Euro 5 et à 7,9 % sur des Euro 4. Les acheteurs ont ainsi pris des VO Crit'Air 2 immatriculés entre 2018 et 2020 dès le premier choix pour les tracteurs et en second choix pour les porteurs, avec des kilométrages compris entre 200 000 et 400 000 km. Le prix est resté prioritaire, compris entre 10 000 et 25 000 euros pour les porteurs bennes et les tracteurs, 10 000 et 40 000 euros pour les porteurs poly-bennes et 5 000 et 20 000 euros pour les porteurs et les semi-remorques. Ces dernières atteignent 25 000 euros en frigorifique. Côté fonctionnalité, les porteurs ont eu la faveur avec 42 % des ventes, de préférence des VO de 2015 à 2017, choix que l'on retrouve avec les VU (15,8 % des ventes). Avec 22,5 % des ventes, les tracteurs viennent en seconde position. Les semi-remorques (9,6 % des ventes) étaient aussi récentes (2018 à 2020), carrossées en bennes, bennes polyvalentes, frigorifiques ou porte-engins, sans doute à cause de leurs technologies et de leurs systèmes d'information embarqués.

Le Renault Kerax et le Scania R ont la cote

Côté marques, Mercedes Benz et Renault Trucks s'offrent la part du lion. L'Actros, l'Arocs et l'Atego se retrouvent dans les choix de tracteurs, porteurs bennes, polybennes et fourgons. Renault Trucks, dont la Used Truck Factory transforme les tracteurs en porteurs, a bien revendu ses porteurs Kerax, Midlum et Premium en benne ou poly-benne et en fourgon, ainsi que son Magnum en tracteur. À noter la présence de l'Iveco Eurocargo (7 % des ventes) en cinquième plus forte vente de porteurs fourgons et celle du Scania R au premier rang des ventes de tracteurs (14,6 % des ventes). Les tracteurs Volvo FH et DAF XF sont les choix n° 5 et 7 des acquéreurs. MAN, lui, est présent de façon diffuse avec 10,2 % des ventes tous véhicules confondus. Côté semi-remorques, Schmitz Cargobull tient la pole position avec 17,2 % des ventes, suivi par Fruehauf (12,1 %) et Benalu (9,9 %), Chéreau venant en quatrième place avec 9,5 % des ventes.



SOLUTRANS est le Carrefour mondial du véhicule industriel et urbain de 2021

A moins d'un an de sa prochaine édition, Solutrans se positionne comme le Carrefour mondial du véhicule industriel et urbain 2021. La Fédération Française de la Carrosserie, propriétaire du salon, annonce plus de 60% de réservations d'espace. Près de 60 000 professionnels et 900 exposants et marques, venus du monde entier sont attendus du 16 au 20 novembre 2021 à Lyon Eurexpo. Par ailleurs, SOLUTRANS se double d'une édition digitale inédite dans le secteur du véhicule industriel et urbain : SOLUTRANS DIGITAL SHOW.

« Le monde du véhicule industriel et du transport dans son ensemble subit depuis plusieurs années des mutations extrêmement importantes et structurantes. Le salon SOLUTRANS agit comme un miroir pour les problématiques des acteurs de la filière. Sa promesse doit à ce titre refléter leurs enjeux » indique la FFC.

La fédération rappelle « que, depuis 2019, le salon est placé sous le haut patronage du Président de la République et accrédité par l'OICA (Organisation Internationale des Constructeurs Automobiles), ce qui en fait l'une des seules manifestations reconnues au plan international dans son secteur. »

Après le slogan, « le Plus Grand Rassemblement Européen de Véhicules Industriels et Urbains Électriques, de 3,5 à 44 Tonnes », la FFC a choisi cette nouvelle signature : « le Carrefour mondial du véhicule industriel et urbain » donnant un aspect encore plus international et interactif entre les acteurs de la filière VI.

Solutions Durables et Connectées pour une Filière de Transport Responsable

Les organisateurs dévoilent par ailleurs les grands Thèmes de l'édition 2021 qui aura lieu du 16 au 20 novembre. Les "Solutions Durables et Connectées pour une Filière de Transport Responsable" seront mises en avant. « La révolution numérique a eu lieu, celle des motorisations électriques est en cours. C'est tout l'écosystème du véhicule industriel qui se voit impacté. Avec, en ligne de mire, un seul objectif, diminuer l'impact écologique de la filière sur fond de mix énergétique. Solutrans 2021 sera le rendez-vous immanquable pour évoquer ces défis et partager les solutions qui s'offrent à nous » déclare la FFC dans ce même communiqué. Le salon élargit son horizon et investira le champ de la chaîne logistique, de l'entrepôt connecté aux services associés. Solutrans occupera un nouveau hall baptisé SOLUTRANS 4.0, dédié en particulier aux innovations de rupture dans la Filière du véhicule Industriel et Urbain afin d'éclairer les professionnels, constructeurs, carrossiers, équipementiers, acteurs de la maintenance, jusqu'aux transporteurs et chargeurs.

Solutrans Digital Show

SOLUTRANS se double d'une édition digitale inédite dans le secteur du véhicule industriel et urbain : SOLUTRANS DIGITAL SHOW. En parallèle du salon physique, qui se tiendra du 16 au 20 novembre 2021 à Lyon Eurexpo, cette version online s'adresse à tous les exposants et visiteurs, en anglais et en français. « À l'écoute des besoins et des tendances de demain, nous réfléchissions à une déclinaison online de l'événement depuis quelques années déjà. La crise n'a fait qu'accélérer cette transformation qui souligne aujourd'hui l'importance des outils digitaux », a expliqué Patrick Cholton, président de la FFC et de SOLUTRANS.

La course à l'hydrogène vert est lancée

Trop coûteux, les chariots élévateurs et les véhicules légers roulant à l'hydrogène sont distancés par les modèles électriques. La nouvelle stratégie nationale pour une filière de l'hydrogène décarboné relance leur viabilité. Les entrepôts pourraient même devenir les stations-service des futurs camions à hydrogène... Par Sylvain Chanourdie a stratégie industrielle de la France met le cap sur l'hydrogène vert. Le 9 septembre dernier, dans le cadre du plan France Relance, la ministre de la Transition écologique, Barbara Pompili, et le ministre de l'Économie, Bruno Le Maire, ont présenté un plan d'investissement de 7 Md€ sur 10 ans pour créer une filière de développement de l'hydrogène décarboné. Cet hydrogène, qui n'émet de CO₂ ni pour sa production ni pour son utilisation, représente seulement 5 % de la production nationale actuelle. Les aides avoisinaient jusqu'alors une centaine de millions d'euros annuels, et Philippe Boucly, président de l'association France Hydrogène (ex-AFHYPAC), salue « une ère nouvelle pour l'hydrogène en France et en Europe. Il va devenir une industrie stratégique pour notre pays ». Dans le même temps, l'hydrogène gris, non décarboné (voir encadré p. 36), passerait de 855000 t à 800000 t. Les objectifs du gouvernement sont impressionnants : faire passer la production annuelle d'hydrogène vert de 45 t aujourd'hui à 700000 t en 2030. En toile de fond, la France cherche à regagner une souveraineté économique perdue sur les technologies des panneaux photovoltaïques et des batteries, avec création de plus de 100000 emplois à la clé. L'Allemagne a annoncé un plan comparable, pour un montant de 9 Md€. Ces plans s'inscrivent dans le Pacte vert européen visant la neutralité carbone du continent en 2050. La Commission européenne mettra 180 à 470 Md€ sur la table d'ici à cette échéance, et a même porté l'objectif de réduction des émissions en 2030 de 40 % à au moins 55 %.

Ce flot d'hydrogène vert doit à la fois contribuer à décarboner les principaux consommateurs actuels, l'industrie pétrolière et chimique, et en développer les usages en tant que vecteur d'énergie, en remplacement de la mobilité carbonée diesel et essence ou comme solution de stockage d'énergie. Enfin l'impulsion décisive ? Friands d'énergie pour déplacer les marchandises, engagés dans des démarches de transition écologique, les acteurs de la logistique sont concernés au premier chef. Ils n'ont pas attendu le plan hydrogène pour tester cette énergie alternative : depuis plus de 10 ans, des véhicules utilitaires légers réalisent des tournées sans émettre de CO₂, et des chariots à hydrogène La Poste. Dès 2015, et pendant trois ans, une flotte de 10 petits véhiculaires utilitaires motorisés à l'hydrogène a servi aux tournées des facteurs, avec 27 à 37 km en toute autonomie. La pile à combustible de ces véhicules était alimentée par de l'hydrogène, produit à partir des panneaux photovoltaïques installés sur des ombrières de parking. « Nous n'avons rencontré aucun problème majeur, les 2 % d'indisponibilité étant dû à des opérations de maintenance », se souvient Frédéric Delaval. Pourquoi arrêter ? « Pour plusieurs raisons. Tout d'abord, le coût de remplacement de ces prototypes aurait été très élevé. Ensuite, les progrès des batteries, leur capacité d'avitaillement et leur robustesse face aux aléas climatiques nous ont amenés à privilégier l'électrique. En outre, l'autoproduction dédiée à cette seule flotte nous amenait à utiliser deux infrastructures distinctes. Il faut plutôt englober dans le même projet la gestion énergétique d'un site, d'un bâtiment et une flotte de véhicule. » La Poste s'est dirigée de fait vers d'autres énergies alternatives pour le dernier kilomètre. Pour livrer ses colis en centre-ville, sa filiale DPDgroup déploiera 1246 véhicules électriques ou au gaz naturel d'ici 2025. Les chariots patinent Ces enseignements d'un projet de 2011 restent d'actualité en 2021. Qu'il soit vert, bleu ou gris, le coût complet de l'hydrogène à usage de la mobilité n'est pas viable économiquement. Si l'industrie le paie environ 2 euros le kilo quand il est produit à partir du pétrole ou de gaz, l'hydrogène produit avec de l'électricité, par électrolyse, coûte près de circulent dans les entrepôts. Ils utilisent des piles à combustibles (PAC) pour convertir l'hydrogène en électricité, un processus qui n'émet que de l'eau et de la chaleur. Mais jusqu'à présent, ces initiatives restent embryonnaires. L'exemple du projet MobyPost, mené par le groupe La Poste entre 2011 et 2018, est éclairant. Lors d'un webinaire organisé par SprintProjet, Frédéric Delaval, président et fondateur d'Urby, a témoigné de ce projet du temps où il était directeur technique de la branche courrier-colis de « Les chariots sont les premiers maillons de la chaîne logistique capables de passer à l'hydrogène. »

10 euros du kilo (non taxé)

Les véhicules légers par exemple coûtent trois fois plus cher que leurs équivalents diesel. L'investissement s'alourdit de l'infrastructure pour les alimenter, voire le produire sur place. Les coûts s'envolent... et l'hydrogène pour la mobilité fait du sur-place. La logistique en fournit le meilleur exemple. Le parc de chariots élévateurs à hydrogène ne dépasserait pas les 300 unités en France. Plusieurs distributeurs et logisticiens s'étaient pourtant lancés au milieu des années 2010 : Carrefour et Prelocentre dans le cadre du projet européen HyLIFT-Europe, clos fin 2018, ou encore FM Logistic et Ikea. Avec quelques années de recul, tous ont conservé, voire agrandi leur parc, preuve de la pertinence du modèle hydrogène, mais ils n'ont pas étendu l'expérience à d'autres sites logistiques. « L'expérience menée sur notre plateforme de Neuville-aux-Bois montre que l'hydrogène apporte plus de confort, de sécurité et de productivité, comparé au système classique de batteries au plomb », témoigne Pénélope Laigo, responsable environnement et performance durable de FM Logistic, avant de préciser que « l'équilibre économique reste à démontrer sur ces projets pionniers ». Hydrogène versus li-ion Derrière ces quatre projets de chariots hydrogène, un même fabricant de piles à combustibles et d'électrolyseurs : Plug Power. Cette société américaine a déjà fabriqué plus de 40000 PAC, dont 80 % sont destinées à des chariots. En la matière, les États-Unis ont une longueur d'avance, avec près de 20000 chariots à hydrogène en circulation ! Amazon utilise ainsi 10000 piles à combustibles Plug Power, aux côtés d'autres clients tel que Walmart ou Fedex. « Si des leaders mondiaux s'équipent aussi massivement, c'est bien que les gains de productivité sont au rendez-vous », fait valoir Devon Hyver, directeur commercial France, Belgique, Italie et Pays-Bas de Plug Power. « Les chariots forment le premier maillon de la chaîne logistique capable de passer à l'hydrogène », insiste-t-il. Et si l'investissement initial est plus important que les solutions standards, « en phase d'exploitation, le gain de productivité sur une flotte de 200 chariots peut atteindre 900000 dollars sur un an. L'échange de batterie prend 10 à 15 minutes selon les cas, alors qu'une recharge de PAC prend une à trois minutes : en 3x8 cela fait vite une différence, a fortiori en France où le coût horaire est plus élevé ». Mais il ne s'agit pas d'hydrogène vert. Pour l'instant, « notre ambition est de produire 50 % d'hydrogène vert d'ici à 2024 », annonce le directeur commercial. Andres Montejo, chef de groupe produit et énergie de FenwickLinde, reconnaît une équation économique délicate pour le chariot à hydrogène : « Le point d'équilibre sera atteint d'autant plus vite que la consommation d'énergie est importante, dès 20 chariots parfois, en moyenne 50 chariots. » Pour autant, le constructeur penche pour le lithium-ion : « Nos études menées pour les projets de nos clients montrent qu'à l'heure actuelle, les solutions lithium-ion répondent à leurs besoins dans 98 % des cas, et ce, pour un capex moindre. Un grand avantage de l'hydrogène est sa vitesse de charge. Or, les chargeurs li-ion sont de plus en plus efficaces chaque année et se rapprochent de la solution hydrogène. La baisse des prix de l'énergie sera déterminante pour arbitrer en faveur de l'hydrogène. Li-ion et hydrogène resteront complémentaires », tranche le spécialiste en énergies. Les entrepôts entrent dans la course D'ici quelques années, l'hydrogène vert enfin à prix compétitif pourra provenir des entrepôts eux-mêmes, produit à partir de leurs panneaux solaires. La loi énergie et climat de novembre 2019 impose effectivement de végétaliser ou d'équiper de dispositifs de production d'énergie renouvelable 30 % de la surface de toiture des nouvelles constructions logistiques (bâtiments de plus de 1000 m²). Compte tenu des prix de rachat de l'électricité garantis par l'État, l'investissement dans les panneaux photovoltaïques emporte l'adhésion. Sauf que, comme le pointe Marc Esposito, directeur du Lab du constructeur de bâtiments logistique GSE, « la production électrique de 30 % de surface en photovoltaïque s'avère être bien au-delà des capacités d'autoconsommation des bâtiments logistiques ». En effet, selon les calculs du Lab de GSE, l'autoconsommation ne commence qu'à partir d'un froid en dessous de 5° sur la totalité de la surface logistique. En logistique sèche, les principaux postes de consommation énergétique sont le gaz pour chauffer en hiver, qui n'est pas concerné, et l'électricité, qui se répartit « entre 70-80 % d'éclairage, et le reste pour les chariots électriques ».

Codifrance optimise son activité grâce au WMS

Le WMS est le premier outil qu'a déployé Codifrance pour améliorer son taux de service et les délais de livraison. Le distributeur de produits alimentaires, filiale du groupe belge Colruyt, approvisionne plus de 1500 magasins en France, dont 1200 indépendants et 300 sous les enseignes Coccinelle, Coccimarket et Panier Sympa, depuis son entrepôt central de 25000 m² à Châteauneuf-sur-Loire (Loiret). Jusqu'en 2020, les commandes arrivaient des magasins dans l'ERP, et la gestion de l'entrepôt était manuelle sur la base de bordereaux de préparation. Entre mars et octobre, en pleine croissance de l'activité en raison de la pandémie (entre + 40 % et + 60 % de croissance du CA sur mars et avril par exemple), Codifrance a déployé le WMS Reflex de Hardis comme base de son futur système d'information. « L'ERP était notre seul outil de gestion logistique et nous avons voulu déployer une solution au cœur de l'entrepôt afin d'améliorer la qualité opérationnelle », explique Anthony Meiller, directeur de Codifrance. « Notre enjeu était d'abord d'améliorer le taux de service et le respect des délais de livraison. On aurait pu commencer par installer l'ERP ou le TMS. Mais pour améliorer notre prestation et réduire le montant des avoirs, qui représentent plusieurs centaines de milliers d'euros par an à rembourser à nos clients, le WMS était primordial. »

Le poumon de l'entreprise

Depuis mars 2020, la totalité des équipes est dotée de terminaux TC52 pour la préparation avec commande vocale (Voiteq), pour les chargements et la gestion de stock. Contre 2 à 4 jours de formation aux anciennes méthodes de préparation manuelle, le temps d'apprentissage des opérateurs au vocal est réduit à 2 heures. « Face à la crise sanitaire, le WMS a joué un rôle majeur, puisqu'il a permis de rendre opérationnels presque immédiatement les 50 % de préparateurs supplémentaires auxquels on a dû faire appel », confie Anthony Meiller. Le logiciel est perçu comme le poumon de l'activité, capable de préparer l'entreprise à l'avenir.

« Reflex permet de jouer ce rôle de chef d'orchestre, parce que même si nous n'avons pas de TMS, le transport peut programmer à l'intérieur du logiciel des ordres et plannings de chargement. Le transport va tirer l'activité. Pour cela, il faut qu'il puisse ordonnancer en temps et en heure, ce que l'on peut faire avec Reflex. Demain, le WMS, qui ne peut pas vivre seul, sera interfacé avec un futur ERP et un futur TMS », ajoute Christophe Jacquet, responsable d'exploitation logistique. Après quelques mois, les gains sont déjà visibles. Gains sur toute la chaîne « Avec le WMS, notre préparation est finie en temps voulu, ce qui impacte tous les éléments de la chaîne. Le logiciel permet de suivre de façon très pointue l'avancement de la préparation, en relation constante avec le transport qui ordonnance le chargement en fonction des heures de passage. On peut allouer des équipes supplémentaires quand on sait qu'un camion va arriver. On constate ainsi de meilleurs indicateurs de l'activité, avec moins d'attente au chargement et des camions optimisés, donc des délais et des horaires de livraison mieux respectés. Pour donner un exemple, sur une réception de 33 palettes d'un même produit, on a gagné 20 minutes », développe Christophe Jacquet. Le maillon transport est également concerné : « On a pu réduire de près de 1 % les coûts de transport sans TMS, ce qui représente plusieurs centaines de milliers d'euros par an. Au niveau de la qualité de service et des avoirs à rembourser aux clients, on va économiser près de 150000 € par an. Enfin, la productivité a été améliorée entre 3 et 5 %, et nous visons 8 à 10 % l'année prochaine ». Codifrance constate en outre de meilleures conditions de travail des opérateurs, une meilleure traçabilité du stockage des palettes, et des gains de temps liés à la gestion des réceptions via les étiquettes SSCC des fournisseurs qu'il suffit de flasher pour collecter toutes les informations.



Volta Trucks et Petit Forestier électrifient la distribution frigorifique

Avec leur collaboration, Volta Trucks et Petit Forestier visent l'électrification de la distribution frigorifique urbaine. Volta Trucks apporte 1 000 Volta Zéro et son modèle commercial et Petit Forestier son réseau européen et son savoir-faire.

Avec l'achat sur plusieurs années de 1 000 Volta Zéro, Petit Forestier pourra louer des Volta Zéro frigorifiques sur l'ensemble de ses 280 sites européen. En débutant sa commercialisation avec Petit Forestier, le constructeur Volta Trucks a trouvé le marché qui devrait lancer son camion électrique Volta Zéro. C'est l'objectif de cette association entre le loueur européen et concepteur de véhicules frigorifiques et de groupes froids, et Volta Trucks. Ce dernier se positionne sur la distribution frigorifique urbaine, secteur du transport justifiant l'électrification pour ses réponses aux contraintes citadines. En l'occurrence réduire les pollutions atmosphériques et sonores pour accéder jour et nuit aux centres-villes et ZFE ; produire un froid continu suivant les normes Piek et sanitaires ; disposer d'équipements numérisés de sécurité active et passive pour circuler en zone urbaine dense. Mais aussi diluer le coût total de détention (TCO) du véhicule sur une « durée ciblée » de dix ans. Un objectif qui s'appuie sur la durée de vie des batteries électriques et le paiement du Transport as a Service (TAAS) que prône le constructeur.

Un échange de compétences En échange de l'achat sur le long terme de 1 000 Volta Zéro, Petit Forestier deviendra le fournisseur officiel de la carrosserie frigorifique du Volta Zéro grâce à sa filiale Lecapitaine, voire des groupes frigorifiques grâce à sa filiale RelecFroid. « Dès qu'un Volta Zéro devra être équipé en frigo, c'est Lecapitaine qui sera chargé de le carrosser », confirme-t-on chez Petit Forestier. Toutefois, une collaboration avec Volta Trucks est engagée pour préserver l'autonomie annoncée de 150 à 200 km du véhicule. « Nos équipes techniques travaillent déjà avec celles de Volta Trucks pour garantir cette autonomie en version frigorifique », précise Jérôme Payonne, directeur innovation & marketing du Groupe Petit Forestier. Cette collaboration et cet échange de savoir-faire permettront à terme aux deux sociétés d'avoir une autonomie suffisante pour proposer un support client et une maintenance Full Service à leurs clientèles respectives.

Prototype en 2021, production en série dès 2022 Petit Forestier prévoit aussi la formation à la conduite du Volta Zéro. « Nous allons intégrer ses spécificités dans notre offre de formations à la conduite pour nos clients », annonce Jérôme Payonne. Avec ses 280 agences européennes, le loueur ouvre aussi à Volta Trucks un accès à l'ensemble des villes européennes en permettant aux transporteurs de tester le véhicule. « Le Volta Zéro, par son design et sa conception, est particulièrement adapté aux besoins en livraison urbaine. Il sera progressivement proposé sur l'ensemble de nos sites, en commençant probablement par la France », annonce Jérôme Payonne. Les deux entreprises coordonnent leurs efforts pour présenter à leurs clients un prototype de Volta Zéro frigorifique de 16 t courant 2021. La production en série et la location sont programmées pour début 2022.

Taxe à l'essieu : la réforme devient concrète

L'article 55 de loi de finances pour 2021 prévoit le transfert à la Direction générale des finances publiques (DGFIP) :

- de la gestion, du recouvrement et du contrôle de la taxe à l'essieu. Ce transfert s'accompagne d'une refonte complète de la taxe. Il n'y a donc plus rien à déclarer à la DGDDI, sauf en cas de régularisation de situation concernant la mise à la circulation ou le retrait d'un véhicule sur une période antérieure au 1^{er} janvier 2021.
- de la compétence, historiquement détenue par la Douane, en matière de taxe spéciale sur certains véhicules routiers (TSVR), dite taxe à l'essieu.

Ce transfert s'accompagne d'une refonte complète des règles relatives à la taxe, qui fait l'objet des nouveaux articles 10W10 et suivants du code général des impôts. Les articles 284 *bis* et suivants du code des douanes sont, quant à eux, abrogés.

On relève notamment que :

- le champ d'application de la taxe reste sensiblement le même ;
- la taxe devient annuelle (elle est d'ailleurs renommée « *taxe annuelle à l'essieu* ») ;
- le tarif de la taxe demeure inchangé ;
- le montant dû de la taxe devient proportionnel au nombre de jours d'utilisation du véhicule taxable ;
- la taxe est déclarée *a posteriori*, au plus tard le 25 janvier de l'année qui suit celle d'utilisation du véhicule taxable.
- le montant dû de la taxe est réglé *a posteriori*, après déclaration.

Ces nouvelles dispositions entreront en vigueur le 1^{er} janvier 2022 mais trouvent à s'appliquer aux utilisations de véhicules intervenant à compter du 1^{er} janvier 2021.

Pour l'année en cours, il ne sera donc pas nécessaire de souscrire de déclaration TVR1 pour les véhicules imposables, lesquels devront être déclarés l'année prochaine.

Pour les redevables de la TVA au régime normal d'imposition ou non redevable de TVA, la nouvelle taxe devra alors être déclarée et payée annuellement de manière dématérialisée, sur l'annexe à la déclaration de TVA. La déclaration est à effectuer en janvier de l'année suivant l'utilisation du véhicule, soit une première démarche à faire en janvier 2022 (sauf pour les cessations d'activité) ; pour les redevables de la TVA au régime simplifié d'imposition, elle devra être inscrite dans la déclaration annuelle de TVA. La déclaration étant à effectuer l'année suivant l'utilisation du véhicule, elle sera établie lors du dépôt de la déclaration annuelle de TVA en 2022, exceptions faites des cessations d'activité.

Les modalités d'application de ces nouvelles dispositions devraient prochainement être précisées par voie réglementaire.