



## REVUE DE PRESSE

Semaine 11  
Du 15 au 19 MARS 2021

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

- L'Officiel des transporteurs
- LSA et son édition numérique lsa.fr
- Les Marchés - le média de l'alimentaire
- Stratégie logistique
- Décision PL
- Froid News
- Supply Chain Magazine
- Sud-Ouest
- Transport info

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](mailto: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 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. 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 logisticiens frigorifiques

- **Froid News / Brexit, quel impact pour les produits périssables ?**
- **L’Officiel des Transporteurs / Groupe Roche : une première croissance externe**
- **Supply Chain Magazine :**
  - *Stef a fait de la résistance en 2020*
  - *La spin-off projetée par XPO s’appellera GXO Logistics*
- **Sud-Ouest / Sofrilog : le logisticien du froid aime les coups de chaud**
- **Transport Info / Kessler et Olano proposent le premier réseau « santé » 100% intégré**

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

- **LSA :**
  - *Le marché halal bat ses propres records*
  - *Retour en grâce pour les surgelés salés*
- **Les Marchés :**
  - *Pomona en passe de croquer DGF*
  - *Gros bovins : des prix fermes dans l’ensemble*
  - *Fruits et légumes : des marchés plus calmes*
  - *Près d’1/4 des éleveurs laitiers envisageant d’arrêter la production*
  - *Une année 2021 remplie de défis pour la volaille française*
  - *Une croissance historique pour les surgelés*

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

- **Officiel des Transporteurs :**
  - *Le tribunal suprême rejette les péages dans le pays basque espagnol*
  - *Certains titres de transport routier sont prolongés*
- **Stratégie Logistique :**
  - *La logistique : clé d’un e-commerce plus durable*
  - *TRM : vers une écotaxe régionale ?*
- **LSA / Projet de loi climat : les députés adoptent le principe d’interdiction de nouvelles surfaces commerciales**

# PREMIERE PARTIE :

## L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET LOGISTICIENS



### BREXIT, QUEL IMPACT POUR LES PRODUITS PÉRISSABLES EN 2021 ?

C'est officiel depuis le 1er janvier 2021. Après un feuilleton politique et législatif long de 5 ans, le Royaume-Uni quitte l'Union Européenne et son marché unique, rétablissant de facto une barrière douanière à sa frontière. En première ligne, les produits frais et surgelés risquent d'être impactés. **La Chaîne Logistique du Froid** souhaite rappeler que chaque maillon de la filière froid a un rôle à jouer ! Chacun doit désormais se préparer au déploiement des contrôles (phyto)sanitaires en Grande Bretagne, dont l'entrée en vigueur vient d'être repoussée à 2022.

#### 1 er Janvier : volumes d'affaire en chute libre pour la filière froid

Le Brexit entré en vigueur au premier janvier a d'abord affecté les flux en provenance du Royaume-Uni. En effet, certains destinataires des marchandises fraîches et surgelées ne s'étaient pas forcément préparés à la déclaration en douane devenue obligatoire pour les produits en provenance du Royaume-Uni depuis le début de l'année. Cela s'est ressenti dans les volumes d'affaires des transporteurs et logisticiens présents sur ce marché. « *Difficile de savoir dans quelle mesure la baisse de volumétrie est imputable au Brexit ou au Covid19* » accorde Valérie Lasserre déléguée générale de La Chaîne Logistique du Froid, qui représente les acteurs du secteur. « *Nos adhérents ont encore une fois montré leur capacité d'adaptation rapide. En quelques jours, les acteurs de La Chaîne Logistique du Froid ont déployé de nouveaux processus complexes pour assurer la fluidité et la sécurité du transport de marchandises sous température dirigée. Nous sommes aujourd'hui engagés dans un travail de pédagogie auprès des industriels expéditeurs qui ne se rendent pas encore compte que les processus de déclaration en douane et, dès l'année prochaine, l'obtention du passeport sanitaire pour les produits animaux et végétaux, relève de leur responsabilité.* » explique Valérie Lasserre.

#### Un Brexit en deux temps : un « sursis » supplémentaire

« *La date du 1er janvier 2021 est en réalité quelque peu trompeuse* » prévient Valérie Lasserre. Cette date correspondait à la reprise des contrôles douaniers pour le trafic au départ du Royaume-Uni et à destination de l'Europe. Dans le sens Europe > Grande Bretagne, les contrôles douaniers à la frontière ne s'appliqueront qu'à l'issue d'une période de transition qui doit laisser le temps aux britanniques de mettre en place les contrôles. Pour l'instant, les transporteurs et logisticiens du continent n'ont été que peu impactés. « *Une phase transitoire en plusieurs étapes a été mise en place par les autorités britanniques. Elle devait conduire à un dispositif de contrôles sanitaires et phytosanitaires (SPS) stabilisé au 1er juillet 2021. Cette date vient d'être repoussée par les autorités britanniques. Aujourd'hui seuls les animaux vivants et les produits ultra-sensibles font l'objet de contrôles en GrandeBretagne. A compter du 1er janvier 2022, tous les produits d'origine animale, ainsi que tous les végétaux et produits végétaux dits « réglementés », devront également faire l'objet d'une prénotification et être accompagnés de certificats (phyto)sanitaires.* » alerte-t-elle. Chaque maillon de la chaîne du froid, des industriels et producteurs européens aux destinataires/déclarants en douane doivent se préparer à ce bouleversement.

## UNE PREMIERE CROISSANCE EXTERNE

Les Transports Roche, devenus pour l'occasion le groupe Roche, viennent de réaliser leur première opération de croissance externe par l'acquisition des Transports Laigneau en février 2021. Le nouvel ensemble mayennais réalisera un chiffre d'affaires annuel de 10 M€ avec un parc de 75 moteurs et un effectif d'une centaine de salariés. Commentant cette reprise, Philippe Roche, président du groupe éponyme, explique « *qu'elle s'est organisée dans le cadre d'une transmission d'entreprise. Implantés à une vingtaine de kilomètres de notre base de Gorron, les Transports Laigneau nous permettent d'étendre notre couverture géographique à la Région Hauts-de-France. Côté activité, les bennes céréalières qu'utilisait ce transporteur faisaient déjà partie des sept activités différentes [fret frigorifique de produits alimentaires, citernes alimentaires, conteneurs maritimes, transport en semi-tautliner, bennes travaux publics et sur plateaux] que le groupe Roche met déjà en œuvre* ». À l'avenir, le groupe ne s'interdit pas de conduire d'autres opérations de croissance en fonction d'éventuelles nouvelles opportunités.

En attendant, le groupe – détenteur du label CO<sub>2</sub> depuis décembre 2019 – s'apprête à tester un véhicule fonctionnant à l'huile de colza et envisage, à cette fin, de nouer un partenariat avec la société Avril pour la fourniture de carburant végétal Oleo100. L'expérimentation sur un Renault T480 pourrait durer de trois semaines à un mois environ. Cette énergie verte pourrait pallier l'absence actuelle de stations gaz sur le département de la Mayenne.

## STEF A FAIT DE LA RESISTANCE EN 2020



Stef a comptabilisé un chiffre d'affaires en baisse de "seulement" 5 % l'an dernier en France. Une année hors normes. C'est en ces termes que le groupe Stef qualifie l'exercice 2020 pour lequel il vient de publier ses résultats financiers. Pour 2021, il reste confiant quant à l'évolution de son activité. "Nous avons traversé une année hors normes, mais nous avons su résister." C'est ainsi que Stanislas Lemor, le Pdg de Stef, résume les performances 2020 de son groupe. Le chiffre d'affaires du logisticien du froid s'est contracté de 8,6 %, à 3,1 milliards d'euros (Md€), et son résultat

opérationnel a baissé de 28,2 %, à 116,9 millions d'euros (M€), avec un 1er semestre très difficile à cet égard (28 M€ de résultat opérationnel). "Dans contexte dégradé car marqué par **une obligation de devoir toujours s'adapter rapidement**, nous y sommes parvenus grâce à la mobilisation de nos équipes, explique le Pdg de Stef. Nous avons en outre revu nos schémas d'exploitation avec nos clients, mobilisé des moyens importants pour protéger nos salariés et initié un plan d'adaptation qui nous a permis d'économiser un peu plus de 20 M€."

Hors maritime et autres activités, les recettes du prestataire n'ont reculé "que" de 5 %, tant en France (1,9 Md€) qu'à l'international (825 M€). Sur le seul périmètre national, le logisticien a surtout été impacté par **le repli des secteurs de la restauration hors domicile** (- 18 %) et des produits de la mer (- 14 %). Les **BU tempéré sec alimentaire et GMS** ont quant à elles enregistré des progressions de 1 % et 9 % : la première a bénéficié de **l'agrandissement de deux plateformes à Orléans et à Lyon** (+ 27 000 m<sup>2</sup>), et la seconde du report de consommation des circuits de restauration hors domicile vers la GMS. A l'international, le prestataire a connu des replis d'activité de 4 % à 9 % par pays, seule la Suisse, grâce à **un meilleur remplissage des entrepôts** et à un développement commercial dans l'e-commerce, a progressé de + 18 %. Fort de ses performances 2020 et des acquisitions de sites réalisés sur la fin l'exercice auprès du groupe allemand Nagel en Italie, en Belgique et aux Pays-Bas, Stef est relativement confiant quant à l'évolution de son activité en 2021. "Notre groupe sortira **plus fort de cette crise** car nous avons testé notre capacité d'adaptation et avons continué d'investir", conclut Stanislas Lemor.

## LA SPIN-OFF PROJÉTÉE PAR XPO S'APPELLERA GXO LOGISTICS

Depuis janvier dernier, on connaissait déjà son CEO (l'écossais Malcolm Wilson), mais pas encore le nom de la société séparée (spin-off) qui doit reprendre 100% des activités en logistique contractuelle de XPO Logistics. Elle s'appellera GXO Logistics (pour rappeler l'héritage XPO) et sera cotée en Bourse. Sa création, toujours prévue pour le deuxième semestre 2021, est encore sujette à plusieurs conditions, comme l'aval de la SEC américaine (Securities and Exchange Commission), le refinancement de la dette de XPO et l'approbation définitive de son conseil d'administration. « *L'identité de marque de la nouvelle entreprise reflète les qualités qui font de nous un leader du secteur : notre capacité à fournir une logistique plus rapide, plus efficace et plus performante à nos clients, à moindre coût, en utilisant l'automatisation avancée et la science des données* » a déclaré Malcolm Wilson. Avant même d'être créée, GXO a déjà son slogan, en version originale : « Logistics at full potential ». **JLR**

# SUD OUEST

## SOFRILOG : LE LOGISTICIEN DU FROID AIME LES COUPS DE CHAUD



**Boostée par les confinements et son client Picard, Sofrilog investit 4,5 millions d'euros pour porter à 41 000 m<sup>3</sup> sa capacité de stockage à - 27 °C.** « Il y a un an, les magasins ont été pillés », se rappelle Vincent Foussat, directeur de production du site villeneuvois de Sofrilog.

Entre confinement, écoles et restaurants fermés, essor du télétravail, 2020 n'aura pas été une année noire pour tout le monde. « Nous avons 3-4 années de croissance avec le Covid. » Et la tendance se poursuit. Implanté comme la STFV « avec qui nous travaillons main dans la main » dans la ZAC du Villeneuvois, Sofrilog travaille aussi beaucoup avec le géant des produits surgelés Picard. Exclusivement même. À son implantation dans la bastide en 2014, l'entreprise assurait l'approvisionnement de 53 magasins de l'enseigne. Aujourd'hui, 120 sont livrés - par la STFV - depuis le site qui à ce rythme s'est rapidement révélé trop petit. Dans les hangars dont le thermomètre affiche constamment -27 °C, 2 400 références de la marque Picard sont stockées. Bientôt, il y en aura 6 000, sans compter les 2 500 qui resteront affectées aux chambres froides louées de l'autre côté de la route, chez SFTV. « Nous faisons cette extension pour travailler correctement avec les volumes de 2020, liés au confinement, et qui s'annoncent désormais comme la norme », relève Romain Humbert, directeur d'exploitation fraîchement arrivé à Villeneuve.

### Compression des délais

À la veille du dernier réveillon de Noël, les salariés de Sofrilog ont connu un gros coup de chaud. L'espace réservé aux chariots de commandes prêtes à être expédiées est conçu pour en contenir 350. En une journée, plus de 1 300 ont transité par cet espace... Si l'opération, délicate, a été couronnée de succès, inutile de retenter l'expérience. Avant Noël 2021, logiquement, l'extension de 16 000 m<sup>3</sup>, qui portera à 41 000 m<sup>3</sup> les capacités de stockage, sera achevée. À la clef aussi de cet investissement de 4,5 millions d'euros, trois

nouveaux quais de chargement, un parking poids lourds et de nouveaux locaux sociaux plus adaptés à des effectifs eux aussi en croissance continue. Trois CDI ont été signés en janvier. « L'objectif est d'en faire de même cet été et à nouveau en janvier. » Hors période de fête, durant lesquelles 70 personnes s'activent sur le site, les salariés sont à ce jour 33. Et ce n'est peut-être qu'un début. L'entreprise, en effet, veut montrer à son client qu'elle est prête à relever avec lui de nouveaux défis. Et si d'aventure, un partenariat supplémentaire était acté et prenait une ampleur telle qu'un deuxième agrandissement s'avérerait nécessaire, Sofrilog dispose d'une autre réserve foncière de 1 600 m<sup>2</sup>.

## La tentation du TAG

La direction a présenté ce mardi 16 mars l'avancée de ces projets au président de l'agglomération du Grand Villeneuvois, Guillaume Lepers et aux membres du service développement économique avec qui les échanges ont été nombreux et visiblement fructueux. « En octobre, l'idée portée avec le groupe a germé, rappelle Jacques Borderie, vice-président en charge de l'économie. En novembre, ils nous l'ont exposée. En décembre, on délibérait pour la vente d'un bout de terrain restant, qui marquait la fin de gestion de la ZAC. En février, nous avons eu un second rendez-vous et avons mis en place un système de compression des délais pour que tout (permis, autorisations diverses) s'enchaîne au mieux. Le 15 mars, le chantier est lancé. À Noël, il sera achevé. » « Et un million d'euros investi équivaut ici à dix équivalents temps plein dans les travaux publics, assure le chef du service, Christophe Martin. Depuis son arrivée à Villeneuve, Sofrilog a déjà investi plus de 10 millions. » Pourtant, ils l'ont reconnu, la question de se délocaliser sur le TAG de Sainte-Colombe-en-Bruilhois s'est posée. L'option n'a pas été retenue. « Mais nous attendons avec impatience Camélat et la deuxième sortie sur l'A 62. » Guillaume Lepers n'aurait pas dit mieux.



## KESSLER ET OLANO PROPOSENT LE PREMIER RESEAU « SANTE » 100% INTEGRE

**Le groupe basque Olano et le transporteur alsacien Kessler annoncent le lancement, en septembre prochain, du premier réseau en propre de transport, de stockage et de logistique de produits de santé, répondant aux exigences de l'ANSM et de l'ANSV.** Les deux sociétés travaillent déjà ensemble, mais à partir de septembre, elles auront organisé **un réseau de 14 sites et proposeront un réseau santé capable de gérer en propre l'intégralité des flux, du petit colis à la palette, de la prise en charge à la distribution finale.** « *Nous serons le seul réseau en France capable d'assurer, la maîtrise de l'intégralité de la supply chain, 100% sous température dirigée (froid actif bi-température [+2/8°C] et [+15/25°C]), avec un niveau de sécurisation assurant 100% de traçabilité et des moyens 100% dédiés, de manière à couvrir 100% du territoire national en J+1 à J+3 pour la Corse. Le tout avec une qualité garantie 100% GDP Compliance et certifiée SGS.* », se félicite **Philippe Kessler**, président de Kessler. Les deux sociétés opéreront sous la marque **Alsalogpharma**, propriété de Kessler. Dans un premier temps, elles prévoient de mettre à disposition une centaine de collaborateurs et 70 véhicules. Alsalogpharma.com proposera toute une gamme de services, allant du transport aval/amont, à la logistique, jusqu'à l'accompagnement d'hospitalisation à domicile avec du personnel formé sur tout le territoire. Avec cette association, **le groupe Olano** a trouvé un bon moyen de diversifier ses activités historiques : transport et logistique de produits de la mer, surgelés, frais et carnés. Spécialisée depuis sa création en 1980 dans la prestation de transport et la logistique sous température dirigée, la société Kessler s'est recentrée, de son côté, sur la livraison de produits de santé dès 2006 et réalise 80% de ses 12 millions de CA avec cette branche. « *Nous avons conclu avec la famille Olano un partenariat gagnant/gagnant. Nous leur offrons notre compétence et ils mettent à disposition leurs moyens, pour qu'ensemble nous puissions aller plus vite* », résume Philippe Kessler.

# DEUXIÈME PARTIE :

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



### LE MARCHE HALAL BAT SES PROPRES RECORDS

**Charcuterie, traiteur, épicerie, surgelés, liquides... Tous les segments ont profité du contexte sanitaire. Les produits halal ont réussi durablement à s'installer en supermarchés et dans les drives.**



Les fournisseurs en produits halal pour la GMS ont largement profité de la fermeture des restaurants et des cantines.

**Chiffres :**

- + 14,9 % : l'évolution du CA du marché halal en GMS, à 377 M €
- + 13,6 % : l'évolution en volume

Une insolente santé face au virus. À l'instar du secteur des PGC, les marques halal ont connu une année 2020 historique. Elles ont même surperformé par rapport aux marques conventionnelles

avec une croissance globale en valeur de 14,9 % versus 7,4 % (Source : Iri, CAM au 31 janvier 2021, tous circuits GMS). Désormais, le marché halal global frôle les 380 millions d'euros. Presque tous les segments affichent une vigueur supérieure à celle des produits non halal. On peut même parler de boom concernant les liquides (+ 92,7 %, à 0,08 million d'euros), les surgelés sucrés (+ 31,5 %, à 2,2 millions d'euros), l'épicerie sucrée (+ 18,6 %, à 11,4 millions d'euros), le traiteur libre-service (+ 18,5 %, à 27 millions d'euros) et les surgelés salés (+ 17,2 %, à 81 millions d'euros). Ces envolées sont dues à des hausses en volumes et non à l'inflation. À l'exception des fruits et légumes, dont le prix moyen à l'unité affiche + 17,2 %, les tarifs sont restés relativement modérés.

Dès mars 2020, début du premier confinement, les fournisseurs en produits halal pour la GMS ont profité de la fermeture des restaurants et des cantines. « L'année dernière, Oriental Viandes a connu une croissance de 30 % en volume par rapport à 2019 sur la charcuterie, le surgelé et le snacking... C'était impressionnant, confirme Bahri Ouzariah, directeur général d'Oriental Viandes. La GMS a été l'écoute, y compris lors des décalages de livraison ou des substitutions de certains produits par d'autres, équivalents, pour répondre à la forte demande. Tout le monde était très engagé. »

#### Avalanche de produits turcs

Puis, une fois le premier confinement levé, les acteurs du marché halal ont constaté avec soulagement que leur clientèle restait en France plutôt que de partir en vacances d'été dans leur pays d'origine, au Maghreb, en Afrique de l'Ouest ou en Turquie. Ces familles qui n'osent franchir les frontières hexagonales restent ainsi un vecteur de croissance.

Autre bonne surprise : en dépit de la morosité ambiante due au Covid-19, les nouvelles offres produit ont trouvé preneurs. Le marché halal a continué à proposer des produits inspirés du conventionnel : recettes italiennes ou asiatiques, snacking pour l'apéritif, aides culinaires adaptées aux jeunes qui passent peu de temps en cuisine... À la tête de son agence Solis Conseil, Abbas Bendali observe également une forte

évolution de produits turcs (fromages, noisettes, loukoum, figues séchées...), avec notamment les marques de charcuterie Aladin et Suntat.

Très représentative de la polarisation du marché en multiples tendances, la société Isla Délice a proposé par exemple en 2020 des nems, des samoussas et des bouchées vapeur via sa gamme surgelée Délices du monde. L'idée était d'apporter une touche exotique aux apéritifs ou aux dîners pris sur le pouce. Et à l'autre bout du spectre, la marque a rénové ses recettes de lasagnes bolognaises et hachis parmentier surgelés en barquette de 1 kilo pour les familles. Colorants et conservateurs ont été supprimés et la viande est garantie origine France. *« Nous sommes clairement engagés dans une démarche d'amélioration de la qualité de nos produits, précise Cécile Van der Zyppe, directrice marketing d'Isla Délice. Cette montée en qualité gustative, nutritionnelle et en termes de composition va peu à peu concerner toutes nos gammes. Nous commencerons à afficher le Nutri-score à partir de début 2022. »*

### **Force des acteurs historiques**

Les parts de marché confortent les acteurs historiques. Dans un secteur de la viande surgelée particulièrement disputé, Isla Délice détient 52,4 % de part de marché en valeur, Oriental Viandes 14,6 %, Isla Mondial 4,9 %, Arabi 3,6 % et les marques de distributeurs 15,9 % (Source : Iri, origine fabricants, CAM au 24 janvier 2021 HM + SM + drive).

En épicerie, Bellevue Ingrédients et Solutions (Panzani-Ebro Foods) met le paquet sur deux marques emblématiques : Le Renard et Zakia. Pour la première marque, leader du marché de la semoule, l'offre est montée en gamme et mentionne désormais le Nutri-score. C'est le cas pour La Royale et La Complète. Concernant Zakia (couscous, semoules, pâtes...), la refonte graphique et des lancements sont programmés pour cette année, afin de donner une nouvelle dynamique à cette marque connue pour son rapport qualité/prix attractif.

La troisième évolution du marché est encore plus fondamentale que les innovations. Après des années de tentatives plutôt infructueuses, les marques halal, surtout présentes en circuit traditionnel et en hypermarchés, ont gagné en visibilité dans les supermarchés et, surtout, en drive. Covid oblige, les enseignes ont adapté les circuits de vente. Pour rester sur l'exemple du marché de la viande surgelée, les ventes en drive (e-commerce GSA) ont bondi de 73,8 % et celles en supermarché de 26,9 %, alors que celles en hypermarché restaient en croissance, à + 16,4 % (source : Iri, origine fabricants, CAM au 24 janvier 2021).

### **Optimisme pour cette année**

Après cette année 2020 particulièrement faste, les fabricants restent optimistes pour le Ramadan, prévu du mardi 13 avril au mercredi 12 mai, et pour les mois suivants. *« En 2021, la croissance restera dynamique car nous avons convaincu de nouveaux clients qui avaient l'habitude de la restauration ou de la boucherie traditionnelle, assure Bahri Ouzariah (Oriental Viandes). Et certaines familles qui n'achetaient qu'une partie de notre assortiment ont testé avec succès d'autres produits de nos gammes charcuterie et surgelé halal en hyper, super et drive. »*

Pour autant, la hausse du prix de certaines matières premières apporte une ombre au tableau. C'est notamment le cas de la viande de bœuf et celle de la volaille en raison de la grippe aviaire (+ 5% à 10 % de hausse du prix au kilo). Dans le même temps, la clientèle très familiale qui achète halal surveille son budget alimentaire de près. Les incertitudes liées à la pandémie et à ses conséquences économiques incitent à la prudence. De plus, un jour ou l'autre, la reprise de la restauration devrait provoquer un retour à la normale dans les rayons des GMS. C'est bien connu, les arbres ne montent pas jusqu'au ciel !





## RETOUR EN GRACE POUR LES SURGELES SALES

En difficulté depuis plusieurs années, les surgelés, sucrés et surtout salés, ont vécu une renaissance en 2020. À charge pour les industriels de séduire durablement les consommateurs.

Chiffres :

- + 12,6 % : l'évolution du CA du surgelé (sucré et salé) à 5,55 Mrds € (+ 11,1 % en volume)

Depuis la crise de la viande de cheval en 2013, le segment des surgelés salés était à la peine. En 2020, il a enfin vu le bout du tunnel. « *Il y a un an, on avait déjà des signes positifs. La crise sanitaire a accéléré cette tendance. Le surgelé est une technologie d'avenir qui répond aux attentes des consommateurs : nutrition, absence de conservateurs, antigaspi, accessibilité toute l'année, etc. Les Français ont redécouvert leurs propriétés* », confie Virginie Habermacher, directrice marketing de Findus. S'ajoutent à cela les transferts d'achat de la RHF vers la GMS. Ces facteurs combinés, le marché affiche des performances records à + 13,7 % en valeur et + 11,7 % en volume.

Les industriels ont décidé de capitaliser sur ces atouts afin de réconcilier durablement les consommateurs avec les surgelés. Tous opèrent le « *nettoyage* » des recettes, la mise en place du Nutri-score, la traçabilité, la recyclabilité des emballages... Findus va mettre en place un QR Code en avril sur ses produits pour donner des informations aux consommateurs. Marie travaille sur des engagements pour la période 2022-2025. Buitoni (Nestlé) s'attèle à l'amont avec un blé sourcé responsable, (moins de pesticides, optimisation de l'eau, meilleure rémunération des agriculteurs...). « *Nous voulons un blé 100 % responsable d'ici à 2025* », indique Guillaume Gachet, directeur marketing de Buitoni.

### Des rayons à réorganiser

Les industriels continuent à innover sur la qualité. Findus commercialise des poissons aux sauces bio depuis janvier et, en avril, lancera des épinards à la crème bio. Buitoni propose des pizzas haut de gamme. Marie s'attaque aux « *bons vivants* » avec des sachets de gratin à dorer et des plats individuels pour les jeunes, accessibles et qualitatifs. « *Sur les plats individuels, la GMS ne fait pas son travail. Picard génère 121 millions d'euros sur cette catégorie quand la grande distribution est à 22 millions* », se désole Alexandre Pillaud, directeur marketing de Marie. Enfin, Charal a lancé en septembre 2020 de la viande Label Rouge et de pâturage.

Certains acteurs réfléchissent à l'organisation du rayon. Mais la tâche est rude, car il n'y a pas de leader global (la plupart des intervenants opérant dans une ou quelques catégories). Charal a présenté une démarche en 2020. « *Au sein du rayon, nous avons identifié deux types de produits : le brut et l'élaboré. Il est important de travailler le linéaire sur deux points pour favoriser le trafic et développer les paniers d'achat : une séquentialité des catégories et des tailles de linéaires adéquates par segment, pour éviter les ruptures* », indique Émilie Rautureau, responsable surgelés chez Charal. Chez Marie, des réflexions ont également eu lieu. « *Nous avons eu un projet avec un distributeur il y a quelques années, mais ça n'a pas abouti. Les enseignes attendent des plans, donc c'est à nous de sortir de nos périmètres* », explique Alexandre Pillaud.

## POMONA EN PASSE DE CROQUER DGF

Le groupe Pomona a annoncé hier être entré en négociation exclusive avec le fonds d'investissements 21 Invest France en vue d'acquérir DGF, distributeur spécialisé dans la fourniture de matières premières sur le marché de la boulangerie-pâtisserie. DGF réalise un chiffre d'affaires de 200 millions d'euros en France et à l'export. A travers sa filiale Délice & Création le groupe Pomona réalise pour sa part 130 millions d'euros de chiffre d'affaires auprès des artisans boulangers-pâtisseries. « Avec plus de 330 millions d'euros de chiffre d'affaires consolidé, ce projet donnerait naissance, à terme, à un acteur important capable de rivaliser avec les leaders du marché », écrit Pomona dans un communiqué. L'opération est soumise à l'autorisation préalable de l'Autorité de la concurrence.

---

## GROS BOVINS : DES PRIX FERMES DANS L'ENSEMBLE

Les prix des jeunes bovins continuent de redresser cette semaine, dopés par une offre mesurée et une bonne demande allemande. Si les commandes italiennes étaient correctes en début de mois, la nouvelle fermeture des restaurants pourrait limiter un peu les échanges. Vers la Grèce en revanche, le commerce reste décevant, le pays se préparant à aborder une nouvelle saison touristique compliquée. En femelles, les prix des vaches laitières continuent leur hausse saisonnière à cette période où l'offre est comme d'habitude inférieure aux besoins du moment. En vache viande en revanche, les prix demeurent fermes mais les abattoirs se montrent plus prudents, ils font état de stocks importants. Les concours de Pâques qui vont commencer vont néanmoins animer le marché des animaux de haute qualité, dans un contexte de visibilité toujours réduite alors que la crise sanitaire s'enlise.

---

## FRUITS ET LEGUMES : DES MARCHES PLUS CALMES

**Légumes** : En concombre, l'activité commerciale est moins soutenue, avec une demande qui reste mesurée dans ses achats. De même, en tomate, si les opérations programmées portent le commerce national, les ventes et l'écoulement en grappe sont plus lents, du fait notamment de la prudence des marchés de gros. En asperge, le manque de marchandise perdure et l'absence de volumes, en vue des fêtes pascales se confirme. En chou-fleur, la fermeté des tarifs est dissuasive pour les acheteurs nationaux. Les engagements à l'export, notamment à destination de l'Allemagne, et le plus faible niveau d'apports bretons maintiennent néanmoins la tension sur les prix.

**Fruits** : Le marché de la fraise est plus calme. Les engagements continuent sur des volumes plus importants, mais la consommation est encore timide. L'éventail des variétés proposées s'étoffe avec le développement des rondes. En pomme, l'offre et la gamme variétale s'amoinissent. Les cours sont fermes.

## PRES D'UN QUART DES ELEVEURS LAITIERS ENVISAGENT D'ARRETER LA PRODUCTION DANS LES CINQ ANS

800 éleveurs laitiers représentatif de la France laitière ont été interrogés à la fin de l'été 2020 sur l'évolution de leur activité laitière dans les cinq ans à venir.

La moitié des 800 éleveurs de l'enquête (Baromètre social 2020-Cniel) pensent maintenir leur production laitière dans les cinq ans, et 11 % l'augmenter. **23 % des éleveurs répondent qu'ils envisagent d'arrêter la production et 9 % de la réduire.** Les régions les plus impactées sont la Bretagne et le Grand Ouest (37 % en cumulant arrêts et réduction au lieu de 32 % au niveau national). Les éleveurs en conventionnel (35 %) sont un peu plus nombreux à vouloir lever le pied, ainsi que les élevages de 20 à 40 vaches (42 %) et ceux où moins de la moitié du revenu vient du lait (39 %).

**Les départs à la retraite expliquent un peu moins de la moitié des arrêts ou des baisses de production.** Dans 20 % des cas, des raisons financières (prix du lait trop faible, manque de visibilité, manque de rentabilité) sont mises en avant. Mais la charge de travail (11 %), le manque de reconnaissance (7 %) et la perte de confiance dans la filière (5 %) sont également des raisons citées spontanément. Invités à cocher une réponse parmi les trois proposées, 35 % des éleveurs déclarent envisager de réduire ou d'arrêter « **avant tout pour des raisons financières** » (41 % en 2019), 43 % des éleveurs « avant tout pour des raisons de qualité de vie » (39 % en 2019), et 22 % des éleveurs « pour une autre raison » (20 % en 2019) : **les raisons personnelles prennent de plus en plus de poids.**

## UNE ANNEE 2021 REMPLIE DE DEFIS POUR LA VOLAILLE FRANÇAISE

L'année 2021 se révèle être remplie de défis pour la volaille française avec la flambée des prix de l'aliment, la propagation de la grippe aviaire et le repli des envois vers les pays tiers.

« *Malgré nos craintes liées à la chute des débouchés en restauration hors domicile, la consommation globale de volaille de chair n'a que légèrement reculé de 0,7 % en 2020* », a déclaré Anne Richard, directrice d'Anvol, lors de la conférence de presse organisée par l'interprofession volailles le 9 mars. Même si le poulet tire son épingle du jeu, grâce au record des achats pour une consommation à domicile lors de la pandémie, les plus petites filières se sont, elles, enlisées dans la crise à l'image du canard, de la pintade, du pigeon et de la caille.

En ce début d'année, les éleveurs sont pris dans un étau entre la flambée mondiale des cours des matières premières et une difficile répercussion de cette hausse à l'aval. Le coût de l'aliment représente 60 à 65 % du coût de production. Avec la hausse de 24 % du cours des grandes cultures en un an, le coût de production du vif a bondi de 14 % et, en conséquence, de 9 % pour la viande de volaille. « *Nous n'avons obtenu que 6 % de hausse auprès des GMS, il nous reste encore 3 % de plus à obtenir* », a déclaré Gilles Huttepain, vice-président d'Anvol.

Les coûts supplémentaires s'élèvent à environ 350 à 400 millions d'euros pour tous les éleveurs de volailles. La répercussion de la hausse est d'autant plus nécessaire pour cette filière fortement contractualisée à près de 99 %.

**Fort repli de la production sous label Rouge :** Ce virus frappe de plein fouet la filière palmipède ainsi que celle de la volaille de chair. La volaille sous label Rouge, concentrée dans le sud-ouest du pays, région fortement touchée par l'influenza aviaire, subit un sensible repli de sa production. « *La chute de 50 % des mises en place de volailles pendant les trois premiers mois de l'année a entraîné des pertes pour l'ensemble des maillons. Dans quelques mois, les abattoirs n'auront plus de volailles en provenance du Sud-Ouest* », a indiqué Bernard Tauzia du Syndicat national des labels avicoles de France.

**La France n'a toujours pas retrouvé son marché chinois :** Par ailleurs, la France ayant perdu son statut indemne du virus, les exportations, aussi bien de viande comme de génétique avicole vers les pays tiers, sont en fort repli. « *Quand un pays crée un embargo, on peut attendre longtemps avant d'obtenir la réouverture du marché ; d'ailleurs, depuis la première crise de 2015, la France n'a toujours pas retrouvé son marché chinois* », a indiqué Louis Perrault, président du Syndicat national des accoueurs. Toutefois, grâce au système de régionalisation, cette fois-ci, moins de pays ont fermé leur marché à l'ensemble de l'Hexagone. Si les importations de 2020 ont subi une légère baisse en lien avec la fermeture de la restauration hors domicile (RHD), la filière n'est pas à l'abri d'un possible accord entre l'UE et les pays du Mercosur. Raison pour laquelle l'interprofession continue de se battre pour rendre obligatoire l'étiquetage de l'origine des produits en RHD. Pour l'heure, elle est en attente du décret et espère pouvoir accompagner la réouverture des restaurants avec de la volaille française !

---

## UNE CROISSANCE HISTORIQUE POUR LES SURGELES

L'engouement pour les surgelés manifesté depuis mars 2020 ne semble pas se démentir en grande distribution et magasins spécialisés. Pour autant, cela ne compense pas toujours les pertes de la restauration. « *Nous avons gagné des clients en 2020 et nous sommes en train de les fidéliser* », se réjouit Luc Darbonne, président du syndicat des Entreprises des glaces et surgelés (Les EGS). Sur les dix premiers mois de l'année 2020, les surgelés ont gagné 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires supplémentaires par rapport à la même période précédente, selon Iri. Ce gain se répartit à parts égales entre la grande distribution et les magasins spécialisés. Pour autant, la croissance a été particulièrement forte du côté des magasins spécialisés, avec un chiffre d'affaires de 2,2 milliards d'euros à fin octobre 2020, enregistrant une croissance de 27 %. Le premier à bénéficier de ce regain de confiance, le leader du secteur, Picard, a recruté 500 000 nouveaux clients sur l'année dernière. Le concurrent Thiriet s'en sort également avec un chiffre d'affaires en progression de près de 30 %.

### **+38,1 % pendant le confinement**

La grande distribution n'est pas en reste puisque les ventes du rayon surgelé ont connu une hausse de 12 % pour atteindre 4,5 milliards d'euros, sur les dix premiers mois 2020. « *Il y a eu une croissance très importante au moment du premier confinement en 2020. Et l'engouement pour les surgelés a perduré le reste de l'année. Cela continue même en 2021, précise Luc Darbonne, nous avons fidélisé au moins 30 % de ces nouveaux clients.* » Entre les deux confinements (du 11 mai au 25 octobre), la croissance des ventes du rayon a perduré avec +26,3 %, contre 51,9 % pendant les trois semaines d'achats panique avant le confinement, et +38,1 % pendant les huit semaines de confinement, selon Iri.

### **Nous avons fidélisé au moins 30 % des nouveaux clients**

Ce sont les magasins physiques qui ont le plus bénéficié de ces ventes, avec le drive, car en e-commerce, les surgelés ne sont pas encore assez mis en avant. « *Il n'est pas évident de proposer une offre de surgelés en e-commerce, il faut être équipé au niveau logistique* », ajoute le président des EGS. Toutes les catégories n'ont pas bénéficié de l'engouement des consommateurs, mais la majeure partie a connu de belles croissances. Citons notamment les produits à base de pomme de terre (+13 %, selon Kantar en 2020), les pains et viennoiseries (+20 %) ou encore les produits carnés (+16 %). Les produits sucrés (-1 %) et les produits apéritif (=) sont les grands perdants de cette dynamique.

## TROISIEME PARTIE :

### L'ACTUALITE TECHNIQUE, JURIDIQUE & REGLEMENTAIRE



## LE TRIBUNAL SUPREME REJETTE LES PEAGES DANS LE PAYS BASQUE ESPAGNOL

C'est une belle victoire remportée par les organisations professionnelles du TRM espagnol après une longue bataille juridique. Le 3 mars dernier, le Tribunal suprême, l'instance judiciaire espagnole de dernier recours, a annulé les péages sur les poids lourds mis en place en janvier 2018 par le conseil départemental de la province du Guipuzcoa (Pays basque espagnol) sur les axes routiers N1 et A15. L'imposition de ces péages avait déclenché une mobilisation des transporteurs espagnols, qui y avaient vu une mesure destinée principalement à accroître les recettes de cette collectivité territoriale. « *Ce jugement donne raison au secteur du transport de manière définitive* », estime la Confédération espagnole du transport de marchandises (CETM), la principale organisation du TRM espagnol. Les entreprises vont pouvoir réclamer et récupérer les sommes versées au titre de ces péages, à condition de pouvoir présenter les justificatifs nécessaires. La Fédération nationale des associations de transport d'Espagne (Fenadismer), qui rassemble principalement des PME et des travailleurs indépendants, estime que plus de 15 M€ pourraient ainsi être remboursés. Surtout, la décision fera jurisprudence alors que d'autres collectivités territoriales sont tentées d'imiter la démarche entreprise par le Guipuzcoa et que le gouvernement espagnol a évoqué, au cours des derniers mois, une extension du système des péages.

## CERTAINS TITRES DU TRANSPORT ROUTIER SONT PROLONGES

En raison de la crise sanitaire, la France vient de décider d'appliquer le règlement européen qui allonge la validité des titres et certificats du transport routier, exception faite du contrôle technique des véhicules. Les exigences de capacité financière et d'établissement des transporteurs routiers sont également assouplies.

Afin de donner un peu de souffle aux entreprises de transport pendant la crise sanitaire, l'Europe a autorisé, par un règlement du 16 février 2021, ses États membres à prolonger la validité des licences communautaires et des attestations de conducteur « pays tiers » dont la date d'expiration est comprise entre le 1<sup>er</sup> septembre 2020 et le 30 juin 2021 (règl. UE n° 2021/267, 16 févr. 2021, JOUE 22 févr., n° L 60), tout en proposant d'autres mesures. La décision française concernant l'application de ce règlement a été communiquée à la Commission européenne pour publication au *Journal officiel de l'Union européenne* (2021/ C 76 I/16, JOUE 5 mars 2021, n° C 076I). La France a ainsi décidé de valider pratiquement toutes les propositions faites par Bruxelles, en écartant cependant la prolongation de validité du contrôle technique des véhicules. Ce qui revient aux décisions suivantes : La France décide de prolonger pour une période de six mois la validité des licences communautaires (ainsi que de leurs copies certifiées conformes) et des attestations de conducteur « pays tiers » dont la date d'expiration est comprise entre le 1<sup>er</sup> septembre 2020 et le 30 juin 2021.

La France prolonge la validité des permis de conduire du « groupe lourd » – catégories C1, C1E, C, CE, D1, D1E, D et DE – dont la date d'expiration est comprise entre le 1<sup>er</sup> septembre 2020 et le 30 juin 2021, pour

une période de six mois ou jusqu'au 1<sup>er</sup> juillet 2021 (la date la plus tardive étant retenue) s'agissant des permis qui ont déjà bénéficié d'une première prolongation au titre du règlement n° 2020/698 du 25 mai 2020 et pour une période de dix mois, s'agissant des autres permis.

Ajoutons que le règlement européen n° 021/267 du 16 février 2021 assouplit les exigences de capacité financière et d'établissement des transporteurs routiers (les pays membres n'ont pas la possibilité de s'y opposer, contrairement aux autres points). Ce nouveau règlement permet de déroger au règlement n° 1071/2009 du 21 octobre 2009, établissant des règles communes sur les conditions à respecter pour exercer la profession de transporteur par route. Il porte à douze mois (contre six mois) le délai maximal de régularisation des entreprises qui :

- pour la période comprise entre le 1<sup>er</sup> septembre 2020 et le 30 juin 2021, ne satisfont plus aux exigences concernant les véhicules et le centre d'exploitation dont elles doivent disposer
- sur la base des comptes annuels et attestations pour les exercices comptables couvrant tout ou partie de la période comprise entre le 1<sup>er</sup> septembre 2020 et le 30 juin 2021, ne remplissent pas l'exigence de capacité financière.
- Lorsqu'un délai de régularisation a été accordé entre le 28 mai 2020 et le 23 février 2021, l'autorité compétente (en France, le préfet de Région) peut, sous réserve que ce délai n'ait pas expiré au 23 février 2021, le prolonger dans la limite de douze mois.

L'extension des délais concerne aussi les contrôles tachygraphes et les délais pour instruire les demandes de carte conducteurs des tachygraphes peuvent être allongés (remplacement ou délivrance qui doit intervenir entre le 1<sup>er</sup> septembre 2020 et 30 juin 2021 : deux mois) Enfin, en matière de contrôle technique des véhicules, la France a décidé de ne pas appliquer les dispositions du règlement européen qui permettaient de proroger la date limite pour les visites : aucun délai supplémentaire sur ce point.



## LA LOGISTIQUE, CLE D'UN E-COMMERCE PLUS DURABLE



Un rapport commandé par le gouvernement dresse un bilan contrasté du e-commerce aux plans économique, social et environnemental. Ses recommandations en matière de logistique ont été suivies d'effet : France Stratégie et France Logistique sont chargées de mener une mission de concertation auprès des filières concernées pour formaliser des engagements durables.

Alors que le débat parlementaire autour du projet de loi Climat et résilience bat son plein, une étude de 300 pages analyse les conditions d'un développement plus durable du commerce en ligne (BtoC) et de ses entrepôts logistiques. Le rapport « Pour un développement durable du commerce en ligne », remis le 12 mars, avait été commandé par le gouvernement à France Stratégie, au conseil général de l'environnement et du développement durable (CGEDD) et à l'inspection générale des finances. Pris entre le contexte de crise qui frappe le commerce en magasin et les objectifs environnementaux de la relance économique, ce bilan approfondi compile de nombreuses études relatives au e-commerce et à la logistique. Il s'accompagne de 15

propositions (ci-dessous) pour faire évoluer « *les normes françaises ou européennes* », engager les e-commerçants et logisticiens à un développement plus durable et « *arrêter les conditions d'acceptation sociales, environnementales et économiques* » des entrepôts du e-commerce.

### **Réduire l'impact des livraisons**

Au plan environnemental, le rapport souligne le poids de la logistique sur le sol français. La principale différence du bilan GES complet entre la vente en magasin et la vente en ligne « *repose sur les étapes finales d'entreposage et de distribution au consommateur* » conclut-il. La livraison du dernier kilomètre doit à ce titre privilégier les flottes décarbonées et optimiser les flux. S'agissant de l'artificialisation des sols, « *l'augmentation du nombre d'entrepôts liée au commerce en ligne contribuerait à hauteur de moins de 1 % de la consommation annuelle d'espaces naturels, agricoles et forestiers mais peut avoir un impact local significatif, notamment lorsque des entrepôts de très grande taille sont construits* ».

Le rapport préconise également de mieux prendre en compte la logistique dans l'aménagement territorial. La construction des entrepôts devrait « *s'inscrire dans une planification régionale intégrée aux schémas régionaux d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires (SRADDET), puis aux schémas de cohérence territoriale (SCOT) et plans locaux d'urbanisme (PLUi et PLU). Elle serait concertée localement afin d'optimiser les flux, d'encourager la multimodalité, la densification et le recours aux friches pour réduire l'artificialisation, qui a contribué à cristalliser l'opposition à la création d'entrepôts.* »

### **France Logistique missionnée**

Pour passer des recommandations en matière de logistique à leur formalisation sur le terrain, le gouvernement a missionné Anne-Marie Idrac, présidente de France Logistique, et France Stratégie afin de réunir autour de la table les multiples parties prenantes : acteurs de la logistique et du e-commerce (pure players comme acteurs multi-canaux), associations environnementales, associations de consommateurs, associations de collectivités territoriales et représentants des partenaires sociaux. Ils devront ensemble « *faire émerger les conditions du développement de filières e-commerce et logistiques plus responsables* » et « *formaliser des engagements en la matière* ». Les autres préconisations portent sur une meilleure équité concurrentielle avec le commerce traditionnel, l'accompagnement de la mutation du commerce de détail et la création d'un label pour mieux informer le citoyen-consommateur.

**Tableau 6 : Matrice des impacts relatifs des différents modèles du commerce en ligne**

	<i>Pure players établi hors UE</i>	<i>Pure players avec siège social en UE et entrepôts en France</i>	<i>Pure players siège social en France</i>	<i>Omnicanal siège social en France</i>	<i>Entreprise productrice en France</i>
Environnement	--	-	-	-	+
Recettes fiscales	--	-	++	++	++
Emploi	--	+	+	++	+++

*Source: Mission. Ce tableau propose une lecture fondée sur la seule appréciation de la mission. Les modèles économiques sont classés par performance relative.*

## SYNTHÈSE DES PROPOSITIONS

- **Proposition n° 1** : Mener à leur terme les actions entreprises en matière d'ajustement carbone aux frontières de l'Union européenne et de réforme de la fiscalité des multinationales, en particulier des grands acteurs du numérique.
- **Proposition n° 2** : Faire de la présidence française de l'UE une opportunité pour promouvoir nos priorités en matière de responsabilité des plateformes de commerce en ligne dans le recouvrement de la TVA d'une part, et de droit de la concurrence et de protection du consommateur d'autre part.
- **Proposition n° 3** : Réformer rapidement la fiscalité du commerce pour améliorer l'équité entre les différentes formes de commerce.
- **Proposition n° 4** : Renforcer la fréquence des contrôles portant sur les principaux acteurs du commerce en ligne pour vérifier leur respect des règles fiscales, sociales et environnementales, notamment en ce qui concerne le recours aux livreurs indépendants.
- **Proposition n° 5** : Permettre à l'Autorité de la concurrence d'émettre des injonctions structurelles préventives ciblées.
- **Proposition n° 6** : Intégrer la logistique dans les schémas régionaux d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires (SRADDET) déclinés dans les plans locaux d'urbanisme (PLU) et les schémas de cohérence territoriale (SCoT).
- **Proposition n° 7** : Dans l'attente de la révision des SRADDET, programmer une installation concertée des entrepôts en étendant provisoirement à l'échelle nationale la procédure d'agrément, appliquée en Île-de-France.
- **Proposition n° 8** : Encadrer les livraisons du commerce en ligne réalisées par des véhicules à moteur thermique et encourager celles réalisées en plus de J+1 hors alimentaire et médical.
- **Proposition n° 9** : Promouvoir l'engagement des commerçants en ligne pour une baisse des volumes d'emballages, la suppression du plastique et l'utilisation de matériaux recyclés.
- **Proposition n° 10** : Permettre une valorisation du commerce en ligne pour les commerçants indépendants comme pour les entreprises productives, grâce à des actions de formation, d'animation et de soutien à la constitution de plateformes locales offrant une logistique mutualisée.
- **Proposition n° 11** : Favoriser l'émergence d'un acteur européen du commerce en ligne en recherchant une interopérabilité des plateformes nationales.
- **Proposition n° 12** : Créer un label ambitieux permettant de distinguer le commerce en ligne que la France entend promouvoir.
- **Proposition n° 13** : Promouvoir l'allégation Mon siège social est en France et la publication, par les entreprises volontaires, de leur contribution au budget de la Nation.
- **Proposition n° 14** : Construire une politique de données publiques en matière de commerce en ligne.
- **Proposition n° 15** : Engager dans les meilleurs délais une concertation avec l'ensemble des parties prenantes sur l'avenir du commerce.



## TRM : VERS UNE ECOTAXE REGIONALE ?



Les députés ont donné leur aval en procédure accélérée à la mise en place éventuelle d'une « contribution » poids lourds dans les régions candidates. Le spectre de « l'écotaxe » poids lourds, avortée en 2014 après un mouvement de grève générale de la profession, ressurgit.

Sauf que le sujet est aujourd'hui plus complexe. L'article 32 du projet de loi climat et résilience prévoit une habilitation à légiférer par ordonnance, pour les régions volontaires disposant d'un domaine public routier, afin « de mettre en place une contribution spécifique assise sur le transport routier de marchandises ».

« C'est une demande de la part de certaines régions, dans une logique de différenciation », a rappelé le ministre délégué aux Transports Jean-Baptiste Djebbari, lors de l'examen en commission du projet de loi climat.

Dans le cadre de la loi sur le climat, l'objectif est de favoriser le transport des marchandises via ferroviaire ou fluvial. « L'échelle régionale est tout à fait adaptée et la contribution toucherait l'ensemble des camions, à la fois les camions français mais surtout les camions étrangers », tient à préciser le co-rapporteur Jean-Marc Zulesi (LREM).

### **Avis divergents**

Les avis des parlementaires divergent. « Ce retour de l'écotaxe pose un certain nombre de questions, celle de son assiette et des disparités que cela introduirait d'une région à l'autre », conteste le député du Cantal LR Vincent Descœur. Dominique Potier, député PS de Meurthe-et-Moselle, s'inquiète, lui, « du report des poids lourds d'un territoire à l'autre », réclamant un schéma national et européen.

Les régions n'ont évidemment pas toutes la même position : si l'Ile-de-France s'annonce favorable, comme la Bourgogne-Franche-Comté ou la Nouvelle Aquitaine, la Bretagne dira non.

### **Temps du débat**

« Il y a encore le temps du débat » veut croire la Fédération nationale des transports routiers par la voix de sa déléguée générale, Florence Berthelot, invitée de France Info. Pour elle, il n'y a « strictement aucun impact écologique à instaurer une taxe régionale ». La FNTR fait valoir que « les constructeurs sont dans l'incapacité de produire en masse des véhicules alternatifs au diesel ».

La contribution souhaite verdir le transport. « Concernant le ferroviaire, nous sommes tous prêts à l'utiliser mais il n'est rentable qu'au-delà de 500 km quand la moyenne du transport routier est de 130 kilomètres », avance Florence Berthelot. « Nous n'aurons pas d'autre solution que de répercuter ces hausses sur nos consommateurs et clients quand nos marges sont en moyenne de 1,5% alors que toutes ces taxes dépassent largement les 3, 4, 5% d'augmentation ».

Les députés débattront en séance plénière des 69 articles de la loi climat et résilience à partir du 29 mars.



## PROJET DE LOI CLIMAT : LES DEPUTES ADOPTENT LE PRINCIPE D'INTERDICTION DE NOUVELLES SURFACES COMMERCIALES

C'est l'un des articles phare du projet de loi Climat et Résilience. Les députés ont adopté le 17 mars le principe général d'interdiction de création ou extension de surfaces commerciales dès lors que cela engendre une artificialisation des sols. Mais ont apporté aussi des aménagements.

La plupart des professionnels du commerce n'étaient pas favorables à cet article, l'article 52, du projet de loi Climat et Résilience. Pour diviser par deux le rythme d'artificialisation des sols d'ici 2030 (article 48), celui-ci propose d'interdire la création ou extension de nouvelles grandes surfaces commerciales de plus de 10 000 m<sup>2</sup>. Réunis en commission spéciale depuis le 8 mars, 70 députés l'ont adopté. Reste à savoir ce que les assemblées en feront lors du débat prévu à partir du 29 mars. En l'état, à ce stade, l'article 52 a certes été adopté, mais moyennant quelques dérogations au principe général d'interdiction.

### Un peu "radicale"

**Alexandra Bouthelier**, déléguée générale de la Fédération du commerce associé (FCA), qui représente 30% du commerce de détail en France, a expliqué à LSA pourquoi cette idée lui semble "un peu radicale". *"Cela revient à bloquer toute possibilité de modernisation ou de développement pour les magasins existants. Il faut prendre en amont le sujet des friches au moment où l'on crée un bâtiment et mettre en place les règles du jeu. Ce n'est pas parce qu'un acteur fait mal les choses que tout le monde doit payer. La loi Elan de 2018 fait un état des lieux des friches existantes et montre combien c'est compliqué et coûteux. Monter un dossier en CDAC aujourd'hui, c'est le parcours du combattant. Pour les enseignes de taille moyenne, indépendantes, cela représente un lourd budget"*. Et de dénoncer le risque d'apparition de nouvelles friches, soit l'exact contraire de l'objectif poursuivi par le projet de loi. Les choses risquent bien sûr d'évoluer avec le débat prévu en avril.

### Seuil de 10 000 m<sup>2</sup> et exceptions

Autre déception pour les professionnels : l'interdiction est incontournable pour les plus de 10 000 m<sup>2</sup>. D'où la demande de la FCA de faire un bilan dans cinq ans afin d'en mesurer les effets de l'article. En revanche, pour les projets concernant les surfaces de moins de 10000 m<sup>2</sup>, plusieurs assouplissements ont été apportés par les députés, pour la plus grande satisfaction des professionnels. *"Les critères permettant d'obtenir une autorisation d'exploitation malgré l'artificialisation des sols sont opportunément clarifiés et l'objectif visant à ce que le projet s'insère en proximité avec le tissu urbain existant n'est plus un critère optionnel mais une condition imposée pour toutes les demandes d'autorisation"*, se félicite-t-on à la FCA. Plus précisément, trois critères permettant d'obtenir une autorisation d'exploitation malgré l'artificialisation des sols sont désormais possibles : en cas d'opération de revitalisation du territoire (ORT) ou dans un quartier prioritaire de la politique de la ville, lorsque le projet s'inscrit dans une opération d'aménagement au sein d'un espace déjà urbanisé plus vaste, afin de favoriser notamment la mixité (commerce et logement par exemple) et enfin, lorsque la création ou extension s'insère dans un schéma de cohérente territoriale. Autrement dit, une sorte de "sur-mesure", qui, pour le coup, correspond tout à fait à l'évolution du commerce.