



REVUE DE PRESSE

Semaine 20
Du 17 au 21 MAI 2021

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

- Supply Chaine Village
- LSA et son édition numérique lsa.fr
- Les Marchés - le média de l'alimentaire
- France info
- Décision PL
- Froid News
- Ecommerce mag

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 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

- **France Info / Histoire - ancien frigorifique de Saint-Pierre : quel avenir pour le géant de béton ?**
- **Froid News :**
 - *Pierre Transports intègre TRED UNION*
 - *GUIDEZ dématérialise sa gestion de palettes avec Paki Logistics*
- **Supply Chaine Village / Un entrepôt autoportant de 38 m de haut pour le stockage de surgelés**

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

- **LSA :**
 - *Décryptage de « mere », le hard-discounter russe qui cherche à s'implanter en France*
 - *Un nouveau directeur des produits frais pour Cora France*
 - *Antoine de Saint-Affrique prend la direction générale de Danone*
- **Les Marchés :**
 - *Peste porcine : l'accord préventif avec la Chine serait imminent*
 - *4% de fraises en moins en 2021*
 - *Fruits et légumes : des marchés diversement orientés*
 - *Le marché du fromage s'anime*
 - *Canard : les abattages chutent de 40% en mars*
- **Ecommerce mag / Carrefour et La Poste développent un nouveau format de drive**

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

- **Froid News / Magicpallet lance une nouvelle solution pour libérer les camions des palettes vides**
- **Décision PL :**
 - *Pourquoi STEF a retenu Fraikin ?*
 - *Volta Trucks décline le Volta Zéro en 7,5T, 12T et 19T*
 - *Solustrans 2021, une édition ambitieuse*

PREMIERE PARTIE :

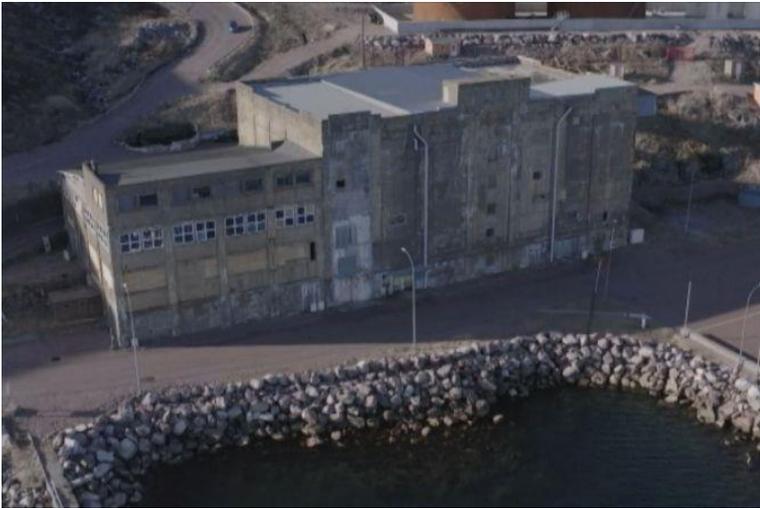
L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET LOGISTICIENS

franceinfo:

HISTOIRE

ANCIEN FRIGORIFIQUE DE SAINT-PIERRE : QUEL AVENIR POUR LE GEANT DE BETON ?

C'est un site emblématique de l'histoire de la pêche de Saint-Pierre et Miquelon. Bâtiment plus que centenaire, le frigo fait l'objet de nombreuses interrogations depuis un accident survenu à l'intérieur de la structure.



L'abattre ou le sauvegarder ? L'avenir de l'ancien frigorifique est en question depuis des décennies. Mais si les autorités se sont surtout interrogées sur son utilité, c'est aujourd'hui son existence même qui fait débat.

Cette bâtisse, située sur la côte Est de Saint-Pierre, fut inaugurée en 1920. Sa construction à l'époque est novatrice. Le frigorifique se veut être le point de départ d'une chaîne du froid transatlantique. La congélation : une grande étape dans l'industrie de la pêche, puisque la morue est avant cela salée et séchée.

L'âge d'or de la pêche

C'est entre les années 50 et 70 que la structure atteindra son plein potentiel. La Société de Pêche et de Congélation y installe ses activités. C'est la période du plein emploi. Le frigo devient l'épicentre de l'activité économique de l'archipel. 350 personnes y travaillent. Le poisson y est découpé puis conditionné avant d'être exporté vers l'Amérique du Nord et l'Europe.

Une bâtisse multifonction

Après sa construction et l'abandon du projet transatlantique, le frigo sert à stocker de la boët. Il accueille même en ses murs le trafic d'alcool durant la prohibition. En 1974, la SPEC ferme. Les autorités tentent de lui trouver une autre utilité à travers les décennies. Le bâtiment sert à stocker du matériel pour les associations et pêcheurs ou à entreposer des véhicules. Son importante capacité le permet.

Un site interdit d'accès

En 2012, une première mise en sécurité est réalisée sur la structure mais les intempéries continuent de la fragiliser. Un **accident mortel**, survenu en novembre 2020, mène à condamner le site. Si durant un temps, il était envisagé d'inscrire l'ancien frigo aux monuments historiques, aujourd'hui sa réaffectation semble compromise.

PIERRE TRANSPORTS INTÈGRE TRED UNION



Depuis quelques semaines, la société Pierre Transports est officiellement adhérente du groupement national de transporteurs Tred Union, qui réunit sur le territoire plus de 150 adhérents et 9500 collaborateurs. Une grande fierté pour le dirigeant et une opportunité pour l'entreprise qui va bénéficier de la force d'actions d'un réseau professionnel.

Pierre Transports : petite entreprise devenue grande

Pierre Cottenceau a toujours voulu créer son entreprise et, qui plus est, dans le transport. Après un BEP Transport et un BAC pro Logistique, le jeune homme commence à travailler chez les Transports Ageneau dès l'âge de 16 ans pour le lavage des camions avant de devenir conducteur. « A 25 ans, après cinq années de conduite chez Ageneau puis chez Charpentier, je crée ma propre structure à Jallais avec un premier camion » déclare le jeune dirigeant.

Chaque année, la société se développe avec l'acquisition de deux à trois véhicules supplémentaires. Treize ans plus tard, Pierre Transports emploie 52 salariés dont 35 conducteurs routiers. L'entreprise est installée depuis deux ans à Chemillé. Le transporteur intervient sur toute la France et plus particulièrement en Rhône Alpes, PACA et en Corse. L'Italie, l'Espagne et la Grande-Bretagne sont également des destinations phare pour le transport de marchandises industrielles, pépinières ou encore marchandises sous température dirigée (frigo). En plus de ces prestations de transport, la force de l'entreprise réside dans son offre de stockage avec 25 000 m² d'entrepôts dont 3000 m² en température dirigée et 2000 m² dédiés au stockage de matières dangereuses, unique dans le département. A cela s'ajoute 30 000 m² de stockage extérieur.

Pierre Transports intègre Tred Union pour développer l'entreprise et faire progresser les équipes

« Donner pour recevoir », telle est la devise de Pierre Cottenceau. Le jeune dirigeant a toujours privilégié l'échange et le partage avec son personnel, ses partenaires, ses fournisseurs. « Intégrer un groupement de transporteurs est la suite logique pour l'entreprise. A plusieurs, nous sommes plus forts. Mon équipe est également très demandeuse. Avec les commissions de travail et les formations proposées par Tred Union, nous allons tous progresser et partager notre regard, notre expertise sur le métier. Notre choix s'est porté sur Tred Union suite aux échanges avec certains adhérents. L'ADN de ce groupement avec des valeurs fortes comme le respect, l'engagement, la solidarité et la convivialité ont tout de suite fait écho chez nous » termine Pierre Cottenceau.

GUIDEZ DÉMATÉRIALISE SA GESTION DE PALETTES AVEC PAKI LOGISTICS



Les Transports Guidez, basés à Arras dans la Région Nord-Pas de Calais, assurent le transport frais de denrées périssables (fruits et légumes principalement) sous température dirigée, 7j/7 et 24h/24. Les Transports Guidez, spécialistes du transport frigorifique de fruits et légumes en France, ont choisi Paki pour optimiser leur gestion et restitution de palettes et ainsi réduire leurs émissions de CO2 et leurs coûts liés au transport.

Afin d'éviter une facturation supplémentaire par le client, les Transports Guidez doivent organiser une restitution rapide des palettes consignées chez les clients créditeurs. L'entreprise manipule chaque année près de 1,2 million de palettes et met à jour quotidiennement les crédits et les débits de palettes afin de diminuer les pertes. Pour simplifier les processus tout en minimisant les coûts liés au transport, les Transports Guidez font appel à Paki en 2013. *« Avant notre collaboration avec Paki, nous affrétions des transporteurs afin de restituer les palettes directement chez le client. Ces manœuvres étaient coûteuses notamment quand il s'agissait de longs trajets, déclare Frédéric Petit, Responsable Service Emballages chez Transports Guidez. De plus, au coût du transport s'ajoutait le coût de rachat de palettes. En effet, nous enregistrons chaque année près de 10% de perte de palettes qu'elles soient cassées, réformées ou perdues. Sur nos 600 000 palettes consignées, Paki a su répondre à notre problématique avec une offre proposant un tarif fixe quelle que soit la destination envisagée en France, assortie des outils facilitant la restitution tels que le e-Voucher ».*

Le e-Voucher permet aux Transports Guidez de réduire les temps d'attente sur les sites de distribution français et allemand et de minimiser la perte de palettes grâce aux bons dématérialisés. Depuis le portail Paki, les transporteurs peuvent effectuer directement leur commande de palettes et consulter le nombre de palettes qu'ils possèdent en crédit ou en débit. De plus, ils sont en relation avec un interlocuteur unique chez Paki qui leur offre un suivi personnalisé et un accompagnement sur leurs problématiques du quotidien. *« Avec la désynchronisation des flux, nous facilitons l'étape de la restitution de palettes pour les transporteurs et le processus de facturation pour les entreprises. Pour les Transports Guidez, la dématérialisation des échanges simplifie les démarches parfois chronophages et diminue les coûts liés au transport et à l'achat de nouvelles palettes. L'optimisation des trajets des chauffeurs permet également de réduire l'empreinte carbone et les émissions de CO2 de l'entreprise »,* indique Fabrice Chenut, Directeur des ventes de Paki France Iberia. Confiants dans leur relation avec Paki, les Transports Guidez souhaitent poursuivre cette collaboration et déployer l'utilisation d'autres outils tels que le Drop & Drive pour la géolocalisation des points de dépôts et de collectes de palettes.

Transports Guidez en chiffres :

- Créés en 1985
- Repris en 2019 par le Groupe Satar, réseau Primever
- 1,2 million de palettes manipulées par an dont près de la moitié sont des palettes Europe
- 220 camions
- 350 chauffeurs



UN ENTREPOT AUTOPORTANT DE 38 METRES DE HAUT POUR LE STOCKAGE DE LEGUMES SURGELES

AR Racking et Swisslog ont déjà commencé l'installation du nouvel entrepôt autoportant sur la commune de Funes (Navarre, Espagne) pour le compte de Virto Group, entreprise référente dans la production et la distribution de légumes surgelés pour le détail, la restauration et l'industrie. Ce bâtiment qui couvre une superficie de 11.020 m² et atteindra une hauteur de 38 mètres, aura une capacité de stockage pour 56.166 europalettes, ce qui permettra au producteur de disposer d'un stock de 50 et 70 millions de kilos de produits surgelés. Les rayonnages 100% galvanisés en plus de supporter les bardages extérieurs et les forces externes de l'entrepôt, seront conçus pour intégrer une solution de stockage par accumulation de Swisslog avec 31 navettes pour la manipulation des palettes. Une solution idéale pour le stockage à haute densité et maintenir une souplesse maximale dans les opérations, avec un flux de 350 palettes/h. *« Nous avons une confiance totale en l'expertise d'AR Racking en matière de rayonnages industriels, avec qui nous avons déjà travaillé pour apporter une réponse à nos besoins de stockage dans d'autres installations comme celle que nous possédons à Ségovie, Badajoz et la Rioja (nord de l'Espagne), qui est également de produits congelés »*, confie José Antonio Baldero, Directeur technique de Virto Group.



DEUXIÈME PARTIE :

L'ACTUALITE DES DONNEURS D'ORDRES ET DU MARCHE



DECRYPTAGE DE «MERE», LE HARD-DISCOUNTER RUSSE QUI CHERCHE A S'IMPLANTER EN FRANCE

L'enseigne Mere du groupe de distribution russe Svetofor cherche des emplacements en France. Laurent Thoumine, directeur exécutif d'Accenture, responsable Retail Europe & Consumer Good, explique à LSA le positionnement de ce hard discounter.

The image shows the top part of the MERE website with a yellow header. The header contains the MERE logo, the text 'Chaîne de magasins à bas prix France', and a 'MERE en Espagne' logo. Below the header is a navigation menu with links: ACCUEIL, À PROPOS DE NOUS, EXPANSION EN FRANCE, POUR FOURNISSEURS, IMMOBILIER, GALERIE, CONTACT. Below the website screenshot is a photograph of a cashier in a yellow MERE uniform working at a checkout counter. To the right of the photo is a red text graphic that reads: 'MERE: DES PRIX BAS TOUS LES JOURS!'.

L'arrivée possible du hard discounter russe Mere courrait depuis déjà plusieurs mois. Selon Capital et BFM TV, cela semble se préciser?

Oui, le Groupe russe Svetofor a annoncé l'arrivée de son enseigne Mere en France il y a maintenant un an. Pour l'instant, ils recherchent des emplacements en Rhône-Alpes et dans les Hauts de France. En sachant, qu'ils ont déjà ouvert des magasins en Italie, en Espagne, en Belgique et en Bulgarie. Et ils ont aussi annoncé leur arrivée au Royaume-Uni et en Autriche.

Quel type de surfaces recherchent-ils?

Ils recherchent de sites de 700 à 800 m² en déshérence avec, finalement, un peu la même stratégie d'expansion que Noz, par exemple. En trouvant des surfaces en jachère, ils arrivent ainsi en position de force pour bien négocier leurs loyers. Cela ressemble assez aux premières implantations de Lidl et d'Aldi dans les années 1980 avec des surfaces paupérisées. Ils ne construisent pas de magasins ex nihilo. Ils récupèrent des surfaces existantes.

Et en Allemagne, quels ont été les premiers résultats ?

Les premières implantations en Allemagne se sont faites dans l'ancienne Allemagne de l'Est avec des succès retentissants. Juste après leur ouverture, des magasins ont dû fermer 5 jours à la suite de ruptures de stock.

Mais quel est l'assortiment ?

Une grande partie de l'assortiment - environ 1500 références - vient des pays de l'Est et de Russie. L'assortiment n'est pas stable. Ils achètent des stocks lors de faillites. Mais ils proposent aussi des grandes marques. Dans des magasins, j'ai pu voir, par exemple, du Ketchup Heinz. Ils font clairement des coûts à l'achat. Selon les gammes, nous avons observé qu'ils sont 10 à 15% moins cher que les marques propres d'Aldi et Lidl. A Leipzig, nous avons relevé une poêle à frire d'une taille standard à 2 euros, 500 grammes de bœuf haché à 97 cents, 350 g d'olives à 73 cents... Il n'y a pas de fruits et légumes et juste un peu de surgelés. Le non-alimentaire est installé, comme chez Aldi et Lidl, dans des bacs en allée centrale.

Et à quoi ressemble le magasin ?

Il n'y a quasiment pas de salariés avec seulement en moyenne 1,7 personne au même moment dans le magasin. Avec une caissière qui fait tout. La présentation est sommaire. Ils n'utilisent que des camions complets et ils enlèvent à peine les films des palettes qu'ils mettent en magasins. Juste un coup de cutter ! C'est le grand minimum de la manutention.

Ont-ils une chance de réussir à s'implanter durablement en France ?

Il est évident qu'il y a une niche, une fenêtre de tir. Tout simplement parce qu'ils sont moins chers que Lidl et Aldi. Ils peuvent donc capter une part du marché. Mais en Allemagne, des organismes observent déjà que la qualité des produits peut être mise en cause ainsi que l'origine de ces produits. Des produits dont on ne sait pas toujours d'où ils viennent...

Quels sont leurs objectifs ?

Ils visent 100 magasins en Allemagne dans les 2 ans. Ils en ont 3 à date. Ils n'ont pas de dette. Tout est en autofinancement. Le groupe est né en 2009 en Sibérie. Ils ont 2000 magasins en Russie et dans les pays dits satellites de la Russie. C'est le 7^{ème} retailer russe.

Mais ce n'est pas le seul distributeur russe à regarder le marché Français...

Effectivement, il y a aussi Vkusvill. Il s'agit d'une enseigne de magasins de proximité avec 200 à 250 références de produits frais et locaux. Ils ont ouvert à Amsterdam. Et l'année dernière, ils ont affiché une croissance indécente de 60%. Les magasins sont en self checkout avec une présentation premium. Ils ont déjà annoncé qu'ils sont intéressés par le marché Français mais ils n'ont pas indiqué une date d'arrivée. Le 3ème épouvantail russe se nomme wild berry. Il s'agit d'un pur player du net. Il affiche 4 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Il est déjà présent en Allemagne et annonce son ouverture en Italie, en Espagne et en France. Ils vendent du vêtement, de jouets, des cosmétiques en mode marketplace. Les prix sont très bas, un peu comme Alibaba mais j'ai encore du mal à comprendre leur différenciation par rapport aux acteurs en place. Finalement, la grande surprise est de constater que ce ne sont pas les leaders du retail russe qui ont des ambitions chez nous. Notamment Magnit, le numéro un russe.



UN NOUVEAU DIRECTEUR DES PRODUITS FRAIS TRADITIONNELS POUR CORA FRANCE

L'enseigne d'hypermarchés annonce la nomination de Philippe Lazard comme nouveau directeur des filières produits frais traditionnels pour la France. Cet ancien de Transgourmet, également passé par Carrefour et Intermarché, devient membre du Comex.



Philippe Lazard rejoint Cora, après avoir travaillé sur les PFT chez Carrefour, Intermarché et Transgourmet© Cora

Pour "*valoriser et renforcer la singularité de Cora*" sur le secteur des produits frais traditionnels, l'enseigne, qui compte 61 hypermarchés en France, vient d'annoncer la nomination de **Philippe Lazard** en tant que nouveau directeur des filières PFT pour la France.

Il devient également directeur de l'école « Métiers produits frais » mise en place par le distributeur. Rattaché au directeur général

de Cora France, Philippe Lazard intègre par la même occasion le comité exécutif de l'enseigne.

Diplômé d'un brevet professionnel dans les produits carnés, Philippe Lazard a démarré sa carrière chez Intermarché en tant que chef de rayon boucherie pendant 11 ans (1985- fin 1995). Après un passage d'un an chez Bigard en tant que responsable d'atelier de découpe, il a rejoint Carrefour de 1996 à 2011, enchaînant les fonctions dans les hypermarchés, d'abord sur le terrain puis à la direction commerciale et aux achats dans le domaine de la viande. De 2011 à 2016, il a occupé le poste de directeur du groupe frais traditionnel chez Intermarché, puis rejoint Transgourmet jusque dernièrement.

"À travers son parcours très riche, Philippe Lazard a développé une importante expertise en achat, offre et marketing retail alimentaire et RHF, notamment en tant que responsable de développement des projets filières produits frais chez Carrefour, directeur de l'offre PFT chez Intermarché puis directeur des achats, de l'offre produits et des ventes chez Transgourmet" précise un communiqué. Dans sa nouvelle fonction, il pourra notamment s'appuyer sur l'École Métiers Cora située à Val d'Yerres (91) dont il devient également le directeur. Cette école rouvrira ses portes dès le 9 juin 2021 après une fermeture liée au contexte sanitaire, *"et contribuera d'autant plus à la transformation de l'enseigne et plus généralement au renouvellement du modèle de l'hypermarché"*.



ANTOINE DE SAINT-AFFRIQUE PREND LA DIRECTION GENERALE DE DANONE

Danone vient d'annoncer la nomination d'Antoine de Saint-Affrique en tant que directeur général du groupe. Actuellement directeur général du chocolatier belgo-suisse Barry Callebaut, il prendra ses fonctions le 15 septembre 2021.



Antoine de Saint-Affrique a été nommé directeur général de Danone

La décision vient de tomber lundi 17 mai 2021. Le conseil d'administration de Danone, piloté par le comité de gouvernance, vient d'annoncer la nomination d'**Antoine de Saint-Affrique** en tant que directeur général du groupe à partir du 15 septembre 2021. Il prendra la suite de la direction générale par intérim menée par Véronique Penchienati-Bosetta et Shane Grant.

Le duo avait été formé lors du départ d'Emmanuel Faber en mars 2021. Le conseil a également proposé la nomination d'Antoine de Saint-Affrique au conseil d'administration de Danone lors de la prochaine assemblée générale prévue en avril prochain. *« Le conseil d'administration a tenu son engagement de chercher et de trouver dans les meilleurs délais le meilleur dirigeant pour conduire Danone et la prochaine étape de son développement. C'est un nouveau chapitre de la gouvernance de l'entreprise qui s'ouvre aujourd'hui dans la droite lignée de la transition initiée par le conseil depuis quelques semaines. Nous sommes convaincus qu'Antoine de Saint-Affrique est un leader exceptionnel du secteur des biens de consommation. Son parcours et son bilan en matière d'innovation et de résultats sont remarquables. Il apportera à Danone la combinaison idéale de vision stratégique, d'expérience internationale de notre industrie et d'excellence dans l'exécution opérationnelle. Il aura toute la latitude qui est celle d'un directeur général pour apprécier et orienter la stratégie de Danone pour le futur »*, indique **Gilles Schnepf**, président du conseil d'administration de Danone.

Une carrière dans la grande consommation

Antoine de Saint-Affrique, 57 ans et diplômé de l'ESSEC, est directeur général du chocolatier belgo-suisse Barry Callebaut, depuis octobre 2015. De septembre 2011 à 2015, il a été président d'Unilever foods et membre du comex. Auparavant, il était vice-président de l'activité produits dermatologiques d'Unilever (Dove, Lux, Pond's). De 2005 à 2009 il a été vice-président exécutif de la région Europe centrale et orientale d'Unilever (21 pays). Avant de rejoindre Unilever, Antoine de Saint-Affrique était vice-président marketing et associé d'Amora-Maille, entreprise rachetée à Danone par LBO. Il jouit de nombreuses expériences à l'international ayant vécu en Afrique, aux Etats-Unis, en Hongrie, en Pologne, aux Pays-Bas, en Russie et au Royaume-Uni.

«Je suis fier et honoré de rejoindre et de bientôt diriger une entreprise qui a toujours été une source d'inspiration pour moi. J'ai la plus grande admiration pour le riche héritage de Danone et son esprit pionnier dans tous les domaines. Je crois profondément que Danone a cette capacité à façonner les modes d'alimentation à travers le monde, et je suis impatient d'écrire, avec tous les Danoners, le comité exécutif et le conseil, le prochain chapitre de notre croissance et du développement de sa mission d'entreprise », déclare **Antoine de Saint-Affrique**.

PESTE PORCINE : L'ACCORD PREVENTIF AVEC LA CHINE SERAIT IMMINENT

La Chine est prête à reconnaître des régions à l'abri des contaminations par la Fièvre porcine africaine, pour faciliter le commerce avec la France.

Culture Viande, dans son Flash Info diffusé vendredi 21 mai, signale – sous réserve de bonne information – que l'accord préventif entre la France et la Chine sur le zonage en cas de FPA (Fièvre porcine africaine) sur le territoire national devrait être annoncé, « dans les prochains jours » et « dans le cadre d'une visite officielle en Chine de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et des Finances ».

Cette annonce suit un bilan des cas de FPA - également appelée Peste porcine africaine (PPA) - dans la faune sauvage en Allemagne : 1 169 officiellement confirmés de chez les sangliers en Allemagne, un effectif en légère augmentation la semaine passée (du 17 au 23 mai), dont 983 dans le Brandebourg et 186 en Saxe. En Chine, pays très éprouvé par la PPA, le cheptel porcin se reconstitue doucement.

4 % DE FRAISES EN MOINS EN 2021

La production française de fraises devrait reculer de 4 % en 2021, la campagne a démarré sur des bases de prix supérieures à celles de 2020. La France devrait produire 55 868 tonnes de **fraises** cette année, selon les estimations d'Agreste au 1^{er} mai. C'est 4 % de moins que l'an dernier, et 3 % de moins que sur la moyenne 2016-2020. Les surfaces sont en repli de 1 % sur un an mais restent 1 % au-dessus de leur moyenne quinquennale, ce repli de la production s'explique davantage par les épisodes de gel importants de début avril. Les rendements ont donc été revus à la baisse et la production a ralenti.

Les pertes sont encore difficiles à estimer, nuance Agreste, mais elles pourraient être de l'ordre de 10 à 50 % en Auvergne-Rhône-Alpes ; et de 5 à 30 % dans le Centre Val de Loire, les dégâts étant très hétérogènes. La campagne a démarré sur des bases de prix très fermes en avril, +10 % sur un an et +20 % par rapport à la moyenne quinquennale, l'offre étant très limitée et ne parvenant pas à satisfaire une demande pourtant minée par les températures très basses.

FRUITS ET LEGUMES : DES MARCHES DIVERSEMENT ORIENTES

Légumes : Face à la météo un peu plus favorable et à la réouverture imminente des restaurants, la profession regarde avec attention l'impact de ces paramètres sur la dynamique du marché à venir. En asperge, la production fait toujours défaut, il est difficile de satisfaire la demande. Les prix sont fermes. En courgette comme en tomate, le commerce manque en revanche de dynamisme, avec une demande très prudente et des offres en progression qui pèsent sur les prix.

Fruits : L'impact des mauvaises conditions climatiques de ces derniers jours se fait davantage sentir, sur le marché de la fraise. La production peine à se développer, mais la marchandise évolue vite et la consommation se montre plus timide. Quelques ajustements de prix sont enregistrés, en rondes. Les cours des allongées restent fermes, du fait des moindres volumes. En cerise, l'offre se développe, face à une demande moins dynamique. La qualité demeure hétérogène, en fonction des bassins de production. Les prix s'orientent à la baisse

LE MARCHÉ DU FROMAGE S'ANIME

Assez résistant à la pandémie grâce à une bonne orientation des achats des ménages, le marché du fromage bénéficie de l'amélioration de la situation sanitaire et de la réouverture des restaurants.

La France a fabriqué 149 387 tonnes de fromages en mars, c'est 3,3 % qu'en 2020, selon les données de FranceAgriMer. Sur l'ensemble du premier trimestre, les fabrications sont néanmoins encore en retrait de 1,2 %. A relever, les très fortes progressions sur le trimestre pour la raclette (+17,8 %), tandis que les pâtes molles restent moins attractives (-1,5 %).

Après avoir reculé en janvier et en février, les fabrications de fromages de l'Allemagne, premier producteur européen, ont ainsi rebondi de 4,3 % en mars comparé au même mois de 2020, selon l'USDA. Les prix tendent à progresser sur le gouda et les industriels prévoient d'augmenter encore la production, la demande étant largement en mesure de l'absorber. En mars, les fabrications françaises de gouda, edam et mimolette ont aussi progressé de 15,4 % par rapport à l'an dernier. Leurs achats de cheddar restent termes mais mozzarella et fromages frais sont plus fortement demandés. A noter que les importations britanniques reprenaient un peu de couleur en mars, après deux mois fortement perturbés par le Brexit, mais restaient encore 9 % sous leur niveau de l'an dernier.

CANARD : LES ABATTAGES CHUTENT DE 40 % EN MARS

En France, les abattages de volailles de chair et de ponte ont chuté de 6,1 % sur un an en mars 2021, selon Agreste. Ce sont surtout ceux de canards gras qui ont reculé fortement, -38,8 % sur un an et -40 % par rapport à la moyenne quinquennale. Ceci est à mettre en lien avec le dépeuplement des élevages du Sud-Ouest pour endiguer l'épidémie d'Influenza aviaire, en début d'année. La situation s'est dorénavant stabilisée dans plusieurs zones touchées du Sud-Ouest mais quelques nouveaux foyers sont encore détectés. Les autres espèces connaissent également de forts replis d'abattages, à l'exception du poulet qui s'en sort avec un niveau égal à la moyenne 2016-2020. Les abattages de dindes reculent de 6,5 % sur un an et de 9 % par rapport à la moyenne. Le repli en canard à rôti se poursuit (-13,9 % sur un an et 22,6 % par rapport à la moyenne) malgré la réduction du stock de viande depuis l'automne 2020. Dans l'attente de la réouverture de la restauration et des marchés de l'export, la filière continue de contenir sa production. Par ailleurs, les abattages de poules de réforme chutent de 23,9 % sur un an et de 22,2 % par rapport à la moyenne.

CARREFOUR ET LA POSTE DEVELOPPENT UN NOUVEAU FORMAT DE DRIVE PIETON

Carrefour et Pickup, filiale de La Poste, développent le Pickup drive, permettant de retirer ses commandes alimentaires auprès de points de retrait de proximité.

Carrefour signe un accord avec Pickup pour développer son réseau de points de retrait dédiés aux courses alimentaires en France. L'enseigne compte aujourd'hui une centaine de drive piétons en France. Le réseau de relais Pickup a récemment inauguré ses premiers points de contact en propre. L'association des deux activités fait émerger un nouveau concept: le **Pickup drive**. Implanté dans les centres-villes des grandes agglomérations, il permet de retirer toutes ses livraisons e-commerce, alimentaires et non alimentaires, dans un lieu de proximité.

Ainsi, le 26 mai 2021, Carrefour installe son **premier drive piéton au sein d'un Pickup drive**, situé au 30 rue de Lorraine, dans le XIX^e arrondissement de Paris, accessible six jours sur sept. Après la mise en service de ce premier site, plusieurs dizaines d'autres sites ouvriront prochainement dans les grandes agglomérations françaises, sur ce même modèle. Les clients Carrefour pourront ainsi venir retirer leurs courses commandées sur Carrefour.fr ou sur l'application Carrefour, le jour de leur commande. L'assortiment couvre 15000 références couvrant l'ensemble de leurs courses quotidiennes : fruits et légumes, produits frais, surgelés, produits du monde, bio, veggie, produits d'hygiène et d'entretien.

Les clients pourront aussi y retirer ou retourner leurs colis e-commerce (Colissimo, Chronopost, DPD France) commandés sur l'un des 8000 sites e-commerçant proposant la solution de livraison hors-domicile Pickup. Ils pourront aussi y déposer leurs envois de relais à relais (Shop2Shop by Chronopost) et leurs retours e-commerce.

"Carrefour est ravi de nouer ce partenariat avec Pickup, qui va nous permettre à la fois d'accélérer notre maillage territorial sur notre service drive piéton et de bénéficier de l'expertise de Pickup dans la gestion du retrait de commandes e-commerce en centre-ville", déclare Elodie Perthuisot, directrice exécutive e-commerce, data et transformation digitale du groupe Carrefour.

TROISIEME PARTIE : L'ACTUALITE TECHNIQUE, JURIDIQUE & REGLEMENTAIRE



MAGICPALLET LANCE UNE NOUVELLE SOLUTION POUR LIBÉRER LES CAMIONS DES PALETTES VIDES



À compter de mai 2021, MagicPallet propose une solution collaborative de « dépose palettes » pour les transporteurs, pour libérer les camions des palettes Europe rendues après livraison.

« Le problème des palettes qui encombrant les camions est quotidien. Les transporteurs font en permanence la course contre la montre. Nous avons donc conçu une solution simple, rapide et économique » explique Pierre-Édouard Robert, fondateur et PDG de MagicPallet.

Simple, l'interface comprend deux cases à remplir : l'une pour indiquer où le transporteur cherche un point de stockage, l'autre pour renseigner le volume de palettes à stocker. Rapide, l'outil apporte une réponse instantanée : la liste des points de stockage les plus proches. Ensuite, le service exploitation réserve le point de dépose de son choix en quelques clics, et communique l'adresse à son chauffeur : pas d'attente de validation, l'accord des stockeurs est préalable. Économique, le transporteur paie 3,4 centimes d'euro par palette stockée et par jour.

Pour utiliser la dépose palettes, les transporteurs s'inscrivent sur MagicPallet mais n'ont pas besoin de souscrire à un forfait d'échanges de palettes. Ceux qui en ont un, peuvent échanger des palettes à partir des points de stockage.

Les points de stockage sont proposés par des transporteurs, fabricants de palettes ou logisticiens. Ce service leur permet de générer un chiffre d'affaires complémentaire et régulier : le paiement est mensuel. Certains proposent aussi des services de tri et de réparation.

POURQUOI STEF A RETENU FRAIKIN ?

STEF, spécialiste européen du transport et de la logistique des produits agroalimentaires à température contrôlée, a choisi de confier au groupe Fraikin la gestion de sa flotte de véhicules sur le territoire suisse. En voici les raisons.



« Contrairement à l'entité française du groupe, la branche suisse de la société STEF n'est pas équipée d'infrastructures permettant l'entretien des camions. L'entreprise a dans un premier temps signé un contrat d'entretien auprès d'un garagiste pour s'occuper des véhicules achetés, un choix qui s'est vite révélé coûteux et chronophage. STEF Suisse s'est donc intéressée aux prestations proposées par les loueurs longue durée de véhicules et aux services associés », expose un communiqué commun.

Après plusieurs consultations, STEF a effectué auprès de Fraikin une commande comprenant la livraison et l'entretien de 36 véhicules de différente nature (camionnettes 3T5, 7T, porteurs, et remorques). Fraikin a su s'adapter à la zone de chalandise couverte par STEF en intégrant la Suisse allemande dans son organisation. Aujourd'hui, Fraikin accompagne donc STEF Suisse au quotidien dans l'évolution de ses besoins sur les 4 sites de l'entreprise situés à Genève, Lausanne, Kolliken et Givisiez.

« Nous sommes très satisfaits de l'accompagnement apporté au quotidien par les équipes de Fraikin pour répondre à l'évolution de nos problématiques. Nos demandes sont comprises et prises en compte rapidement : ensemble, nous avons étendu notre partenariat à un territoire où le loueur n'était pas présent afin que tous nos sites suisses puissent bénéficier de ses services. Nous prévoyons d'augmenter la taille de notre flotte, et il est évident que Fraikin sera à nos côtés », explique Jean-François Laugner, responsable Transport de STEF Suisse. De son côté, Jean-Michel Domergue, directeur de Fraikin Suisse, assure que son groupe saura faire évoluer son accompagnement au gré du développement de STEF.



VOLTA TRUCKS DECLINE LE VOLTA ZERO EN 7,5 T, 12 T ET 19 T

Toujours plus ambitieux dans ses projets, Volta Trucks souhaite occuper l'espace des camions urbains électriques et annonce que le Volta Zero, d'origine 16 tonnes, sera décliné en 7,5 t, 12 t et 19 t. Le constructeur table sur la vente annuelle de plus de 27 000 unités d'ici fin 2025, c'est cinq fois plus qu'annoncé au départ.

Après avoir dévoilé son premier modèle, le Volta Zero, véhicule utilitaire 100 % électrique de 16 tonnes conçu pour la logistique du dernier kilomètre en centre-ville, Volta Trucks prévoit d'ajouter à son portefeuille trois autres versions en 7,5 t, 12 t et 19 t. Le Volta Zero 16 t sera le premier modèle livré, avec une flotte pilote de camions produits d'ici fin 2021. La production en série débutera environ 12 mois plus tard. Ce véhicule est actuellement en phase de développement technique. La fabrication de la version 16 tonnes sera suivie par le grand modèle de 19 tonnes et le modèle intermédiaire de 12 tonnes en 2023. Une flotte pilote de véhicules de 7,5 tonnes devrait être soumise aux essais clients la même année, avec un lancement en production prévu fin 2024.

Volta Trucks prévoit de présenter les quatre versions du Volta Zero sur tous ses marchés cœurs de cible. La stratégie vise d'abord des villes en Europe, à commencer par Londres et Paris, avant de s'étendre à d'autres villes européennes, puis aux marchés nord-américain et asiatique.

Volta Trucks table sur la vente annuelle de plus de 27 000 unités d'ici fin 2025, c'est cinq fois plus de véhicules que prévu initialement. Le carnet de commandes a atteint les 260 millions de dollars en janvier 2021.

Les ventes des camions se basent sur le modèle Truck as a Service : moyennant de mensualités « abordables », les transporteurs ont accès à un Volta Zero ainsi qu'à tous les services d'entretien, de maintenance, d'assurance et de formation. Un Volta Zero de remplacement est également mis à disposition en cas de besoin.

Volta Trucks adoptera une stratégie de fabrication en réseau qui prévoit la localisation d'un certain nombre de sites d'assemblage dans ses zones géographiques clés. L'entreprise a récemment annoncé qu'elle avait manifesté un intérêt pour la fabrication de ses véhicules dans les anciennes usines de Nissan à Barcelone. Tous les véhicules fabriqués en Espagne pourraient potentiellement desservir les marchés du sud de l'Europe, mais ne seraient toutefois pas les premiers véhicules fabriqués. Des sites supplémentaires sont actuellement à l'étude en Europe ainsi qu'en Amérique du Nord et en Asie.

« Nous constatons que rares sont les start-up ou constructeurs à annoncer l'arrivée de nouveaux poids lourds entièrement électriques dans la gamme moyenne à inférieure. Partant de là, nous devons gérer nous-mêmes une part plus importante de la décarbonisation de la logistique. Le fait de lancer quatre modèles distincts et de vendre 27 000 camions par an d'ici 2025, trois ans seulement après le début de la production, est une déclaration d'intention très forte dans la mise en œuvre de notre vision initiale » a déclaré le fondateur et directeur exécutif de Volta Trucks, Carl-Magnus Norden.

Selon Volta Trucks, le marché potentiel mondial des camions entièrement électriques dans la catégorie 7,5 t - 19 t dépassera les 100 milliards de dollars d'ici fin 2025.



SOLUTRANS 2021, UNE EDITION AMBITIEUSE

La FFC surfe sur cette vague de déconfinement et douce reprise pour dévoiler un peu plus en détail la 16ème édition du salon Solutrans qui se tiendra du 16 au 20 novembre à Lyon Eurexpo.

Patrick Cholton, président de la FFC, l'assure : après une année 2020 mitigée, les belles perspectives économiques (croissance de plus de 5% en France selon le BIPE) et la reprise sont de retour. Et tant mieux car le président de Solutrans a de grandes ambitions pour l'édition 2021. Au total, 60 000 professionnels et mille exposants et marques sont attendus (et à ce jour 80% de l'espace est déjà réservé). Pour l'occasion, l'équipe de la FFC ouvre un nouveau hall d'exposition, le Hall 1, rebaptisé Solutrans 4.0 présentera les innovations et les nouveaux acteurs de la filière, dans tous les domaines (start-up, solutions digitales, nouvelles motorisations, etc.). Enfin, le hall 1 accueille également le village des équipementiers de première monte de la FIEV. Par ailleurs, la seizième édition se dote d'une nouvelle zone d'essai plus étendue pour une meilleure prise en main des véhicules. De plus, en partenariat avec le SPP, avec lequel la FFC a récemment créé l'U2M, le salon accueille un espace dédié au pneumatique et ses acteurs. Enfin, l'espace emploi-formation revient de manière optimisée, toujours en partenariat avec la sécurité routière, les lycées professionnels, les CFA et autres instituts de formation, ou encore Pole Emploi Rhône-Alpes. Le salon organise également des sessions de job dating et la présentation de la plateforme d'emploi Mobili'Job.

Le mix énergétique

L'édition 2021 aura pour ligne directrice la transition énergétique dans ce contexte d'obligation de réduire les émissions de CO2 qui passe par le mix énergétique sont de mises, avec une évolution des immatriculations de véhicules ne fonctionnant pas au diesel. Ce sera alors l'occasion pour la FFC de présenter les résultats de l'étude Vision'Air réalisée par le BIPE et BDO Advisory. Cette étude est une analyse du mix de motorisation selon différents angles (par pays, par segment, par année, par grande catégorie de véhicule), ainsi que leur contribution carbone. Puis tout au long du salon, la FFC proposera à de nombreuses et diverses conférences. En attendant l'ouverture du salon, la FFC propose aussi des podcasts « Solutrans On air » sous format vidéo chaque mois sur différents sujets d'actualité de la filière VI. Enfin, les breakfasts de Solutrans, trois rendez-vous sous forme de débats diffusés sur les réseaux sociaux de Solutrans et de la FFC sur : *les Fédérations de transport et la transition énergétique ; les nouvelles énergies ; la logistique urbaine*.

SDS pour Solutrans Digital Show

Par ailleurs, Solutrans 2021 propose, en complément du salon physique, une édition digitale, Solutrans Digital Show. La version en ligne proposera aux visiteurs un espace interactif dans lequel ils pourront visiter les stands des exposants, entrer en contact avec eux et découvrir leurs nouveautés, ce qui permet également aux professionnels d'accroître leur visibilité. Enfin, l'objectif est aussi de faire de Solutrans un rendez-vous mondial et incontournable de la filière. En guise de conclusion Patrick Cholton annonce : « *Solutrans 2021 sera la plus belle édition* ».