



REVUE DE PRESSE

Semaine 25
Du 21 au 25 juin 2021

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

- L'Officiel des transporteurs
- LSA et son édition numérique lsa.fr
- Les Marchés - le média de l'alimentaire
- Stratégie logistique
- Les Echos
- Froid News
- Le Monde du surgelé
- La Montagne
- Linéaires

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

alison.paquette@lachainelogistiquedufroid.fr

La diffusion de cette revue de presse se fait dans le cadre d'un contrat avec le CFC (centre français d'exploitation du droit de copie). En effet, en application de l'article L 122 10 du code de la propriété intellectuelle, la photocopie d'un article de presse ou d'un extrait d'ouvrage au sein d'une entreprise, d'une administration, d'une association ou d'une autre organisation constitue une reproduction d'œuvre protégée qui nécessite donc l'autorisation du CFC. La Chaîne Logistique du Froid rappelle que la reproduction d'un article de presse ou d'une page de livre sans autorisation du CFC constitue un délit de contrefaçon qui est puni de 3 ans d'emprisonnement et d'une amende de 300 000 euros. Cette revue de presse est donc destinée à l'usage exclusif du destinataire.

SOMMAIRE

PREMIÈRE PARTIE – L’actualité des transporteurs et logisticiens frigorifiques

- *La Montagne / 10 salariés de TVE Logistique blessés dans un accident du travail*

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

- *Linéaires / Des livraisons électriques pour LIDL à Paris*
- *Le Monde des surgelés / Baromètre IRI-LMDS : des signes toujours positifs en mai pour le salé*
- **Les Marchés :**
 - *L’Adepale souhaite que les prix de détail reflètent la transition agro-écologique*
 - *Patrick Falconnier, élu président du Syndifrais*
 - *Après une année difficile, Florette repart de l’avant*
 - *Fruits et légumes : une demande plus timide*
- **LSA :**
 - *McCain arrive au rayon de l’apéritif surgelé*
 - *Un nouveau président pour l’Ania*
 - *Amazon et Monoprix accélèrent sur le « quick commerce »*

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

- **Stratégie logistique :**
 - *L’état encourage la cyclologistique*
 - *Quelle transition énergétique pour les chariots ?*
- **Froid News / Frigoblock ajoute les technologies de télématiques et de connectivité**
- **Les Echos / Les camions électriques montrent le bout de leur nez en Europe**
- **L’Officiel du Transporteur :**
 - *Des contrôles à la frontière mal respectés par le Royaume-Uni*
 - *La Suisse interdit la pause hebdomadaire en cabine*
 - *Jean-Pierre Sancier élu Président du CNR*

PREMIERE PARTIE :

L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET LOGISTIENS

LA MONTAGNE

DIX SALARIES DE TVE LOGISTIQUE A LAPALISSE (ALLIER) BLESSÉS, DONT UN GRIEUREMENT, DANS UN ACCIDENT DU TRAVAIL



Dix employés de l'entreprise TVE Logistique, à Lapalisse, ont été blessés par la chute d'un équipement de stockage, samedi matin, dans un entrepôt frigorifique. L'un d'eux a été hélicoptéré au CHU Gabriel-Montpied, à Clermont-Ferrand. Un grave accident du travail s'est produit ce samedi, très tôt dans la matinée, au sein de l'entreprise TVE Logistique, à Lapalisse, dans l'Allier. Les faits ont eu lieu entre 5 heures et 6 heures dans un entrepôt frigorifique de cette société spécialisée dans le stockage et la livraison de produits frais.

Selon les premiers éléments constatés sur place, un rack de stockage se serait effondré. Dix salariés étaient alors présents dans cet entrepôt. L'un d'eux a été très grièvement blessé. Il a dû être hélicoptéré par Dragon 63 au CHU Gabriel-Montpied, à Clermont-Ferrand. Quatre employés, plus légèrement touchés, ont été transportés au centre hospitalier de Vichy. Les cinq autres ont également été pris en charge par l'imposant dispositif de secours déployé sur place (*). Au regard du nombre de victimes, un poste médical avancé avait été envisagé mais n'a finalement pas été mis en place.

Une enquête de flagrance diligentée par le parquet de Cusset

Le parquet de Cusset a ouvert une enquête pour faire toute la lumière sur les circonstances de cet accident. Les investigations ont été confiées aux gendarmes de la communauté de brigades de Lapalisse, qui bénéficieront de l'appui technique des inspecteurs du travail. L'enquête devra notamment déterminer quelle était la nature de la tâche accomplie quand l'accident est intervenu, la présence ou non d'un manquement à une obligation de sécurité et de prudence. Il sera également procédé à la vérification du matériel utilisé.

(*) Les pompiers des centres de secours de Lapalisse, Arfeuilles, Le Donjon, Saint-Germain-des-Fossés, Saint-Gérand-le-Puy, Vichy et Gannat, placés sous le commandement d'un chef de groupe et d'un chef de colonne.

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



DES LIVRAISONS ELECTRIQUES POUR LIDL A PARIS



Un premier camion tout électrique livre les magasins Lidl de Paris et sa petite couronne. D'une capacité de 26 tonnes et équipé d'un groupe froid, il pourra circuler sans restriction en ville, de jour comme de nuit.

Le transporteur de Lidl, Jacky Perrenot, a opté pour un modèle 100% électrique de Renault Trucks. Des panneaux solaires sur le toit de la caisse alimentent le hayon, la recharge des transpalettes, l'éclairage du plafonnier et le rideau d'air de la chambre frigorifique.

Les packs de batteries du camion lui assurent jusqu'à 150 km d'autonomie. Le point de recharge est installé sur la plateforme logistique « Lidl Grand Paris » de Coudray-Montceaux (91), qui approvisionne 52 points de vente.

Lidl s'est fixé comme objectif d'atteindre 100% de livraisons en énergies alternatives pour ses magasins parisiens d'ici la fin de l'année. À l'échelle nationale, 18% de la flotte de l'enseigne sera passée au gaz à la même échéance.

Depuis septembre 2020, Franprix fait lui aussi rouler un 26 tonnes électrique pour livrer des magasins parisiens.



BAROMETRE IRI-LMDS : DES SIGNES TOUJOURS POSITIFS EN MAI POUR LE SALE

Sur la P5 2021, si les glaces font les frais d'une météo capricieuse, les ventes de surgelé salé restent très bien orientées en comparaison avec mai 2019. De bon augure pour la suite.

Le baromètre IRI - Le Monde du Surgelé présente un bilan des ventes de surgelés en circuits HM + SM + EDMP + PROXI + DRIVE arrêté cette fois au 30 mai 2021. Si on compare ces ventes par rapport à celle de mai 2020, durant laquelle s'est clôturé le premier confinement, le surgelé salé fait mieux que résister, en affichant même une légère progression de son chiffre d'affaires (+ 0,3 %) pour des volumes en retrait de 0,8 %. Mais surtout, si on compare cette fois ces performances avec mai 2019, on commence à pouvoir se faire une idée plus précise des gains réels du marché, qui s'affirment très nettement sur le salé.

Ainsi, en mai 2021, les ventes valeur du surgelé salé font un bond en avant de 15 % vs celles de mai 2019, pour des volumes en hausse de 13 %. Si on raisonne cette fois en cumul annuel mobile des ventes, le chiffre d'affaires progresse de 10 % et les volumes se bonifient de 7 % vs 2019.

La pomme de terre, nouvelle star du Grand Froid

Toujours sur le salé, mention spéciale pour la catégorie des produits de pommes de terre, dont les ventes progressent en valeur de 8 % par rapport à mai 2020, ... et presque + 25 % vs mai 2019. Plus généralement, toutes les catégories du salé, à l'exception notoire tout de même des pizzas, ont gagné du terrain sur deux ans.

Du côté des glaces, après un début d'année démarré en fanfare, les ventes subissent les effets d'une météo qui s'est fortement dégradée entre avril et mai. En conséquence, les ventes reculent très sensiblement sur la période, toutes familles de produits confondues, avec donc un cumul annuel mobile du CA comme des volumes qui bascule légèrement dans le négatif (mais reste bien orienté par rapport à 2019).

Rappel grille de lecture :

P5 mai: l'évolution sur la période en comparaison avec la période de l'année dernière (vs P5 2020) et celle de l'année précédente (vs P5 2019).

Dernier trimestre : l'évolution sur les trois derniers mois en comparaison avec les trois mêmes périodes sur l'année dernière (Dernier trimestre à P5 2020) et celle de l'année précédente (Dernier trimestre à P5 2019).

Cumul annuel mobile (CAM) : l'évolution sur une année mobile arrêtée ici à la P5 2021, par rapport à 2020 et 2019 (cumul annuel mobile A – 2)

L'ADEPALE SOUHAITE QUE LES PRIX DE DETAIL REFLETENT LA TRANSITION AGRO-ÉCOLOGIQUE

L'Association des entreprises de produits alimentaires élaborés (Adepale) a exposé le 24 juin ses propositions d'aménagement de la loi Besson-Moreau. Son président Jérôme Foucault défend une « inflation relative » de l'alimentation.

La loi Besson-Moreau, en discussion au parlement, « ne fera pas sauter le verrou de la distribution », a regretté Jérôme Foucault, président de l'Adepale le 24 juin, en visio-conférence de cette association de 6 fédérations de métiers des produits d'épicerie et des produits frais élaborés, membre depuis peu de la CPME. Il a exprimé l'opinion des fédérations que cette loi constitue « une mauvaise réponse à un vrai problème », détaillant que les spécificités des PME de l'alimentaire n'étaient toujours pas prises en compte, ni les bénéfices territoriaux apportés par les TPE, PME et coopératives, ni la nécessité d'investir dans la valeur ajoutée et la transition agro-écologique. Aussi, a-t-il défendu le retour à des relations commerciales plus vertueuses et une « inflation relative » des prix de détail alimentaires, qui serait très minime en comparaison des autres dépenses des ménages. Pascal Bredeloux, président de la Fédération des entreprises du traiteur frais, a mentionné la « grande souffrance » du secteur des CHD (cafés, hôtels, restaurants) et demandé davantage d'attention des pouvoirs publics à l'égard des entreprises de l'Adepale concernées. En moyenne, a-t-il précisé, ces dernières réalisent 20% de leur chiffre d'affaires dans les CHD. L'Adepale communique sur ses 4 propositions d'aménagement de la loi Besson-Moreau visant à : permettre aux transformateurs de répercuter les hausses et baisses des coûts des matières premières agricoles dans le contrat les liant aux distributeurs ; assurer une juste concurrence avec les opérateurs internationaux ; prendre en compte les difficultés d'application des dispositions de la proposition de loi pour les produits alimentaires rassemblant divers produits agricoles ; prendre en compte, dans la formation du prix, les investissements des entreprises et des exploitations agricoles dans la RSE et la transition agro-écologique, la pêche et l'aquaculture durables.

PATRICK FALCONNIER, ELU PRESIDENT DE SYNDIFRAIS

Les membres du bureau de Syndifrais ont élu Patrick Falconnier, directeur général d'Eurial Ultra Frais, président. Il succède à Frédéric Madon, directeur général du groupe Alsace Lait.

A l'issue de l'assemblée générale de Syndifrais le 24 juin dernier, les membres du bureau de l'association professionnelle de produits laitiers frais ont élu Patrick Falconnier, directeur général d'Eurial Ultra Frais, président. Il succède à Frédéric Madon, directeur général du groupe Alsace Lait.

Patrick Falconnier sera secondé dans sa mission par Nicolas de la Giroday (General Mills - Yoplait) en tant que vice-président trésorier et Jérôme Servières (Yéo Frais) en tant que vice-président.

Diplômé d'AgroParisTech, il a réalisé l'ensemble de sa carrière professionnelle au sein du secteur des produits laitiers (Yoplait, Nestlé, Senoble). En 2011, il rejoint Agrial pour prendre la direction générale de Senagral qui deviendra ensuite Eurial Ultra Frais. Il est membre du conseil d'administration de Syndifrais depuis dix ans.

APRES UNE ANNEE DIFFICILE, FLORETTE REPART DE L'AVANT

L'influence de la crise sur la restauration et les marchés apéritifs ont touché Florette, dont le nouveau départ est soutenu d'une nouvelle campagne de communication.

Après une année 2020 difficile, Florette voit l'horizon s'éclaircir avec la réouverture de la restauration et un nouvel élan des rayons apéritifs en GMS depuis le début de la levée des restrictions sanitaires. « *Nous avons réalisé 300 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019 pour 39 000 tonnes de produits vendus. Notre objectif est de retrouver ce même niveau pour l'année 2021 qui a l'air bien lancée* », ambitionne Pierre Meliet, directeur général de Florette France. La marque d'Agrial réalise 70 % de ses activités en GMS et 30 % en restauration. Sur ce dernier marché, Florette a subi une baisse de 38 % de son chiffre d'affaires sur l'ensemble de l'année 2020 par rapport à 2019. Sur le premier quadrimestre 2021, la perte s'est amplifiée avec une baisse de 41 % du chiffre d'affaires par rapport à 2020 (-12 % en restauration rapide et -89 % pour le reste de la restauration commerciale).

En grande distribution, Florette a gagné des parts de marché en valeur avec une croissance de 2,2 points à fin mai 2021 sur un an sur le segment des fruits et légumes prêts à l'emploi, de 1,4 point sur les salades de quatrième gamme et de 5,1 points sur les plateaux apéritifs. La société confirme ainsi son leadership (hors MDD) sur ces catégories. Les ventes de la gamme bio et de la gamme Agrilogique de Florette ont connu, à elles deux, une croissance en valeur de 8 % sur l'année 2020 et sont amenées à poursuivre leur développement. Afin de soutenir cette relance, Florette se dote d'une nouvelle signature « Partageons la même culture » et déploie une série de quatre petits films sur les réseaux sociaux pour promouvoir son modèle d'agriculture durable. Par ailleurs, ces tartinables sont maintenant contenues dans un pot en plastique recyclable.

FRUITS ET LEGUMES : UNE DEMANDE PLUS TIMIDE

Fruits : Malgré une demande plus calme, les prix de l'abricot ont été reconduits, du fait de la moindre pression des offres dans la filière. De même, en cerise, une bonne adéquation entre l'offre et la demande a perduré, même si l'activité est apparue plus réduite. Les prix ont conservé des bases fermes. Même constat en pêche-nectarine : la faiblesse des apports a permis globalement de tenir les niveaux de cours.

Légumes : En dépit d'une offre relativement stable, le fléchissement des prix de la tomate s'est généralisé, en fin de semaine 25, notamment en grappe, avec la météo plus instable de cette fin de mois. De même, le temps très mitigé, selon les régions, a ralenti la consommation de concombre, entraînant un repli des cours. En melon, les ventes se sont avérées insuffisantes, face au développement de l'offre, se soldant par la formation de stocks importants, au niveau grossiste notamment. En courgette, si la demande s'est montrée également plus prudente, quelques revalorisations tarifaires ont été enregistrées, suite au déclin des disponibilités.



MCCAIN ARRIVE AU RAYON DE L'APERITIF SURGELE

Le leader canadien du marché des produits surgelés à base de pommes de terre, McCain, arrive au rayon des apéritifs surgelés avec la gamme Pickers.



McCain lance une gamme apéritive surgelée Pickers.

A partir du mois de septembre, McCain sera présent au rayon des apéritifs surgelés avec Pickers, des bouchées apéritives à la texture surprenante. La gamme est composée de quatre références : mini mozzarella stocks, crispy onion rings, cheesy italian pops, nachos cheese triangles. Pour faire découvrir la gamme aux consommateurs, McCain va déployer un plan de lancement puissant dès le mois d'octobre. PVI : 2,99 euros

ENSEIGNES ALIMENTAIRES : DECOUVREZ LES RESULTATS DES REGIONALES

Qui est le distributeur alimentaire le mieux implanté régionalement ? Combien de régions détiennent ces leaders, où sont-ils menacés ? Qui sont les troubles fêtes régionaux ? Kantar a établi pour LSA le top 6 des groupes de distribution alimentaire pour chacune des 8 régions étudiées. Découvrez en exclusivité ce classement. Kantar a donc établi pour LSA le classement des 6 premiers distributeurs en parts de marché valeur pour chacune des 8 régions étudiées (et pas 13 comme administrativement, mais économie et politique ont souvent des raisons différentes...).

Ballottage Leclerc / Carrefour

Surprise, le résultat n'est pas si tranché qu'imaginé. Ainsi Leclerc, qui domine le paysage de la distribution française avec 22,4% de parts de marché (PDM) sur 12 mois (CAM) arrêtés au 16 mai ne remporte que 4 des 8 régions étudiées par Kantar (sur un CAM p4) : Ouest, Centre-ouest, Sud-ouest et Est. Soit autant en fait que Carrefour, malgré ses 19,6% de PDM en CAM, qui l'emporte dans le Nord, la région parisienne, le sud-est et le centre-est. Géographiquement c'est assez clair : aux « bleus », comme on désigne parfois les adhérents E. Leclerc, l'Ouest et les terres de conquête de l'Est (après le rachat des Coop d'Alsace notamment), à Carrefour le très précieux axe Paris-Lyon-Marseille avec ses très grandes agglomérations. Mais l'on voit poindre, comme souvent en politique, un trouble-fête qui s'imisce de plus en plus dans les débats commerciaux en tout cas : Les Mousquetaires avec leurs enseignes Intermarché (pour l'essentiel) et Netto. Numéros 3 derrière E.Leclerc et Carrefour avec 15,8% de PDM en CAM au 16 mai, les « blancs » (le petit surnom que leurs donnent parfois les « bleus ») occupent 4 secondes places, talonnant Leclerc dans le centre-ouest, l'ouest et sud-ouest et Carrefour dans le centre-Est.

PART DE MARCHÉ VALEUR DES GROUPES PAR RÉGION

<u>R.PARISIENNE</u>		<u>EST</u>	
	2021		2021
Groupe CARREFOUR	27	Groupement E.LECLERC	28
Groupe CASINO	18.5	Groupement LES MOUSQUETAIRES	13.6
AUCHAN RETAIL	16.2	Groupe L.DELHAIZE	13.3
Groupement E.LECLERC	14.4	Groupement U	10.1
Groupement LES MOUSQUETAIRES	8.2	Groupe CARREFOUR	9.7
LIDL	5.8	LIDL	7.8

<u>SUD EST</u>		<u>CENTRE EST</u>	
	2021		2021
Groupe CARREFOUR	23.4	Groupe CARREFOUR	21.9
Groupement E.LECLERC	17.3	Groupement LES MOUSQUETAIRES	19.3
Groupement LES MOUSQUETAIRES	17	Groupement E.LECLERC	18.1
Groupe CASINO	11.5	Groupement U	10.9
Groupement U	9.6	Groupe CASINO	10.3
AUCHAN RETAIL	8.6	AUCHAN RETAIL	7.5

KANTAR

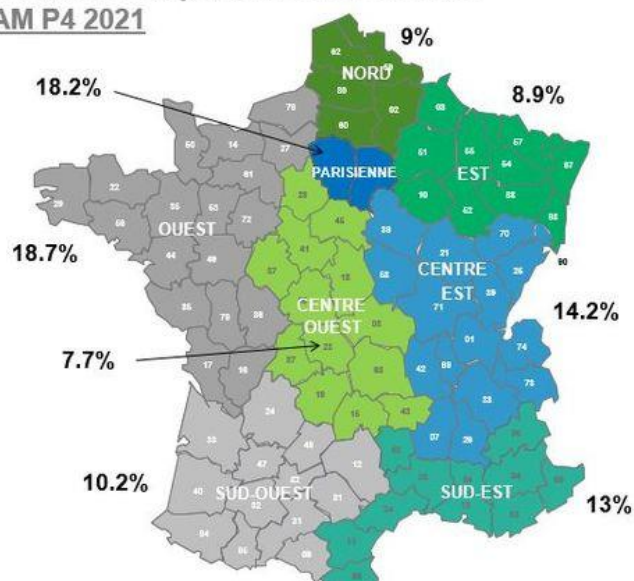
 Univers PGC FLS / 100% Généralistes
 CAMP4 2021 vs CAMP4 2020

 Référence
 Experte

LES PLACES FORTES RÉGIONALES DES CHALLENGERS

A noter aussi les positions fortes occupées par des challengers dans leurs bastions historiques. Système U est numéro 2 dans l'ouest avec près d'un quart du gâteau (24,5% de parts de marché) alors qu'il occupe seulement le 4e rang français avec 11,1% de PDM. Le groupe Casino est lui numéro deux en région parisienne avec 18,5% de PDM contre 7,8% au national. Le groupe Louis Delhaize (Cora Match) est enfin numéro trois dans la région Est, où il talonne les Mousquetaires de seulement 0,3 point. Quant à Auchan Retail, il a perdu sa troisième place historique dans le Nord, une position qu'il conserve néanmoins en région parisienne. Preuve que la bataille des régionales est aussi rude et complexe pour les distributeurs alimentaires.

LES 8 REGIONS WORLDPANEL - Répartition de la clientèle Total Généralistes – CAM P4 2021


KANTAR

 Référence
 Experte



UN NOUVEAU PRESIDENT POUR L'ANIA

Jean-Philippe André a été élu président par le Conseil d'Administration de l'Association Nationale des Industries Alimentaires pour un mandat de 3 ans. Il succède à Richard Girardot.



Ce jeudi 24 juin 2021, le jour où le projet loi Egalim 2 est examiné à l'Assemblée nationale, **Jean-Philippe André** a été élu par le Conseil d'Administration de l'Association Nationale des Industries Alimentaires, Président de l'ANIA pour un mandat de 3 ans. Il succède à **Richard Girardot**, qui occupait cette fonction depuis 2018 et "*dont l'implication durant la crise a été saluée*", peut-on lire dans le communiqué de l'Ania. Président du Directoire de Haribo France, Jean-Philippe André a également été Président des Confiseurs de France entre 2016 et 2020 et Président de l'Alliance 7 depuis 2020.

Un spécialiste de l'alimentaire

A 62 ans, Jean-Philippe André a consacré l'intégralité de sa carrière professionnelle au secteur alimentaire. D'abord au sein du Groupe Danone pendant plus de 20 ans, en France et en Italie, en tant que Directeur des Ressources Humaines (Bières France et Eaux minérales Italie), Directeur Commercial (Brasseries Kronenbourg) et Directeur Général des Eaux minérales Italie et Middle East. Après une expérience chez Heineken Italie, il rejoint, en 2006, le Groupe Haribo en France en tant que Président du Directoire. En plus de cette fonction, il a oeuvré pour Haribo USA, puis Haribo Italie, avant d'intégrer le Management Council du Groupe. "*Déterminé à porter avec fierté la voix collective des métiers de l'agroalimentaire, il affiche une ambition claire : renforcer l'attractivité de la première industrie de France*", poursuit le communiqué. «*Pendant la crise que nous avons vécue, l'industrie agroalimentaire a pleinement joué son rôle. Aucun produit ne manquait à l'alimentation de nos concitoyens grâce à l'exceptionnelle capacité de mobilisation de tous nos acteurs. L'ANIA s'est pleinement concentré sur cet objectif. A la sortie de cette crise, sortie que nous espérons désormais proche, il faudra collectivement mobiliser nos entreprises, mais aussi toutes les parties prenantes sur un objectif prioritaire, restaurer pour mieux la développer l'attractivité de l'agroalimentaire en France. Elle représente un atout majeur, une pépite de la « Maison » France. On peut et on doit la valoriser davantage*», souligne Jean-Philippe André, dans le communiqué.

Pour y parvenir, Jean-Philippe André souhaite renforcer la dynamique visant à bâtir une ANIA fédératrice offrant un très haut niveau de service aux métiers de l'industrie agroalimentaire. «*Je remercie les membres du Conseil d'Administration de l'ANIA pour leur confiance. J'aurai à coeur, avec les équipes de l'ANIA et le soutien des adhérents, de promouvoir sans relâche et avec fierté nos savoir-faire, notre culture du « bon et du bien manger » et nos engagements sur le plan environnemental, social et économique*», résume Jean-Philippe André, dans ce même communiqué.

Plus de 17 000 entreprises

L'Association Nationale des Industries Alimentaires rassemble 30 syndicats métiers et 17 associations régionales, représentatives de 17 723 entreprises alimentaires en France. L'agroalimentaire est le 1er secteur économique français avec un chiffre d'affaires de 180 milliards d'euros et le premier employeur industriel avec 427 594 salariés. L'ANIA est l'interlocuteur privilégié des pouvoirs publics, des administrations et des médias sur les sujets liés à l'alimentation.



AMAZON ET MONOPRIX ACCELERENT SUR LE "QUICK COMMERCE"

Les deux partenaires ont lancé le 16 juin à Strasbourg leur offre conjointe de livraison le jour même de produits alimentaires, d'entretien et d'hygiène-beauté, réservée aux abonnés Amazon Prime. Un déploiement à grande vitesse est prévu dans les prochains mois.

Avec une nouvelle ouverture à Strasbourg et dans 27 communes alentour, Amazon et Monoprix accélèrent la cadence du déploiement en France de leur offre de livraison express de produits alimentaires, d'entretien de la maison et d'hygiène-beauté réservée aux abonnés Amazon Prime. Le service, testé depuis début juin, a officiellement débuté le 16 dans la région du Grand Est. Ce programme, disponible via le site Amazon.fr, permet aux abonnés de se faire livrer, sur un créneau de deux heures entre 14 et 22 heures, une sélection de 6 300 références, dont 1 600 articles de marques propres de Monoprix.

Pas de lourds investissements nécessaires

« Grâce à l'alliance de la densité de notre clientèle Prime Now et à la bonne pénétration de Monoprix dans la région, Strasbourg est une ville à fort potentiel », souligne Laura Auvray, directrice de l'alimentaire ultrarapide d'Amazon.fr. L'offre est déjà accessible à Paris, pour 70 % des habitants de toute l'Île-de-France, mais aussi à Nice, Lyon, Bordeaux et à Montpellier depuis la fin mars. « Une extension rapide est prévue dans les prochains mois en France. » « Pour accélérer, nous nous appuyons sur un maillage de magasins existants », détaille la directrice. À Strasbourg, c'est une enseigne Monoprix du centre-ville qui a été choisie. Les commandes y sont préparées par des salariés du distributeur. Ni Amazon ni Monoprix n'ont à investir dans de coûteux entrepôts : ils pourront ainsi ouvrir rapidement dans de nouvelles villes. Nombre de leurs rivaux, comme l'allemand Gorillas, doivent ouvrir des dark stores, des centres de préparation des commandes. Le britannique Zapp dispose même de sa flotte de livreurs salariés, ce qui alourdit encore son modèle. Dans le cadre de cette offre conjointe, Monoprix encaisse le chiffre d'affaires lié à ses ventes et paye à Amazon une commission, classique dans le monde de la marketplace. En échange, l'e-commerçant apporte au distributeur le trafic de son site et pilote indirectement la livraison du dernier kilomètre, en s'associant à des partenaires locaux comme Paack. Les colis doivent être livrés à l'heure dite et les produits, fragiles dans l'alimentaire, en bon état. « Strasbourg est à ce titre une ville pilote. C'est la première fois qu'Amazon teste la livraison de produits frais en vélos cargos électriques », indique Laura Auvray.

Une livraison plus verte

La principale problématique à laquelle les deux sociétés ont fait face : trouver des bicyclettes cargos à grosse capacité de transport, car les commandes alimentaires des abonnés Prime Now représentent des volumes importants. La grande majorité des livraisons seront réalisées dans le Grand Est via ces appareils plus propres (ils permettent de réduire les émissions de particules fines et les nuisances sonores, mais la production de leurs batteries reste polluante). Certaines zones, trop éloignées, seront livrées avec de classiques camionnettes. Si cela fonctionne, Amazon étendra ce mode de livraison à d'autres villes où il est présent dans le « quick commerce » alimentaire. La multinationale espère parvenir, d'ici à 2030, à 50 % d'expéditions neutres en carbone dans le monde.

TROISIEME PARTIE :

L'ACTUALITE TECHNIQUE, JURIDIQUE & REGLEMENTAIRE



L'ETAT ENCOURAGE LA CYCLO-LOGISTIQUE

La ministre de la Transition écologique, Barbara Pompili, était hier à Marseille pour présenter le plan national de développement de la cyclo-logistique dans le cadre de l'instauration des zones à faibles émissions (ZFE). Au total, 12 millions d'euros de Certificats d'économie d'énergie (CEE) lui seront consacrés.

Un an après le lancement du plan de vélo, le gouvernement souhaite encourager la cyclo-logistique afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) issues du transport de marchandises. Un plan national met donc en place des incitations économiques pour les professionnels du secteur.

Financé par les certificats d'économie d'énergie (CEE), le dispositif ColisActiv permet de soutenir les acteurs de la livraison par vélo cargo. Aujourd'hui testé dans quatre villes grâce à une aide financière sur trois ans, cette aide financière sera étendue dès juin prochain, à toutes villes ayant mis en place une ZFE, ou qui en créent une en 2021, sous réserve d'apporter un cofinancement.

Ce coup de pouce Colis Activ représente jusqu'à deux euros par colis pour les 500.000 premiers la première année, jusqu'à 1.30 € pour 1.5 million de colis la deuxième année, et 0.6 € pour 3 millions de colis la troisième année.

Aide à l'achat de vélo-cargos

Courant 2021, une aide à l'achat de vélos cargos, avec ou sans assistance électrique, sera mise en place pour les professionnels. Elle dépendra du vote favorable du projet de loi Climat & Résilience : les modalités d'accès doivent donc encore être précisées. En tout cas, la prime à la conversion est étendue aux entreprises souhaitant remplacer un vieux véhicule par un vélo à assistance électrique.

En parallèle, le programme CEE Ma cycloentreprise facilitera la création de microentreprises dans le champ de l'économie sociale et solidaire, tout en favorisant l'emploi éthique et local. Jusque fin d'année, le programme CEE V-logistique offrira la possibilité aux professionnels de tester ce mode de transport par le prêt de vélos cargos à assistance électrique.

Clauses de marchés publics

Le plan national pour les achats durables (PNAD) prévoit que le transport et la logistique deviennent les secteurs prioritaires à appliquer des clauses « cyclogistiques » dans les marchés publics.

Bien évidemment, le développement des pistes cyclables, places de livraisons dédiées et locaux spécifiques devra se faire en accord avec les collectivités locales. Dans le cadre du 4e Programme des investissements d'avenir (Pia4), des crédits seront dédiés à la logistique 4.0, via un appel à projets ciblant spécifiquement la création d'applications dédiées à la circulation pour la cyclologistique (optimisation des itinéraires et des chargements, disponibilité des places de livraison, largeur des pistes cyclables, passages impraticables en vélo cargo, etc.)

À Paris, si le transport de marchandises ne représente que 15 à 20 % du trafic, il génère 45 % des particules fines émises. Un vélo cargo triporteur, possédant une caisse de 1.500 litres, émet, lui, 85 % de CO² en moins qu'un véhicule thermique de la même capacité.

FRIGOBLOCK AJOUTE LES TECHNOLOGIES DE TÉLÉMATIQUES ET DE CONNECTIVITÉ



Frigoblock, une marque de Thermo King, a annoncé aujourd'hui l'introduction de nouvelles fonctionnalités de surveillance et de connectivité sur ses groupes frigorifiques FK-, FK-i-, EK-, HK- et DK-Series. Avec la nouvelle offre de connectivité de Frigoblock, les clients peuvent désormais recevoir des données en temps réel pour optimiser leurs équipements et leurs opérations pour une meilleure disponibilité, une surveillance du contrôle de la température et la sécurité des cargaisons.

La connectivité Frigoblock est totalement intégrée au groupe frigorifique. Elle offre une visibilité complète 24 h/24 et 7 j/7 de l'état du groupe frigorifique et de la cargaison, une surveillance à distance et un contrôle proactif via le portail Web Tracking et l'application TK Reefer. La solution connecte également le client à une équipe d'assistance client multilingue et au vaste réseau de concessionnaires pour une assistance d'urgence 24 h/24 et 7 j/7.

« Nos clients recherchent en permanence des moyens d'améliorer et de rendre les opérations de leur flotte plus intelligentes. La connectivité est quelque chose à ne pas manquer », a déclaré Eneko Fernandez, responsable de produits chez Thermo King et Frigoblock. « La connectivité génère des informations sur les événements et les valeurs qui comptent le plus pour les opérations de la flotte – des ouvertures de portes et des températures ambiantes à la planification opérationnelle et à l'utilisation des actifs. Avec la connectivité de FRIGOBLOCK, nous pouvons désormais exploiter les nombreuses données et s'assurer que la cargaison est protégée à tout moment et que le groupe frigorifique fonctionne à son maximum. »

Les solutions de connectivité Frigoblock offrent des fonctionnalités innovantes de stockage, de transfert et de gestion des données, notamment :

- Communication bidirectionnelle qui permet la gestion des groupes frigorifiques en temps réel et l'accès aux données critiques pour garantir que la cargaison est toujours protégée.
- La connectivité Bluetooth® permet aux utilisateurs à portée de la connexion de gérer à distance le point de consigne et d'allumer ou d'éteindre le groupe frigorifique.
- Le groupe frigorifique peut également être consulté et géré à distance depuis n'importe où dans le monde, et à tout moment, via une connexion Internet à l'aide d'un portail Web Tracking dédié ou d'une application mobile TK Reefer.
- Toutes les données peuvent être intégrées dans une plateforme télématique tierce.

Les groupes frigorifiques Frigoblock des gammes FK-, FK-i-, EK-, HK- et DK-Series déjà en service et dotés d'un contrôleur numérique, peuvent également commencer à bénéficier de la connectivité Frigoblock grâce à une installation rapide du dispositif de communication chez l'un des concessionnaires Frigoblock.

Les Echos

LES CAMIONS ELECTRIQUES MONTRENT LE BOUT DE LEUR NEZ EN EUROPE

Après de longues périodes de tests chez quelques clients avec des modèles 100 % électriques, les constructeurs de camions songent à présent à lancer la production en série. Mais l'autonomie et les surcoûts restent des freins à l'achat.



Le camion électrique entrevoit ses premières applications sur la distribution urbaine. Les trajets interurbains demandent une amélioration sensible de l'autonomie. (MAN)

Avec dix à douze ans de retard sur les premières voitures particulières mues à 100 % par des batteries lithium-ion, comme les Renault ZOE ou Nissan Leaf, les poids lourds électriques sont à leur tour en passe de figurer dans les catalogues des constructeurs. Le point de bascule est net : après une période de test de plusieurs années chez un panel de clients volontaires, dûment sélectionnés, les grandes marques présentes en Europe songent à la fabrication en série des camions à batterie . Au moins dans un premier temps, pour les véhicules réservés aux livraisons urbaines.

Distribution lourde

Avantage de cette formule : aucune émission de CO2 ou de particules fines, et un silence intégral dans les métropoles. Inconvénient : une autonomie encore très réduite (de l'ordre de 200 km), un poids des racks de batteries assez lourd, et un prix encore stratosphérique pour les transporteurs. « Si c'est comme pour les bus, la version électrique coûte deux fois et demie plus cher », pointe un professionnel. Sans parler des prises de recharge de 380 volts qui ne courent ni les rues, ni les autoroutes. Candidat déclaré sur ce marché naissant, Daimler Truck, la branche spécialisée du groupe allemand Daimler , présentera le 30 juin son nouveau « camion à batterie pour la distribution lourde », et s'apprête à produire en série cet e-Actros à compter du second semestre, dans son usine de Wörth (Rhénanie-Palatinat). Mercedes annonce une autonomie bien supérieure à celle des prototypes, qui ont fait l'objet de tests intensifs depuis 2018 chez une vingtaine de clients en Allemagne, Suisse et Bénélux, et ont parcouru plus d'un demi-million de kilomètres. Après les versions « porteur » de 18 à 26 tonnes, plutôt réservées aux villes, un modèle « tracteur » longue

distance capable d'avaler d'une traite 500 km est programmé pour 2024, selon un porte-parole. Cependant, pour les entreprises de transport peu enclines à se passer du diesel de nouvelle génération, déjà plus cher que l'ex-Euro 5, Daimler Truck s'apprête non pas à vendre, mais à louer ces véhicules à travers sa captive financière Charter Way, avec des services associés comme la formation des conducteurs et la mise à jour régulière des logiciels.

Prévisions ambitieuses

Pour le moment, le marché des véhicules 100 % électriques est encore hautement symbolique: l'an dernier, 96,5 % des nouveaux poids lourds européens fonctionnaient au diesel récent (Euro 6) contre 0,4 % de modèles électriques rechargeables avec, au milieu, 2,9 % de camions « à carburant alternatif », comme le gaz naturel liquéfié, qui gagne du terrain en attendant mieux.

Mais les ventes pourraient décoller assez vite. L'Association des constructeurs automobiles européens (Acea) estime qu'environ 10.000 camions électriques de moyen tonnage (3,5 à 16 tonnes) et 30.000 exemplaires de plus grande capacité (plus de 16 tonnes) seront en circulation sur le Vieux Continent dès 2025, sous réserve qu'existe le réseau de points de charge nécessaire. Puis en 2030, la flotte livrée serait de 70.000 unités de moyen tonnage et 200.000 de gros gabarit, poursuit l'Acea qui parle même d'hypothèses basses.

Aucun constructeur ne se détourne désormais des camions à batteries, même s'ils représenteront à terme une solution intermédiaire entre le gaz, déjà disponible pour les parcours interurbains, et l'hydrogène, une forme plus sophistiquée d'électrification promise pour après 2025. La raison : selon les règlements européens, les camions neufs devront encore abaisser de 15 % leurs émissions polluantes en 2025 (pour les plus de 16 tonnes) et de 30 % en 2030 pour les 7 tonnes et plus. Même si personne ne croit à l'abandon rapide du diesel classique (le carburant B7), des véhicules zéro émission pourraient être de précieux alliés si les producteurs de camions se voient assigner des objectifs annuels à réaliser en termes de CO2 : car même quelques unités livrées font rapidement chuter les moyennes, selon Xavier Rioult, expert électromobilité chez MAN Truck France.

Elargir les gammes

Cette autre firme allemande qui évolue dans le giron du groupe VW a d'abord fait des tests avec un conglomérat de neuf entreprises allemandes et autrichiennes, dont Spar et Metro, puis a élargi sa flotte de 50 camions électriques e-TGM à l'Europe, dont deux en France pour livrer des magasins Franprix et Mc Donald's. Des camions de 26 tonnes munis de 12 batteries sous le plancher qui alourdissent néanmoins le véhicule de trois tonnes par rapport à la version classique, qui elle consomme 25 litres de diesel aux 100 km. « A l'horizon 2024-2025, nous aurons une gamme plus large, et notre objectif est de parvenir à ce moment à un coût total d'exploitation (TCO) équivalent au diesel. Le prix des batteries et de la maintenance va aller en baissant, mais celui de l'électricité devrait augmenter », prédit Xavier Rioult. Chez les concurrents, le suédois Volvo Trucks prévoit déjà que toutes ses gammes européennes disposent d'une version électrique, et la production en série de la majorité des modèles débutera au second semestre 2022. Sa marque-soeur Renault Trucks propose des modèles sur les mêmes plateformes. Les concurrents DAF, Scania ou Iveco ne sont pas en reste, d'autant que des nouveaux venus comme la start-up anglo-suédoise Volta Trucks ou l'espagnol Irizar sont dans les starting-blocks.



DES CONTROLES A LA FRONTIERE MAL RESPECTÉS

Aucune solution n'est en vue dans le conflit qui oppose l'Union européenne et le Royaume-Uni, à dix jours de la fin du délai de transition sur les contrôles de marchandises en Irlande du Nord. La réduction douanière accordée par l'UE à la Grande-Bretagne prendra fin le 11 juillet. Le protocole sur l'Irlande et l'Irlande du Nord accorde à cette partie britannique de l'île un statut spécial temporaire, prévoyant un allègement des droits de douane, assorti de contrôles par les autorités britanniques sur certains produits pharmaceutiques et alimentaires livrés par le Royaume-Uni dans l'île. Il s'agit de garantir que ces produits ne parviennent pas dans l'Union européenne par la frontière entre les deux Irlande. Londres ne mènerait ces contrôles qu'imparfaitement selon Bruxelles, d'où les pressions exercées en marge du G7 par plusieurs pays européens sur le Premier ministre du Royaume-Uni, Boris Johnson, notamment par la France et l'Allemagne. « *Nous n'avons pas de possibilités de vérifier si certains produits alimentaires livrés par la Grande-Bretagne ne sont effectivement destinés qu'à l'Irlande du Nord* », souligne un douanier européen assurant que « *[leur] patience est à bout !* ». La Grande-Bretagne avait décrété de façon unilatérale une levée des contrôles sur certains types de produits, notamment sur les saucisses, pour éviter une paralysie du système de distribution britannique.

LA SUISSE INTERDIT LA PAUSE HEBDOMADAIRE EN CABINE

La Suisse veut à son tour interdire aux conducteurs de passer leur longue pause hebdomadaire dans leur cabine, afin de lutter contre le dumping social et une forme de concurrence déloyale en provenance des pays d'Europe de l'Est. Une première démarche à ce sujet remonte à l'automne 2020, à l'initiative de plusieurs politiques. Le Conseil des États, chambre haute du Parlement suisse représentant les cantons, vient d'adopter à 37 voix contre 8 un texte interdisant aux chauffeurs de dormir le week-end dans leur véhicule à compter du 1^{er} janvier 2022, selon la ministre suisse des Transports Simonetta Sommaruga. « *Les conditions de travail des chauffeurs suisses sont bonnes*, souligne le libéral Thierry Burkart, qui est aussi le président de la fédération suisse des transporteurs Astag. *Je suis favorable à la reprise du droit européen en la matière pour maintenir de telles conditions dans un contexte de concurrence avec les transporteurs étrangers.* » Depuis l'adoption du pacte Mobilité à l'été 2020, les conducteurs de poids lourds ont l'obligation de passer leur longue pause hebdomadaire de quarante-cinq heures en dehors de leur cabine. L'adoption du texte est également saluée par le groupement Initiative des Alpes (Alpeninitiative), qui lutte contre le transit routier à travers la Suisse. « *Nous ne parviendrons à transférer le trafic marchandises sur le rail que si les conditions de travail et les prix entre le rail et la route sont similaires* », souligne le groupement dans un communiqué.

JEAN-PIERRE SANCIER ELU PRESIDENT DU CNR

Les 24 membres du conseil d'administration du CNR ont élu Jean-Pierre Sancier (TLF) à l'unanimité le 21 juin, succédant ainsi à Yves Fargues, qui avait réalisé deux mandats. Fils de transporteur, diplômé de l'ESC Bordeaux, Jean-Pierre Sancier débute sa carrière chez TFE en 1979 et en devient le directeur commercial au cours des années 1990. La fusion avec STEF le conduit à occuper différents postes de direction générale jusqu'à celui de directeur général du groupe STEF de 2012 à 2019. Retraité, il a choisi de poursuivre son engagement pour la profession en rejoignant en 2019 la gouvernance de l'Union TLF, dont il est actuellement vice-président. À ses côtés, cinq vice-présidents ont également été élus au bureau du CNR : Franck Edeline (FNTR), Jean-Pierre Ducournau (OTRE), Jean-Sébastien Barrault (FNTV) ainsi qu'Yves Crozet et André Jour, deux « personnes qualifiées ».