



REVUE DE PRESSE

Semaines 43 & 44
du 25/10 au 5/11/2021

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
- Décisions PL
- L'Antenne
- Transport Info
- Bulletin des transporteurs et de la logistique
- FAQ Logistique

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.paguette@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. La Chaine Logistique du Froid rappelle que la reproduction d'un article de presse ou d'une page de livre sans autorisation du CFC constitue un délit de contrefaçon qui est puni de 3 ans d'emprisonnement et d'une amende de 300 000 euros. Cette revue de presse est donc destinée à l'usage exclusif du destinataire.

SOMMAIRE

PREMIÈRE PARTIE – L’actualité des transporteurs et logisticiens frigorifiques

- **L’Officiel des transporteurs :**
 - Fusion-Acquisition : le groupe Stef s’étend au Royaume-Uni
 - La Sphère Transport & Logistique (ex-SDTL) : nouveau nom, nouvelle activité
 - Delanchy Transports : nous avons opté pour le gaz sans trop y croire.
- **Froid News :**
 - Le marché français de la logistique du froid devrait croître de 3,9% jusqu’en 2026

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

- **Stratégie Logistique :**
 - « Digital First » : le plan stratégique de Carrefour
- **Le Monde des Surgelés :**
 - Egalim 2 : quel impact sur la relation industrie-commerce ?
 - Tunnel congélation : une conversion réussie au R442A
 - Picard lance la raclette en bowl
- **Les Marchés :**
 - Le groupe Jean Floc’h victime d’une cyberattaque
 - Inflation alimentaire : Michel-Edouard LECLERC anticipe une « sacrée hausse de prix »
 - Le groupe AVRIL victime d’une cyberattaque
- **LSA :**
 - Rupture en rayon : une perte de chiffre d’affaires colossale

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

- **L’Officiel des Transporteurs :**
 - Constructeurs : année 2021 du Covid à la pénurie
 - Près de 20% du parc sous hydrogène d’ici à 2050
 - Le groupe BERT&YOU s’associe à LIDL pour recruter des conductrices
 - Portugal : vers une indemnisation des conducteurs pour les temps d’attente
 - CHEREAU annonce une remorque longue distance « nouvelles énergies »
- **Stratégie logistique :**
 - 1,35 milliard pour doubler le ferroviaire d’ici 2030

PREMIERE PARTIE :

L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET LOGISTICIENS



FUSION-ACQUISITION

LE GROUPE STEF S'ETEND AU ROYAUME-UNI

Le groupe STEF a annoncé son acquisition du britannique Langdon Group Ltd, un spécialiste du transport sous température dirigée qui englobe notamment les entités Nagel Langdons Ltd, Ferryline Forwarding Ltd et Langdons Bridgwater Ltd.

Pour le groupe STEF, l'acquisition de Langdon Group marque une étape stratégique supplémentaire dans la construction de son réseau européen, engagée il y a plus de trente ans. Cette croissance s'ajoute à l'acquisition fin 2020 des activités de Nagel en Italie, en Belgique et aux Pays-Bas. Spécialiste national du transport sous température dirigée, Langdon Group est également un acteur majeur de l'import-export de produits alimentaires frais et surgelés entre le Royaume-Uni et l'Europe continentale. Ses 1 400 collaborateurs et ses huit sites lui permettent de servir 20 000 destinataires partout sur le territoire britannique. Chaque année, la société traite près de 2,7 millions de palettes pour le compte de 2 000 clients. En 2020, elle a réalisé un chiffre d'affaires de 164 M€. « Cette signature représente une opportunité unique pour étendre notre couverture géographique à un huitième pays : le Royaume-Uni, indique Stanislas Lemor, PDG du groupe STEF. Elle s'inscrit parfaitement dans notre stratégie de pure player européen de la supply chain alimentaire. Cette acquisition va nous permettre de proposer à nos clients, producteurs et distributeurs, une offre de transport et logistique sur l'ensemble de l'Europe occidentale et de les accompagner dans leur développement au-delà de l'Union européenne. » Ce rachat, dont la finalisation est prévue pour la fin de l'année, s'accompagnera d'un accord de distribution entre STEF et Nagel, en vertu duquel les clients du groupe allemand pourront continuer à bénéficier du réseau britannique de Langdon Group.

Une progression à + 10,2 % au 3^e trimestre

Le géant français du froid a par ailleurs annoncé une progression de son chiffre d'affaires au troisième trimestre 2021, à 2 557 M€ au 30 septembre 2021, en hausse de 10,2 %, dont 8,1 % à périmètre constant. La tendance dynamique apparaît positive pour tous les métiers et dans tous les pays du groupe. « Même si la vigilance s'impose toujours, nous enregistrons ce trimestre une performance prometteuse qui démontre la reprise économique actuellement présente en Europe, souligne Stanislas Lemor. Cette tendance positive, ajoutée aux fondamentaux sains du groupe, lui permet aujourd'hui d'accélérer son déploiement européen. »



31 LA SPHÈRE TRANSPORT & LOGISTIQUE

NOUVEAU NOM, NOUVELLE ACTIVITE

La Sphère Transport & Logistique (ex-SDTL) veut mieux refléter son ouverture vers une nouvelle activité, la logistique. Un développement prometteur à travers une offre complète, que l'entreprise veut rendre plus visible.

La société de transport SDTL, basée à Saint-Sauveur près de Toulouse, devient La Sphère Transport & Logistique. Ce changement de nom, accompagné d'un nouveau logo, marque un tournant dans la vie de cette entreprise fondée en 1957 par Pierre Decons. « *La sphère symbolise le monde, l'ouverture vers l'extérieur. Ce changement d'identité traduit également une nouvelle ouverture au secteur de la logistique, complémentaire de notre activité de transporteur* », souligne Luc Quéguiner, qui a rejoint l'entreprise en 2000 avant de devenir dirigeant du groupe en 2016. La Sphère diversifie son offre suite au rachat en 2020 de la branche logistique de la société RSO, alors en liquidation judiciaire. Après une année dans les anciens locaux de RSO, La Sphère a loué un entrepôt de 3 500 m² à Belberaud, à proximité de Toulouse, et investi dans des outils logistiques connectés. « *Notre offre est complète, avec interfaçage aux systèmes d'information de nos clients pour un suivi en temps réel des stocks, des mouvements et de l'évolution du traitement des opérations logistiques*, explique Lucas Belkaid, directeur logistique de La Sphère. *La logistique représente un complément et une diversification que nous n'avions pas. Nous nous orientons vers l'e-commerce, qui a pris beaucoup d'ampleur, et la distribution de marchandise généraliste sur palettes, principalement. Nous gérons toute la logistique de start-up ou d'entreprises n'ayant pas d'expérience dans ce domaine, afin qu'elles se concentrent sur leur corps de métier.* » Outre la logistique de distribution, la société peut organiser le transport pour le compte de ses clients, en propre avec ses camions, par des réseaux partenaires ou par le groupement FLO – que La Sphère a rejoint en 2013. L'entreprise collabore avec Coliposte ou Chronopost. Ce développement implique le recrutement de trois à quatre collaborateurs en 2021. Désormais, la logistique représente 8 % du chiffre d'affaires du groupe, qui s'élevait à 13,6 millions d'euros en 2020. Un chiffre stable entre 2019 et 2020, mais qui croît depuis plusieurs années et devrait augmenter de 8 % en 2021 pour l'ensemble du groupe.

Des clients majeurs dans la grande distribution

Le transport de produits frais et surgelés est la spécialité de la maison depuis sa création. Totalisant 60 % du chiffre d'affaires, le transport de marchandises en température dirigée est aussi sa principale activité, réalisée principalement pour la grande distribution et des grossistes (en approvisionnement, cross-dock ou expédition). « *Nous faisons de l'approvisionnement en amont, mais aussi vers les magasins*, détaille Luc Quéguiner. *Environ un tiers de notre activité concerne du transport en sec pour la grande distribution, ou pour des lots de produits industriels. Par ailleurs, l'affrètement représente 7 % de notre chiffre.* » La Sphère loue des véhicules avec conducteur pour les enseignes Intermarché, U Log ou le groupe Casino – un client historique majeur depuis la fondation de l'entreprise – ou pour des industriels de l'agroalimentaire. Les flux de transport sont importants dans le sud de la France, entre Bordeaux et Marseille, avec des lignes régulières et plusieurs camions jour et nuit. Des lignes quotidiennes sont assurées vers Niort, Montpellier, Nîmes, Nantes, Lyon et la région parisienne. Côté flotte, 100 % Euro 6, La Sphère exploite quelque 70 véhicules diesel Mercedes, Volvo et Renault, ainsi que des véhicules au gaz Iveco. Remorques, tautliner bâchés, fourgons, tracteurs semi-remorques, porteur en frigorifique... « *Nous renouvelons chaque année une douzaine de véhicules moteurs, et sept à huit remorques frigorifiques et non frigorifiques. Nous n'avons pas d'entrepôt frigorifique, car nous ne réalisons pas de groupage-dégroupage* », précise le dirigeant, qui estime que dans le secteur concurrentiel du transport de produits frais, il y a du travail pour tout le monde. Luc Quéguiner a d'ailleurs mené toute sa carrière dans le transport frigorifique, d'abord au sein des Transports

Pujos, puis chez Exel Logistics. Lorsqu'il a rejoint SDTL en 2000, il a accompagné son fondateur dans la gestion et le développement de l'entreprise, et en est devenu actionnaire dès 2001. Avec les deux autres actionnaires de l'époque, ils rachètent l'entreprise TSR (Transport Szczypta Robert, à Grisolles, en 2008 (16 salariés). À partir de 2013, Luc Quéguiner reste le seul « actif » à la tête de l'entreprise. C'est à ce moment-là qu'il décide de rejoindre le groupement FLO, pour rompre l'isolement et développer SDTL. Il dirige aujourd'hui La Sphère avec son épouse et leurs fils, Clément – responsable d'exploitation depuis cinq ans, et Gabriel, arrivé en 2018 en tant que contrôleur de gestion.

Fidéliser les chauffeurs et en attirer de nouveaux

Pour son entreprise familiale, le dirigeant a toujours placé l'humain au cœur de son développement, en s'attachant à créer des liens de qualité avec les salariés. Ils sont actuellement 120, dont 105 chauffeurs. *« La pénurie de chauffeurs s'est accentuée cette année. Il est important d'être encore plus proche de nos collaborateurs, constate Luc Quéguiner. Nous avons mis en place un intéressement, basé sur la performance. Nous avons également créé des groupes de 10-12 chauffeurs, gérés par des chefs d'équipe : leur rôle n'est pas de distribuer le travail mais d'être à l'écoute, dans l'accompagnement. Les conducteurs sont isolés dans leur camion, ils ont besoin d'échanger. Ces groupes permettent une plus grande proximité entre les salariés. Nous avons aussi créé un poste de responsable des chauffeurs, qui gère les ressources humaines. Quant à notre formateur interne, il propose de l'écoconduite et s'occupe de l'intégration des nouveaux chauffeurs, en leur expliquant notamment les spécificités de nos clients. »* La société a besoin de recruter une vingtaine de conducteurs. Le dirigeant fait appel cette année à un cabinet de recrutement, car la recherche de candidats est particulièrement chronophage. Outre son propre réseau, l'équipe utilise les réseaux sociaux, le site Le Bon Coin, – *« qui est devenu important pour le recrutement »* – et les services de Pôle emploi. *« Nous sommes adhérents du groupement d'entreprise pour l'insertion par la qualification [Geiq] transport de Toulouse. Le Geiq a l'avantage d'offrir un meilleur suivi et un accompagnement durant toute la période de formation et, en amont, un sourcing différent de celui que nous pouvons faire »,* remarque-t-il. La Sphère a recruté quelques femmes chauffeurs, mais le transport frigorifique implique des horaires décalés, ce qui ne convient pas forcément aux professionnelles concernées. Cette année, La Sphère veut développer son activité logistique, après une première année passée à sa restructuration suite au rachat. *« Tous nos outils sont en place, commente Lucas Belkaid. Nous voulons rendre plus visible cette activité, notamment par une communication numérique plus poussée. Nous pensons travailler avec un community manager pour cibler des audiences, toucher des prospects qualifiés pour éventuellement les convertir en clients. »* La Sphère poursuit également ses investissements technologiques : l'entreprise compte, par exemple, 11 véhicules équipés de la conduite semi-autonome. La refonte de son image vise aussi à montrer sa modernité...

Repères :

- **Siège : Saint-Sauveur (31)**
- **CA 2020 : 13,6 M€**
- **Effectif : 120 salariés**
- **Moteurs : 65 tracteurs routiers ; 5 tracteurs routiers GNC, 47 semi-remorques frigorifiques, 15 semi-remorques fourgon, 15 semi-remorques tautliner**
- **Activités : transport en température dirigée, transports de produits secs, logistique, location de camions avec conducteur, affrètement**



YANNIG RENAULT DIRECTEUR TECHNIQUE DE DELANCHY TRANSPORTS

« NOUS AVONS OPTÉ POUR LE GAZ SANS TROP Y CROIRE. AUJOURD'HUI, NOUS AVONS 50 VEHICULES »

Tester des solutions techniques, c'est l'une des philosophies de Delanchy Transports, qui disent mener « *une politique volontariste* » sur l'environnement.

« *Notre ambition est de participer à tous les projets mis en œuvre par les constructeurs et les fournisseurs d'énergie* », indique Yannig Renault, le directeur technique, selon qui un transport décarbonné est « *un élément différenciant* ». C'est en 2016 que l'entreprise a misé sur le gaz « *sans vraiment y croire car nous n'avions pas de visibilité* ». Aujourd'hui, une cinquantaine de véhicules utilisent cette énergie. Concernant l'hydrogène, l'entreprise a travaillé sur un premier prototype en exploitation et recevra en janvier prochain une semi avec un groupe froid alimenté à l'hydrogène. Aujourd'hui, « *il faut que tout le monde avance, que chacun fasse un effort sur une partie de son parc. Par exemple, pour les camions électriques à batteries, il faut absolument que les constructeurs réussissent à en vendre pour continuer de faire des développements et permettre aux transporteurs d'avoir un retour sur la durée de vie et l'utilisation* ».

LE MARCHÉ FRANÇAIS DE LA LOGISTIQUE DE LA CHAÎNE DU FROID DEVRAIT CROITRE DE 3,9% JUSQU'EN 2026

Selon le rapport « marché de la logistique de la chaîne du froid en France » édité par Market Research Intellect, le marché français de la logistique de la chaîne du froid devrait connaître un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 3,9% au cours de la période de prévision 2021-2026. Le rapport avance que la pandémie de Covid-19 a eu un impact significatif sur l'activité logistique de la chaîne du froid. De nombreux acteurs français de la logistique de la chaîne du froid seraient confrontés à de nombreux défis et incertitudes. La croissance accélérée du e-commerce, le rôle clé dans le commerce de détail pendant la première période de confinement et plus tard dans la campagne de vaccination (stockage, livraison de vaccins, etc.) ont permis au marché de la logistique de prouver en 2020 son importance pour l'économie. Cela permet aussi d'expliquer la bonne performance de l'industrie de la logistique de la chaîne du froid.

Lors du transport et du stockage de produits sensibles à la température, le stockage réfrigéré est devenu une partie intégrante de la gestion de la chaîne d'approvisionnement. Dans son rapport, Market Research Intellect établit quelques pistes d'évolutions possibles pour le marché de la logistique de la chaîne du froid en France :

- Croissance du commerce des produits périssables qui devrait contribuer à augmenter la demande de solutions de stockage à froid au cours des prochaines années.
- L'augmentation du marché du commerce électronique et le développement de plans d'infrastructure, l'économie française dispose d'un potentiel de croissance et d'opportunités pour de nouveaux acteurs de pénétrer le marché de la logistique de la chaîne du froid qui est encore assez fragmentée, avec de nombreux acteurs existants sur le marché du fret et de la logistique.
- La localisation des entrepôts à proximité des zones de consommation et d'emploi reste essentielle pour optimiser l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.
- L'automatisation accrue des entrepôts frigorifiques va participer à faire encore augmenter la demande.
- L'automatisation des entrepôts devra comprendre la technologie cloud, la robotique, les bandes transporteuses, l'automatisation du chargement des camions et la gestion de l'énergie.

Enfin, Market Research Intellect affirme que « *La France est leader en Europe avec le plus grand nombre de projets industriels et logistiques. Le « plan logistique 2025 » vise à améliorer les infrastructures pour renforcer l'intramodalité du réseau de transport tout en simplifiant la gestion administrative de la supply chain.* »

DEUXIÈME PARTIE :

L'ACTUALITE DES DONNEURS D'ORDRES ET DU MARCHE



« DIGITAL FIRST », LE PLAN STRATEGIQUE DE CARREFOUR

« Carrefour a une réponse stratégique et industrielle face à Amazon », a exprimé le PDG de Carrefour au journal économique Les Echos. Le plan stratégique présenté hier mise résolument sur le digital.

Le groupe de distribution a présenté, ce mardi, son nouveau plan stratégique à cinq ans, afin de « *faire pivoter le groupe vers une 'digital retail company'* », indique notamment Alexandre Bompard, PDG de Carrefour, aux Echos. Avec ce nouveau plan prévoyant d'investir 3 milliards d'ici à 2026, Carrefour compte mettre le digital au coeur de toutes ses activités. « *transformer Carrefour, distributeur traditionnel doté de capacités de e-commerce, en une Digital Retail Company, qui place le digital et la data au cœur de toutes ses opérations et de son modèle de création de valeur* », a indiqué le PDG.

30% de clients omnicanaux

« *Un client physique qui devient utilisateur de nos plateformes digitales dépense au bout d'un an 22 % de plus chez Carrefour. Notre objectif pour 2026, c'est que 30 % de nos clients, contre 4 % en 2018, deviennent omnicanaux, et que notre volume d'affaires digital, via nos sites et nos places de marché, passe de 3 milliards en 2021 à 10 milliards d'euros* » détaille Alexandre Bompard, dans Les Echos.

Le plan stratégique va s'appuyer sur les 8 milliards de données propriétaires mais également sur la livraison (avec pour objectif de conquérir 5 millions de clients supplémentaires d'ici à 2026) mais aussi des services de personal shopper et de B2B.

Digitalisation des process

« *Uber devient notre partenaire exclusif sur ce marché, avec la start-up Cajo dont nous sommes devenus actionnaires. En douze mois, nous avons déjà généré avec Uber un chiffre d'affaires additionnel de 100 millions d'euros, ce qui prouve le potentiel de notre partenariat* », avance le PDG.

En adoptant une culture « data-centric, digital first », Carrefour fera également évoluer en profondeur ses processus opérationnels, et notamment : le pricing, la construction d'assortiment, les prévisions d'activité, les flux logistiques et d'approvisionnement, ou encore les processus administratifs.

Partenariat avec Meta

Dans le cadre de sa transformation numérique, Carrefour noue un partenariat stratégique avec Meta, qui sera déployé dans les neuf pays intégrés du groupe (France, Italie, Espagne, Roumanie, Pologne, Belgique, Taiwan, Argentine et Brésil).

Le partenariat couvrira de nombreux aspects de l'activité de Carrefour, de la communication interne à l'expérience des employés, en passant par la relation client (expériences instantanées et plus personnalisées), la publicité numérique et la digitalisation des prospectus, la communication locale et le social commerce. Il inclura de multiples plateformes et services de Meta : Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger et Workplace pour connecter les 320.000 collaborateurs.

RSE également

La stratégie digitale s'intègre dans la démarche de responsabilité sociale et environnementale du Groupe. Carrefour annonce viser la neutralité carbone de ses activités e-commerce à horizon 2030, soit dix ans avant l'objectif global fixé pour le Groupe pour 2040.

Carrefour compte aujourd'hui 13.000 points de ventes dans 30 pays, 80 millions de clients en magasins et 800 millions de visites sur nos plateformes d'e-commerce. En 2020, il a réalisé un chiffre d'affaires de 78,6 milliards d'euros.



EGALIM 2 : QUEL IMPACT SUR LA RELATION INDUSTRIE COMMERCE ?

La loi Egalim 2 a été promulguée au Journal officiel du 19 octobre 2021, à la suite d'un long débat parlementaire. Cette loi introduit de nouveaux dispositifs de régulation et de transparence au profit d'une meilleure protection de la rémunération des agriculteurs français. Si ses objectifs sont louables, l'efficacité de ce texte est sujette à de multiples réserves. Décryptage proposé par Maître Nicolas Hournon.*

La Loi promulguée le 18 octobre 2021 est issue d'une proposition de loi de l'Assemblée nationale et plus particulièrement du travail dirigé par le député Grégory Besson-Moreau. Cette proposition de Loi résulte du constat que la loi Egalim n'a pas produit les effets attendus sur la rémunération des agriculteurs. Le législateur tente donc par ce nouveau texte d'intervenir à nouveau dans les rapports Producteurs – Industries — Commerces pour agir à nouveau sur le revenu des agriculteurs. La complexité du texte fait cependant naître des doutes immédiats sur son influence réelle.

Les 2 volets principaux du texte

Le texte traite des relations contractuelles entre les agriculteurs et leurs premiers acheteurs puis dans un second temps des relations contractuelles entre les industriels et la grande distribution alimentaire. Nous n'aborderons ici que ce second volet compte tenu de la date d'entrée en vigueur du premier volet.

L'entrée en vigueur des dispositions sur la relation industrie commerce

La nouvelle s'est rapidement répandue. Envoyer des conditions de vente (littéraires et tarifs) avant le 1er novembre 2021 et signer la convention commerciale avec le distributeur avant le 31 décembre 2021 permet de se soustraire à l'application des dispositions majeures du texte jusqu'aux prochaines négociations. En revanche, si la négociation n'est pas conclue au 31 décembre 2021, le fournisseur devra communiquer de nouvelles Conditions Générales de Vente (CGV) et plus particulièrement un nouveau tarif mis à jour pour répondre aux obligations d'Egalim 2.

L'opportunité d'accélérer les négociations 2021 est contestable car elle impose aux fournisseurs de déterminer leur tarif très rapidement alors que l'ensemble de leurs coûts de production sont très variables et incertains. Si on n'évite pas la complexité du texte, notamment pour les PME, il n'apparaît dans tous les cas jamais opportun de modifier une stratégie commerciale ou économique du fait d'une nouvelle contrainte juridique.

Les dispositions majeures du texte

Principe de transparence du prix des MPA composant un produit

Le nouvel article L 441-1-1 du Code de commerce relatif aux conditions de vente des fournisseurs de produits alimentaires (et des produits destinés à l'alimentation des animaux de compagnie) prévoit un principe de transparence. Plusieurs options sont offertes au fournisseur dans sa relation avec les grands distributeurs (la relation avec les grossistes est exclue)

Option n° 1 : faire mention pour chaque référence de la part individualisée que représente (en % du volume du produit alimentaire et en % du tarif) chaque matière première agricole (MPA) et chaque produit transformé composé de plus de 50 % de MPA (lire l'exemple dans l'encadré ci-dessous).

Option n° 2 : faire mention de la part agrégée que représentent (en % du volume du produit alimentaire et en % du tarif) les MPA et les produits transformés composés de plus de 50 % de MPA. Dans le cadre de cette option, seule la dernière ligne figurera dans les conditions de vente du fournisseur.

En application de l'article L443-8 du Code de commerce, la part des MPA dans le tarif devient non négociable : à ce stade et dans l'attente des commentaires de la DGCCRF, on ne sait pas si ce principe de non négociabilité a pour conséquence d'exclure la part des PMA dans le tarif de la base ristournable. Le choix entre les options 1 et 2 dépend

très certainement avant tout de la complexité de la recette du fournisseur mais le choix de l'option 1 peut également se justifier par l'importance des variations d'un ingrédient spécifique impactant grandement le coût de production. Si le fournisseur fait le choix de l'option 1 ou de l'option 2, le client peut à ses frais solliciter l'intervention d'un tiers indépendant pour attester l'exactitude des éléments figurant dans les CGV.

Option n° 3 : le fournisseur indique dans ses conditions de vente qu'il ne présente pas la part des PMA et des produits transformés. Il doit alors en cas d'évolution de son tarif par rapport à l'année précédente faire intervenir un tiers indépendant à ses frais chargé de certifier au terme de la négociation qu'elle n'a pas porté sur la part de cette évolution tarifaire qui résulte de celle du prix des MPA ou des produits transformés.

L'encadrement des négociations annuelles

Obligations pour le distributeur de motiver dans le mois suivant la communication des CGV et du tarif de manière explicite et détaillée par écrit le refus des CGV.

Principe de non négociabilité de la part dans le tarif du fournisseur du prix des MPA

Retour de la justification de contreparties ligne à ligne pour les produits alimentaires : la convention annuelle doit mentionner chacune des obligations réciproques et leur prix unitaire

Interdiction de la discrimination abusive (L442-1 du Code de commerce) : interdiction de pratiquer ou d'obtenir des prix, des délais de paiement, des conditions de vente ou d'achat discriminatoire et non justifiées par des contreparties réelles. Le retour de cette interdiction est un argument juridique et commercial majeur pour les fournisseurs. Cependant, le contrôle et la sanction de cette discrimination semblent à première vue délicats.

L'évolution du prix

La nouvelle clause de renégociation

Pour les produits alimentaires et pour les produits agricoles, la clause de renégociation est étendue aux fluctuations de l'énergie, du transport et des matériaux entrant dans la composition des emballages

La révision automatique du prix des produits alimentaire

La convention doit comporter une clause de révision automatique des prix en fonction de la variation du coût de la matière première agricole à la hausse comme à la baisse. Les parties déterminent librement la formule de révision en fonction du cycle de production ainsi que les indicateurs utilisés.

Si cette révision automatique n'est pas une mention obligatoire des CGV, il peut être opportun pour les fournisseurs de déterminer dans leur CGV le cadre de la révision automatique en ayant à l'esprit que cette clause aura vocation à s'appliquer à la hausse comme à la baisse.

L'encadrement des pénalités logistiques

Le nouvel article L441-17 du code de commerce encadre strictement les pénalités logistiques. Il constitue un outil important lors de la négociation des contrats mais également si un fournisseur est amené à recevoir des demandes de pénalités

Contrat MDD

Le texte comporte des dispositions relatives au contrat MDD que nous aborderons plus spécifiquement dans le cadre d'un prochain article.

(*) : « Loi 2021-1357 visant à protéger la rémunération des agriculteurs, dite EGALIM 2 ».

Cas pratique : quiche lorraine

Parmi les options offertes au fournisseur dans sa relation avec les grands distributeurs, celle de faire mention pour chaque référence de la part individualisée que représente (en % du volume du produit alimentaire et en % du tarif) chaque matière première agricole (MPA) et chaque produit transformé composé de plus de 50 % de MPA. À titre indicatif, le tableau ci-dessous illustre l'application de cette option dans le cas d'une quiche lorraine. En application de l'article L443-8 du Code de commerce, la part des MPA dans le tarif devient non négociable (soit 34,8 % dans l'exemple évoqué ici).

TUNNEL CONGELATION : UNE CONVERSION REUSSIE AU R442A



Crédit : Frigorifics Ferrer, S.A.U.

Le distributeur catalan Frigorifics Ferrer a fait convertir son tunnel de congélation de poisson avec un fluide substitut, en lieu et place du HFC R404A.

Implanté en Catalogne, Frigorifics Ferrer est un distributeur de poisson frais et de produits surgelés. Visant la réduction de l’empreinte environnementale de ses activités tout en recherchant à simplifier ses futures installations. Entre autres projets, le distributeur entendait rénover son process de congélation en remplaçant le fluide jusqu’alors utilisé par un substitut à plus faible GWP, pour pérenniser son installation sur le plan de la réglementation. Sur le conseil de l’entreprise Gas Servei, spécialiste des réfrigérants, il a opté pour un système frigorifique évoluant avec le gaz réfrigérant R442A. Ce fluide est commercialisé en France par Framacold, sous la mention RS-50. Illustrant la nouvelle génération de substituts du R404A (auparavant utilisé dans l’installation), le R442A présente déjà un GWP de 1888, avec donc une incidence sur l’effet de serre deux fois moindre que celle du R404A (avec un GWP aux alentours des 3 900). Ce qui assure sa disponibilité, en écho aux futurs paliers de restriction fixés par le règlement F-Gaz. En outre, il est plus efficace à très basse température, avec une capacité de refroidissement augmenté d’environ 30 % par rapport à son prédécesseur. Enfin, il induit également une maintenance annuelle simplifiée et une facture énergétique revue à la baisse.

Conversion par "drop-in"

Le R442A a été installé dans le premier tunnel de l’exploitant qui est dédié à la congélation du poisson frais. Un réel succès selon l’installateur qui a conçu le nouveau projet : « *La nouvelle configuration réduit la durée du cycle de surgélation tout en diminuant les coûts énergétiques et évite la formation de glace dans les évaporateurs* », explique-t-on chez Gas Servei. D’autant que cette conversion par drop-in serait plutôt simple à réaliser. Ainsi, dans la nouvelle centrale frigorifique, seuls le compresseur et le condenseur ont été remplacés, en conservant en revanche le réseau de conduites, les évaporateurs et en utilisant le même le système de détente directe.



PICARD LANCE LA RACLETTE EN BOWL

L'enseigne spécialisée se distingue à nouveau en commercialisant un plat de raclette complet individuel, dans un bol micro-ondable écoresponsable.

Pas besoin d'être au pied des pistes pour déguster une raclette. Et Picard va même encore plus loin en levant le frein de l'appareil à raclette ! Avec son « Raclette Bowl », l'enseigne propose une raclette en format individuel pour se faire plaisir en solo et à n'importe quel moment. Picard devient ainsi la première enseigne de surgelés à commercialiser un plat de raclette complet en mono-portion et, de facto, prouve une nouvelle fois sa capacité à innover en cassant les codes. Fidèle à la recette traditionnelle, le Raclette Bowl comprend fromage, pommes de terre et charcuterie origine France, le tout en dans un bol en pulpe de canne recyclable. Vendue au PVC de 5,95 € la portion de 350 g, cette recette est prête après un passage de 5 minutes au micro-ondes.

Les jeunes en coeur de cible

L'engouement national pour la raclette (dont les ventes ont été boostées pendant les confinements), n'est plus à prouver. Apprécié de tous les Français, elle se classe pour 63 % d'entre eux comme le meilleur plat d'hiver. Et les jeunes ne sont pas en reste, puisque deux tiers des consommateurs de raclette auraient moins de 35 ans*. Composé de fromage, pommes de terre et charcuterie origine France, le raclette bowl est disponible en magasin et sur la toile depuis la mi-octobre. Autre atout, son emballage recyclable, tout comme son contenant : un bol en pulpe de canne micro-ondable, issu de produits naturels et biodégradables. " *Première offre de raclette individuelle et surgelée du marché, notre Raclette Bowl reste fidèle à la recette traditionnelle chère aux Français, avec un mélange de pommes de terre et de fromage à raclette, accompagnés d'un plateau de charcuterie. Nous garantissons de plus le sourcing français des ingrédients principaux, et une recette cuisinée en France. Outre le format individuel et surgelé totalement inédit, nous innovons également avec un packaging écoresponsable.*", résume à son sujet Delphine Courtier, directrice Achat, Marketing Produits et R&D de Picard.

Cybercriminalité

LE GROUPE JEAN FLOC'H VICTIME D'UNE CYBERATTAQUE

Le transformateur de viande de porc a été victime d'une cyberattaque en dépit de ses mesures de sécurité. Toutes ses unités de production fonctionnent correctement à cette heure.

Le groupe breton de transformation de viande de porc **Jean Floc'h** annonce dans un communiqué avoir été victime d'une **cyberattaque**. « *Nous avons immédiatement déclenché une cellule de crise et réalisons actuellement des investigations techniques poussées afin de faire toute la lumière sur cet incident* », écrit le groupe dans son communiqué.

Des mesures de protection supplémentaires du système informatique ont été activées par les équipes de la société. Des experts spécialisés en cyber et en forensic sont également mobilisés. « *La sécurité de nos systèmes d'information est notre priorité. A cette heure, toutes les unités de production fonctionnent correctement* », précise la société.

Cours des matières premières

INFLATION ALIMENTAIRE : MICHEL-EDOUARD LECLERC ANTICIPE « UNE SACREE HAUSSE DE PRIX »

Le distributeur anticipe une inflation beaucoup plus forte qu'annoncée par l'Insee en France, et ce dès le mois de novembre notamment sur les prix alimentaires. Il affirme que E.Leclerc « ne laissera pas passer toutes les hausses de prix » et évoque notamment un phénomène de spéculation sur les matières premières.

« *J'anticipe une inflation beaucoup plus forte que ce qui est annoncé par l'Insee ou le reste des prévisionnistes* », a annoncé Michel-Edouard Leclerc, président des centre E.Leclerc, ce lundi 8 novembre dans la matinale de CNews. **Si en France, la hausse des prix à la consommation est estimée à 2,6% sur un an en octobre, selon l'Insee, le distributeur cite une inflation de 5,5% en Espagne, 5,4% en Allemagne, 5% aux Etats-Unis.** « *On va avoir une sacrée hausse de prix dès ce mois de novembre dans tous les magasins et toutes les enseignes* », prédit-il, évoquant des hausses sur l'alimentaire « **sur les pâtes, les huiles, le café et le cacao** », et le non-alimentaire (bricolage, matériel de cuisson, son, hifi).

Se positionnant toujours en défenseur du pouvoir d'achat, Michel-Edouard Leclerc a promis de « **ne pas laisser passer toutes les hausses de prix** ». Les industriels devront être transparents, a-t-il ajouté. « **Il y a eu beaucoup de spéculation sur les matières premières, des fonds ont beaucoup de liquidités et font des coups sur les marchés, ils paient spot : il n'y a pas de raison que les Français paient ça** », a-t-il poursuivi.

« *Les agriculteurs français seront protégés par Egalim 2 – je ne sais pas si elle va marcher !-* », a-t-il assuré mais « *avec les multinationales, on va sacrément négocier* ».

Les agriculteurs français seront protégés par Egalim 2

Le 2 novembre sur son blog le distributeur avait précisé : « **la confiance suppose d'anticiper, de nommer le risque inflationniste et d'inviter tous les acteurs économiques à compenser, à différer, en tous cas à bien argumenter la hausse des prix que chacun devra proposer** ».

Lire aussi : Prix alimentaires : seuls la viande et le sucre reculent

Alors que Michel-Edouard Leclerc agite depuis plusieurs semaines le spectre de l'inflation, **le baromètre des prix alimentaires mondiaux a de nouveau bondi en octobre dernier, à 133,2 points, pour « atteindre son plus haut niveau depuis juillet 2011 »**, a annoncé le 4 novembre la FAO. Dans le détail l'organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture annonce une progression de : **3,2% pour les prix des céréales, +9,6% pour les huiles végétales, ou encore +2,6% pour les produits laitiers.**

Pour suivre l'évolution de l'indice des prix à la consommation pour l'alimentation de l'Insee, rendez-vous sur Commoprices.com.

LE GROUPE AVRIL VICTIME D'UNE CYBERATTAQUE

Le groupe Avril a été victime d'une cyberattaque le 3 novembre. Toutes les entités sont touchées.

Le groupe Avril a été victime d'une cyberattaque mercredi 3 novembre, via l'ouverture d'un fichier corrompu. Toutes les mesures nécessaires à la protection des systèmes d'information ont immédiatement été mises en place dans l'ensemble du Groupe, comme la coupure de son réseau IT.

Voir l'article plus récent : [Redémarrage progressif pour Avril après la cyberattaque](#)

Les salariés n'ont plus accès aux serveurs, à leurs mails et leurs outils numériques. La plupart des entités appartenant à Avril sont touchées et le site internet du groupe n'était plus accessible pendant plusieurs heures.

Avril confirme que "certains sièges et site du groupe fonctionnent en mode dégradé" et indique "mettre tout en œuvre pour continuer ses activités et servir ses clients".

Selon nos informations, ce vendredi 5 novembre, la situation reste critique. Les collaborateurs confient réussir à livrer les commandes en temps et en heure, mais la facturation est pour l'heure impossible. Ils ont du créer des adresses mail provisoires et ont beaucoup recours aux SMS. "Les poules sont nourries, les œufs sont ramassés", rassure un opérateur.



RUPTURES EN RAYONS : UNE PERTE DE CHIFFRES D'AFFAIRES COLOSSALE

Selon des chiffres d'Iri, les pertes de chiffres d'affaires liées aux ruptures en rayons représentent quasiment l'équivalent des ventes annuelles de bières et panachés en grandes surfaces !

Le chiffre est impressionnant! Selon Iri, les pertes de chiffres d'affaires liées aux ruptures représentent en rayons 4,7 milliards d'euros pour 2021 pour le marché des produits de grande consommation et du frais libre-service. Soit quasiment l'équivalent du marché des bières et panachés (4,62 milliards d'euros). "Les hypermarchés concentrent la majorité des pertes liées aux ruptures (54%) mais ils proposent le meilleur taux de service. Ces ruptures de l'offre retrouvent quasiment leur niveau d'avant la crise (indice 103 vs 2019). Si toutes les enseignes parviennent à améliorer leur taux de service cette année, une grande disparité persiste à la fin du 3ème trimestre 2021 (de 6,4% à 9,8% en septembre)", note **Emily Mayer**, directrice business insight chez Iri.



Source : Baromètre ECR – IRI de la disponibilité en linéaire en HM, baromètre IRI en SM et Ecommerce GSA – Février août 2020 et 2021
Retrouvez nos publications sur www.iriworldwide.com rubrique Insights → Publications.
Les informations communiquées dans ce support ne peuvent être ni amendées ni modifiées. Publication novembre 2021.



IRI DOOS

Le E-Commerce est le circuit le plus pénalisé par les ruptures (7% de CA « perdu »). Dans ce format, les rayons frais LS et liquides sont à travailler en priorité, le DPH doit l'être dans les 3 circuits.

Taux de rupture de l'offre (%) et évolution (pts) - PGC FLS



Source : Baromètre ECR – IRI de la disponibilité en linéaire en HM, baromètre IRI en SM et Ecommerce GSA – Février août 2020 et 2021
Retrouvez nos publications sur www.iriworldwide.com rubrique Insights → Publications.
Les informations communiquées dans ce support ne peuvent être ni amendées ni modifiées. Publication novembre 2021.



IRI DOOS

TROISIEME PARTIE :

L'ACTUALITE TECHNIQUE, JURIDIQUE & REGLEMENTAIRE



CONSTRUCTEURS

L'ANNEE 2021, DU COVID A LA PENURIE

Les constructeurs de camions sont ralentis par des problèmes d'approvisionnements qui les empêchent de fournir un marché en pleine reprise. La crise pourrait perdurer jusqu'en 2023. Tour d'horizon.

Pénurie. Le mot était sur toutes les lèvres des représentants des constructeurs de camions présents au dernier point de la Chambre syndicale internationale de l'automobile et du motorcycle (CSIAM) le 22 octobre 2021. La crise des semi-conducteurs affecte le secteur dans son ensemble, mais n'est pas la seule raison de vente en demi-teinte. « *L'année 2021 a démarré plutôt en bas de la fourchette et s'est poursuivie ainsi jusqu'à maintenant.* » L'activité des constructeurs de poids lourds est fortement perturbée par les difficultés d'approvisionnement de différents composants et par la très forte mise en tension de la chaîne logistique du transport mondial notamment maritime. À cet effet conjoncturel s'ajoute un élément maintes fois souligné et qui demeure : les difficultés de recrutement que rencontre la filière dans tous les métiers qu'elle porte (conducteurs, mécaniciens, personnel administratif, etc.). « *Cela représente un déficit de 40 000 postes et correspond à un point de PIB en moins pour le pays* », analyse Thierry Archambault, président-délégué de la CSIAM. Comparé à une année 2020 très particulière, le marché 2021 du véhicule industriel neuf de plus de 5 tonnes (TRM) affiche une hausse de plus de 11 % sur les neuf premiers mois de l'année sur la même période. Ce résultat doit être naturellement apprécié au regard de l'effet Covid sur 2020 : par rapport aux neuf premiers mois de l'année 2019, le marché 2021 recule de 23 %. Le segment des porteurs augmente de 6 % par rapport à 2020 mais recule de 13 % par rapport à 2019, celui des tracteurs progresse de près de 17 % par rapport à 2020 mais recule de 31 % par rapport à 2019. La tendance devrait se poursuivre jusqu'à la fin de l'année, et c'est d'autant plus frustrant pour les constructeurs que la demande est là. Mais les composants et les pièces manquent, et manqueront d'autant plus que la demande se concentre vers d'autres secteurs.

Pas de visibilité

Claude Cham, président d'honneur de la Fiev, le syndicat professionnel des équipementiers du secteur automobile, a dressé un constat sombre. « *Lorsqu'il n'y a pas de visibilité, les commandes stoppent brutalement, comme ce fut le cas au début de la crise du Covid. Le secteur automobile n'a plus commandé de composants électroniques alors que dans le même temps le confinement a fait augmenter la demande de biens de consommation de 40 % au niveau mondial. Il y a donc eu une réaffectation des puces électroniques vers ce secteur, et maintenant que tout repart nous ne pouvons pas produire aussi fort que nous le voudrions et nous nous retrouvons coincés* », indique-t-il. D'autant que le nombre de producteurs reste assez restreint... « *Cela montre notre dépendance extrêmement forte par rapport à l'Asie. Le taiwanais TSMC représente près de 70 % du marché et n'arrive pas à fournir toute la demande* », cite-t-il, tout en précisant que l'industrie automobile ne pèse que 10 % du marché de la demande globale et n'est, de fait, pas un acteur majeur. L'ensemble de la filière sous-traitance est affecté. « *Avec 100 % des équipementiers touchés, il n'y a rien de rassurant pour le moment. Cette crise majeure a démarré en 2020 et durera au moins jusqu'en 2023* », prévoit-il. La création d'usines de production sur le sol européen serait une bonne chose, mais cela ne résoudra pas le problème dans l'immédiat, et l'industrie automobile devra s'adapter avant, prône-t-il.

Composants à adapter

« Les puces utilisées dans l'automobile sont actuellement plus grandes que celle de la grande consommation, il faudrait utiliser le même standard. De plus, l'industrie doit réfléchir à la façon dont on conçoit les systèmes électroniques, en optimisant le recours aux semi-conducteurs, car plus les voitures seront électriques et plus elles seront complexes en matière d'électronique. » Impossible donc de se passer de ces composants. « On compte environ 30 à 40 calculateurs par poids lourd, par exemple il en faut un pour le capteur NOx dans le pot d'échappement », signale Henri Paccalin, président de la branche véhicules industriels de la CSIAM et président de Mercedes-Benz Trucks France. Les constructeurs sont forcés de composer. Gilles Baustert, responsable communication de Scania France indique que le Griffon arrive à honorer ses commandes, en reconnaissant quelques retards. « Cela nous pousse à innover, en optimisant le nombre de pièces par véhicules, ou à proposer à nos clients de condamner temporairement certaines options non vitales, par exemple en sortant plus rapidement un camion sans toit ouvrant, sachant qu'on pourra ensuite le faire par rétrofit. » La plupart des constructeurs sont obligés de réaliser des opérations hors chaîne de montage, voire d'arrêter certains jours. « C'est une situation inédite, marquée par un effet de ciseau que l'on n'a jamais connu », commente Clément Chandon, responsable produit et innovation d'Iveco France. Le constructeur a dû procéder à certaines fermetures d'usine temporaires (cf. ci-contre). « Nous avons été peu impactés jusqu'au dernier trimestre, mais nous avons tout de même dû faire quelques arrêts car il nous manquait des pièces pour les utilitaires et poids lourds », indique-t-il sans ambages. La tension reste palpable. Henri Paccalin confie que la marque à l'étoile ne prévoit pas de fermeture d'usine, même s'il reconnaît quelques jours d'interruption sur les chaînes de montage : « Ces journées ont été utilisées pour équiper les véhicules des semi-conducteurs qui manquaient initialement. »

Délais de livraison

Il ne faut pas être pressé si l'on souhaite commander un camion neuf. Le ralentissement de la production pèse indubitablement sur les délais de livraison. « Cela nous pénalise, et c'est un facteur limitant pour répondre à la demande, les délais de livraison ont été multiplié par quatre », reconnaît Jérôme Flassayer, directeur électromobilité et énergies alternatives de Volvo Trucks. « Les transporteurs qui souhaitent des véhicules immédiatement se reportent souvent sur le marché de l'occasion, ce qui crée des tensions en cascade », ajoute-t-il. « C'est une crise unique, sur laquelle nous avons peu de visibilité, 2022 sera probablement bancaire mais je reste optimiste pour 2023 », veut croire Henri Paccalin. Ce dernier estime l'impact sur la production de l'ordre de 15 à 20 %. Un chiffre validé par plusieurs constructeurs, notamment par Jean-Yves Kerbrat, président de MAN Truck & Bus.



ÉTUDE D'ÉQUILIBRE DES ÉNERGIES

PRES DE 20 % DU PARC SOUS HYDROGENE D'ICI A 2050

L'association Équilibre des Énergies confirme le potentiel de l'hydrogène dans le transport routier longue distance... à condition de relever plusieurs défis. Selon elle, la transition vers l'hydrogène ne sera pas un choix économique mais écologique, soutenu par des mesures réglementaires et financières évaluées à 1 milliard d'euros sur douze ans.

Trois objectifs ont guidé l'étude d'Équilibre des Énergies sur l'hydrogène dans le transport routier de marchandises présentée le 15 octobre à Paris : « Évaluer sa place en 2030 et 2050 pour les poids lourds de plus de 3,5 tonnes, définir les infrastructures de production, de transport et de distribution nécessaires, et bâtir des scénarios de développement avec les aides publiques liées ». Pour évaluer la place de l'hydrogène, l'association a déterminé le segment du transport routier ayant le plus fort potentiel. « *Sur une offre très segmentée avec plus de 30 000 entreprises en France soumises à une réglementation stricte sur les temps de conduite, 22 % des tonnes-kilomètres se font sur des trajets inférieurs à 150 km, 38 % entre 150 et 500 km, et 40 % sur des parcours de plus de 500 km.* » Jusqu'à 500 km, « *le retour des véhicules à leur base [ou agences] est fréquent, ils y disposent de capacités de ravitaillement propres en énergie* ». À partir de cette analyse, « *le marché le plus porteur pour l'hydrogène est celui des transports de plus de 500 km, là où l'électrique avec batteries est la moins performante* ».

108 000 camions à hydrogène d'ici trente ans

Pour identifier la flotte sous hydrogène en 2030 et 2050, l'étude a pris en compte « *le taux moyen de renouvellement de la flotte estimé à moins de sept ans et les délais nécessaires à la mise en place d'une infrastructure de ravitaillement adaptée* ». Elle reconnaît que « *l'hydrogène restera limité dans le transport routier jusqu'en 2030. Si des infrastructures sont déployées et si l'équation économique le permet, ce marché pourra se développer au-delà en revanche* ». D'ici à 2050, deux hypothèses sont formulées. Dans la première dite « *haute* », l'hydrogène détiendrait une part de marché de 65 % dans le transport routier longue distance contre 25 % pour l'hypothèse « *basse* ». Dans le premier scénario, le nombre de poids lourds roulant à l'hydrogène serait de 14 500 en 2030 et de 108 000 en 2050, soit près de 20 % (17 %) du parc actuel de plus de 3,5 tonnes circulant en France. Le besoin en hydrogène sur les deux périodes serait alors de 2,5 puis de 17,6 TWh. Dans le scénario « *bas* », le parc hydrogène serait de 7 200 véhicules en 2030 et de 40 000 en 2050 pour des besoins estimés à 1,2 et 6,7 TWh.

Diviser par deux le TCO avec l'hydrogène

Quelle que soit l'hypothèse, la ressource « *ne serait pas un frein* », selon l'étude citant le plan hydrogène français qui prévoit la production de 6,5 TWh à partir d'électrolyseurs dès 2030. Mais à quel coût ? « *La mutation vers l'hydrogène ne se fera que si le prix revient ou le coût total de possession [TCO] reste dans les limites acceptables par la profession et s'il existe une infrastructure appropriée* ». Aujourd'hui, le TCO aux 100 km avec l'hydrogène est le double par rapport au diesel ou du GNV, indique l'association. Pour l'abaisser, cette dernière évoque « *les progrès technologiques à venir sur le rendement des électrolyseurs, le prix et les performances des piles à combustible, des réservoirs et des stockages ainsi que sur les automates de distribution* ». Selon ses calculs, ces progrès « *permettront de diviser par deux le TCO aux 100 km avec l'hydrogène d'ici à 2050 sur des parcours longue distance* ». Cette réduction du TCO est conditionnée cependant « *à la mise en œuvre d'un programme de financement évalué à 1 milliard d'euros sur une douzaine d'années, dans le cadre d'un schéma directeur visant à concevoir un écosystème de production et de distribution rationnel* ».

Quid de la distribution

Atteindre ce TCO comparable au diesel ou au GNV suppose d'acheminer l'hydrogène jusqu'aux réservoirs des poids lourds. Pour l'association, « *la production et la distribution de l'hydrogène devront au début être concentrées en un même lieu au sein de hubs de grande capacité* ». Puis, en fonction des volumes distribués, « *la production pourrait "se délocaliser" au sein de stations locales voire d'entreprises* ». Le transport de l'hydrogène à l'aide de citernes routières depuis des hubs de production vers des stations-service locales est envisagée aussi mais pose une série de difficultés liées aux caractéristiques de l'hydrogène : « *stockage sous 700 bars, volume huit fois supérieur au gazole et dangerosité. L'écosystème optimal est sans doute une combinaison des schémas, évolutive dans le temps en fonction des besoins. L'essentiel sera "d'amorcer la pompe" en assurant d'emblée un service minimal. Aussi les infrastructures de distribution devront-elles précéder la croissance du trafic et la demande pour donner confiance aux entreprises de transport* ».

Vers des corridors hydrogène

Selon une projection réalisée sur le réseau des Autoroutes du Sud de la France (ASF), « *la production décentralisée par le biais de stations locales dotées d'électrolyseurs de 5 à 20 MWh s'imposerait assez vite* », estime l'association.

À l'échelle de l'Europe, c'est le long de corridors routiers du réseau transeuropéen de transport (RTE-T) central que la production et la distribution d'hydrogène au sein de hubs ou de grandes stations-services sont préconisées. « *Moyen d'éviter la dispersion des projets, l'équipement du RTE-T central aurait un effet d'entraînement sur l'ensemble du territoire européen [ou RTE-T global].* » L'ultime recommandation de l'association pour stimuler la transition énergétique du transport routier vers l'hydrogène est « *qu'aucune taxe nouvelle, du type accise à l'énergie, ne doit venir grever ni l'hydrogène ni l'électricité produite par électrolyse* ». Les projections de l'étude confirment que la transition énergétique vers l'hydrogène suppose des carburants de transition. Le bioGNV est présenté comme la meilleure énergie pour cette transition dans le secteur.



BERT&YOU

LE GROUPE S'ASSOCIE A LIDL POUR RECRUTER DES CONDUCTRICES

Le groupe drômois Bert&You et l'enseigne de grande distribution Lidl lancent ensemble une opération de recrutement et de formation de femmes. En unissant leurs efforts, ils espèrent féminiser dix postes de conduite basés sur le site logistique de Saint-Quentin-Fallavier (38). « *Nous n'avons pas encore été pénalisés, mais avec la reprise économique, cela pourrait arriver : c'est à celui qui aura le premier un camion et un conducteur !* ». Responsable des achats de Lidl, Sarah Kanti, qui s'exprime ainsi, est convaincue que les chargeurs ne peuvent plus ignorer les difficultés de recrutement que rencontrent leurs prestataires transport. Cette réflexion en a croisé une autre, avec la responsable de l'entrepôt de Saint-Quentin-Fallavier, dans le nord de l'Isère : « *Le métier manque de candidats aussi parce qu'il est encore trop masculin.* » Or le groupe Bert&You, l'un des transporteurs collaborant avec Lidl sur ce site, partage ces constats et souhaitait agir. Cette conjonction d'intentions a donc débouché sur une action commune.

Intitulée Driv'her, l'opération vise à sélectionner dix femmes, en début de carrière ou en reconversion, puis à les former en vue de leur embauche en CDI par Bert&You pour les besoins du site de Saint-Quentin-Fallavier. Le cabinet de recrutement Partnaire, mandaté spécialement, a lancé mi-octobre une campagne de recrutement en diffusant une vidéo sur les réseaux sociaux. Le slogan – « *Devenez conductrice* » – est assorti de la mention h/f (« homme ou femme ») pour respecter l'interdiction de discrimination, mais l'objectif est clair. À partir de janvier et jusqu'en juin, les personnes sélectionnées suivront une formation pour l'obtention des permis C et CE. Ce cursus, une préparation opérationnelle à l'emploi (dispositif de Pôle emploi), comprendra également des stages au sein du groupe Bert&You et chez Lidl. L'objectif est de rendre ces futures conductrices directement opérationnelles dans l'organisation logistique de l'enseigne. « *Nous travaillons avec de nombreux transporteurs, mais le groupe Bert est une entreprise familiale qui nous ressemble, commente Sarah Kanti. Nous avons avec elle un vrai partenariat, y compris au niveau régional. Pour mener une telle opération, il faut cette proximité humaine.* » De son côté, Éric Cabaillé, directeur de la communication du groupe de TRM, commente : « *Évidemment, un engagement comme celui-ci renforce la relation avec notre client. Mais nous sommes aussi convaincus que cette collaboration avec une enseigne porteuse en termes d'image peut être un vrai plus pour recruter des femmes, précisément pour le profil des postes concernés : des lignes attirées et régulières, sans opérations de manutention et avec des contingences pouvant permettre une bonne articulation vie privée-vie professionnelle* ». Quant à savoir si l'opération sera dupliquée ailleurs, Éric Cabaillé se montre prudent : « *Il faudra que cela soit corrélé à des espérances de trafic supplémentaire.* »

De son côté, Sarah Kanti n'est pas opposée à une réédition, mais elle a découvert des difficultés qu'elle méconnaissait. « *Nous pensions que former des candidates serait rapide, explique-t-elle, mais nous avons appris avec stupeur qu'il y a plusieurs semaines de latence entre la formation et l'obtention effective du permis.* » Bilan, donc, à l'été 2022.

PORTUGAL

VERS UNE INDEMNISATION DES CONDUCTEURS POUR LES TEMPS D'ATTENTE ?

Le Portugal a introduit au 1^{er} septembre une loi destinée à améliorer les conditions de travail des conducteurs de poids lourds lors des phases de chargement-déchargement. Le nouveau texte interdit notamment aux chauffeurs d'effectuer eux-mêmes les procédures de chargement-déchargement. Le texte encadre par ailleurs le temps d'attente pendant ces procédures et prévoit la possibilité pour les conducteurs d'obtenir des indemnités, lorsque le temps d'attente est supérieur à deux heures. La loi stipule également que l'attente doit se dérouler « *dans un endroit sûr disposant de sanitaires* » et que les conducteurs « *doivent à tout moment avoir accès à leur véhicule* » pour s'assurer de la bonne conduite des opérations de chargement-déchargement. La nouvelle réglementation concerne aussi bien les poids lourds immatriculés au Portugal que les véhicules étrangers. Les contrevenants risquent de 1 250 à 3 740 euros d'amende (s'il s'agit d'un particulier) et de 5 000 à 15 000 euros (pour une entreprise). Le montant des amendes pour délai d'attente de plus de deux heures s'élève à 12 euros par heure supplémentaire pour un véhicule de 2,5 à 3,5 tonnes circulant au sein d'une agglomération, jusqu'à 40 euros de l'heure pour un poids lourd international de plus de 44 tonnes. En cas de temps d'attente excédant dix heures, le montant de l'amende horaire augmente de 25 %. Avec ce texte, Lisbonne espère lutter contre la détérioration des conditions de travail des chauffeurs routiers, qui explique la pénurie actuelle en conducteurs à travers l'Europe.



CHÉREAU ANNONCE UNE REMORQUE LONGUE DISTANCE « NOUVELLES ÉNERGIES »

Le carrossier français basé dans la Manche, fort d'un nouvel actionnariat, a présenté à la presse en septembre ses résultats commerciaux et son engagement sociétal. Un prototype de semi-remorque longue distance Nouvelles Énergies a été dévoilé à cette occasion, avant Solutrans. Le carrossier français basé à Ducey (Manche) est sans doute galvanisé par un nouvel actionnariat, renforcé, d'un pool bancaire français, installés depuis le mois de mai. Fin septembre, Chéreau et The Reefer Group (TRG) ont présenté à la presse leurs résultats commerciaux, la politique de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) du carrossier et une semi-remorque combinant trois technologies.

Effectif accru

Dans un contexte difficile (décroissance de ses secteurs phares à cause de la crise sanitaire), Chéreau a accru son effectif (1 000 personnes), en dépit de difficultés de recrutement dans un bassin d'emploi très tendu. La marque a produit plus de 3 400 véhicules l'an passé et enregistré une modification de son mix produit au bénéfice des semi-remorques, dont la proportion est passée de 80 % à près de 90 %. Le numéro deux européen de la semi frigorifique – en intégrant Sor Ibérica, membre de TRG – avec 15,2 % de part de marché, qui est aussi le leader hexagonal avec 51,06 % de part de marché, a vu son chiffre d'affaires décroître de 9,5 % à 390 M€ (1 100 véhicules et 50 M€ pour Sor Ibérica). Le groupe a toutefois maintenu ses investissements à un haut niveau, avec 5 M€ investis dans l'outil de production et 2,6 M€ de R&D fondamentale et de sur-mesure clients. Il a également accru sa part de ventes à l'export, qui a atteint 43 % et s'établit à près de 50 % à mi-2021, tirée entre autres par l'Espagne, l'Italie et le Royaume-Uni.

Engagement sociétal

Chéreau a présenté sa démarche RSE et rappelé ses principes fondateurs : satisfaction client, excellence industrielle, innovation et développement respectueux de tous. Son rapport RSE décrit quatre de ses convictions, centrées sur les clients, les collaborateurs, l'innovation et l'environnement, chacune déclinée en quatre engagements, à commencer par : « *comprendre le besoin du client pour une réponse sur mesure créatrice de valeur* ». Traduits en objectifs et actions, ces principes sont assortis d'une batterie de 23 indicateurs sociaux, économiques et environnementaux suivis annuellement. L'entreprise a mis en place divers programmes de formation, des chantiers collaboratifs transversaux améliorant la coopération interservices et travaille sur un contrat de partage de la valeur avec ses employés.

Semi hydrogène

Pour ses produits, Chéreau a rappelé son engagement dans la transition énergétique et l'hydrogène avec, entre autres, la volonté d'industrialiser sous trois ans la semi Hydrogen Power H2 issue du concept Road. Son objectif est de faire basculer 20 à 25 % de sa production vers cette technologie en dix ans. La marque a fait le point sur ses derniers prototypes qu'elle compte mettre à la disposition de sa clientèle par une formule de location. Le programme sera dévoilé sur le salon Solutrans, en novembre. Il intégrera l'Hydrogen Power H2, les semis CityTrailer à essieu électrique pour la distribution, et la semi longue distance Nouvelles Énergies à panneaux solaires, dont un prototype était présenté avant des essais d'exploitation. Il s'agit de calculer le gain potentiel d'émissions de CO₂ et de consommation issus d'équipements combinant plusieurs technologies, centrés sur deux thèmes opérationnels qui sont autant de slogans déclinés par Chéreau : « *mieux consommer* » et « *mieux préserver* ».

Semi Nouvelles énergies

La semi associe ainsi une caisse FRC fortement isolée à un groupe 100 % électrique (ou hybride) Carrier Vector HE 9 alimenté, grâce à des batteries tampons, par trois sources distinctes : prise secteur 380 V, essieu électrique ou panneaux solaires (sur pavillon). La carrosserie atteint le coefficient d'isolation thermique K avantageux de 0,27 (avec des rails longitudinaux et verticaux encastrés) grâce à l'intégration d'un isolant sous vide Vacuum Insulation Panel (VIP), inséré dans la mousse polyuréthane du toit et des panneaux de flancs. Cette technologie, déjà commercialisée (gamme Performance Chéreau), revendique des gains énergétiques de 25 % sur le fonctionnement du groupe.

Le véhicule est également doté de dispositifs aérodynamiques (carénages latéraux Aero Skirts, déflecteur arrière de pavillon Aero Top, volets Aero Flaps intégrés aux portes et repliables automatiquement à leur ouverture), réduisant la consommation jusqu'à 2 litres/ 100 kilomètres.

L'alimentation électrique du groupe associe un pack batteries de 35 kWh à une prise secteur assurant sa recharge en quatre à cinq heures et un essieu à génératrice (débrayable dans le cas du véhicule d'essai) Track-e-SAF de 24 kW rechargeant en quatre heures ; 27 m² de panneaux solaires 24 V de 4,5 kWc (kilowatt-crête) assurent un appoint capable de recharger le pack en deux ou trois jours selon les exigences du programme de gestion énergétique.

1,35 MILLIARD POUR DOUBLER LE FERROVIAIRE D'ICI 2030

Le Premier ministre, en déplacement dans les Pyrénées-Orientales, a détaillé le plan d'investissement pour relancer le transport ferroviaire. L'objectif inscrit dans la [loi Climat](#) est de porter de 9% à 18% la part modale du fret ferroviaire d'ici à 2030.

En additionnant les financements de l'État à hauteur de 50% prévus par la loi d'orientation des mobilités, les cofinancements attendus de l'Union européenne, des collectivités territoriales et de différents acteurs du fret ferroviaire, un milliard d'euros seront dédiés à l'infrastructure ferroviaire. En outre, 210 millions d'euros supplémentaires financeront les surcoûts induits par les travaux sur le réseau ferré et 140 millions d'euros iront à des projets de ports maritimes à vocation ferroviaire.

Cette enveloppe de 1,35 milliard d'euros est articulée autour de huit axes de développement :

- 250 millions d'euros seront consacrés à la création et la rénovation d'installations terminales. Sont d'ores et déjà concernés huit terminaux multimodaux, dont Calais Turquie (Pas-de-Calais) et douze installations terminales embranchées (ITE), dont une sur la carrière de Wallers-en-Fagne (Nord). Cinquante autres projets ont été listés pour les années à venir, répartis entre 15 terminaux multimodaux, 27 ITE et 8 cours de marchandises.
- 160 millions d'euros serviront à moderniser les infrastructures, répartis entre les voies de service (120 millions) et les installations de tri des wagons (40 millions). Ont été sélectionnées en priorité, les voies de service de Miramas (13), Gevrey (21) et Perrigny (89) pour 13,4 millions d'euros ainsi que les sites de tri des wagons toujours de Miramas (13) ainsi que Woippy (57), Sibelin (69) et Le Bourget (93).
- 250 millions d'euros permettront de mieux aménager le réseau ferré national, via des élargissements de tunnels, pour que les trains circulent dans de meilleures conditions. En parallèle, il s'agira de développer la complémentarité fer-fleuve, en améliorant l'accès ferroviaire des ports fluviaux afin d'en faire de véritables sites tri-modaux. En 2021, six opérations ont d'ores et déjà été retenues (dont une sur le port E. Herriot à Lyon pour 2024) tandis que 17 autres opérations ultérieures ont été identifiées.
- 205 millions seront investis dans la régénération des lignes capillaires fret, aux côtés des collectivités territoriales et des chargeurs. En 2021, neuf lignes sont concernées : trois en Auvergne-Rhône-Alpes dont la ligne Volvic-Le Mont Dore, deux en Centre-Val de Loire dont la ligne Orléans-Voves, deux en Nouvelle-Aquitaine et deux en Grand Est.
- 85 millions seront attribués à des projets portés par SNCF Réseau, dans le but par exemple d'améliorer la gestion des circulations et des capacités, mais aussi la géolocalisation des trains ou encore la communication entre les agents de circulation et les conducteurs de trains.
- 50 millions d'euros enclencheront l'adaptation du réseau de chemin de fer à la circulation des trains lourds et longs (850 mètres). Une intervention a commencé sur la voie d'accès à l'ITE Miramas Clésud, six autres sont programmées, notamment sur les axes Dijon/Saint-Jean-de-Maurienne et Atlantique.
- 210 millions seront consacrés à l'atténuation des impacts des travaux sur les trains de fret, avec compensation des surcoûts induits par ces aménagements par SNCF Réseau.
- 140 millions d'euros développera le volet portuaire, en augmentant la capacité d'accueil des trains, en améliorant les embranchements avec les terminaux et en réduisant le temps de chargement et déchargement des trains.