



REVUE DE PRESSE

Semaine 2

08/01/2024 – 14/01/2024

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

- L'Officiel des Transporteurs
- Froid News
- LSA Commerce & Consommation
- Les Échos
- Les Routiers
- Bulletin des Transports et de la 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 :

info@lachainelogistiquefroid.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**
 - Transport frigorifique : Dachser s’empare des actifs de Frigoscandia
- **Froid News**
 - Transports Gagne reprend SMTRT 45
 - De nouvelles nominations au sein du Groupe STEF
 - Dachser renforce sa présence en Europe du Nord avec le rachat de Frigoscandia
 - Transition énergétique : Carrier Transicold équipe les camions porteurs de Biocoop
 - Laurent de Rosnay devient PDG du groupe Sterne
- **Les Échos**
 - Logistique : STEF se renforce en Europe du Nord

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

- **LSA Commerce & Consommation**
 - Un nouveau directeur général chez Danone France [Info LSA]
 - Bisphéno1 A : l’Adepale et la Fiac vont faire appel de la décision de l’Autorité de la concurrence
 - Tina Schuler (ex Casino) arrive chez... Carrefour [Exclu]
 - Hervé Vallat, président du directoire de Prosol (Grand Frais) : "Nous voulons ouvrir 30 à 40 magasins par an"
 - Feu vert au rachat de magasins Casino par Intermarché. Sauf pour...
 - Casino : actionnaires et créanciers approuvent largement le plan de restructuration
 - L’Ania va (encore) changer de directeur général
 - La vente de Casino autorisée par le ministère de l’Economie
 - LDC va acquérir le groupe Routhiau
 - Les surgelés salés luttent contre une image chère
- **Les Échos**
 - Casino : le jour où Naouri a vu sa participation passer de 51 % à 0,2 %
 - Casino : échec collectif

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

- **Bulletin des Transports et de la Logistique**
 - L’ESSENTIEL : Social / route
 - TRANSPORT ROUTIER : Recrutement difficile
- **Les Routiers**
 - « Les chargeurs doivent accepter des hausses de tarifs de fret adaptées aux hausses de nos coûts »
- **L’Officiel des Transporteurs**
 - Quel ministre pour les Transports ?
 - Ventes de poids lourds : l’OVI table sur une année 2024 frileuse
- **Les Échos**
 - Pourquoi le marché français des camions risque de ralentir en 2024

PREMIERE PARTIE :

L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET LOGISTICIENS

l'Officiel
des transporteurs

Transport frigorifique : Dachser s'empare des actifs de Frigoscandia



Frigoscandia est spécialisé la distribution de produits alimentaires sous températures dirigée (+2 à +7°C) et surgelés (-18°C).
Crédit photo DR

Le transporteur et logisticien allemand Dachser a officialisé la reprise du groupe suédois Frigoscandia. Une opération qui consolide son réseau dédié au transport et à l'entreposage de produits alimentaires en Europe.

Le 9 janvier, le groupe Dachser a annoncé le rachat de Frigoscandia, expert suédois de la distribution de produits alimentaires sous températures dirigée (+2°C à +7°C) et surgelés (-18°C). L'acquisition, qui doit être approuvée par les autorités compétentes, devrait être finalisée au cours du premier trimestre 2024. Cette opération permet de renforcer « la position de Dachser parmi les leaders européens de la logistique alimentaire ». « Cette acquisition accélère notre croissance, notamment en Europe du Nord. Nos clients dans la région et dans toute l'Europe bénéficient de notre réseau de distribution performant. La priorité pour Dachser et Frigoscandia est toujours la qualité et la fiabilité. Les collaborateurs de Frigoscandia, avec leur expertise avérée sur les marchés, jouent un rôle clé pour assurer la continuité et la croissance future dans la région », déclare Alexander Tonn, directeur général de la division Food Logistics de Dachser. Cette acquisition intervient quasiment un an jour pour jour après la reprise des actifs du spécialiste néerlandais du transport de produits frais 3PL Müller Fresh Food Logistics.

Une présence de longue date dans la région

Le groupe Dachser est présent depuis 2005 en Europe du Nord depuis 2005, au travers d'un réseau constitué actuellement de 13 agences entre le Danemark, la Suède, la Norvège et la Finlande. Avec le rachat de FrigoScandia, le groupe allemand met la main sur une entreprise générant un chiffre d'affaires d'environ 300 millions d'euros en 2022. La société suédoise s'appuie également sur une flotte de 260 véhicules en propre et un réseau de 15 entrepôts (12 en Suède et 3 en Norvège). Les 1 300 salariés intégreront les rangs de Dachser, portant l'effectif du groupe allemand en Europe du Nord à environ 2 000 collaborateurs.

Transports Gagne reprend SMTRT 45

Transports Gagne, spécialiste du transport frigorifique, a fait l'acquisition de la société SMTRT 45. Une opération de croissance externe sur lequel le groupe compte capitaliser pour renforcer son maillage territorial et assoir sa nouvelle activité de logistique..



Par une annonce sur son compte LinkedIn, le PDG d'Omnitrans, Stéphane Coin, a rendu officielle l'acquisition par le groupe Gagne, spécialiste du transport frigorifique, le 20 décembre dernier, de la société SMTRT (Société Montargoise de Transports Routiers et de Transit) 45. Située à Pannes dans le Loiret, elle est dirigée par Chris Gauthier. Pour les Transports Gagne (groupe Omnitrans), basés à Feyzin dans la métropole de Lyon, qui enregistre un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros, cette opération revient à effectuer un nouvel effectif d'une centaine de personnes, un chiffre d'affaires de 18 millions d'euros, un peu plus de 18 000 m² sur trois entrepôts autour du siège, ainsi qu'une flotte de plus de 70 ensembles. Après la reprise, à la barre du tribunal de commerce, de l'entreprise de transport Charité en 2018 à Besançon (25), il s'agit de la première opération de croissance externe pour le groupe Gagne qui entend renforcer son maillage géographique : « Nous souhaitons accélérer notre développement, avec l'objectif des JO 2024, en s'implantant rapidement sur le secteur, pour pouvoir desservir la région parisienne. Cette opportunité avec la société SMTRT 45 nous permet d'avoir une base pour continuer notre activité de groupage sur le centre de la France, la région parisienne et le Nord, et nous amène aussi à consolider une nouvelle activité que nous démarrons très prochainement au niveau du groupe, qui est la logistique », explique Stéphane Coin. Le groupe s'est en effet dernièrement doté d'un bâtiment de 6 000 m² à Cavaillon (84), dont le démarrage est prévu début février, pour réaliser des opérations logistiques en température ambiante et sur la plage +2/+4° C et qui viendra compléter les 18 000 m² d'entreposage déjà détenus par SMTRT 45.

Vers un maillage total du territoire français

Avec cette acquisition, Chris Gauthier, l'actuel directeur général de SMTRT 45 et son équipe viennent compléter le réseau de 8 agences déjà existantes des Transports Gagne. Chris Gauthier conserve ses fonctions dans cette nouvelle organisation et intègre le capital du groupe Gagne. Alors que les Transports Gagne couvrent aujourd'hui une ligne du nord au sud de la France, de Metz à Bordeaux, « l'objectif est d'avoir un maillage total du territoire français et de pouvoir s'étendre au niveau européen à horizon cinq ans, avec nos fonds d'investissements qui font partie du groupe Gagne Développement, que sont Carvest, BPI et depuis 2021, UI Investissement », poursuit Stéphane Coin. Avec l'ajout de cette neuvième agence à son réseau, Transports Gagne entend franchir la barre des 100 millions d'euros de chiffres d'affaires « assez rapidement » lui permettant d'atteindre une taille critique pour consolider son activité transport.



De nouvelles nominations au sein du Groupe STEF

Christophe Leray devient DSI du groupe et directeur général de STEF IT, tandis que Bertrand Bompas est nommé directeur RSE du Groupe, François Pinto directeur général adjoint de STEF France, et qu’Alexandre de Suzzoni intègre le comité exécutif à son poste de directeur général des activités Foodservice. Niveau monde, Fabrice Carre est nommé directeur général de STEF Iberia et Mickael Tomas, directeur général de STEF Portugal.



Le spécialiste des services de transport et de logistique dédiés aux produits alimentaires sous température contrôlée a rendu effectives plusieurs nominations au 1er janvier 2024 au sein de son comité exécutif ainsi qu’à la direction de ses activités en Espagne et au Portugal. Le comité exécutif s’enrichit notamment de Christophe Leray, qui succède à Léon de Sahb (parti à la retraite) en prenant les fonctions de directeur des systèmes d’information du groupe et de directeur général de STEF IT (filiale informatique du groupe). Jouissant de plus de trois décennies d’expérience dans les systèmes d’information et le numérique d’entreprise, il a débuté sa carrière en 1991 chez Cap Gemini et a ensuite occupé divers postes à responsabilité en France et à l’international dans les secteurs de l’industrie (Technicolor, en 2000) et la banque d’investissement (Commerz Bank, en 1994). Avant de rejoindre le groupe STEF, il a été directeur des systèmes d’information du PMU en 2006 à 20217 puis directeur général de la Stime (Direction des systèmes d’information du Groupement Les Mousquetaires) de 2017 à 2023. Présent au comité exécutif depuis 2012, Bertrand Bompas devient, de son côté, directeur RSE de STEF. Présent au sein du Groupe depuis 2000 où il a débuté en tant que directeur de filiale, il a ensuite embrassé les fonctions de directeur grands comptes puis directeur des activités GMS. Il est promu directeur général logistique France et intègre le comité exécutif avant de prendre la fonction de directeur général adjoint de STEF en France en 2019. François Pinto est quant à lui promu directeur général adjoint de STEF en France tout en accédant au comité exécutif. Présent de longue date au sein du groupe, qu’il a intégré dans le cadre du Graduate Program en 1999, François Pinto est resté pendant huit ans en France dont trois comme chef des ventes national avant de partir en 2007 en Espagne pour y occuper successivement les fonctions de directeur d’agence et directeur régional. En 2015, il est nommé directeur de STEF Portugal puis directeur général de STEF Iberia en 2019. Le comité exécutif accueille également Alexandre de Suzzoni en tant que directeur général des activités Foodservice (restauration hors domicile, commerciale chaînée et collective). Celui qui a rejoint le groupe STEF en 2018 à ce poste est l’ancien président d’Altadis Distribution France et directeur exécutif d’EpiSaveurs au sein du Groupe Pomona.

Des mouvements dans les directions de pays

STEF Iberia voit Fabrice Carre prendre la fonction de direction générale, après plus de 30 ans passés au sein du Groupe qu’il a intégré dans le cadre du Graduate Program en 1992. Toute sa carrière s’est déroulée en France à divers postes opérationnels et commerciaux, notamment directeur de filiale de Landivisiau, directeur commercial de la région Bretagne et directeur de la région Sud-Ouest, avant d’être nommé en 2019, directeur général de STEF Portugal. Enfin, Mickael Tomas prend la tête de STEF Portugal au poste de directeur générale. Chez STEF depuis 2009, il est resté quatre années en France en tant que responsable du contrôle de gestion puis responsable d’exploitation sur le site de Caen. Il part en Espagne en 2013 pour occuper la fonction de directeur de site à Barcelone, avant d’être nommé, en 2020, directeur du contrôle de gestion opérationnel de STEF Iberia.



Dachser renforce sa présence en Europe du Nord avec le rachat de Frigoscandia

L'entreprise de transport et de logistique Dachser annonce l'acquisition du prestataire suédois Frigoscandia, partenaire du réseau de logisticiens alimentaires European Food Network. Un rachat qui vient renforcer son réseau de transport et d'entreposage de produits alimentaires en Europe.



Depuis 2019, le prestataire suédois de logistique alimentaire Frigoscandia est partenaire pour la Suède, la Norvège et la Finlande de l'European Food Network, réseau de logisticiens alimentaires couvrant 34 pays en Europe et géré par l'entreprise de transport et de logistique Dachser. Frigoscandia passe désormais sous le giron de ce dernier qui a annoncé son acquisition le 9 janvier dernier. Un rachat, réalisé auprès de l'investisseur privé Mutares SE & Co.KGaA, qui n'a

pas d'incidence sur le réseau European Food Network, le Danemark continuant d'être couvert par H.P. Therkelsen et le Pays-Bas par Müller Fresh Food Logistics, rachetée par Dachser en janvier 2023. Fondée en 1948 et basé à Helsingborg, en Suède, Frigoscandia se positionne comme l'un des principaux prestataires logistiques à température dirigée (allant de 2° à -18°) sur le marché nordique, couvrant les marchés de la Norvège, de la Finlande, du Danemark et des Pays-Bas. Avec un volume de ventes d'environ 300 millions d'euros en 2022, l'entreprise compte une équipe d'environ 1 300 personnes, principalement en Suède. S'appuyant sur son réseau de distribution de produits alimentaires sous température dirigée (+2 à +7°C) et surgelés (moins de -18°C), elle opère dans trois domaines d'activité : le transport domestique suédois avec un réseau national et une flotte de 260 véhicules en propre, le transport international de denrées alimentaires dans 51 pays par route, air et mer, l'entreposage pour le stockage de produits alimentaires avec 12 entrepôts en Suède et 3 en Norvège.

Une extension du réseau aux marchés nordiques

Pour Dachser, présent dans la région nordique depuis 2005 où elle compte 13 agences au Danemark, en Suède, en Norvège et en Finlande, cette acquisition porte le nombre de ses collaborateurs à 2 000 personnes en Europe du Nord et vient renforcer sa position d'acteur européen majeur de la logistique alimentaire. « Nous sommes heureux de faire évoluer notre partenariat avec Frigoscandia à un nouveau niveau. Cette acquisition étend notre réseau logistique alimentaire aux marchés nordiques (Suède, Norvège, Finlande) et nous positionne parmi les leaders européens du secteur. En tant qu'entreprise familiale axée sur une croissance organique et durable, nous avons récemment élargi notre réseau mondial à travers des acquisitions ciblées : au Benelux, en Océanie, en Afrique du Sud, en Italie et maintenant en Europe du Nord », commente Burkhard Eling, CEO de Dachser

Une fois l'acquisition finalisée, prévue au cours du premier trimestre 2024, Frigoscandia sera entièrement intégrée au réseau Dachser Food Logistics et dirigée par Alexander Tonn, COO Road Logistics et directeur général de Dachser Food Logistics, tandis que le CEO de Frigoscandia, Peter Haveneth, continuera à diriger l'entreprise avec son équipe. « Dachser et Frigoscandia sont déjà liés par un partenariat fructueux dans le cadre du European Food Network. Pour nous, la fusion avec Dachser Food Logistics est la prochaine étape naturelle de notre développement. Nous renforçons ainsi notre réseau et nous nous préparons à l'avenir. Nous allons faire partie d'une entreprise connue pour son orientation stratégique à long terme. Dachser nous donne un cadre sûr pour poursuivre notre croissance et offrir à nos clients des services logistiques de grandes fiabilité et qualité », déclare Peter Haveneth.

Transition énergétique : Carrier Transicold équipe les camions porteurs de Biocoop

Dans le cadre de la transition énergétique de sa flotte de véhicules, Biocoop a fait appel à Carrier Transicold pour l'équiper de sa technologie sans moteur Eco-Drive et de son unité de réfrigération Syberia 11.



Inscrit dans une dynamique de réduction de son empreinte environnementale, la Société des Transports Biocoop (STB), division transport du réseau de magasins bio Biocoop en France, a mis en place plusieurs démarches : formation de ses chauffeurs à l'éco-conduite, optimisation de ses schémas d'approvisionnement et de distribution pour réduire le nombre de kilomètres parcourus. L'entreprise a également choisi de convertir sa

flotte de véhicules au biogaz pour assurer la distribution en zones urbaines des magasins de l'enseigne en France. « En 2014, nous avons mené une étude approfondie des offres de carburants écoresponsables comme alternative au diesel. Suite à celle-ci, nous avons décidé de convertir progressivement nos 65 véhicules au biogaz. Ce combustible naturel, produit par fermentation de matières organiques, était la source d'énergie la plus développée sur le marché à l'époque. Ce choix stratégique reflète notre volonté de réduire l'impact écologique de nos livraisons », témoigne Ouadie Benaïssa, directeur de la Société des Transports Biocoop. Ce sont ainsi désormais 80 % des porteurs et 60 % de tracteurs de l'enseigne qui roulent au biocarburant, avec un objectif de 100 % à horizon 2025.

Réduction des émissions CO2, des coût d'entretien et des nuisances sonores

Pour les unités de réfrigération de ses porteurs, qui assurent une température constante de 3°C à l'intérieur de la carrosserie, Biocoop s'est tourné vers l'équipementier spécialiste du froid, Carrier Transicold, en se dotant de sa technologie sans moteur Eco-Drive et de son unité de réfrigération Syberia 11. Le module Eco-Drive vient récupérer l'énergie cinétique produite par le moteur (qui est décarbonée grâce au biogaz), à l'aide d'une pompe hydraulique reliée à la prise de force du camion. Il vient ensuite la convertir en électricité pour alimenter l'unité de réfrigération Syberia 11 du Carrier Transicold. En supprimant l'utilisation du moteur thermique de l'unité de réfrigération, Biocoop entend à la fois diminuer ses émissions de polluants, ses coûts d'entretien mais aussi le niveau sonore du véhicule. L'entreprise annonce ainsi avoir réduit ses émissions de dioxyde de carbone de 4,3 % en gramme par kilomètre parcouru en 2022 et de 4,5 % supplémentaires fin 2023. « La solution proposée par Carrier Transicold, le principal fournisseur de notre flotte, correspond parfaitement à nos ambitions de réduction des émissions de CO2. Carrier est à l'avant-garde des questions environnementales et nous propose constamment de nouvelles solutions de réfrigération innovantes. De plus, ces technologies sont très fiables sur le terrain. Carrier est un véritable partenaire de confiance », détaille Ouadie Benaïssa.

Laurent de Rosnay devient PDG du groupe Sterne

Déjà directeur général de Sterne depuis 2020, Laurent de Rosnay prend désormais la tête du groupe de logistique. Il aura pour mission de conforter son internationalisation et de renforcer ses engagements RSE en tant que société à mission.



Succédant à Daniel Desage qui demeure président du conseil de surveillance, Laurent de Rosnay a été promu président-directeur général du groupe Sterne chez qui il occupait déjà le poste de directeur général depuis 2020. « Je suis très heureux de passer le relais à Laurent de Rosnay avec qui je travaille depuis quatre ans, en toute harmonie et tel que c'était prévu. Sa détermination et sa connaissance de l'entreprise

seront des atouts précieux pour STERNE. J'aurais le plaisir de continuer à échanger avec les équipes lors de chaque Comité Stratégique », déclare Daniel Desage. A ses nouvelles fonctions, il participera à renforcer la présence du groupe à l'international et devra pérenniser ses engagements RSE.

Faire « perdurer les engagements » du groupe

Âgé de 54 ans, Laurent de Rosnay est diplômé de l'école d'ingénieur ECAM de Rennes et titulaire d'un MBA obtenu à la Duham University Business School. Il a occupé différentes fonctions de direction générale chez l'équipementier automobile Trèves et au sein du groupe Kalhyge (spécialiste de la location et de l'entretien du linge) avant de rejoindre le groupe Sterne en tant que DG en mars 2020. A l'époque, il s'appuie sur son expérience internationale pour accompagner le groupe dans son développement, notamment à travers la croissance externe, avec l'acquisition du groupe Nox NachtExpress en Allemagne, permettant à Sterne de se positionner en tant que spécialiste de européen de la logistique d'urgence. Il a également participé au passage du groupe en société à mission en octobre 2023, venu renforcer sa volonté de se présenter comme spécialiste de la logistique premium bas carbone. « Je suis heureux de poursuivre mon aventure au sein du groupe Sterne et tiens à remercier Tikehau Capital et Meanings Capital Partners de leur confiance et du soutien qu'ils apportent au Groupe. Je souhaite continuer à l'accompagner dans son expansion à l'international, tout en contribuant à faire perdurer les engagements que nous avons pris au regard de l'environnement, mais également vis-à-vis de nos équipes, de nos partenaires et de nos clients. Le passage du Groupe en société à mission est une étape cruciale de notre développement et je me réjouis de pouvoir continuer à l'accompagner dans ses transitions d'avenir », indique Laurent de Rosnay.

Les Echos

Logistique : STEF se renforce en Europe du Nord

Face à une baisse de la consommation alimentaire en France, le groupe spécialisé dans la logistique du froid continue son expansion européenne. STEF est ainsi de plus en plus présent dans la chaîne du froid, sans rival comparable en Europe.



Le secteur de la température dirigée représente 10 à 15 % de toute la logistique européenne, toutes activités confondues. (STEF)

Comme pour compenser le recul de la consommation de produits alimentaires en France sous le coup de l'inflation, STEF poursuit ses emplettes et complète son réseau en Europe.

Le groupe de transport et logistique spécialisé dans les produits alimentaires traités jusqu'au client final dans la chaîne du froid (-25 à +15 degrés) vient de boucler deux rachats qui renforcent sa présence au Benelux.

Tout d'abord Bakker Logistiek, le numéro un local de la température dirigée : un groupe familial néerlandais de transport, logistique et conditionnement de produits alimentaires comptant 6 sites aux Pays-Bas, 1.400 salariés et une flotte de 325 véhicules, pour 150 millions de chiffre d'affaires. Quelques mois plus tôt, c'était au tour de TransWest, un acteur belge spécialisé dans le transport et logistique de produits surgelés (500 salariés et 150 camions), de passer dans l'escarcelle du français. Peu de temps après le rachat du britannique Langdon, qui lui a ouvert les portes outre-Manche, en plein Brexit.

Repositionnement en Europe du Nord

STEF était certes déjà présent au Benelux, mais de manière beaucoup plus limitée, et s'ouvre ainsi de nouveaux horizons. « En 2024, les marchés néerlandais, belge et britannique devraient générer pour le groupe un chiffre d'affaires de près de 600 millions d'euros. Une de nos priorités stratégiques en 2023 était de se repositionner en Europe du Nord alors que nous étions plutôt dans des pays comme l'Espagne, le Portugal, l'Italie ou la Suisse, donc un barycentre sur l'Europe latine », explique aux « Echos » Stanislas Lemor, le PDG du groupe, jadis détenu par la SNCF, et revendu en 1987 à la Financière de l'Atlantique.

Au total, selon lui, la France devrait générer en 2024 quelque 58 % du chiffre d'affaires, et le solde, en hausse régulière, dans les pays voisins. « Mais notre objectif n'est pas de planter des drapeaux dans les quatre coins du monde. Dans un pays donné, nous cherchons d'abord à construire un réseau de transport, puis nous essayons d'aller vers une solution logistique », dit-il.

Pour le moment, le réseau international du groupe parisien en forte progression est surtout axé vers l'Europe de l'Ouest, et pas vers la Pologne, la Slovaquie ou la Hongrie, par exemple. C'est le résultat du « Yalta » passé fin 2020 avec l'allemand Nagel-Group. Ce dernier lui cédant ses activités dans plusieurs pays voisins mais s'étant engagé, en contrepartie, à distribuer les volumes de STEF au-delà de l'ex-Rideau de fer. Un « partenariat gagnant », selon Stanislas Lemor.

Objet unique en Europe

A ce stade, STEF est plus que jamais un objet unique en Europe occidentale. Un « pure player » de la distribution alimentaire sous température dirigée, travaillant avec les industriels de l'agroalimentaire, les enseignes de distribution ou encore les grandes chaînes de fast-food. Sans aucune incursion dans d'autres secteurs pourtant à la mode, comme la pharmacie ou les vaccins. Sur un secteur où les autres joueurs sont souvent des PME familiales, aux visées très locales. De quoi générer un chiffre d'affaires de 4,26 milliards d'euros en 2022 chez STEF, pour un effectif de 22.000 salariés et 273 plateformes ou entrepôts.

L'an dernier, la chute de la consommation alimentaire en France, pour cause d'inflation, a fait sentir ses effets, alors que les coûts de production continuent à subir « une queue d'inflation », tout comme les taux d'intérêt pesant sur les comptes. « Nous devons veiller sur nos coûts, car nous ne sommes plus en mesure de passer des revalorisations tarifaires comme celles des dernières années », estime Stanislas Lemor, qui n'attend « pas de retournement fort de la situation en 2024 ».

Denis Fainsilber

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



Un nouveau directeur général chez Danone France [Info LSA]

Olivier Péchereau (ex DG de Pepsico) succède à François Eyraud à la direction générale du géant agro-alimentaire français Danone à compter du 1er février 2024. Un changement dans la continuité.

Olivier Péchereau est le nouveau DG de Danone France..

Selon nos informations, Olivier Pechereau succède à François Eyraud à la direction générale de Danone. François Eyraud avait annoncé il y a quelques mois sa décision de quitter son poste pour des projets plus personnels à l'international après 26 années passées dans l'entreprise française. Directeur général de Danone depuis 6 ans, après avoir participé au développement de Danone en Amérique latine pendant 16 ans, François Eyraud a œuvré à la reconquête de l'ultra-frais et au lancement du végétal et de l'hyperprotéiné. Sous sa direction, l'ensemble des marques de Danone ont été certifiées B-Corp. Il a également soutenu le modèle de création de valeur sur la durabilité.

L'arrivée d'Olivier Péchereau, à compter du 1er février, s'inscrit donc dans la continuité dans le contexte de transformation du groupe en France, sous la présidence d'Antoine de Saint-Affrique. Il aura pour mission de développer la compétitivité et l'innovation dans le cadre du plan stratégique Renew Danone. Rappelons que selon des données NielsenIQ, Danone France a généré l'an dernier un chiffre d'affaires en GMS de 2,4 milliards d'euros (+6,7%), ce qui situe l'industriel au troisième rang des fournisseurs de la distribution en France, derrière Nestlé et Lactalis.

Ex de Pepsico et de Mars

Olivier Pechereau dirigeait PepsiCo France depuis l'été 2019. Lundi 8 janvier 2024, LSA dévoilait qu'il avait quitté l'entreprise américaine fin décembre 2023. Pepsico étant positionné à la fois sur les boissons (Tropicana, Lipton Ice Tea, Pepsi, 7Up, Pure Leaf, Mirinda, etc.) et sur l'épicerie (Lay's, Doritos, Quaker, etc.).

Après un début de carrière en République Tchèque (chez Mondelez), en France et en Belgique à des fonctions marketing et vente, ce diplômé de la London Business School a occupé plusieurs postes internationaux chez Royal Canin et chez Mars Petcare. A partir de 2003 il développait Royal Canin en Chine du Nord, devenant par la suite directeur général de Royal Canin Chine & Hong Kong. Sous sa direction, Royal Canin est devenu le premier acteur du marché chinois du petfood. Directeur général de Mars Petcare & Food Pologne entre 2014 et 2017, il a dirigé ensuite Mars Petcare France jusque l'été 2019.

Bisphénol A : l'Adepale et la Fiac vont faire appel de la décision de l'Autorité de la concurrence

Via deux communiqués de presse, les organisations professionnelles, l'Adepale et la Fiac annoncent prendre acte de la décision que l'Autorité de la Concurrence vient de rendre et la contestent fermement.



L'Autorité de la Concurrence vient de sanctionner lourdement des industriels et des fédérations professionnelles au sujet du Bisphénol A..

La Fédération française des Industries d'Aliments Conservés et l'Adepale, association des PME et ETI alimentaires transformateurs en France, annoncent prendre acte de la décision que l'Autorité de la Concurrence vient de rendre (voir ci-dessous) et la contestent fermement, via deux communiqués de presse.

Ces deux organisations professionnelles rappellent qu'elles ont toujours contesté avoir enfreint le droit de la concurrence dans ce dossier et que l'ensemble des acteurs visés ont agi en total respect du cadre et objectifs fixés par la loi ainsi que des préconisations élaborées par les pouvoirs publics.

Mobilisation pour mettre en oeuvre la loi sur l'usage du Bisphénol A

Elles rappellent à cet égard que leurs deux filières se sont mobilisées pour mettre en œuvre, en un temps record, la loi interdisant l'usage intentionnel du BPA (Bisphénol A) dans les contenants alimentaires, adoptée par le législateur français en application du principe de précaution. L'Adepale et la Fiac annoncent qu'elles feront appel de cette décision devant la Cour d'Appel de Paris et feront à nouveau valoir leurs arguments.

L'Adepale, une fédération de... fédérations dont la Fiac

Au cœur de la chaîne alimentaire française, les plus de 3 000 PME et ETI représentent 56% du chiffre d'affaires (110 milliards d'euros) et 63% de l'emploi (275 000 salariés) de l'industrie agroalimentaire française. Aux côtés de quelques grands groupes, ces PME et ETI font vivre le tissu économique local par leur dynamisme et s'inscrivent dans la vie quotidienne des Français à travers des produits et des marques emblématiques bien connues et appréciées des consommateurs.

L'Adepale fédère les Entreprises du Traiteur Frais (ETF), la Fédération française des Industries d'Aliments Conservés (FIAC), les Entreprises des Glaces et Surgelés (Les EGS), la Fédération Nationale des Légumes Secs (FNLS), le Syndicat des Fabricants de Végétaux Frais Prêts à l'Emploi (SVFPE) et le Syndicat de la Rizerie Française (SRF).

Tina Schuler (ex Casino) arrive chez... Carrefour [Exclu]

Selon nos informations, l'ancienne DG des enseignes Casino a été recrutée par le Groupe Carrefour.



Tina Schuler, une ex de Casino et d'Auchan chez Carrefour.

Le 5 avril 2023, LSA dévoilait que la directrice générale de Distribution Casino France ou DCF (Hyper frais, Géant Casino, Supermarchés Casino et les enseignes de proximité Petit Casino, Vival, Spar, Casino Shop et Sherpa) quittait le Groupe Casino.

Aujourd'hui, selon nos informations, Tina Schuler est nommée directrice Franchise Carrefour France. Un poste qui comprend les hypers et supermarchés du Groupe Carrefour et non la proximité qui reste sous la responsabilité de Benoit Soury. Il faut certainement y voir la continuation du plan de réorganisation lancé par Alexandre de Palmas, le nouveau directeur exécutif de Carrefour France. Cette nomination illustre en effet la montée en puissance de la franchise du distributeur.

Sous la responsabilité de Julien Munch, directeur des opérations

En 2024, plus de la moitié du chiffre d'affaires de Carrefour France devrait se faire en location-gérance ou en franchise. Dans le nouvel organigramme de Carrefour France, Tina Schuler sera sous la responsabilité de Julien Munch, directeur des opérations (l'organigramme de Carrefour). Quant à Franck Kenner, il devient "Directeur Intégrés" Carrefour France, également sous la responsabilité de Julien Munch.

Arrivée au sein du groupe Casino en 2011 pour prendre la direction de Leader Price, la dirigeante a vu son périmètre s'étoffer année après année. Au point de représenter, au travers des quatre pôles qu'elle a dirigé, environ les deux tiers de l'activité retail de Casino en France. Auparavant, Tina Schuler a longtemps travaillé chez Danone puis Auchan avant de rejoindre Casino. Ingénieur en industrie alimentaire, elle a été la première femme du secteur à devenir responsable d'une ligne de production de 35 personnes chez Danone. En 2001, elle rejoint Auchan où elle a été sera la seule femme du comité de direction de Simply Market.

Hervé Vallat, président du directoire de Prosol (Grand Frais) : "Nous voulons ouvrir 30 à 40 magasins par an"

Plutôt discret, Hervé Vallat, patron de Prosol, la structure qui fournit les fruits et légumes, le poisson et la crèmerie à Grand Frais, a livré à LSA les clés de la réussite de ce modèle. Qui a su s'adapter pour affronter l'inflation. Et qui innove avec l'étonnant concept de QG du Goût de Mon-marché.fr, bientôt testé à Paris, et sa nouvelle enseigne La Boulangerie du Marché.



Hervé Vallat est le président du directoire de Prosol (Grand Frais)..

Les chiffres

GRAND FRAIS

+10% : la progression du CA de Grand Frais estimée en 2023 3,1 Mrds €

- **Le CA** de Grand Frais en 2022
- **305 magasins** Grand Frais
- **20 à 25** ouvertures par an
- **1000 m²** : la surface de vente moyenne d'un Grand Frais
- **300** variétés de fruits et légumes et **une centaine** de fromages, dont 47 AOP (sur 48)
- **45 €** : le panier moyen
- **1997** : la date d'ouverture du premier Grand Frais

PROSOL

60% de l'activité de Grand Frais assurée par Prosol

- **48** magasins Fresh
- **4** boulangeries (La Boulangerie du Marché)
- **10 à 15** ouvertures Fresh par an
- **500 m²** : la surface de vente moyenne d'un Fresh
- **37 €** : le panier moyen chez Fresh
- **6500** salariés
- **Ardian**, actionnaire majoritaire, aux côtés de Denis Dumont, le fondateur

Sources: LSA et Prosol

Hervé Vallat aime les rhinocéros. Le souvenir d'une rencontre au Burkina Faso qui a failli mal se terminer et qui l'a marqué à vie. Alors étudiant, après un stage ouvrier chez Danone, il accompagne un copain parti en mission de reboisement dans ce pays. Confronté à l'animal dans la jungle, il croit sa dernière heure arrivée.

À Chaponnay, à une trentaine de kilomètres au sud-est de Lyon, le visiteur ne peut pas manquer la sculpture de la bête repeinte par un street artiste, campée dans le patio intérieur du vaste

bâtiment blanc qui sert de siège à Prosol. « *Il m'a été offert par les équipes pour mes 50 ans* », raconte, détendu, Hervé Vallat, quatre ans de plus aujourd'hui, installé dans son bureau où trônent... quelques petits rhinocéros miniatures.

Président du directoire de Prosol depuis 2015, la structure qui opère les pôles fruits et légumes, poissonnerie et crèmerie pour Grand Frais et réaliserait autour de 1,1 milliard d'euros de chiffre d'affaires selon nos estimations en 2022, il œuvre à développer l'enseigne phare du groupe, Grand Frais. Mais aussi son petit frère, Fresh, ainsi que le site Mon-marché.fr qui prend également la forme d'un magasin physique avec son concept de QG du Goût, mélange de point de préparation et de retrait, de « click & cueillette », bientôt décliné à Paris, au 20 rue Lecourbe, et enfin le dernier-né, un concept de boulangeries.

Homme de conviction, cet amateur de rugby et de vélo a accepté pour LSA de livrer les clés de la réussite de tous ces spécialistes des produits frais. Une multitude de détails qui lui permettent d'envisager avec sérénité la duplication à grande échelle du modèle.

LSA - Les prix ont augmenté de plus de 20 % en deux ans. Comment les enseignes de Prosol, à commencer par Grand Frais, ont-elles résisté ?

Hervé Vallat - Le consommateur arbitre en permanence avec un budget de plus en plus contraint par l'arrivée d'une inflation non compensée par des augmentations de salaires. Mais il continue de manger ! Notre seule crainte, c'est la déflation des volumes. Quand l'inflation est arrivée, nous n'avons pas regardé l'effet prix, mais la fréquentation et les volumes. Quand on arrive à maintenir un niveau élevé de fréquentation malgré une baisse du panier moyen, la partie est gagnée.

En 2022, en non-comparable puisque les restaurants avaient rouvert alors qu'ils étaient fermés en 2021, il y a eu un double effet ciseaux sur les ventes avec l'inflation. L'enjeu était alors de préserver la fréquentation. Nous avons donc décidé de ne pas passer l'intégralité de nos hausses de tarifs au détriment de nos marges. Mi-2022, le marché s'est retourné et la fréquentation est redevenue très positive, avec une progression de plus de 10 %. Là, nous avons pu répercuter nos hausses de prix tout en faisant attention aux comportements.

LSA avait estimé le CA de Grand Frais à 3,12 milliards d'euros en 2022, en hausse de 6 %. Qu'en sera-t-il pour 2023 ?

H. V. - Nous ne commentons pas ces chiffres. Avec 305 magasins à date, qui réalisent chacun entre 10 et 11 millions d'euros de chiffre d'affaires en moyenne, parfois un peu moins, parfois beaucoup plus, Grand Frais réalise plus de 3 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Et en 2023, Prosol, qui contribue à plus de 60 % de l'activité du GIE Grand Frais (*avec les partenaires Despinasse et Euro Ethnic Foods, NDLR*), devrait terminer l'année sur une progression à plus de deux chiffres, en comptant toutes nos enseignes, Grand Frais, Fresh, le site Mon-marché.fr... La progression sera assez similaire pour l'enseigne Grand Frais, légèrement inférieure mais toujours à deux chiffres, donc proche des 3,5 milliards d'euros si je reprends vos estimations.

Comment expliquez-vous ces performances ?

H. V. - Le pire, c'est d'oublier le consommateur ! L'effet sablier s'est mis en place entre les premiers prix et les produits « plaisir ». Nous avons joué sur les deux, avons accru l'offre de ces deux segments. Des transferts d'assortiments se sont opérés, avec un mix tout aussi rentable. En outre, nos actionnaires sont restés à l'écoute dans cette période et nous ont suivis sur la stratégie. Sans une adhésion de l'ensemble de l'entreprise, cela aurait été plus compliqué...

Vous avez commencé à faire de la publicité à la télé en mai 2022. Cela vous a-t-il aidés ?

H. V. - Oui, en pleine période d'inflation, nous avons communiqué en disant : *Régalez-vous, faites vos courses !* Beaucoup de distributeurs ont oublié cette dimension. Les clients qui entrent chez Grand Frais ou Fresh ont envie d'acheter. Nous donnons envie ! Notre communication a très bien fonctionné : c'était la sixième publicité préférée de l'année. Elle a reçu le prix Effie France de l'efficacité. Notre NPS (*NetPromoter Score, NDLR*), déjà supérieur à 40, a pris 10 points depuis cette pub, ce qui nous situe très loin devant nos concurrents. Cela nous a aidés dans la fréquentation.

Hervé Vallat, du Sud-Ouest à la passion du goût



Hervé Vallat a gardé du Sud-Ouest - il est originaire de Beaumont-de-Lomagne (82) - un léger accent, une façon de méridionale et le goût des bonnes choses. Lorsque vous visitez un magasin (*Fresh en l'occurrence*) avec lui, il prend plaisir à vous montrer les mangoustans (fruits d'Asie), ou la manière de présenter l'ail. L'agroalimentaire, il a toujours travaillé dedans.

Ingénieur de formation (il sort de l'Enitiaa, à Nantes, en 1993), il fait ses classes à Bondoufle (91) chez Intermarché et termine responsable des filières. Après un passage dans l'industrie (Rivoire & Carret), il plonge dans

le monde de la distribution. Pendant onze ans, il travaille dans le Groupe Holder, d'abord aux achats et à la logistique, puis à la direction générale des boulangeries Paul.

En 2015, Denis Dumont, qui a fondé Grand Frais en 1992, l'appelle pour diriger Prosol, qui chapeaute Grand Frais et Fresh. C'est lui qui mène tambour battant le développement des deux enseignes et du site.

En quoi l'organisation de Prosol contribue-t-elle à la réussite ?

H. V. - C'est une organisation basée sur la vitesse. La rapidité des flux et de la supply chain est l'un de nos enjeux. Nous disposons de plates-formes dans toutes les zones de production importantes, ce qui nous permet d'être au plus près de la collecte. Plus vous êtes éloignés, moins vous êtes réactifs et plus les coûts induits sont importants. Enfin, le fait d'être proches des zones de production nous permet de nous adapter en permanence et de trouver des solutions de rechange si le produit n'est pas prêt ou s'il y a un problème de récolte ou de ramasse.

Nous pouvons organiser aussi les plans de culture en fonction des volumes que nous prévoyons pour la campagne. Nous travaillons avec 700 producteurs français de fruits et légumes en direct. C'est fondamental dans notre écosystème et l'une des clés du succès de Prosol.

Est-ce plus difficile aujourd'hui avec les changements climatiques ?

H. V. - Évidemment. Les producteurs sont en première ligne face aux aléas climatiques. Une récolte peut être remise en cause du jour au lendemain, d'une heure à l'autre. Dans les périodes difficiles, nous les avons soutenus sur les prix des campagnes, mais aussi sur les volumes. Et en pleine saison des produits français, nous n'allons pas nous fournir à l'international.

Nous les soutenons aussi sur les démarches agroécologiques. La plupart de nos partenaires sont engagés. La certification Haute Valeur environnementale de l'État a plus de bienfaits que d'inconvénients. Aujourd'hui, 71 % de nos producteurs français de fruits et légumes sont HVE.

En 2022, Prosol a repris le premier mareyeur français, Océalliance. Quel intérêt cette intégration verticale présente-t-elle ?

H. V. - Sur la marée brute, nous sommes, comme sur les fruits et légumes, au plus près des sources d'approvisionnement avec une présence dans 28 criées, grâce notamment à Océalliance. Et nous avons une équipe d'acheteurs spécialisés sur les produits plus lointains (saumons, cabillauds, tous les poissons blancs pêchés en mer du Nord et en Atlantique). C'est une course contre la montre permanente. Océalliance doit développer son activité en propre, de la même manière que Prosol se fournira ponctuellement chez Océalliance. Ils ont gardé leurs clients et travaillent à l'international.

Ensuite, nous développons notre activité d'emballage, de skin pack pour une conservation du produit et un maintien de la fraîcheur. Notre site industriel, basé à Boulogne-sur-Mer, s'en charge. Le skin pack est un élément de différenciation : il a une image plus premium auprès du consommateur que l'emballage sous atmosphère modifiée ou celui sous vide, mais il pose des contraintes techniques. Combien de temps entre la sortie de l'eau et le skin pack ? À quelle température faut-il conditionner ? Il y a un vrai savoir-faire.

Vous avez ouvert beaucoup de magasins. En 2020, vous aviez dit vouloir doubler de taille en cinq ans. Est-ce toujours d'actualité ?

H. V. - En dix ans, nous avons doublé le nombre de magasins. Notre ambition est toujours forte: nous voulons ouvrir 30 à 40 magasins par an, entre Grand Frais et Fresh. On prend de 6 à 8 % de croissance organique chaque année. Cette dynamique a des conséquences sur tout.

Grand Frais, une enseigne qui gagne des clients

345 000, c'est le nombre de clients conquis par Grand Frais en 2023 (année mobile à fin novembre, selon Kantar Worldpanel). Au total, un peu plus de 6 millions de foyers fréquentent l'enseigne, à raison de dix visites par an. Ce qui lui a permis de gagner 0,2 point de part de marché en valeur en 2023, à 3,9 % sur le total produits frais traditionnels et sur un ensemble tous circuits.

Selon Frédéric Valette, directeur du département retail insights chez Kantar, « *les ouvertures de magasins n'expliquent pas à elles seules ce succès. Sur la diversité de choix, les rayons propres et bien tenus, la perception de produits toujours frais, de saison, mûrs et à point, Grand Frais ressort comme l'enseigne la mieux perçue* ».

Que dire de plus ? Grand Frais obtient un meilleur niveau de part de marché chez les ménages aisés(5%) que chez les plus modestes (1,9 %). Enfin, un champ de possibilités s'ouvre dans l'Ouest, où elle n'a que 1,9 % de part de marché, contre 5,5% dans son bastion lyonnais et 4,7% en région parisienne.

Que faites-vous pour résoudre la difficile question du recrutement ?

H. V. - Il y a dix ans, nous avions 130 magasins ; aujourd'hui, plus de 350, en comptant Fresh. Il y a dix ans, nous ne vendions que des fruits et légumes; aujourd'hui, nous sommes sur tous les rayons frais. Nous avons créé il y a neuf ans l'École des métiers du frais, un projet essentiel pour former des gens pour les magasins et les fonctions support. 3500 personnes en sortent chaque année. 70 formateurs internes sont affectés aux magasins. C'est un point clé pour croître et faire respecter le concept.

Ces gens formés nous permettent de fidéliser le personnel et de faire mieux remonter ce qui ne va pas. Chaque Grand Frais emploie entre 40 et 50 salariés et un Fresh entre 20 et 25, soit deux fois plus que le rayon frais d'une grande surface classique.

Comment se répartit le développement entre Grand Frais et Fresh ?

H. V. - Sur les 30 à 40 magasins prévus par an, 25 concernent Grand Frais et 10 à 15 Fresh. Nous avons doublé le rythme d'ouvertures moyen par an : nous sommes passés de 8 à 10 ouvertures entre 2010 et 2015, 18 à 20 après 2015, et à plus de 30 désormais. Avec nos deux

enseignes, nous couvrons tous les modèles immobiliers possibles, sur des zones de chalandise qui comptent 25 000 habitants ou plus, à cinq-dix minutes.

Il nous faut encore mailler le Nord-Ouest, le Sud-Est, le sillon rhodanien... Le potentiel reste élevé. Grand Frais et Fresh fonctionnent de manière complémentaire. Nous nous adaptons : à Pontcharra, en Isère, nous sommes en plein centre-ville; à Belley, dans l'Ain, en pleine campagne; ici, à Chaponnay, dans le Rhône, en pleine zone commerciale.

Un nouveau concept de boulangerie

Son nom : La Boulangerie du Marché. Sur un créneau déjà très concurrentiel, Prosol teste depuis quelques mois ce concept de boulangerie-pâtisserie entièrement en libre-service. « *L'idée est venue lors du développement de Fresh, raconte Hervé Vallat. Nous avons des cellules un peu trop grandes sur certains sites.* » Celui qui ne supporte pas de faire la queue à la boulangerie a alors l'idée d'un concept en libre-service, inspiré par Whole Foods aux États-Unis.

Quatre Boulangerie du Marché ont ouvert, toutes dans la région Auvergne-Rhône-Alpes, en Isère, en Savoie et dans l'Ain, non loin du siège, et quatre autres sont prévues en 2024. D'après les calculs du patron de Prosol, un Fresh sur deux pourrait avoir sa Boulangerie du Marché, source de flux non négligeable pour le magasin. Un peu à l'image de Grand Frais et de Marie Blachère, associés sur plus de 150 sites. Hervé Vallat se donne six mois pour valider l'essai.



Selon le patron de Prosol, le concept en libre-service La Boulangerie du Marché, au nombre de quatre pour le moment, pourrait être implanté à côté d'un Fresh sur deux.

Et les centres des grandes villes ?

H. V. - Nous regardons, mais nous ne travestirons pas notre modèle. Pour Fresh, c'est 500 m², pas un de plus ou de moins. Pour Grand Frais, 1000 m². En revanche, nous ne nous interdisons pas d'aller en centre commercial, par exemple. Nous avons ouvert dans le centre Les Armoiries à Bry-sur-Marne, dans le Val-de-Marne, et ça fonctionne très bien. C'est l'un des 25 meilleurs magasins aujourd'hui. Les « malls » font partie de nos axes de développement sur une ligne qui va d'Angers à Perpignan.

Le 31 janvier, nous ouvrirons dans un centre commercial à Cagnes-sur-Mer, près de Nice. Pour Mon-marché.fr, nous allons tester le concept de magasin physique de proximité - dans la poursuite de ce que nous avons fait à Puteaux avec le QG du Goût - en ouvrant au premier trimestre dans le 15^e arrondissement à Paris. Nous sommes agnostiques. Quand nous nous fixons sur une zone de chalandise, nous massifions ensuite sous forme de grappes de magasins.

Vous venez d'ouvrir deux Fresh dans un hyper et un super Casino... qui risquent vite de changer d'enseigne. Quel est le but ?

H. V. - Quand nous avons décidé ce test, il n'était pas question de changement d'enseigne. Nous voulions tester un modèle de shop-in-the-shop pour Fresh afin de voir la complémentarité avec une offre généraliste. Avec Casino, c'était une opportunité de développement et nous suivons ce pilote avec beaucoup d'attention.

Vous faites très peu de croissance externe...

H. V. - Cela nous arrive. En 2016, nous avons racheté les magasins Le Carré des Halles dans le nord de la France et la reprise s'est très bien passée. Chez Fresh, nous avons repris 5 Leader Price qu'Aldi devait céder.

Cela n'a pas l'air simple en Italie, où vous aviez annoncé 50 magasins en cinq ans...

H. V. - À ce jour, nous avons huit Banco Fresco. Le concept est basé sur le produit, les flux, les relations avec les producteurs, les habitudes alimentaires, la théâtralisation... Bref, il y a une centaine de points de détail qui font que notre modèle fonctionne. Avec huit magasins, trouver le bon modèle n'est pas simple.

Votre actionnaire principal, Ardian, ne s'impatiente-t-il pas ?

H. V. - Le fait d'avoir un fonds et un entrepreneur (*Denis Dumont, le fondateur, NDLR*) dans le capital apporte une richesse de points de vue et un alignement d'intérêts. Chez nous, ce n'est pas la pensée unique. Ardian est présent depuis 2017. Son temps est celui des fonds.

Vous avez lancé le site Mon-marché.fr au moment du Covid pour couvrir Paris. Quels enseignements en tirez-vous ?

H. V. - Mon-marché.fr entre dans un nouveau cycle. Nous l'avons fait évoluer du tout au tout, à l'aune de la data client, de l'efficacité opérationnelle et du modèle digital pour Prosol. Nous avons un taux de fidélisation client très fort. Aujourd'hui, nous couvrons Paris et une partie de la première couronne et nous ne cessons d'étendre la zone de chalandise.

Et qu'est-ce que cela donne en termes de fréquentation, de rentabilité ?

H. V. - Nos enjeux sont bien la fréquentation clients, la rentabilité du modèle. C'est un métier compliqué. Coût de livraison, coût de préparation de commande et panier moyen : il faut régler l'équation. Il nous manque juste des clients.

Une organisation quasi industrielle

Prosol fonctionne avec une douzaine de plates-formes proches des lieux de production et cinq grandes plates-formes d'expédition vers les magasins. Chacune est spécialisée. Par exemple, deux ne font que des fruits et légumes, les autres sont multiproduits, avec des transports et des schémas d'approvisionnement différents. Celles des fruits et légumes récupèrent de la marchandise issue d'autres zones de production.

Les magasins sont livrés tous les jours, tôt le matin, et fonctionnent avec très peu de stocks. C'est du flux tendu: sur la partie fruits et légumes, la gestion du flux est tirée par les magasins, ce sont eux qui décident en fonction des demandes des clients. En toute indépendance.



Les magasins sont livrés tous les jours et ont très peu de stocks.

Feu vert au rachat de magasins Casino par Intermarché. Sauf pour...

L'Autorité de la concurrence autorise le rachat de magasins Casino par Intermarché sous réserve de la cession de trois magasins..



Pour l'Autorité de la concurrence, l'opération n'est pas "susceptible de placer les fournisseurs des parties en situation de dépendance économique".

La décision de l'Autorité de la concurrence n'est guère une surprise tant des "informations" circulaient... Le 13 juillet 2023, Intermarché a en effet notifié à l'Autorité de la concurrence son projet d'acquisition de 61 magasins de distribution à dominante alimentaire sous enseigne du groupe Casino. Après examen attentif de l'opération de rachat, l'Autorité vient d'autoriser le rachat des magasins cibles sous réserve d'engagements présentés par Intermarché incluant la cession de trois magasins. "L'Autorité a considéré que l'opération n'était pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat d'Intermarché sur les marchés amont de l'approvisionnement en biens de consommation courante, compte tenu de la faiblesse de la part d'achat des 61 magasins cibles. L'Autorité a également constaté que l'opération n'était pas susceptible de placer les fournisseurs des parties en situation de dépendance économique", peut-on lire sur le site de l'Autorité de la concurrence.

À l'issue de son analyse, l'Autorité a en revanche conclu que l'opération risquait d'entraver la concurrence dans les zones de chalandise entourant les magasins cibles situés à Lons-le-Saunier (39) qui est un hypermarché, à Plouaret (22), qui est une supérette et à Vals-près-le-Puy (43), qui est un hypermarché. "L'Autorité a considéré que dans ces zones où Intermarché renforcerait significativement son pouvoir de marché à l'issue de l'opération, il ne demeurerait pas d'alternatives crédibles et suffisantes à Intermarché. Cette situation risquait d'entraîner des hausses de prix ainsi qu'un appauvrissement de la diversité de l'offre au détriment des consommateurs dans les zones concernées". A noter que les repreneurs présentés devront être agréés par l'Autorité, qui s'assurera qu'ils seront à même de constituer une offre alternative crédible en matière de distribution alimentaire, dans chacune de ces zones. "L'Autorité sera vigilante à ce que l'acquéreur présente les compétences et les capacités financières adéquates pour exploiter de façon pérenne et développer l'activité des magasins cibles. Les cessions devront comprendre l'ensemble des éléments nécessaires au maintien de la viabilité de l'activité et intégrer le personnel employé dans les magasins concernés avant leur reprise par Intermarché".

Casino : actionnaires et créanciers approuvent largement le plan de restructuration

Réunis à la Mutualité le 11 janvier, actionnaires et classes de créanciers ont approuvé largement l'unique plan de sauvetage proposé. Beaucoup ont exprimé leur désarroi ; le futur patron de Casino, Philippe Palazzi, a présenté les grandes lignes de la relance.



Les trois administrateurs judiciaires, accompagnés du directeur financier et du directeur juridique de Casino, ont répondu aux questions des actionnaires.

« Il est où Naouri ? », « voyou, bon à rien », « vos concurrents ont su anticiper, et pas vous ? », « où est passé le pognon ? ». A l'heure des questions, celles-ci fusent dans l'assemblée clairsemée réunie ce 11 janvier dans la Maison de la Mutualité, plus habituée à recevoir des congrès de partis politiques ou mutualistes que des actionnaires de grands groupes. Ils étaient d'ailleurs peu nombreux, environ 150, quand la salle compte dix fois plus de places... Peu importe, les actionnaires présents ont tenu à montrer leur colère, en s'exprimant plus d'une demi-heure à l'issue de la réunion, qualifiée de « sensible et pénible » par l'une des mandataires judiciaires, Hélène Bourbouloux. « Nous parlons bien de la faillite d'un groupe, a-t-elle ajouté. Les actionnaires sont en première ligne et on doit vous rendre des comptes. » Appelés à voter depuis le 21 décembre, ils avaient jusqu'au 10 janvier 15 heures pour voter à distance et jusqu'à aujourd'hui de manière physique. Rendu public ce 12 janvier au matin, le résultat est sans surprise : une très grande majorité des six classes de créanciers et des actionnaires ont approuvé l'unique plan de sauvegarde proposé.

Pas le choix

Il n'en demeure pas moins que la potion est dure à avaler. Les actionnaires perdent beaucoup, presque tout, dans la chute de la maison Casino. Un ancien salarié présent dans la salle témoigne : « Casino m'a donné beaucoup de stock-option, à 70 euros. Elles valent aujourd'hui moins de un euro. » Le changement de capital aboutit à une très forte dilution des actionnaires puisque le consortium emmené par Daniel Kretinsky détiendra à l'issue de la vente 53,7% du capital et les actionnaires 0,3%, le reste se répartissant entre les créanciers sécurisés (24,4%) et non sécurisés (1,9%). Ce 11 janvier donc, malgré toute leur amertume, ils n'avaient guère le choix, comme le rappelle Aurélie Perdureau, l'une des trois mandataires judiciaires présentes à la tribune, aux côtés de David Lubek, directeur financier du groupe Casino, et de Jean-Yves Haagen, directeur juridique. « Sans la procédure de sauvegarde accélérée, le plan d'affaires du consortium ne pourra pas être finalisé et sauver Casino. Elle induit un désendettement massif du groupe et doit primer. » Et de rappeler quelques chiffres : un apport de 1,2 milliard d'euros en fonds propres, l'écrasement de la dette à hauteur de 4,5 milliards d'euros et de la dette non sécurisée pour 3,5 milliards d'euros. « Au total, les fonds propres du groupe seront améliorés de 5 milliards d'euros et l'endettement brut de 4,9 », conclut David Lubek.

Philippe Palazzi présent

Au petit porteur qui l'interpelle en lui demandant pourquoi la concurrence s'en sort, et pas Casino, le polytechnicien répond : « Le groupe n'avait pas les moyens financiers de faire face à l'inflation. Le chiffre d'affaires des hypers et supermarchés s'est dégradé brutalement, perdant 900 millions d'euros en six mois. La baisse des prix de 10% nous a coûtés 600 millions d'euros. Tous nos efforts n'ont pas suffi ». Et pourquoi

ne pas avoir baissé les prix plus tôt ? « Si nous avons baissé les prix de 10% en 2022, Casino se serait retrouvé dans une situation impossible. » Dans la salle, les salariés actionnaires ou gérants de magasins s'impatientent. Philippe Palazzi, accompagné de Saam Golshani, avocat-conseil de Daniel Kretinsky, monte à la tribune. Première sortie publique pour le futur patron du futur Casino, qui déroule en quelques slides généraux le business plan déjà présenté il y a quelques mois. « Dans ce contexte, certains pourraient être tentés d'abandonner les priorités sociales et responsables. Ce ne sera pas notre cas. Nous voulons une croissance responsable. » En 2024, le groupe devrait réaliser 12 milliards d'euros de chiffre d'affaires, après les cessions des hypermarchés et des supermarchés, et en 2025, année zéro du nouveau Casino, 10,4. Quant à l'Ebitda, Philippe Palazzi espère le multiplier par plus de sept, de 126 millions d'euros en 2024, à 920 millions d'euros en 2028. Sur la table, cinq idées de relance : des prix plus compétitifs, plus de marques de distributeurs, la réhumanisation des magasins grâce à un investissement de 300 millions d'euros par an, l'expansion de la franchise, l'amélioration des achats et de la logistique. On n'en saura pas plus.

De l'emploi en revanche, comme de la reprise des magasins par Intermarché et Auchan, il n'en fut guère question. Tout juste à la fin d'une assemblée qui aura duré un peu plus de 2 heures, David Lubek a rappelé les trois souhaits du grand absent Jean-Charles Naouri : restructurer la dette, protéger les actionnaires et préserver l'emploi. En guise de conclusion, un actionnaire prédit que Daniel Kretinsky ne sera plus dans le groupe dans cinq ans, n'écoutant pas son avocat, Saam Golshani. « Daniel Kretinsky est présent dans le groupe Casino depuis quatre ans. C'est un investisseur qui achète et garde dans une logique quasi-familiale ». Prochain rendez-vous au tribunal de commerce de Paris le 5 février pour avaliser le plan de restructuration.

L'Ania va (encore) changer de directeur général

Nicolas Calo vient d'annoncer son départ de l'Association nationale des industries alimentaires fin mars 2024. Il était en poste depuis mai dernier.



Nicolas Calo quittera la direction de l'Ania moins d'un an après son arrivée.

La rentrée est très chargée pour l'Association nationale des industries alimentaires (Ania). Alors que les négociations commerciales battent leur plein, que l'Association vient d'être condamnée par l'Autorité de la Concurrence dans l'affaire du BPA, Nicolas Calo, son directeur général depuis mai 2023, vient d'annoncer son départ, confirme Jean-Philippe André, président.

Parcours politique et industriel

Cet expert de la communication et de l'alimentation a commencé sa carrière au sein de divers cabinets ministériels avant de piloter la communication de Lidl France de 2012 à 2017. Il a ensuite travaillé dans le secteur agroalimentaire en tant que directeur de la communication de Nestlé France et de la Fondation Nestlé de 2017 à 2019 avant de rejoindre le groupe agricole Azura comme directeur de la communication et des affaires publiques. A la DG de l'Ania, il avait remplacé Mickaël Nogal qui n'était resté à la tête de l'organisation syndicale que de mars à décembre 2022.

La vente de Casino autorisée par le ministère de l'Economie

Après la Commission européenne et l'Autorité des marchés financiers, c'est au tour du ministère de l'Economie français d'octroyer son feu vert au groupe Casino au titre du contrôle des investissements étrangers en France.



La vente de Casino est encore soumise à une série d'autorisations..

Et de trois. Après la Commission européenne et l'Autorité des marchés financiers (AMF), le ministère de l'Economie a donné son feu vert à la vente de Casino au trio composé de EP Equity Investment, le véhicule créé par Daniel Kretinsky en 2016, de Fimalac et du fonds Attestor. Il fallait en effet cette autorisation au titre du contrôle des investissements étrangers en France. Or, le véhicule d'acquisition est basé au Luxembourg et Daniel Kretinsky d'origine tchèque.

Autres conditions suspensives

L'autorisation a été donnée le 11 janvier. Casino rappelle dans un communiqué publié le 15 janvier que la réalisation de la restructuration est encore soumise à quatre conditions suspensives : les décisions des autorités de la concurrence autres que la Commission européenne, celle de la Commission européenne au titre de la réglementation sur les subventions étrangères, celle par l'Autorité luxembourgeoise des assurances du changement de contrôle indirect de la filiale de réassurance du groupe et, enfin, l'arrêté des plans de sauvegarde accélérée de Casino, Casino Finance, Distribution Casino France, Casino Participations France, Quatrim, Monoprix et Ségisor par le tribunal de commerce de Paris. Une audience est prévue le 5 février prochain.

LDC va acquérir le groupe Routhiau

Le numéro un français de la volaille est entré en négociation exclusive en vue de l'acquisition du groupe familial Routhiau. L'entreprise est un acteur de la charcuterie et du traiteur frais et surgelés.



Philippe Gélinau, président de LDC.

LDC accélère son développement. Après l'acquisition en cours des Délices de Saint-Léonard auprès d'Agromousquetaires, entreprise spécialiste des pizzas, quiches, tartes et crêpes en frais et surgelées, le numéro un de la volaille annonce ce mardi 16 janvier 2024 être entré en négociation exclusive avec le groupe Routhiau. L'entreprise familiale, spécialiste des produits traiteur frais et surgelé (y compris desserts), ainsi que des produits asiatiques, développe une gamme de produits allant du carpaccio de bœuf à la charcuterie de volaille.

Le groupe Routhiau affiche un chiffre d'affaires de 72 M€ et a réalisé un Ebitda de 5,5 M€ en 2022. L'entreprise emploie 360 collaborateurs. Ses trois ateliers sont implantés dans l'ouest de la France. L'un se situe à Saint-Fulgent, à proximité de la société Arrivé (Maître Coq) qui fait partie du groupe LDC. Les deux autres sont à Chanverrie (85) et à Chateaugiron (35).

Une ambition pour les salades et les pâtes fraîches

Avec cette opération qui reste soumise à l'autorisation de l'Autorité de la Concurrence, l'entreprise dirigée par Philippe Gélinau trouve le moyen d'accélérer sur le traiteur. Sur ce marché, LDC affiche de belles performances avec sa marque Marie et est également présent avec sa filiale Agis spécialisée dans le frais emballé et les plats cuisinés exotiques. Depuis des années, le numéro un de la volaille ne fait pas mystère de son ambition de développement pour ce rayon, avec la volonté réaffirmée pratiquement à chaque conférence de presse de prendre pieds dans les salades et les pâtes fraîches.

Les produits

Les surgelés salés luttent contre une image chère

Les différents acteurs du secteur sont à l'œuvre pour changer leur image. Les industriels comme les distributeurs travaillent ainsi tant sur les prix que sur les offres avec des propositions malignes, antigaspillage et économiques.

LES SOLUTIONS DU SURGELÉ POUR MANGER BIEN ET PAS CHER

- Des produits vendus à l'unité et des formats familiaux.
- Des offres de paniers essentiels dont les produits et les recettes changent régulièrement.
- Des baisses de prix sur une sélection de produits.
- Des solutions de personnalisation à petits prix.
- Des produits légèrement abîmés ou avec une date de durabilité minimale proche à prix réduit.

Pas de réchauffement pour le surgelé salé. Le segment a perdu 2 % en volume pour un CA en hausse de 14,80 %, à 4,4 milliards d'euros, en CAM au 29 octobre 2023, sur un total des surgelés à 6,2 milliards (+ 13,2 %). Une croissance en valeur liée à l'inflation qui a atteint 11,9 % en octobre 2023, plus forte que celle du global des PGC (+ 9,2 %).

«La tendance inflationniste est plus forte dans le surgelé que dans le frais LS, souligne Mathis Krompholtz, consultant chez Circana. Notamment pour les viandes en raison de la hausse des matières premières.»

Si tous les segments sont dans le rouge en volume, les plats cuisinés ont connu la plus forte érosion, en repli de 7,6 % en CAM à fin octobre 2023. «Un tiers de la décroissance des surgelés salés est à mettre au compte des plats cuisinés, confirme Mathis Krompholtz. Avec le Covid, les consommateurs ont redécouvert les produits et les efforts nutritionnels des industriels sur les plats surgelés. Mais le segment des plats préparés peine à en profiter. Les arbitrages profitent aux aliments les plus bruts.»

Les entrées surgelées sont également en décroissance (-4,8 %), remplacées par l'apéritif en ambient ou par les légumes frais découpés.

Les enseignes spécialisées à l'offensive



Baisse de prix chez Thiriet

- Une baisse des prix sur plus de 200 produits bruts tels que les légumes, la viande et le poisson, ramenés à compter du 1^{er} septembre aux prix pratiqués en janvier 2023.
- Un cahier des charges qui maintient la qualité et renforce l'origine France.



Propositions malignes chez Écomiam

- L'achat d'un panier de surgelés au choix avec les titres-restaurant.
- Des paniers conçus pour

faciliter la gestion des repas au quotidien :

un panier essentiel à 29,95 € de dix produits, et un panier malin à 45 € comprenant cinq plats pour quatre personnes avec les produits Écomiam associés.

- Une offre Zéro gaspi & engagé dans l'ensemble des magasins : les références Écomiam abîmées ou avec une date de durabilité minimale proche sont proposées soit avec une réduction de 20 % sur le prix du produit, soit une réduction de 10 % sur le prix et 10 % reversés à des actions favorisant les pratiques agricoles durables.

Segmentation chez Picard

- Le concept Mix & Miam qui permet au consommateur de confectionner et personnaliser son repas avec 64 combinaisons, pour un prix accessible.
- Des formules à petits prix adaptées aux étudiants et aux personnes seules avec 300 recettes à partir de 2,40 €, des plats des cinq continents ou une offre de wraps.
- Des offres locales et bio déclinées dans plusieurs régions.



Bonduelle, par exemple, le leader des légumes cuisinés surgelés avec 21,5 % de part de marché, a fait l'année dernière son entrée au rayon de l'apéritif surgelé avec la gamme Croustis. Une offre de légumes gourmands pour se positionner sur un segment plébiscité par les Français qui sont 50 % à consommer en dehors des repas traditionnels et 77 % à déclarer prendre un apéritif, selon NielsenIQ en juillet 2022. La gamme de plusieurs références a été soutenue par un plan de communication massif en 2023 avec des offres découvertes et des dégustations et est appuyée par une campagne offensive dans les médias en ce début 2024. De son côté, Findus, la marque du groupe Nomad Foods, a sorti des bouchées associant poisson et légumes en cœur de repas ou pour l'apéritif.

Les pizzas dans le rouge

Concernant les pizzas surgelées, en retrait de 2 % en volume, le segment se remet progressivement du scandale Buitoni qui a fortement pesé sur le marché. « Les pertes n'ont pas été récupérées à 100 %, mais les événements vont

4,43

MILLIARDS D'EUROS

Le chiffre d'affaires des surgelés salés, à +14,80 %

-2%

en volume

Source : Circana, CAM au 29 octobre 2023, tous circuits GMS

profiter à certains acteurs », observe Mathis Krompholtz. Ainsi, l'italien Italtizza, déjà très présent sur le segment en France via les marques de distributeurs, entend bien profiter de l'opportunité pour imposer sa marque dans les rayons. « Les pizzas surgelées sont toujours dans le rouge, mais les gens reviennent sur le surgelé à cause de l'inflation », observe Pierre-Emmanuel Schwartz, responsable commercial d'Italtizza. Nous sommes compétitifs en prix. L'objectif est de déclencher l'achat, car notre taux de réachat est très bon. » En plus de ses bonnes relations avec les distributeurs, la marque mise aussi sur son packaging rouge pour trancher avec le vert des emballages Buitoni et le blanc de ceux de Marie. Elle débloque également des budgets marketing et communique sur les réseaux sociaux pour asseoir sa montée en distribution en attendant de lancer des campagnes publicitaires cette année. Dans un contexte d'inflation, le prix va jouer un rôle déterminant. « Dans la catégorie des pizzas XL, notre marque La Numero Uno est déjà la première référence en promotion », prévient Pierre-Emmanuel Schwartz. ■■■■■

FRANCE
Kebab
MAÎTRE KEBABISTE

LA GAMME KEBAB INCONTOURNABLE
du Rayon Surgelé !



LAMELLES DE KEBAB

SANDWICH KEBAB

PAIN KEBAB

LE GRAND
SAVEUR
DE L'ANNÉE
2023

✓ LA GARANTIE QUALITÉ DE L'EXPERT FRANÇAIS DU KEBAB DEPUIS PLUS DE 20 ANS

✓ UNE OFFRE INNOVANTE ET COMPLÈTE POUR DYNAMISER VOS VENTES

UN PLAN DE SOUTIEN
d'Envergure

PROMOTIONS
BRI - BRD

ANIMATIONS
MAGASINS

CAMPAGNE DIGITALE :
INFLUENCE ET RÉSEAUX SOCIAUX

REJOIGNEZ-NOUS



WWW.FRANCE-KEBAB.COM

Par Passion
Depuis 2000

INÉLIS

123 Rue Guillaume Fouace - 50 000 Saint Lô
Tel : 02.33.77.10.80

Les produits

MARCHÉ



ANTIGASPI

Le steak haché surgelé Charal vendu à l'unité permet d'acheter la juste quantité avec une date limite de consommation de douze mois pour être vraiment certain de ne pas gaspiller.



PRATICITÉ

Pour séduire les jeunes et les budgets serrés, Paysan breton fait le pari des omelettes surgelées garnies (jambon emmental, à la provençale et épinards à la crème) prêtes en deux minutes au four à micro-ondes.

PÂTES REVISITÉES

Nouveauté de Costa, leader des fruits de mer surgelés, les pappardelles aux moules sont préparées avec des pâtes larges typiques de la cuisine méditerranéenne, qui permettent à la sauce d'être parfaitement absorbée, pour un maximum de gourmandise.



VÉGAN

Cette variante du fameux fondant au chocolat et aux noisettes de Picard rend la gourmandise accessible à l'ensemble des clients végétariens de l'enseigne.



NUTRI-SCORE A

Primex affiche un Nutri-score A pour sa gamme Kristall Le Pêcheur responsable, disponible chez Carrefour depuis décembre 2023.



PHOTOS DR

■ ■ ■ ■ ■ Même tendance morose pour le poisson et les légumes surgelés. Pour Findus, qui veut redynamiser le fond de rayon en proposant de nouvelles solutions de légumes cuisinés, « la priorité est de travailler la fréquence d'achat des acheteurs moyens (cinq actes d'achat à l'année) qui pèse 28 % des volumes via une offre adaptée à leur foyer », estime Antoine Allain, chef de groupe légumes et pommes de terre chez Findus. La gamme Les Récoltes gourmandes est ainsi proposée dans un format de 400 g à destination de plus petits foyers avec cinq références associant légumes, légumineuses et céréales. Un lancement soutenu par du balisage, de la PLV, des animations en magasin, des spots télé... Seules les pommes de terre ont maintenu leurs volumes à -0,2 %, une performance au regard du -2,4 % pour le total surgelé. Malgré tout, le salé décroît moins fortement que le sucré sur les six derniers mois. Car depuis une dizaine d'années, les industriels travaillent la gourmandise et le « bien-manger » en nettoyant leurs recettes et en faisant preuve de transparence

en affichant le Nutri-score. Un pari souvent payant. « Les produits porteurs du Nutri-score sont en croissance de 2,8 % en volume quand ceux qui ne l'affichent pas perdent 2,3 % », note d'ailleurs Mathis Krompholtz. Reste que la catégorie continue de souffrir d'une mauvaise image prix qui pèse lourd par temps de forte inflation. Pour tenter d'y remédier, Charal a proposé un format individuel inédit à moins de 1,50 € le steak haché. « Une solution idéale pour faire un repas équilibré tout en maîtrisant son budget et un format », explique la marque.

Soutenir le pouvoir d'achat

Du côté des distributeurs spécialisés, Écomiam, numéro trois français derrière Picard et Thieriet, a mis en place des solutions pour aider les Français à maîtriser leur budget, comme la possibilité pour les actifs d'utiliser leurs titres-restaurant pour acheter et cagnotter. Ou des paniers repas à prix fixe (29,95 € ou 45 €) avec des produits et des recettes qui changent régulièrement. Le distributeur muscle aussi sa lutte contre le gaspillage alimentaire. Ainsi, depuis juillet 2023, toute référence Écomiam légèrement abîmée ou avec une date de durabilité minimale proche est reclassée dans les 67 magasins de l'enseigne sous la catégorie Zéro gaspi & engagé, avec une réduction dont les modalités sont laissées au choix du consommateur : soit une réduction de 20 % directement sur le prix du produit, soit une réduction de 10 % et 10 % supplémentaires reversés à des actions favorisant les pratiques agricoles durables. ■ ■ ■ ■ ■

« La tendance inflationniste est plus forte dans le surgelé que dans le frais LS. Notamment pour les viandes en raison de la hausse des matières premières. »

Mathis Krompholtz, consultant chez Circana



58

Les produits

MARCHÉ



MIX GOURMAND

Findus a lancé une nouvelle gamme Les Récoltes gourmandes avec cinq recettes de légumes, légumineuses et céréales créatives, pour varier les repas au quotidien.

RAYON APÉRITIF

Bonduelle s'est développé au rayon de l'apéritif surgelé avec Croustis, une offre de légumes gourmands en rupture totale avec l'offre existante.



FORMAT FAMILIAL

Escal propose un cocktail de fruits de mer en sachet au format familial, facilement proportionnable selon les besoins. Prix de vente indicatif : 10,90 € les 900 g.

MINI

Disponibles chez E. Leclerc, les Mini Bag de minipizzas sont idéaux pour des apéritifs entre amis et des snacks en famille. Quatre recettes au choix : margherita, fromage, jambon et bacon.



PHOTOS DR

De son côté, Thiriet a annoncé une baisse significative de ses prix au 1^{er} septembre 2023 sur 200 références regroupant des produits bruts tels que les légumes, la viande et le poisson et correspondant à des produits de consommation quotidienne, nécessaires à la préservation d'un bon équilibre alimentaire. Les prix ont été ramenés à ceux pratiqués en janvier 2023, le coût de l'inflation sur ces 200 produits étant pris en charge par Thiriet qui a réduit ses marges, au bénéfice du pouvoir d'achat de ses clients.

Quant au leader Picard, il mise beaucoup sur l'individualité à travers son offre de solution repas Mix & Miam, qui permet au consommateur de confectionner et personnaliser ses plats avec 64 possibilités, pour un prix n'excédant pas 4 €. « Cela fonctionne très bien, indique Delphine Alazard-Courtier, directrice marketing produits et R&D de l'enseigne. La taille des foyers s'est réduite et les modes de consommation sont de plus en plus fragmentés. L'offre Mix & Miam est conçue pour s'adapter à l'inflation avec des prix accessibles, tout comme les formules express

avec 300 recettes à partir de 2,40 €. C'est une réponse pour les personnes qui sont seules et pour les étudiants avec des formules de snack salé et sucré à moins de 3 €.»

La proximité pour levier

Autre piste de relance, les marques locales. « Elles résistent mieux que les marques nationales sur le surgelé, indique Mathis Krompholtz. Or elles ne représentent que 0,7 % du surgelé. » Aujourd'hui, certains distributeurs tendent à resserrer leur offre en priorisant d'un côté leurs marques et, de l'autre, les offres locales pour retrouver de la croissance. Picard a présenté en 2023 une troisième gamme bio, locale et équitable en Bretagne, après la sortie de quatre références dans le Sud-Ouest en 2020, suivie par trois produits lancés dans le Sud-Est un an plus tard. Elle repose sur des conventions tripartites d'une durée de trois ans - producteur, industriel, Picard -, par lesquelles l'enseigne s'engage à garantir un prix juste à tous et à verser 1 % du montant des ventes pour alimenter un fonds de développement géré par l'organisation de producteurs partenaires. Une carte de la proximité qui est aussi jouée par des acteurs comme Gel Frais. Présent en Haute-Vienne depuis dix ans, ce spécialiste de la vente de produits frais et surgelés à domicile ambitionne de se déployer dans la Creuse et la Charente. Sa force : garantir l'origine française de ses produits, de l'entrée au dessert, à l'exception de certains crustacés et poissons. Avec une belle sélection de produits locaux et régionaux. ■

SYLVIE LAVABRE



« Les gens reviennent vers les pizzas surgelées à cause de l'inflation. Nous sommes compétitifs en prix. L'objectif est de déclencher l'achat, car notre taux de réachat est très bon. »

Pierre-Emmanuel Schwartz,
responsable commercial chez Itaipizza

ITALPIZZA

Les Echos

Casino : le jour où Naouri a vu sa participation passer de 51 % à 0,2 %

Les actionnaires et les créanciers ont voté jeudi sur la restructuration financière du distributeur qui doit donner le pouvoir au Tchèque Daniel Kretinsky. Au gré de l'augmentation de capital prévu, celui de l'actuel PDG et propriétaire sera presque totalement dilué.



Le groupe Casino qui devrait être repris par la Tchèque Daniel Kretinsky sera recentré sur Monoprix, Franprix et Cdiscount. (Photo Xavier Popy/REA)

Ce sont des formalités, mais comme toutes les formalités, elles doivent être remplies pour que les projets deviennent des actions.

Les actionnaires de Casino se sont réunis jeudi matin à Paris à la demande des administrateurs judiciaires du groupe en situation de sauvegarde pour voter le plan de restructuration financière qui a été signé en juillet avec le consortium mené par le Tchèque Daniel Kretinsky.

Dans le même temps, les créanciers du distributeur, qui affiche 7,88 milliards d'euros d'endettement net, se sont prononcés sur l'opération qui aboutit à l'« écrasement » de plus de 5 milliards de créances.

Valeur des actions « nulle »

Le résultat sera connu ce vendredi matin. C'est une « réunion pénible et sensible pour beaucoup d'entre vous » actionnaires, a déclaré Hélène Bourbouloux, l'une des trois administrateurs présents à la Maison de la Mutualité.

Le vote devrait être favorable puisqu'avant l'augmentation de capital de 1,2 milliard qui les diluera, Rallye, le holding du PDG Jean-Charles Naouri, Vesa, le véhicule d'investissement de Daniel Kretinsky, et Fimalac, la société de Marc Ladreit de Lacharrière associée au Tchèque, totalisaient plus de 70 % des actions. Le scrutin requérait la majorité des deux tiers.

Les deux votes officialisent la perte de contrôle de Casino par Jean-Charles Naouri, qui détenait 51 % du capital via Rallye, elle-même surendettée et sous procédure de mandat ad hoc avec ses sociétés faïtières Foncière Euris, Finatis et Euris.

Les actionnaires actuels du distributeur de Saint-Etienne voient leur part réduite à 0,3 %, selon le rapport de l'expert indépendant Sorgem, qui a indiqué le 3 janvier que compte tenu de l'écart entre la dette et une valeur d'entreprise établie à 3,71 milliards, la valeur des actions détenues était « nulle ».

Au moment où trois députés Républicains de la Loire demandent une enquête parlementaire sur « les responsabilités de la faillite du groupe Casino », la sanction financière frappe déjà Jean-Charles Naouri qui a tout perdu. Elle terrasse aussi les actionnaires minoritaires.

Monoprix et Franprix

Le consortium qui associe Daniel Kretinsky, Fimalac et le fonds britannique Attestor détiendra, grâce à l'opération de restructuration et une augmentation de capital, 53,7 % d'un groupe Casino réduit. En effet, depuis la cession à Intermarché et Auchan des 300 derniers supermarchés et hypermarchés, le groupe est désormais constitué de Monoprix, Franprix, Cdiscount et une participation de 40 % environ dans la chaîne brésilienne Pao de Açucar.

Les décisions de jeudi ouvrent la voie à la sortie de la procédure de sauvegarde. Jeudi, les administrateurs judiciaires ont indiqué que le tribunal de commerce de Paris se prononcera le 5 février. Selon un proche du dossier, quelques semaines seront alors nécessaires pour opérer les ajustements juridiques et les modifications de périmètres préliminaires au passage de témoin.

C'est en mars ou avril que Philippe Palazzi, un ancien de chez Metro et Lactalis, prendra la direction en remplacement de Jean-Charles Naouri. Selon « La Lettre » il sera épaulé à la direction des opérations par Alfred Hawawini, qui a quitté la direction commerciale de Google, et à la direction financière par Eric Riegger, passé par Lidl puis Aldi.

Le plan de restructuration financière est assujéti à plusieurs autorisations. Le 5 janvier, la Commission européenne a autorisé l'opération au titre du contrôle des concentrations. Daniel Kretinsky détient environ 40 % du distributeur allemand Metro et 25 % de Fnac Darty en France, mais dans les deux cas il n'exerce pas de pouvoir opérationnel.

Pas d'OPA

Le 9 janvier, l'Autorité des marchés financiers (AMF) a octroyé une dérogation à l'obligation pour les membres du consortium Kretinsky, agissant de concert, de lancer une OPA sur les actions de Casino à l'occasion de leur augmentation de capital. Cette disposition exceptionnelle est accordée pour les entreprises cotées qui se trouvent en grande difficulté financière.

Cette dérogation de l'AMF était réputée comme la plus délicate à obtenir car certains considèrent qu'elle lèse les actionnaires minoritaires.

Reste à obtenir le feu vert de Bercy au titre du contrôle des investissements étrangers. Daniel Kretinsky étant européen et ayant déjà investi dans plusieurs sociétés en France (les journaux de CMI France, la maison d'édition Editis), les proches du dossier estiment que cette autorisation sera donnée et qu'il n'y aura pas de blocage comme lorsque le canadien Couche-Tard a fait une offre sur Carrefour.

Le ministère des Finances restera cependant vigilant sur le volet social de l'opération, notamment sur le devenir des 1.200 employés du siège de Casino à Saint-Etienne qui géraient les 300 magasins vendus à Intermarché et Auchan.

Philippe Bertrand

Les Echos

Casino : échec collectif

Les actionnaires et les créanciers ont voté jeudi sur la restructuration financière du distributeur. Jean-Charles Naouri, actuel PDG et propriétaire, sera presque totalement dilué.



Julie Chauveau (Dessin Kim Roselier Pour Les Ech)

Jean-Charles Naouri n'est plus maître chez lui. Casino, son empire de la distribution, a éclaté et a été vendu par appartements. Comme lui, ses créanciers comme ses actionnaires ont pratiquement tout perdu. Pour avoir trop tardé à prendre des décisions douloureuses ou à vendre des actifs, l'homme qui avant bien d'autres avait pressenti le déclin de l'hypermarché, la montée en puissance du commerce de proximité et perçu la montée en puissance du digital a été victime d'une dette trop lourde et d'une rentabilité trop légère. Certes, la guerre des prix permanente menée par Leclerc et Lidl, la pandémie, le retour de l'inflation, la remontée des taux, la volatilité du

Brésil se sont ligüés contre lui. Mais son échec est aussi collectif.

La gouvernance en question

Il y a huit ans, le vendeur à découvert Muddy Waters avait posé le problème de la fragilité structurelle de la société et questionné le soutien indéfectible des banques à l'égard de Casino. Il y a quatre ans, Rallye avait ouvert une procédure de sauvegarde. Personne sur la place de Paris ne peut prétendre avoir été pris par surprise. La gouvernance n'a pas fonctionné, le conseil d'administration n'a pas joué son rôle de vigilance et de conseil face à un PDG de plus en plus isolé et sans véritable contre-pouvoir. Même les commissaires aux comptes ont trop tardé à tirer la sonnette d'alarme. Et l'AMF a attendu septembre 2023 pour sévir sur les comptes.

Dans un contexte de hausse des taux, après des années d'argent facile, la place doit redoubler de vigilance sous peine de perdre la confiance des petits actionnaires qui ont longtemps rêvé devant le récit de Casino de conquête de l'international et de montée en gamme du commerce. Dans la réalité, obligé de pratiquer une politique de prix élevés, le groupe qui a vu ses volumes fondre aussi vite que ses marges, s'est fait distancer et ses magasins n'ont plus eu les moyens d'investir pour être entretenus et modernisés. Formellement ils ne fermeront pas car la France a encore besoin de grandes surfaces. Les candidats n'ont d'ailleurs pas manqué pour leur reprise. Auchan et Intermarché doivent bientôt mettre la main sur 240 hypermarchés et supermarchés revendus en catastrophe. Daniel Kretinsky va tenter de faire repartir Monoprix et Franprix. Une renaissance est possible mais il faudra tirer les leçons d'une descente aux enfers dont on aurait au moins pu réduire le coût. Les étudiants des grandes écoles n'ont pas fini de plancher sur ce cas.

Julie Chauveau

TROISIEME PARTIE :

L'ACTUALITE TECHNIQUE, JURIDIQUE & REGLEMENTAIRE



L'ESSENTIEL

Social / Route

→ **Accise sur le gazole : ouverture des demandes de remboursement au titre du mois de décembre 2023.**

Les demandes de remboursement de l'accise sur le gazole portant sur les consommations effectuées au titre du mois de décembre 2023 peuvent être déposées depuis le 2 janvier 2024.

Depuis le 1er septembre 2023, les professionnels du transport routier (marchandises et voyageurs) peuvent demander le remboursement partiel de l'accise payée sur leurs consommations de gazole (ex-TICPE) sur une base mensuelle (voir *Taxe sur le gazole : actualisation des règles du remboursement partiel*, Actualités du droit, 8 sept. 2023).

L'option de mensualisation doit être levée durant le trimestre concerné. À défaut, la demande de remboursement s'effectue pour le trimestre complet, selon les règles habituelles.

Les demandes peuvent être déposées à partir du premier jour ouvrable suivant la fin de chaque mois civil. Ainsi, s'agissant des consommations effectuées au titre du mois de décembre 2023, les demandes peuvent être déposées depuis le 2 janvier 2024.

Elles doivent exclusivement être transmises par l'intermédiaire du service en ligne SIDECAR Web. Le dépôt des demandes mensuelles doit respecter l'ordre chronologique : d'abord les demandes au titre du mois d'octobre 2023, puis celles au titre des mois de novembre et décembre 2023.

(Circ. 1er sept. 2023, NOR : ECOD2322705C, BO douanes no 7480, 4 sept. 2023). SJ.

→ **AT-MP : grille des coûts moyens des activités « transport »**

Un arrêté du 27 décembre 2023 fixe la tarification pour 2024 des risques d'accidents et de maladies professionnelles pour les activités « transport ».

Ce texte fixe les coûts moyens (en euros) de chacune des catégories d'incapacité temporaire et d'incapacité permanente des activités « transport ». Pour les industries des transports, de l'eau, du gaz, de l'électricité, du livre et de la communication, les coûts sont les suivants :

- s'agissant des incapacités temporaires (sinistres avec arrêts de travail) :
 - moins de 4 jours : 225 € ;
 - 4 à 15 jours : 540 € ;

- 16 à 45 jours : 1 714 € ;
- 46 à 90 jours : 4 525 € ;
- 91 à 150 jours : 8 555 € ;
- plus de 150 jours : 35 963 €,
- s'agissant des incapacités permanentes (séquelles) :
 - moins de 10 % : 2 248 € ;
 - 10 à 19 % : 64 153 € ;
 - 20 à 39 % : 123 543 € ;
 - 40 % et plus ou mortels : 549 962 €.

(A. 27 déc. 2023, NOR : SPR2330243A, JO 29 déc.). BG.



TRANSPORT ROUTIER

Recrutement difficile

Selon le dernier rapport de L'Observatoire Prospectif des métiers et des qualifications dans les Transports et la Logistique (OPTL), les difficultés de recrutement constatées en 2021 persistent en 2022. En réaction, les entreprises concentrent leurs moyens sur l'organisation et les conditions de travail pour conserver leurs salariés et en séduire de nouveaux.

La crise des vocations en transport est-elle toujours d'actualité ? Si l'on en croit le dernier rapport de L'Observatoire Prospectif des métiers et des qualifications dans les Transports et la Logistique (OPTL), qui porte sur les données rassemblées en 2022, elle a poussé à la pérennité des emplois. Hormis le secteur des prestataires logistiques, ils sont visiblement plus durables puisque 76 % des embauches ont été faites cette année-là en CDI (6 points de plus que l'année précédente) et les départs en fin de carrière ont été moins fréquents (11 300 départs, soit une baisse de 12 %). La diminution de l'intérim a également participé à la stabilité des emplois après avoir augmenté de 17 % en 2021, le nombre d'intérimaires régressant de 11 % en 2022.

Une offre d'emploi toujours croissante

Malgré ce bilan plutôt positif, les difficultés de recrutement persistent. Elles s'expliquent notamment par le contexte économique inflationniste. Désireux d'augmenter leur pouvoir d'achat, les candidats les plus expérimentés ont des prétentions salariales trop élevées pour le secteur du transport routier de marchandises. Après avoir subi les effets restrictifs de la pandémie de Covid-19, les entreprises du transport routier de voyageurs ont, quant à elles, anticipé un retour à la croissance de leur activité en mettant en place des démarches « marque employeur » ou des politiques de ressources humaines davantage affirmées. Si elles ont réussi à reconstituer une partie de leurs effectifs, le recrutement demeure cependant compliqué.

Le rapport fait également état de tensions sur les recrutements à venir, en raison d'une offre d'emploi qui ne cesse de croître - 90 000 offres en 2022, soit 10 000 de plus qu'en 2021 - face à un nombre de demandes qui continue de diminuer. Seuls les secteurs de la location de véhicules avec chauffeur et celui des activités de messagerie ont vu leur proportion d'offre reculer (- 6 % et - 13 %). Les postes ouverts sur le marché du transport et de la logistique font surtout suite à des départs : il semblerait que l'accroissement des capacités de production passe après la nécessité de remplacer les effectifs sortants, 88 % des embauches étant dues à des remplacements, pour des motifs autres que des prises de retraite (les démissions et les fins de CDD représentent la majorité des départs).

Plus de formation à la conduite, moins en capacité professionnelle Le nombre de formations dispensées pour faciliter l'accès aux métiers de la conduite augmente : en 2022, 41 000 conducteurs ont été formés à la conduite de véhicules lourds de transport routier de marchandises, soit 20 % de plus qu'en 2021.

Cette même année, ce sont 22 503 Formations initiales minimum obligatoires (FIMO) qui ont été délivrées, soit 13 % de plus que l'année précédente avec une plus forte hausse pour le transport de passagers (+ 38 %).

Les titres professionnels en transport/logistique ont atteint le chiffre de 45 900, soit une progression de 20 %, et les Certificats de qualifications professionnelles (CQP) ont progressé de 15 % dans le secteur des transports de fonds et valeurs. Seule la délivrance des diplômes d'État d'ambulancier a diminué (- 11 %).

Si, pour la conduite, le bilan est positif, ce n'est en revanche pas le cas des attestations de capacité professionnelle. Pour le TRM, elles affichent un repli certain, de 21 % en transport « lourd » et de 28 % en « transport léger ». Le constat est le même pour le transport de voyageurs : - 37 % pour les entreprises exploitant des véhicules de transport en commun excédant neuf places et - 3 % pour le transport de personnes.

De moins en moins de créations d'emploi

Cela implique que la création d'emploi chute significativement et ne représente plus que 6 % des embauches, soit trois fois moins que l'année précédente. Du côté de la demande, seuls les métiers de direction logistique et de courses/livraisons express ont fait l'objet d'une hausse du nombre de demandeurs d'emploi. Les recrutements s'annoncent donc compliqués, d'autant plus que l'employabilité immédiate est compromise puisque les candidats ne possèdent pas toujours les prérequis indispensables pour exercer (permis et certificats).

En réaction, les entreprises se concentrent sur l'organisation et les conditions de travail afin de fidéliser les travailleurs et rendre leur secteur plus attractif. Plus d'un établissement sur deux a mis en place des actions visant à améliorer le temps de travail, principalement via l'anticipation des plannings ; presque la moitié a perfectionné sa communication en interne ; six sur dix ont mis en place des discussions avec leurs salariés dans une démarche d'amélioration de leurs conditions de travail. Le rapport souligne aussi que les primes sont davantage pratiquées que les promotions. Ces actions seront-elles suffisantes pour relancer la demande ? Rien n'est moins sûr.



« Les chargeurs doivent accepter des hausses de tarifs de fret adaptées aux hausses de nos coûts »

Dans les vœux qu'il a adressés à ses adhérents pour 2024, Alexis Gibergues, le président de l'OTRE (Organisation des transporteurs routiers européens) a souligné les différents aspects des difficultés économiques rencontrées pour les entreprises de transport routier qu'il représente, dont beaucoup sont des PME.

Le prix du carburant a certes reculé, mais entre les multiples hausses des coûts (salaires, tarifs des péages, véhicules, maintenance, assurances, transition écologique...) et la faible marge bénéficiaire que dégagent les transporteurs, le secteur est fortement fragilisé par le fait que les chargeurs sont « trop souvent réticents à revaloriser le prix du transport », constate Alexis Gibergues.

Le président de l'OTRE appelle donc les industriels à accepter une revalorisation équilibrée des opérations de transports, une juste application de l'indexation gazole en pied de facture et un strict respect des délais de règlement. « La lutte contre les prix abusivement bas et l'exécution des opérations de sous-traitance dans des conditions équilibrées, dans une juste redéfinition des chaînes de valeur, seront les principaux combats de l'OTRE pour 2024 », prévient-il.

Il rappelle par ailleurs les autres propositions et demandes de son organisation de transporteurs : une ferme opposition à la mise en œuvre des Écotaxes régionales, un refus d'une quelconque mise en œuvre du déremboursement de la TICPE prévu par la loi climat et résilience pour les années à venir (le remboursement est garanti pour 2024) ou encore le renforcement des règles d'application de l'indexation énergie en pied de facture pour une meilleure répercussion de la hausse des coûts.

« L'OTRE souhaite un renforcement de la Loi visant à donner la primauté aux indicateurs du CNR dans le contrat de transport. À défaut d'indicateurs publiés par le CNR, il faut inscrire dans le contrat les modalités de calcul et d'application négociées de gré à gré entre les parties pour l'application de l'indexation gazole », précise Alexis Gibergues.

Indemnités en cas de dépassements des attentes chez les clients, tarification des opérations de déchargement et chargement, mais aussi du transport de palettes sont d'autres chevaux de bataille sur lesquels l'OTRE ne compte pas lâcher. Tout comme le renforcement des contrôles du cabotage ou l'instauration d'un permis professionnel blanc administratif, à l'autorité du préfet, pour un conducteur ayant un permis invalidé en raison de la perte totale de points, sous condition qu'aucun point n'ait été perdu pour une infraction grave.



Alexis Gibergues, le président de l'OTRE, a l'occasion des vœux 2024.

Quel ministre pour les Transports ?



Le nouveau Premier ministre, Gabriel Attal, n'a pour l'instant nommé aucun ministre des Transports. Crédit photo DR

Le 11 janvier, la composition du gouvernement Attal a été communiqué. Pour l'instant, aucune annonce n'a en revanche été faite concernant le ministère des Transports.

Clément Beaune n'a pas été cité dans la composition du gouvernement du Premier ministre Gabriel Attal. Le ministre chargé des Transports jusqu'au 11 janvier semble payer sa défiance menée avec cinq autres ministres envers la loi immigration. Pour l'instant, aucune annonce n'a été faite quant à la nomination d'un successeur au poste. Des ministres délégués pourraient encore être communiqués la semaine prochaine mais il n'est pas exclu qu'un secrétaire d'État, peut-être rattaché à la Transition énergétique comme cela a déjà été le cas, prenne la relève. À noter que Christophe Béchu reste de son côté ministre de la Transition écologique.

Un secteur "soumis à une pression constante"

TLF a réagi dans la foulée à l'annonce du nouveau gouvernement. « Les transporteurs et logisticiens constituent un moteur central de l'économie et de la cohésion sociale de notre pays, a souligné Olivier Poncelet, délégué général de l'Union TLF, semblant s'adresser au nouveau Premier ministre. Avec deux millions d'emplois, notre secteur, soumis à une pression constante, est nécessaire à la réalisation de l'ambition du plein-emploi en France. Nous serons un acteur exigeant et proactif auprès du nouveau gouvernement. Nous continuerons à défendre avec vigueur la compétitivité de nos transporteurs et logisticiens, en ces temps économiques difficiles. Les temps de crise exigent des actions résolues, et nous serons là pour veiller à ce que nos intérêts soient au premier plan des priorités gouvernementales. »

Ventes de poids lourds : l'OVI table sur une année 2024 frileuse



Le nouveau directeur de l'OVI, Arnaud Villéger, a présenté les résultats de l'enquête. Crédit photo DR

Pour l'Observatoire du Véhicule Industriel, l'année 2024 sera en demi-teinte, marquée par les incertitudes économiques et la fin du rattrapage des années Covid.

Comme chaque mois de janvier, l'Observatoire du Véhicule Industriel (OVI) se risque au jeu des prévisions pour estimer l'évolution du marché poids lourd pour la nouvelle année. « 2024 sera placée sous le signe de l'incertitude avec un marché en

trompe l'oeil », a lancé Arnaud Villéger, le nouveau directeur de l'OVI. Les ventes de véhicules neufs de plus de cinq tonnes devraient osciller entre une légère hausse de 2 % et une baisse plus marquée de 6,4 %. Soit entre 45 700 et 49 800 unités de plus de 5 t. Voilà qui différera de 2023, marquée par une hausse des immatriculations (+11 %), liée à la fois à la purge des carnets de commandes des années précédentes et à des anticipations d'évolution techniques (chronotachygraphes). Le ralentissement de l'économie ne porte pas à l'euphorie, et le petit rebond de consommation attendu pendant les Jeux Olympiques ne risque pas de changer grand-chose, d'autant plus que les grands chantiers préparatoires sont en passe d'être terminés.

Délais de livraison raccourcis

Les perspectives n'ont en effet rien d'attractif, puisqu'une bonne part des commandes en attente ont été honorées l'an dernier. Les délais de livraison sont désormais à 150 jours (décembre 2023), contre 289 jours en juin 2023. Ce raccourcissement résulte d'une augmentation du nombre de véhicules fournis par certains constructeurs – avec la fin des pénuries de matières premières et de composants électroniques – mais aussi d'une baisse conséquente des commandes. Les carnets indiquent -20,2 % pour les tracteurs neufs et -9,7 % pour les porteurs. Les transporteurs, guère optimistes, réduisent leurs intentions de commande et doivent aussi composer avec des prix en augmentation : +9,2 % pour les tracteurs et +9,5 % pour les porteurs. Les investissements dans le secteur sont presque exclusivement destinés au remplacement de véhicules, seuls 10,2 % servent à l'extension du parc.

Repli sur les camions d'occasion

La baisse des délais de livraison a pesé sur le marché des camions d'occasions, qui continue son repli. Après -10,8 % en 2022, le recul est plus fort en 2023 pour les tracteurs avec -16,6 %. Du côté des porteurs, le recul s'affiche en 2023 à -11,2 %, alors que l'année dernière, ils étaient restés stables par rapport à 2021. Rien d'étonnant à ce que les prix de vente des tracteurs VO aient reculé en 2023 de près de 9 %. Pour les porteurs, les prix sont restés stables avec un -0,9 %.

Les Echos

Pourquoi le marché français des camions risque de ralentir en 2024

Après des livraisons en hausse de 10,8 % l'an dernier, par un effet de rattrapage, les immatriculations de camions devraient se tasser cette année. La grande question porte plus que jamais sur la sortie du diesel, sujet plus complexe que dans l'automobile.



Les immatriculations de camions étaient bien orientées l'an passé, « mais elles masquent une réalité de terrain plus contrastée », selon l'Observatoire du véhicule industriel. (Laurent GRANDGUILLOT/REA)

Après les fortes incertitudes de la période du Covid-19, les professionnels qui achètent des poids lourds retrouvent certains repères, même si leur visibilité est encore loin d'être totale.

En 2024, le marché français des multiples types de camions immatriculés devrait varier dans une fourchette comprise entre -6,4 % et +2 % par rapport à 2023, selon l'Observatoire du véhicule industriel (OVI), qui dépend de BNP Paribas. Soit des livraisons totales de 47.700 véhicules pour la version pessimiste, ou bien de 49.818 immatriculations pour le scénario plus porteur.

Flou artistique

Pour expliquer l'ampleur de la fourchette, Arnaud Villeger, le directeur de l'OVI met en avant l'importance des délais de livraisons après les commandes, la confiance générale des entreprises, et un potentiel impact « significatif » des Jeux Olympiques qui pourrait ralentir les ventes pendant quelques semaines.

Par ailleurs, l'activité prochaine se compare à une année 2023 relativement haute, à l'issue de laquelle plus de 48.800 véhicules ont pris la route, soit une hausse annuelle de 10,8 %. Quant aux tarifs moyens des modèles neufs, ils ont grimpé de 9 % l'année passée.

Purger les carnets de commandes

Pour le moment, le marché ne bat pas ses records, « mais on est en train de purger les carnets de commandes, et les mises à la route sont dynamiques », commente Arnaud Villeger.

Les délais de livraison chez les clients sont redescendus à 150 jours en moyenne, contre 300 jours un an plus tôt, lorsque les pénuries de composants électroniques bloquaient les chaînes des constructeurs, ou lorsque les carrossiers stoppaient leurs achats de matières premières, pour cause d'envolée des cours.

« C'est une bonne nouvelle, même si les délais sont encore deux fois plus longs que la moyenne pré-Covid », dit-il. Cependant, même en période de reprise, les flottes chez les opérateurs « vont continuer de vieillir, et le marché reste très en deçà du volume pour envisager une extension des parcs », démontre le responsable.

Mais au-delà des volumes, le gros sujet chez les gestionnaires de flottes demeure le verdissement des véhicules, un sujet toujours truffé d'incertitudes. Et dans ce domaine, se passer du diesel s'avère plus compliqué qu'avec les achats de voitures, particulièrement pour les longues distances.

Sur le panel des entreprises régulièrement sondées par l'OVI, seules 6,5 % d'entre elles marquent leur intérêt dans les concessions pour les énergies alternatives (gaz ou biogaz, électrique, hydrogène). Mais sur cette proportion minimale qui demande des renseignements techniques ou financiers, 38 % d'entre elles transforment cet intérêt en commande, contre 22 % en juin dernier.

Incertitudes sur le prix du gaz

Tandis que les premiers acheteurs de camions au gaz ont été nombreux à laisser ensuite leurs véhicules au garage, en pleine flambée de cette énergie en 2022, cette molécule semble avoir touché un plateau en termes d'intérêt, à moins d'une relance significative du biogaz à coups de subventions étatiques. Mais plusieurs grands constructeurs de poids lourds refusent de s'embarquer dans cette technologie.

Sur le passage à l'électrique, pour le moment dévolu aux livraisons urbaines avec des camions porteurs de moyen tonnage (par opposition aux tracteurs et semi-remorques), les grands comptes sont plus décidés à franchir le pas.

Les aides étatiques sont certes très significatives (50.000 à 60.000 euros sur un camion facturé environ 300.000 euros). Mais les appels à projet de l'Ademe en dissuadent certains. « Les dossiers sont trop compliqués pour une ETI pour un résultat au final hypothétique », déplorent les responsables de BNP Paribas.

Denis Fainsilber