



REVUE DE PRESSE

Septembre 2025

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

- L'Officiel des Transporteurs
- Transport Info
- Le Monde du Surgelé
- LSA Commerce & Consommation
- Les Échos
- Les Marchés
- Les Routiers

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@lachainelogistiquedufroid.fr

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

SOMMAIRE

PREMIÈRE PARTIE – L'actualité des transporteurs et logisticiens frigorifiques

- **L'Officiel des Transporteurs**
 - Un premier semestre contrasté pour STEF
 - Reconditionnement : XPO Logistics partage son savoir-faire
 - [Témoin de la semaine] TSA (62) : « Nous sommes débordés sur tous nos marchés »
 - Étoiles du transport 2025 : découvrez le palmarès !
 - [DOSSIER] Montée en compétences des salariés : une stratégie gagnante pour fidéliser
- **Transport Info**
 - Liquidation judiciaire : clap de fin pour T.L.D.M (31)
 - Quel est le rôle d'un DSI dans une entreprise de transport ? Nicolas Morand (Lahaye Global Logistics) nous dit tout
 - Transports Fréret (50) : une affaire qui roule depuis trois générations
- **Le Monde du Surgelé**
 - Conhexa accentue son ancrage au port de Dunkerque
- **Les Routiers**
 - Développement durable : XPO Logistics décroche la médaille d'or EcoVadis

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

- **LSA Commerce & Consommation**
 - « Bloquons tout », vote de confiance : 78,8 % des Français inquiets de la situation économique, les patrons de la grande distribution aussi
 - E.Leclerc accélère sur le commerce de proximité en centre-ville pour défier Carrefour et Casino
 - Les défis du marché des œufs, entre forte demande et alternatives responsables
 - Distribution bio : Accord Bio poursuit son maillage en France
 - Franprix, Carrefour... Le snacking, nouvelle arme du commerce de proximité face aux boulangeries et aux restaurants
 - Pouvoir d'achat : 73,7% des Français ont reporté de grosses dépenses, l'inquiétude grandit selon un sondage exclusif
 - Comment Lidl espère atteindre 10 % de part de marché en France d'ici à 2030
 - Biocoop veut atteindre 900 magasins d'ici à 2029 et investit massivement
 - So.bio (Groupe Carrefour) s'offre Le Grand Panier Bio
 - Agroalimentaire : Mars annonce un milliard d'euros d'investissements dans l'UE d'ici à 2026
 - Carrefour déploie le snacking très rapidement et rebat les cartes de la proximité
 - Comment Casino se (re)met à la restauration, un des axes stratégiques de sa relance
 - Filière des fruits et légumes : parier sur la transformation pour gagner des opportunités
 - Filière fruits et légumes : comment réussir le challenge de la relocalisation
 - Daniel Sauvatre, président d'Interfel : « La souveraineté alimentaire est un équilibre complexe »
 - Tous les chiffres sur le jambon de porc
 - Biocoop, La Vie claire, Naturalia... Les spécialistes du bio repartent en conquête
 - Lidl obtient le feu vert pour racheter 19 supermarchés Auchan et 8 stations-service
 - De McDonald's à O'Tacos, les chaînes de restauration se trouvent à un tournant stratégique
 - E.Leclerc : la centrale Galec cache une machine financière de 8,3 Mds€ [Exclusif]

- Michel-Édouard Leclerc : « Les prix alimentaires ont bondi de 22 %, sans que les agriculteurs en profitent »
- Auchan : pourquoi la transformation de l'enseigne entre dans sa phase critique

- **Les Échos**

- A Paris, 3,6 millions de bouches à nourrir chaque jour
- Agriculture : pour faire face à la concurrence mondiale, les coopératives dans une course à la taille
- Agriculture : Agrial et Terrena en route pour former la plus grande coopérative de France

- **Les Marchés**

- Porc : la Chine augmente les droits de douane sur les produits européens
- « En réalité, les Français consomment toujours autant de viande »
- Mercosur : déjà avant l'accord, les importations de viande bovine bondissent en UE
- Œufs : « Il manque 3 millions de poules », comment la filière s'adapte à la tension
- Œufs : la grippe aviaire inquiète en Europe
- Volailles : l'origine France se renforce dans les rayons
- Volaille bio : la consommation recule, mais l'export se développe
- Alimentation : la France est-elle trop montée en gamme ?
- 5 ans d'évolution d'achats de viande, volaille et charcuterie en infographie

- **Le Monde du Surgelé**

- NOZ accueille les surgelés à bacs ouverts
- Commerce de gros : Une rentrée tendue malgré un rebond au printemps

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

- **L'Officiel des Transporteurs**

- Les Pays-Bas testent à leur tour des méga-camions de 32 mètres
- Alexis Gibergues élu à la présidence de l'UETR
- Florence Dupasquier (FNTR) : « Le TRM n'est pas en capacité de supporter de nouvelles charges fiscales »
- Défaillances 2e trimestre 2025 : Les entreprises asphyxiées par la conjoncture [liste]
- Le TRM polonais traverse sa plus grave crise depuis 25 ans
- Des radars dopés à l'IA surveilleront l'intérieur des cabines poids lourds
- Anne Molitor (OTRE) : « Être présente tant oralement que physiquement auprès de l'ensemble des instances européennes »
- Vers une hausse des péages pour les poids lourds en Suisse
- Solutrans 2025 : vitrine et agora du transport routier de marchandises
- Espagne : une dynamique inégale pour le TRM

- **Transport Info**

- Grève dans le TRM : trois syndicats appellent à la mobilisation le 18 septembre
- « Si on avait mis en place l'écotaxe, la conférence des mobilités n'aurait pas eu lieu » : Dominique Bussereau, président d'Ambition France Transports
- Sébastien Lecornu, Premier ministre : quels sont les changements à attendre pour le secteur du TRM ?

PREMIERE PARTIE :

L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET LOGISTIENS

l'Officiel
des transporteurs

Un premier semestre contrasté pour STEF

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la croissance du CA de STEF, en hausse de 6,4 % à 2,47 Mds€, mais freinée par des charges exceptionnelles. Malgré un bénéfice net divisé par quatre, le groupe consolide son maillage européen via acquisitions.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 08.09.2025 Par : Erick Demangeon Lecture : 2 min.



Le chiffre d'affaires de STEF devrait atteindre 5 Mds€ en 2025 avec une année d'avance sur son plan stratégique.

Crédit photo STEF

D'un côté, la reprise de la consommation profite à l'activité et au chiffre d'affaires semestriel du groupe STEF. De l'autre, plusieurs événements exceptionnels impactent sa rentabilité. L'acquisition annoncée de la société Christian Cavegn conforte sa position et ses offres en transport et logistiques en Suisse.

Les ventes dans le commerce de détail alimentaire reprennent des couleurs. Elles progressent d'1,5 % dans la zone Euro portées par le Portugal (+ 6,5 %), l'Espagne (+ 4,1 %) et la France (+ 1,7 %). Pour STEF, cette tendance est synonyme d'augmentation des flux logistiques. Cette règle se vérifie au premier semestre avec une hausse de 6,4 % du chiffre d'affaires à 2 474 M€. La croissance organique et les effets de périmètre se partagent à parts égales ce développement. En 2024, le pure-player de la supply chain alimentaire sous température dirigée a acquis pas moins de 4 entreprises : Bakker Logistiek aux Pays-Bas, TDL Fresh Logistics en Belgique, Long Lane Deliveries au Royaume-Uni et Montfrisa en Espagne. En année pleine, ces sociétés apporteront plus de 260 M€ de chiffre d'affaires supplémentaire.

Vers une flotte propre en Italie

La reprise des flux et ces croissances externes n'ont pas permis de compenser l'effet de trois événements exceptionnels sur la rentabilité du groupe toutefois. Présentée par son Président-directeur général, Stanislas Lemor, la première concerne « une régulation de TVA en Italie » provisionnée à hauteur de 31,2 M€. A l'issue d'un contrôle fiscal, cette somme est destinée à l'Etat italien. Elle couvre le non-versement de la TVA entre 2019 et 2024 de coopératives de transport qui ont disparu pour la plupart. L'Etat italien se retourne donc contre le donneur d'ordre même si STEF déclare avoir déjà acquitté cette TVA en réglant ses affrétés. Pour éviter pareille mésaventure, le groupe intègre progressivement ses activités de transport en Italie et déploiera l'autoliquidation de TVA directement auprès de l'Etat italien dès que cette mesure sera disponible.

Rentabilité en berne

Le deuxième événement exceptionnel (qui pourrait se répéter) est « la surtaxe d'impôt votée par le Parlement français » sur les entreprises déclarant plus de 3 Mds€ de chiffre d'affaires. « Cette charge représente 5,2 M€ au 1er semestre et s'élèvera à 12 M€ sur l'année », précise Stanislas Lemor. L'intégration des entreprises acquises l'an passé génère des coûts variables enfin. De l'ordre de 9 M€, ils ont pesé en particulier sur la rentabilité du groupe au Benelux. Au final, son résultat opérationnel chute de près de 48 % à 60 M€ environ pour un bénéfice net de 15,8 M€ en baisse de plus de 76 % ! « Ce retard ne sera pas rattrapé d'ici à la fin de l'année », anticipe Stanislas Lemor avant de tempérer : « Ces résultats ne reflètent ni le potentiel structurel de notre groupe ni notre vision à long terme ».

Réseau de transport en Suisse

En témoigne l'acquisition en cours du transporteur Christian Cavegn en Suisse. « Elle est complémentaire à STEF en termes géographique et de métier », assurent ses dirigeants. Déclarant un chiffre d'affaires de 80 MCHF (plus de 85 M€), cette société emploie 450 collaborateurs et exploite un parc de 400 véhicules réparti dans 9 sites couvrant le territoire helvète. Jusqu'à présent, la filiale STEF Suisse s'était principalement développée dans la logistique. « Il lui manquait un réseau de transport », partage Stanislas Lemor.

Reconditionnement : XPO

Logistics partage son savoir-faire

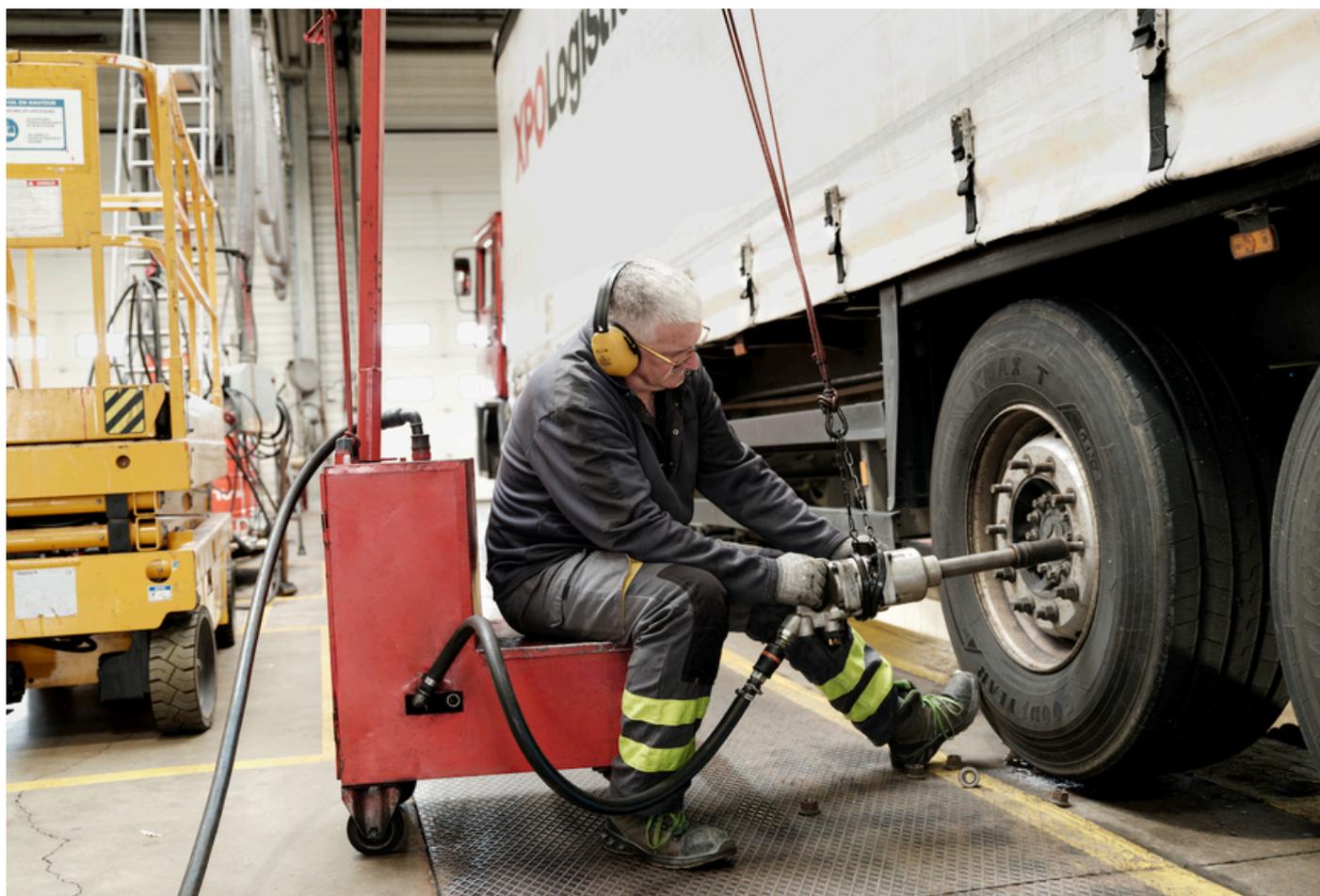
✦ Synthèse IA ✦

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite du programme Regain de XPO, qui prolonge la vie des poids lourds et semi-remorques. Ouvert à d'autres transporteurs, il offre une solution économique et durable face aux difficultés de renouvellement de flotte.

✦ Synthèse IA ✦

Publié le : 10.09.2025 Par : Antoine Dufeu Lecture : 3 min.



Le programme Regain se déploie au travers de vingt ateliers de XPO Logistics.

Crédit photo XPO Logistics

XPO Logistics s'est lancé dans le reconditionnement d'abord de sa propre flotte. Le transporteur et logisticien ouvre aujourd'hui son programme Regain à des transporteurs tiers.

La flotte de XPO Logistics en France compte à l'heure actuelle environ 2800 poids lourds d'un âge moyen de trois ans et 4500 remorques. A date, 150 camions-remorques et 405 semi-remorques ont d'ores et déjà été reconditionnées en interne alors que 300 autres semi-remorques devraient l'être d'ici la fin de l'année 2025. A ceux-là s'ajoutent 400 tracteurs Renault Trucks qui l'ont directement été par les équipes du constructeur. Dénommé Regain en interne, le programme de XPO Logistics est dorénavant accessible à n'importe quel transporteur. « Nous prévoyons de reconditionner entre 100 et 150 poids lourds par an pour

les besoins de notre propre flotte. Quant au reconditionnement de véhicules de tiers, nous tablons sur un minimum annuel de 50 unités, sans pour autant nous fixer de limite », détaille Bruno Kloeckner, managing director France de XPO Logistics.

L'enjeu de l'adoption

Le programme Regain est mis en place à partir de vingt ateliers de maintenance de XPO Logistics répartis dans l'Hexagone, le site historique de Saint-Rambert-d'Albon, dans la Drôme, étant placé en première ligne. Accessible à des tiers sur prise de rendez-vous, le reconditionnement touche à la fois à la mécanique comme le moteur ou la transmission, au châssis, voire à des éléments ergonomiques tels que les cabines, les couchettes ou les tableaux de bord, des mises à jour étant envisageables. « En matière de reconditionnement, le principal enjeu concerne l'adoption du véhicule par le conducteur ou la conductrice. Lors d'une opération menée sur notre site de Saint-Rambert-d'Albon qui a permis de comparer des véhicules neufs à d'autres reconditionnés, nous avons pu noter le très bon niveau d'adoption de ces derniers. Cela s'explique par le travail effectué sur les cabines en terme de confort, d'aménagement ou d'insonorisation », explique Bruno Kloeckner. Certaines des demandes d'amélioration ont émané du terrain, XPO Logistics ayant pu y répondre favorablement. « Des conducteurs ou des conductrices nous ont demandé d'ajouter en rétrofit des réfrigérateurs, ce que nos équipes ont réalisé dans nos ateliers », se félicite le managing director. Même s'il s'adresse logiquement à ses sous-traitants, Regain est en réalité ouvert à tout transporteur. « Nous comptons certes sur les transporteurs qui recourent déjà à nos services en atelier pour faire connaître Regain mais notre force commerciale a aussi été briefée. Au début de l'année prochaine, une prise de rendez-vous digitalisée sera également proposée à nos clients », révèle Bruno Kloeckner. La volonté d'ouvrir ce programme à des tiers s'appuie sur le savoir-faire du personnel des ateliers : « Sur le marché, notre coût horaire est compétitif. Qui plus est, notre capacité à faire des achats groupés contribue également à apporter une réponse à des transporteurs qui peuvent rencontrer des difficultés à renouveler leur flotte », justifie le managing director.

Un programme né des suites du Covid

Initié au moment du Covid-19, le programme Regain a d'abord répondu à une pénurie de pièces. Mais deux autres facteurs ont conduit à son déploiement : « L'idée de prolonger la durée de vie du matériel nous a paru intéressante surtout dans un secteur où l'actif représente un poste important du bilan. Nous avons notamment été inspirés par ce qui se pratiquait dans l'univers des nacelles qui sont régulièrement démontées et dont les flexibles et l'électronique sont renouvelés », explique Bruno Kloeckner. « En 2020, nous avons en outre commencé à réfléchir à une démarche de développement durable avec pour objectif à terme de piloter la durée de vie de notre flotte », ajoute le dirigeant. Après avoir reconditionné des moteurs affichant 500000 kilomètres, XPO Logistics mène actuellement un test sur un véhicule ayant parcouru 800000 kilo-mètres. « Ce programme constitue un levier de performance dans la décarbonation et diminue de plus les besoins de matières premières ou de ressources de la planète », conclut Bruno Kloeckner.

[Témoign de la semaine] TSA (62) : « Nous sommes débordés sur tous nos marchés »

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du dynamisme de TSA, dirigée par André Pecqueur. L'entreprise affiche une activité soutenue sur tous ses marchés et investit dans le renouvellement de flotte pour rester compétitive, tout en défendant un modèle indépendant.

✦ Synthèse IA ✦

Publié le : 12.09.2025 Par : Nicolas Montard Lecture : 2 min.



André Pecqueur, PDG de TSA à Saint-Omer (62),

Crédit photo Nicolas Montard

Pour André Pecqueur, PDG de TSA à Saint-Omer (62), l'activité se porte bien même s'il faut souvent batailler dans un secteur qui ne réalise que très peu de marges. Face à l'instabilité gouvernementale, le dirigeant qui a traversé plusieurs périodes tendues reste optimiste.

« Nous devrions faire une bonne année, puisque nous sommes débordés sur tous nos marchés (boissons, cartons, verrerie, marchandises générales, NDLR). Bien sûr, c'est la bagarre tous les jours, et comme dans une course cycliste, même si vous avez gagné la veille, il faut remonter en selle dès le lendemain. Le flux avec le Royaume-Uni, une centaine de

camions quotidiens, fonctionne aussi toujours bien, la première année de mise en route du Brexit est loin derrière.

Investir pour ne pas s'endormir

Bien se porter n'exclut pas de continuer à nous améliorer. Comme tous les trois ans, 75 camions et 50 remorques s'apprêtent à rentrer en remplacement du matériel existant. J'ai vu des entreprises chuter, comme le verrier voisin d'Arc International, passé de 12000 à 4000 salariés en quinze ans. Donc, je le répète à mes équipes : « nous allons bien, nous aurons toujours besoin de transport de marchandises, mais si nous ne bougeons pas, dans cinq ans, ça pourrait aller mal. » Nous investissons pour ne pas nous endormir, même quand c'est plus calme. L'argent que nous gagnons n'appartient pas au patron, mais à l'entreprise. Moi, je crois encore beaucoup aux affaires indépendantes, où on ne se dit pas qu'il faut absolument sortir 5% à la fin de l'année. Mais notre chance aujourd'hui est évidemment de ne plus dépendre des banques.

S'adapter

Bien sûr, il faut toujours s'adapter. On ne devient pas très riche dans le transport. Ce n'est pas assez payé : je ne réclame pas 10%, mais 2-3% ne nuiraient à personne. C'est pour ça qu'il faut économiser du kilomètre à vide, rouler à pleine charge plutôt qu'à 20 ou 22 tonnes... Les négociations sont plus tendues, à nous de prouver que nous ne sommes pas des vendeurs de kilomètres. Mais un véritable service. J'ai la chance d'avoir un personnel, qui a le treizième mois, la participation et l'intéressement, et ne rechigne pas à faire quelques heures en plus si besoin. En revanche, nos chargeurs et clients ont parfois tendance à faire attendre trop nos chauffeurs. Quand ça se reproduit trop, nous en faisons part au client.

Il y aura toujours besoin de camions

L'instabilité gouvernementale ? Ça fait soixante ans que je travaille, je ne me suis jamais occupé de politique. Je vois les gouvernements passer... En 1981, quand les socialistes sont arrivés au pouvoir, on nous avait dit que c'était foutu, qu'il ne fallait plus investir... Le retour de l'écotaxe évoqué il y a quelques mois ? Si on la remet, on la paiera. Des lois, il s'en crée, il s'en défait... Mais il y aura toujours besoin de camions pour transporter les marchandises. »

Étoiles du transport 2025 : découvrez le palmarès !

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la cérémonie des Étoiles du transport au Mans, récompensant six dirigeants de TPE et PME du TRM. Les lauréats sont distingués pour leur gestion, leur engagement environnemental, social et leur capacité à innover.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 19.09.2025 Par : Gwenaëlle Ily, Benoît Barbedette, Nicolas Grumel Lecture : 8 min.



Cyril Gardien, dirigeant des Transports Gardien (62), remporte l'Étoile de la PME.

Crédit photo DR

Les Étoiles du transport 2025 se sont déroulées au Mans, sur le mythique circuit Bugatti, la veille des 24H Camions, au cours d'une cérémonie qui a distingué 6 dirigeants de TPE et PME du TRM.

Étoile de la PME

Cyril Gardien, Gardien Transports (62)

Cyril Gardien a repris les rênes de cette entreprise familiale avec sa sœur en 2023. Son père, Patrick Gardien, l'avait créée en 1988 avec un seul véhicule sur une activité de porte-voiture. Elle s'est développée au fur et à mesure, en se diversifiant dans d'autres métiers, le général, le vrac, la citerne, et propose des transports en local, grand régional et national, avec des trajets également entre la France et le Benelux. Elle atteint aujourd'hui un chiffre d'affaires de 18,5M€. Elle s'attache à proposer des transports sur-mesure, avec la qualité de service comme élément clé. Pour pérenniser et développer l'entreprise familiale qui a su remonter la pente après la crise de 2008-2010 qui a entraîné un redressement judiciaire, Cyril Gardien applique une gestion sur-mesure, dans la maîtrise des coûts sur l'ensemble des postes, tout en investissant dans l'avenir. Elle a adhéré au groupement Tred Union en 2019. Signataire de la charte CO2 en 2017, la société s'était engagée dans la décarbonation dès 2011, à travers l'optimisation des carburants. Depuis 2020, la société investit dans la transition énergétique et propose aujourd'hui plusieurs énergies alternatives (HVO, B100 et, fin 2025, de l'électrique) et du rail-route à ses clients. La politique de ressources humaines de l'entreprise représente une stratégie clé pour l'entreprise qui attache de l'importance à connaître ses salariés, à échanger avec eux, à les accompagner pour les fidéliser et avoir les bons collaborateurs pour réaliser ses prestations (voir interview p.12).

Repères

Siège : Beaumetz-lès-Loges (62)

Chiffre d'affaires 2024 : 18,5 M€

Effectif : 145

Parc moteurs : 110

Activités : porte-voiture, marchandises générales, vrac, benne, citerne

Étoile du Jeune dirigeant

Timur Oynar, Groupe MFT (67)

MFT, installé dans le département du Bas-Rhin, est devenu en quelques années un groupe alsacien à part entière. Créé en 2000 par les parents des dirigeants actuels, Timur Oynar, gérant, et ses deux frères, Mikail et Fatih, il est aujourd'hui composé de cinq entités distinctes : MFT, AF Traction, TDI, SEA Transports et Spécial Cargo. Deux d'entre elles ont été reprises, TDI en 2021 et Spécial Cargo en 2023. Pour son développement, Timur Oynar et ses frères, investissent dans la transition écologique, avec la mise en place du HVO pour leurs véhicules, l'optimisation des tournées mais aussi l'intégration du transport multimodal (ferroviaire et fluvial). La politique RH est aussi un levier pour l'entreprise qui prend à cœur d'intégrer de nouveaux talents, notamment des jeunes et des personnes en reconversion, et de les accompagner par la formation et en favorisant la promotion interne. Opérant depuis plusieurs années essentiellement en national et à l'international, MFT Transports compte renouer avec un rayonnement régional. Cet objectif fait partie d'un plan de développement de dix ans qui a été initié en 2020. « Nous voulons profiter d'ici à 2030 de l'énergie de l'ensemble de l'équipe dirigeante qui est jeune et motivée. Plusieurs axes ont été définis. Nous souhaitons notamment devenir un spécialiste de la gestion du dernier kilomètre sur l'est de la France », avance Timur Oynar.

Repères :

Siège : Brumath (67)

Chiffre d'affaires 2024 : 53,8M€

Effectif : 407

Parc moteurs : 325

Activités : messagerie, marchandises générales, frigo

Étoile du transport durable

Didier Broudard, Transbis Biscarat (13)

En 2024, Transbis Biscarat a franchi un cap : la société a réalisé son premier bilan carbone dans le cadre du partenariat avec Carbone 4 et Tred Union qui a structuré une feuille de route collective et des fiches actions. « C'est le premier pas d'une base de travail réactualisée qui donne un suivi précis des émissions de CO2 et permet des actions ciblées. Le bilan carbone de 2025 est bientôt prêt. Il répond aux attentes de certains chargeurs », explique Didier Broudard, dirigeant de la société. Créée par Max Biscarat en 1929, la société est depuis 2000 dirigée par Didier Broudard rejoint aux commandes par son beau-frère Alexandre Jourdain en 2012 avec une répartition claire des tâches et responsabilités. Le duo a fait le choix du mix énergétique avec du B100 sur zones longues, un premier investissement dans l'électrique sur une ligne inter-sites (4 rotations de 44 km par jour) et une offre multimodale au départ de Valentigney (94) et Douges (62) avec des clients réguliers. Cet engagement dans la réduction des émissions de CO2 est labellisé. « Les chauffeurs sont favorables à cette évolution », assure Didier Broudard. La stratégie de l'entreprise, renforcée par l'arrivée d'un directeur opérationnel en avril 2025, privilégie la massification des flux sur des zones géographiques, le complet et le demi-lot sur la région PACA et l'axe Marseille-Paris, et la messagerie 1 à 5 palettes toute France. Adhérente au réseau POLE, la société sera distributeur-collecteur sur le Var en octobre 2025.

Repères :

Siège : Mallemort (13)

Chiffre d'affaires 2024 : 9,33 M€

Effectif : 70

Parc moteurs : 40 moteurs

Activités : transport de fret industriel et alimentaire en palettes

Étoile de la Politique RH

Jérôme Saudrais, Armoric Transports Frigorifiques (35)

Créée en avril 2010, la société ATF (Armoric Transports Frigorifiques) est dirigée par Jérôme Saudrais qui mène son entreprise « avec prudence et détermination », en misant sur la transition énergétique (mise en place progressive d'un parc de véhicules hybrides et électriques) mais aussi sur la politique RH. Outre une attention particulière apportée au recrutement de profils diversifiés, à l'accompagnement personnalisé des salariés ou encore à la formation, Jérôme Saudrais s'est également investi dans l'inclusion de salariés en situation de handicap. Aussi, lorsqu'en avril 2021, Erwan Gandin, 21 ans, vient frapper à la porte d'ATF, son histoire touche le dirigeant : alors qu'il était apprenti en chaudronnerie à 16 ans, Erwan Gandin est victime d'un accident de la route et perd l'usage de son bras gauche. Le jeune homme ne se laisse pas abattre et passe ses permis poids lourds. Mais, malgré une

soixantaine de candidatures envoyées, aucune entreprise ne lui ouvre les portes. Le dirigeant met alors tout en œuvre pour l'intégrer, travaille de concert avec la médecine du travail, l'Aftral, Renault Trucks, Cap Emploi, l'Agefiph et adapte le camion au jeune homme. Aujourd'hui, le dirigeant et Erwan, qui fait partie des 3,5% de salariés en situation de handicap employés dans le transport routier de marchandises, témoignent dans des démarches de sensibilisation dans le secteur pour briser les idées reçues.

Repères

Siège : Montauban de Bretagne (35)

Chiffre d'affaires 2024 : 4,1M€

Effectif : 30

Parc moteurs : 22 tracteurs, 2 véhicules légers

Activité : frigo, entreposage

Prix de la saga familiale

Emmanuelle et Stéphanie Blanchet, Transports R. Blanchet (36)

Les drames de la vie caractérisent les sagas d'entreprise. Quand Étienne Blanchet décède brutalement en 1995, ses deux filles, Emmanuelle et Stéphanie, doivent répondre à l'urgence. « Ce fut une grande responsabilité sociale car nos sites en zone rurale ont un impact local fort », indique la présidente Emmanuelle Blanchet. Sans le savoir, les deux sœurs signent un long bail avec le transport. 30 ans plus tard, elles préparent les 60 ans de R. Blanchet. « Nos valeurs nous ont permis de reprendre l'entreprise malgré notre jeune âge et l'absence de formation dans le transport », dit-elle. Le premier client industriel acquis en 1967, Hydro Aluminium, fait toujours partie du portefeuille en 2025. FLO fait partie de son histoire. « C'est mon père qui a adhéré au groupement en 1993. J'en ai été la seule femme pendant des années », dit-elle en souriant. Avant 1966, le grand-père, Raymond Blanchet, négociant de produits agricoles, faisait du transport privé. En 1966, Étienne Blanchet crée la SARL Ets R. Blanchet qu'il dirige jusqu'en 1994. Le CA était alors de 8 MF. « Dès 1995, nous ouvrons notre ligne rail-route Paris-Avignon avec du matériel spécifique pour le vrac de pommes de terre de consommation ». À partir de 1999 sont développés la manutention puis le transport fluvial dopés par le rachat de Giocanti en 2009. En 2011, l'AO remporté auprès de la Ville de Nogent-sur-Seine choisit Blanchet comme premier transporteur gestionnaire d'un port public fluvial. Des choix pionniers et porteurs.

Repères :

Siège : Verneuil-sur-Igneraie (36)

Chiffre d'affaires 2024 : 48 M€

Effectif : 204 salariés

Parc moteur : 125

Péniches : 4

Pelles hydrauliques : 40

Activités : marchandises générales, vrac solide, agroalimentaire

Étoile de l'artisan transporteur

Cédric Lalanne Transports (40)

De l'exposition des camions décorés du Mans à l'Etoile de l'artisan transporteur, la boucle est bouclée pour Cédric Lalanne. Ce passionné de son métier et des beaux véhicules s'est spécialisé dans le transport de bois, qu'il exerce depuis une vingtaine d'années à partir de la forêt des Landes, au sud de laquelle il habite, et héberge sa société. « Le facteur déclenchant fut la tempête de 2009 », explique-t-il. Alors qu'il est conducteur salarié depuis plus de dix ans et cherche une nouvelle activité, il se lance dans le transport grumier. A la suite de cet événement un gros client lui met le pied à l'étrier et depuis, il n'a cessé de s'impliquer dans cette activité de transport très particulière, s'épanouissant au grand air ! Il a plusieurs clients comme des coopératives et des usines, tout en restant indépendant : il n'a jamais possédé plus de deux véhicules et, depuis 2023, a préféré se concentrer sur l'exploitation d'un magnifique ensemble routier, un porteur-remorqueur Scania R 590 dont il prend grand soin, l'ayant personnalisé par un covering inspiré des véhicules scandinaves. Cédric est très intéressé par le modèle du transport de bois finlandais : « ce sont les maîtres en la matière », considère-t-il. Il cherche ainsi à exploiter son ensemble routier 24h/24 et 5 jours ½ par semaine, en binôme avec un autre conducteur. Cédric Lalanne a tenté ces derniers mois de former un conducteur handicapé, mais il a dû arrêter l'expérience, faute de rentabilité. Il attend donc de rencontrer un conducteur ou débardeur plus expérimenté. Son emploi du temps intense n'empêche pas le grumier de s'impliquer dans la formation, consacrant plusieurs journées par an à transmettre son expérience, notamment au centre Mendiboure à Saint-Paul-Lès-Dax. Depuis l'année dernière, il a l'agrément pour être jury professionnel.

Repères :

Cédric Lalanne Transports

- . Permis PL et SPL en 1996 à l'armée, régiment du train
- . Création de l'entreprise en 2007
- . 1 ensemble porteur-remorqueur grumier Scania R 590
- . Chiffre d'affaires 2024 : 452 000 €

[DOSSIER] Montée en compétences des salariés : une stratégie gagnante pour fidéliser

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la montée en compétences comme levier stratégique dans le TRM. Formations continues, académies internes et e-learning renforcent performance, fidélisation et attractivité, tout en préparant les salariés aux évolutions technologiques.

✦ Synthèse IA ✦

Publié le : 26.09.2025 Par : Florence Falvy Lecture : 16 min.



Chez XPO Logistics, plus de 250 moniteurs et conducteurs-formateurs dispensent des formations à la conduite et la sécurité.

Crédit photo XPO Logistics

Dans un monde où les compétences requises évoluent rapidement, se former tout au long de sa vie est devenu une nécessité. D'où l'intérêt pour les entreprises du transport de mettre l'accent sur les formations pour faire monter en compétences leurs salariés. C'est une stratégie clé pour garder une longueur d'avance sur la concurrence et se recentrer sur les besoins de ses collaborateurs.

Selon un sondage Amazon/Ipsos réalisé en 2023, près de huit salariés français sur dix (79 %) estiment que les formations proposées par leur employeur sont essentielles pour évoluer dans leur carrière. Pourtant, en France, seuls 16 % des salariés déclarent avoir accès à ces opportunités de formation pour changer de carrière au sein de leur entreprise. De leur côté, les entreprises ont tout intérêt à faire monter leurs collaborateurs en

compétences pour répondre aux mutations (technologiques, écologiques, sociétales) de plus en plus rapides qui traversent le monde du travail.

Un sujet au cœur des stratégies RH

Afin de s'inscrire dans le cadre réglementaire, Legendre Logistics (80% des effectifs travaillent dans le transport et la logistique) consacre 80 % de son enveloppe dédiée aux formations à celles qui sont obligatoires (renouvellement de l'habilitation tous les 5 ans, permis Caces...). « En 2024, le budget formation a été de 256 264 euros. 986 formations ont été dispensées (soit 5 869 heures de formation) dont 317 via la plateforme e-learning et 385 personnes formées », indique Claire Beaulieu, chargée du développement RH. Ici, le recueil des besoins est réalisé principalement au moment des entretiens annuels et la digitalisation est venue s'imbriquer dans le processus de formation. Si l'éco-conduite et la sensibilisation aux addictions et aux risques routiers font partie des sujets prioritaires dans les métiers du transport, le groupe doté de deux sites Seveso sensibilise aussi l'ensemble du personnel aux matières dangereuses. « Nous n'attendons pas de faire un bilan à six ans. Tous les deux à trois ans, en lien avec le manager, nous regardons si certains collaborateurs ont besoin de renforcer certaines compétences métiers notamment dans le transport et la logistique qui évoluent régulièrement. » L'entreprise s'appuie notamment sur la plateforme Astre Academy pour créer ses propres modules de formations, notamment sur les gestes et postures, la sensibilisation et la discrimination à l'embauche.

Certains transporteurs ont décidé d'aller au-delà des obligations réglementaires. C'est le cas de Mauffrey qui emploie 5 000 salariés sur une cinquantaine de sites en France et à l'étranger. « La formation fait partie de l'ADN du groupe depuis 1997 », précise la DRH Lucie Repolt. Objectif affiché : répondre à un besoin immédiat et futur. « La formation des conducteurs doit permettre de répondre à la pénurie et celle des exploitants aux difficultés de recrutement des mécaniciens. Le but est aussi d'accompagner la transformation des métiers de demain avec le déploiement des énergies alternatives et l'arrivée de la conduite autonome, notamment. » A l'échelle de ce groupe, le plan de formation se décline autour de trois axes stratégiques : la digitalisation, la décarbonation et la sécurité.

Former les collaborateurs est aussi une évidence au sein de Coquelle (Pas-de-Calais). Ce groupe qui est passé de 600 salariés à 2 500 (dont 1 700 conducteurs) en dix ans, via l'acquisition de plus de 25 sociétés, s'attache à homogénéiser les savoir-faire. Ici, la priorité est double. Il s'agit à la fois de développer les compétences techniques (hard skills) mais aussi d'investir dans les soft skills (savoir-être). « Il est important de former sur ces deux axes car il est nécessaire de faire travailler efficacement des salariés de cultures différentes (métiers, entreprises, régions), d'offrir à nos clients des services de meilleure qualité et de les accompagner sur leurs attentes en matière de sécurisation de la chaîne logistique », indique Laurent Stamper, directeur des Acquisitions et du Développement. D'après lui, le nombre de salariés formés était jusqu'alors insuffisant. « Nos formations étaient mises en place à la demande et non pas dans le cadre d'une vision stratégique », contrairement à aujourd'hui. En avril 2024, le groupe a fait l'acquisition d'une auto-école (moto et voiture) et d'un centre de formation à la conduite et aux métiers du transport à l'Ouest de Lyon. De quoi « marquer une étape significative dans notre volonté de professionnaliser la formation ». Marietton est aujourd'hui composé de 100 collaborateurs dont 70 formateurs. Plus de 10 000 formations sont dispensées par an à plus de 8 000 élèves. Le groupe prévoit d'ouvrir un deuxième centre

à Genas (Rhône) après l'été. A destination de ses 1 700 conducteurs, Coquelle a également déployé un programme de formation englobant différentes thématiques (éco conduite, prévention des risques routiers, accidentologie, qualité, environnement et sécurité). A ce titre, « douze formateurs ont été formés en mars dernier au sein de notre centre de formation, avec pour objectif de former 30% de nos conducteurs en 2025, 75% en 2026 et 100% en 2027 ». Concernant ses 800 salariés sédentaires, un programme de formation « d'ampleur » est en cours de production. « En fin d'année voire début 2026, nous devrions être capables de proposer progressivement un plan de formation annuel à l'ensemble de nos collaborateurs. »

L'IA comme ressource pédagogique

Autre entreprise à mettre l'accent sur les formations pour faire monter en compétences ses 10 000 salariés : Jacky Perrenot (Val-de-Marne). « Parce qu'investir dans la formation, c'est investir dans la réussite collective », souligne le groupe sur son réseau LinkedIn. Lui injecte près de trois millions d'euros chaque année dans la formation. « La volonté n'est pas de faire de la formation à tout prix mais de créer des formations vraiment adaptées à nos métiers », indique Martin Arnouil, responsable emploi-formation depuis un an.

Chez Capelle, le spécialiste du transport exceptionnel, les compétences techniques constituent un socle fondamental. Ici, la montée en compétences s'inscrit dans une logique concertée et hybride entre les besoins identifiés localement (dans plus de 30 agences) et une vision stratégique impulsée par la direction. « Du côté du terrain, les besoins sont identifiés au plus près des réalités opérationnelles : les plans de formation sont co-construits avec les agences, intégrant les remontées issues des entretiens annuels et les retours d'expérience des équipes. En parallèle, la direction initie des plans à plus grande échelle sur des thématiques clés comme le management, le commerce ou encore la cybersécurité », explique Sarah Capelle, directrice des ressources humaines. Ce groupe souhaite exploiter le potentiel de l'intelligence artificielle dans le cadre de son parcours de formation. « Nous commençons à l'explorer comme ressource pédagogique, notamment pour simplifier certaines tâches administratives et optimiser les processus de formation. Des technologies telles que les simulateurs avec IA sont envisagés pour les personnels roulants tandis que, pour les sédentaires, l'IA facilitera la gestion quotidienne et l'exploitation des données. Cette intégration progressive visera à moderniser et rendre plus efficace le développement des compétences », poursuit-elle.

Certaines PME n'hésitent pas non plus à faire monter en compétences leurs salariés. Illustration avec Transport Charroppin & Fils en Gironde. Tout d'abord spécialisée dans le transport express avec des véhicules légers, cette entreprise d'environ 45 salariés s'est diversifiée voilà quatre ans dans les PL et SPL pour acheminer des marchandises générales. Afin d'accompagner ce développement, l'entreprise a financé le permis à trois de ses conducteurs, moyennant un coût de 15 000 euros. « C'est une manière de leur montrer que nous les accompagnons dans le cadre de leur évolution professionnelle et envisageons ensemble une relation à long terme », dit le gérant Anthony Néron. Signe que la montée en compétences est avantageuse pour la mobilité interne. Ce qu'il n'hésite pas à valoriser lors des recrutements.

Entre présidentiel...

Dans le transport, la préférence va aux formations en présentiel pour notamment favoriser la cohésion des équipes. Certains transporteurs vont même à ouvrir leur propre organisme de formation. Exemple avec le groupe Mauffrey qui s'est doté, il y a deux ans, d'un campus (Mauffrey Academy) ayant nécessité un investissement de plus de 20 millions d'euros. 21 personnes forment ainsi les collaborateurs aux métiers clés de la conduite, de la mécanique et de la gestion du transport, en complément d'une vingtaine de partenaires externes. « Au départ, c'était pour faire face à l'arrêt du service militaire qui nous permettait de recruter de nombreux conducteurs. Puis, au fil des années, la stratégie formation s'est accentuée », explique la DRH. Aujourd'hui, le campus de plus de 7000 m², sur six hectares, traite à la fois de la formation initiale et de la formation continue.

Jacky Perrenot a lui aussi ouvert depuis deux ans Road Campus, avec plus de vingt formateurs internes. De quoi proposer une multitude de formations obligatoires et non obligatoires : éco-conduite, conduite sur neige, sécurité (habilitations électriques, SST...), bureautique (excel, suite office,...), management. Ce centre agréé par l'État forme chaque année 800 conducteurs à l'éco-conduite. Dans cette entreprise, le sujet de la formation gagne du terrain. « Nous allons former tous nos responsables d'exploitation (soit plus de 80 personnes) à l'échelle nationale d'ici à la fin d'année via un module "maison" de trois jours construit avec des experts », indique Martin Arnouil. La première session de formation a démarré en février dernier sur le site de Nogent-sur-Marne. Au menu : les rappels réglementaires et techniques, les fondamentaux de la communication pour mieux fédérer, motiver et fidéliser, le management opérationnel pour animer efficacement les équipes et les acteurs clés de performance. A l'avenir, les mécaniciens travaillant dans les ateliers pourront à leur tour bénéficier d'un plan de formation spécifique. « L'idée, c'est de créer une sorte de pépinière ou école interne dans un délai de plus ou moins un an. »

Chez Capelle aussi, cette politique de formation est impulsée par le centre de formation interne Euro Team qui assure principalement les formations obligatoires liées aux métiers du transport mais déploie également des parcours sur mesure. Chaque année, il forme 5 000 stagiaires, dont près de 900 salariés. « Nous avons aussi une cinquantaine de types de semi-remorques et de tracteurs. À chaque prise en main, notre centre accompagne le collaborateur pour bien assimiler la conduite, les caractéristiques techniques variées (longueur, charge utile, etc.). Du côté des sédentaires, l'accent est mis sur la montée en compétences numériques, notamment avec la formation à l'utilisation des outils digitaux embarqués comme TruckConnect, ainsi que sur des cursus dédiés à l'exploitation, au commerce et à la gestion administrative », indique Remi Bourriquer, le directeur d'Euro Team.

XPO Logistics a lui aussi internationalisé ses formations depuis une dizaine d'années, avec un formateur à temps plein pour la partie conduite. Elles sont déclinées autour de cinq valeurs : la sécurité, l'entrepreneuriat, le respect, l'innovation et l'inclusion. « Nous mettons un très fort accent sur les sujets liés à la sécurité, avec un programme phare nommé Road to zéro. En parallèle, nous sommes également convaincus que la qualité du management est un levier essentiel pour le bien-être des collaborateurs et un vecteur de performance. La valeur "inclusion" se décline quant à elle avec des programmes annuels. Par exemple, à la demande des collaborateurs, le fait religieux en entreprise est un sujet abordé en 2025 », précise Gaëlle Provensal-Raoux, directrice des ressources humaines. Au sein de ce groupe de 6 700 collaborateurs, les conducteurs qui disposent d'un parcours de formation dédié ont réalisé près de 46 000 heures de formation en 2024 dans le cadre du Plan Bonne Conduite. Chaque

année, environ 800 formations en éco-conduite sont dispensées. Ici, le taux de formation des actifs a atteint 87 % l'an passé.

...et distanciel

En parallèle, comme d'autres transporteurs, XPO Logistics s'est tourné vers des formations e-learning, avec XPO University. Cet outil déployé depuis 2016 propose plus de 200 modules pour évaluer et améliorer ses compétences sur tous les métiers du groupe. Jacky Perrenot expérimente quant à lui la solution depuis plus d'un an avec plusieurs dizaines de modules (softskills, développement durable, communication...) accessibles à tous les collaborateurs quand ils le souhaitent. Un outil également très utile pour les nouvelles recrues. « Quand un salarié intègre l'entreprise, il suit une formation obligatoire via cette plateforme qui est l'occasion à la fois de présenter le groupe et de le former à tous nos process. » Idem chez Mauffrey où l'outil est déployé depuis 2019. « Nous développons de plus en plus des formations à distance notamment à destination des cadres formés à la capacité de transport. Cela permet à chacun d'avancer à son rythme selon ses impératifs. L'outil pourrait évoluer vers une solution "self-service" notamment pour les modules d'intégration et les formations liées à la sécurité », précise Lucie Repolt.

Le groupe Capelle utilise quant à lui l'outil d'informatique embarquée TruckConnect (développé par Euro Système d'Information) pour renforcer l'apprentissage et la transmission des savoir-faire sous forme de vidéos, notamment.

D'autres transporteurs travaillent sur le sujet des formations à distance, comme Coquelle qui est en cours de travail pour définir et produire les modules adressés aux collaborateurs sédentaires.

Pourquoi est-ce important ?

La montée en compétence présente des atouts sérieux pour l'entreprise et le salarié. D'une part, l'actualisation des compétences des collaborateurs est importante pour que l'entreprise puisse rester compétitive. Chez Coquelle, cet accompagnement répond à plusieurs objectifs : « améliorer le niveau de compétences des collaborateurs mais aussi le niveau de performance général du groupe, s'adapter aux évolutions (notamment technologiques) du monde du travail, développer la polyvalence... », énumère le groupe.

D'autre part, un collaborateur qui monte en compétence régulièrement va être plus motivé et plus impliqué dans l'entreprise. Ce que confirme Laurent Stamper. « Les salariés se sentent plus valorisés et mieux soutenus dans leurs développements personnels et professionnels. Ils s'en trouvent plus motivés et engagés. »

Former ses collaborateurs permet à XPO Logistics de gagner en performance alors que ses métiers ont une réelle technicité. « C'est pourquoi les compétences techniques doivent être régulièrement renouvelées. C'est aussi important pour le développement des collaborateurs. D'autant plus que jusqu'à 50% des postes peuvent être pourvus en promotion interne. La formation est très clairement de l'investissement sur nos salariés. C'est un moyen de les aider à garantir un parcours professionnel », prolonge la DRH. Alors que, chez Mauffrey, « la formation continue a pour but de développer les compétences, rendre les salariés plus à l'aise dans leur poste et leur donner de nouvelles perspectives », dicit son homologue.

Accompagner des salariés dans leur montée en compétences est aussi un moyen de fidéliser les équipes, d'après Martin Arnouil chez Jacky Perrenot. « Pour fidéliser les salariés, il faut pouvoir leur proposer des perspectives intéressantes en termes d'évolutions de carrière et les nourrir intellectuellement. »

Du côté de Legendre Logistics, qui s'appuie sur huit formateurs internes, la formation est perçue comme « un vrai levier de marque employeur », selon Claire Beaulieu. « Cela permet aux salariés de maintenir leurs compétences, de développer leur employabilité et d'avoir de la visibilité au sein du groupe. » Le développement des compétences des collaborateurs est aussi important pour favoriser la mobilité au sein de l'entreprise. D'autant plus lorsque l'on dispose, comme ce groupe, de 27 sites en France.

IA, data... des sujets qui montent en puissance

Le secteur du transport et de la logistique évolue aussi au gré des évolutions technologiques. Des formations permettent ainsi de répondre aux besoins émergents face au déploiement des nouvelles énergies, par exemple. Il ne s'agit pas seulement de former les conducteurs mais aussi d'accompagner les mécaniciens dans cette transition. Ce qui est le cas chez Jacky Perrenot. XPO Logistics forme lui sa population commerciale en partenariat avec Renault Trucks notamment sur l'utilisation des véhicules électriques. « Un programme est en cours de déploiement », indique Gaëlle Provensal-Raoux. Ces évolutions pourraient transformer les métiers. C'est pourquoi, au sein de ce groupe, les effectifs sont également accompagnés pendant deux ans pour former les managers de demain via un programme de neuf diplômés.

Autre sujet qui monte en puissance : la cybersécurité. De quoi inciter les entreprises à former leurs salariés. C'est le cas chez Capelle. « La formation à la cybersécurité est déployée de manière systématique pour garantir la sécurité des données et des systèmes au sein de l'entreprise. Les salariés sont sensibilisés dès leur accueil aux bonnes pratiques, notamment face aux risques liés aux véhicules et remorques connectés ou encore sur les attaques régulières par e-mails », indique la DRH.

L'IA et la data sont aussi amenés à jouer un rôle prépondérant dans le développement des compétences à l'avenir. Certains transporteurs s'y préparent déjà. « La maîtrise de l'IA et de la Data sont actuellement et seront incontournables sur la prochaine décennie. Nous suivons de très près ces avancées avec la mise en place d'un plan de veille autour de l'innovation. Ce qui nous permet aujourd'hui et nous permettra de bien apprécier les solutions actuellement disponibles et celles à venir », conclut Coquelle. Rien de tel pour avoir un coup d'avance !

L'Aftral répond aux enjeux de management chez les exploitants

Acteur de référence dans la formation en transport et logistique, l'Aftral recense de plus en plus de demandes de formation pour la mécanique PL de la part des entreprises qui assurent la maintenance de leur flotte. Il faut dire que ce métier doit à la fois faire face à un déficit de formations et à un manque d'attractivité. « Nous ouvrons chaque année de nouveaux plateaux de formation en mécanique pour être performants dans la formation de ce métier », indique Loïc Charbonnier, son président. Une offre a déjà été déployée à Marseille, Lyon,

Lille et le sera à la rentrée à Strasbourg et Bordeaux.

Afin d'accompagner les transporteurs sur le sujet de l'écoconduite, cet organisme a également lancé avec S3P "Aftral éco drive", un dispositif d'assistance pour les entreprises du TRM. Il répond aussi aux demandes liées à la posture commerciale des conducteurs. « Ces derniers sont en interface directe avec les clients et doivent, à ce titre, gérer certaines situations. »

En parallèle, l'Aftral a lancé depuis juin une nouvelle offre sur le management opérationnel qui s'adresse principalement aux exploitants. Il existe deux formations, prises en charge à 100% par la branche transport via l'OPCO Mobilité. La première est sur le thème « Recruter et fidéliser » en 35 heures et la seconde aborde, en 70 heures, l'ensemble des facettes du management, avec à la clé la certification CléA Management.

Chez Abskill, deux thèmes montent en puissance : l'IA et la cybersécurité

Autre organisme de formation à répondre aux besoins des entreprises du transport et de la logistique : Abskill qui dispose de 35 centres de formations en France. « En 2024, 8 703 stagiaires ont suivi nos formations dans le TRM », indique Guillaume Lemoult, directeur de l'offre et du développement chez Abskill. D'après lui, la montée en compétences en sécurité est un sujet de plus en plus important chez les transporteurs. Avec deux thématiques phare : les risques routiers et la prévention aux addictions, notamment numériques. « Il ne s'agit pas de faire des campagnes de formation d'ampleur, one-shot, mais de chercher à structurer la montée en compétence sur ces sujets. »

Autre thématique sur laquelle Abskill identifie un besoin de montée en compétence, celle de la RSE. « Ici, l'enjeu est d'aider les exploitants à manager le sujet de l'éco-performance routière. » Et parmi celles qui gagne du terrain : l'intelligence artificielle. L'organisme propose ainsi une formation d'une journée sur "Comment intégrer l'Intelligence Artificielle (IA) dans mon quotidien professionnel". Abskill s'attache aussi à accompagner la montée en compétence des salariés sur la cybersécurité avec une formation qui donne les fondamentaux de la gestion d'une crise cyber et une autre de trois heures de la prévention cyber malveillance.

(Entretien réalisé début juin 2025 ; [les centres Abskill ont été repris par le groupe Aftral le 17 juin 2025](#))

Promotrans prépare les entreprises aux évolutions

Alors que le secteur évolue très rapidement (digitalisation, transition énergétique...), Promotrans adapte continuellement son offre aux besoins réels et émergents du marché. Les formations sont ainsi co-construites avec les entreprises et en conseil des métiers. Il propose notamment le module RTMF (Responsable Transport Multimodal en Formation continue) pour répondre aux besoins des transporteurs face aux évolutions rapides du secteur. « Concernant la montée en compétence, il existe un réel enjeu de performance économique, étant donné la faiblesse des marges dans notre secteur. Par exemple, les formations à l'éco-

conduite sont très demandées. Pour les responsables d'exploitation, confrontés à l'arrivée de véhicules à gaz ou électriques, nous fournissons des formations spécifiques sur la gestion des consommations, des ravitaillements et des temps de repos, facilitant ainsi la transition énergétique des flottes », déclare Peter Guillon, son président. Il s'agit aussi d'anticiper les évolutions à venir alors que « 60 % des compétences nécessaires d'ici à 2030 n'existent pas encore selon le rapport "Future of Job Report 2025" du World Economic Forum. » Promotrans développe ainsi des formations sur les technologies émergentes, comme l'IA, la robotique et l'assistance augmentée dans les tâches logistiques. « Les entrepôts seront de plus en plus automatisés avec l'arrivée prochaine d'humanoïdes pour accomplir les tâches pénibles ou dangereuses. Le métier d'opérateur logistique évoluera donc vers un rôle augmenté, assisté par la technologie, améliorant la sécurité et la productivité. »

Liquidation judiciaire : clap de fin pour T.L.D.M (31)

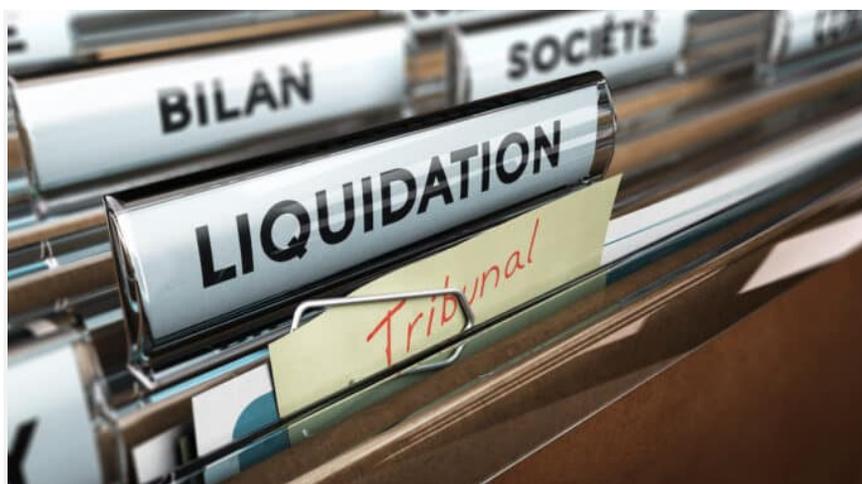
✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la liquidation de T.L.D.M, spécialiste du transport frigorifique à Toulouse. Faute de repreneur, 35 salariés sont licenciés. C'est un nouvel échec pour le dirigeant, déjà touché en 2024 par la faillite des Transports Pedussaut.

✦ Synthèse IA ✦

11 septembre 2025 Valérie Chrzavzez Stratégie & marchés 0



Le tribunal de commerce de Toulouse a prononcé la liquidation judiciaire de T.L.D.M après avoir été placée en redressement en août 2024. Un arrêt définitif de l'activité est programmé pour le 15 septembre.

Cette entreprise, basée à Fenouillet (31), spécialisée en transport frigorifique et porte-conteneurs comptait encore 35 salariés (dont 20 conducteurs), lesquels devraient être licenciés.

Malgré une prolongation exceptionnelle de la période d'observation de trois mois accordée par le tribunal, au vu de résultats encourageants, son dirigeant Martial Defaye n'était pas parvenu à trouver un repreneur pour sauver sa société.

C'est un nouveau coup dur pour l'entrepreneur toulousain puisqu'en juillet 2024, le même tribunal de commerce avait déjà ordonné la mise en liquidation des **Transports Pedussaut (31)**, une entreprise qu'il avait rachetée en 2019.

VC

Quel est le rôle d'un DSI dans une entreprise de transport ? Nicolas Morand (Lahaye Global Logistics) nous dit tout

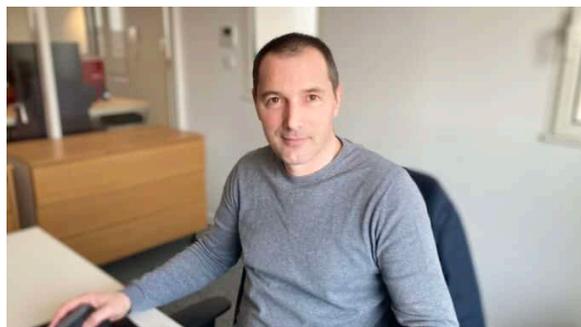
✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du rôle stratégique de Nicolas Morand, DSI de Lahaye Logistics. En développant des outils internes, il optimise coûts, digitalisation et sécurité. L'IA et la cybersécurité deviennent des leviers clés pour l'avenir du transport.

✨ Synthèse IA ✨

25 septembre 2025 Renaud CHASLE Digital & Transport 0



Nicolas Morand, directeur des systèmes d'information de Lahaye Global Logistics, explique à *Transport Info* son métier, décrit son rôle stratégique dans l'entreprise et ses méthodes pour s'appropriier l'informatique sans dépendre des solutions des éditeurs du marché.

"À partir d'une taille critique et d'un taux d'équipement informatique important, l'entreprise de transport nécessite un DSI

pour faire du système d'information un levier de performance économique." C'est la conviction de Nicolas Morand, qui a rejoint le groupe Lahaye en 2023 en tant que directeur des systèmes d'information (DSI), après une formation d'analyste programmeur à l'Institut d'informatique appliquée de Laval, puis quelques années au sein de la direction informatique de Lactalis. Si le TRM ne faisait pas partie de son plan de carrière, il a tout de suite vu l'enjeu de digitalisation de la profession et le potentiel de développement du système d'information d'une entreprise telle que Lahaye.

"J'ai été surpris par l'importance du parc informatique, qui comporte 500 postes de travail, 1 500 terminaux mobiles, 650 camions avec informatique embarquée, des systèmes de lecture des codes barres, une centaine de serveurs hébergés dans le data center d'un prestataire, mais aussi de nombreux logiciels métier : TMS, WMS, ERP, SIRH, gestion de flotte, applications mobiles et gestion administrative. J'ai ainsi pris conscience du rôle majeur de l'informatique dans le transport et j'ai été séduit par le discours et la stratégie de notre dirigeant, Matthieu Lahaye, qui met l'accent sur l'innovation technologique à travers le développement en interne de solutions parfaitement adaptées aux besoins de l'entreprise."

Un DSI pour gérer tout le SI de l'entreprise

À la tête de la direction des systèmes d'information, composée d'une équipe de près de 20 personnes, Nicolas Morand chapeaute la gestion de l'informatique matérielle et logicielle de l'entreprise. Le périmètre est très large et inclut la sélection, le déploiement et l'entretien du matériel informatique, des bureaux aux véhicules en passant par les entrepôts, dans les différentes agences du groupe. Le DSI gère les appels d'offres, l'installation et la mise à jour des logiciels, le développement de solutions « maison », mais aussi la formation, l'accompagnement, le support informatique des utilisateurs à tous les niveaux de l'entreprise.

"À chaque nouveau déploiement, il faut mettre en place une communication pour informer le personnel, gérer la conduite du changement, résoudre les éventuels problèmes techniques, répondre aux interrogations des collaborateurs."

Nous proposons des webinaires, des tutoriels ou des échanges avec les salariés pour expliquer le choix d'un nouveau logiciel, ce qui change, répondre à leurs questions. Cela contribue à la bonne acceptation des évolutions informatiques dans l'entreprise et à la maîtrise des outils pour l'ensemble du personnel, de l'exploitation aux conducteurs", décrit-il.

“Je regarde tout ce qui se fait, y compris en dehors de l'écosystème d'éditeurs dédiés au transport.”

Nicolas Morand gère par exemple la sélection de prestataires pour le remplacement en cours de la télématique des véhicules en raison de l'arrêt prochain de la 2G. Par appel d'offres, il identifie le « bon » prestataire en fonction du besoin de l'entreprise, de la performance de la solution, selon une multitude de critères informatiques, mais aussi du coût.

Le DSI assure également une veille technologique pour identifier les nouveaux outils susceptibles d'améliorer la digitalisation de l'entreprise. *“Je regarde tout ce qui se fait, y compris en dehors de l'écosystème d'éditeurs dédiés au transport, pour ne pas être enfermé dans un carcan et proposer à la direction des nouvelles technologies qu'un transporteur sans DSI ne penserait peut-être pas déployer, mais qui apportent pourtant un vrai plus à l'entreprise”,* commente-t-il. Enfin, Nicolas Morand oriente son équipe dans le développement de solutions internes pour permettre à Lahaye de disposer d'un système d'information sur mesure.

L'enjeu de développer en interne ses propres outils

“Pour un transporteur, disposer d'une direction des systèmes d'information et d'une équipe de développeurs permet de mettre les outils digitaux en parfaite adéquation avec les besoins du métier, mais aussi de réaliser des économies”, estime Nicolas Morand. Depuis son arrivée chez Lahaye, il a par exemple initié le développement d'applications propriétaires pour éviter à l'entreprise des coûts de licence ou d'abonnements mensuels par utilisateur. *“Imaginons 1 000 conducteurs équipés d'une application à 10 € par mois. Si on peut développer nous-mêmes cette application et non plus “l'acheter” à un prestataire tiers, les économies à l'année peuvent vite devenir conséquentes”,* explique le DSI.



Tous les logiciels ne pourront pas faire l'objet de développement en interne, *“à l'image de notre SIRH, qui nécessite des adaptations régulières aux nouvelles réglementations sociales et qui serait trop chronophage à gérer”.* Mais de nombreux logiciels ou applications métiers peuvent en revanche être internalisés, avec certes des coûts de développement, mais au final un budget global inférieur à celui d'une solution sous-traitée.

“Un logiciel maison, dès lors qu'il correspond parfaitement au besoin du transporteur, permet d'améliorer la productivité du personnel plus efficacement qu'une solution packagée du marché. Dès le début d'un projet, nous impliquons les collaborateurs en leur demandant ce dont ils ont besoin. On réalise des maquettes, différentes versions qu'ils testent afin de les améliorer pour, au final, concevoir un outil qui est le leur. C'est un avantage de performance pour l'entreprise, qui impactera également sa meilleure rentabilité.”

Le DSI, gage de l'indépendance informatique de l'entreprise

Disposer d'une direction des systèmes d'information offre au transporteur plus d'indépendance dans le choix de ses outils digitaux. *“Par exemple, en matière de dématérialisation des factures, qui va devenir obligatoire en 2026, de nombreux éditeurs intègrent à leur TMS des plateformes dédiées. Je considère que le rôle du TMS est de gérer le transport, pas la dématérialisation des factures. Il vaut mieux choisir une solution “best of breed” [logiciel ultraspécialisé sur un besoin précis] et l'intégrer soi-même au SI de l'entreprise, afin de disposer du meilleur outil possible et de rester autonome dans le pilotage informatique”,* considère Nicolas Morand.

Selon lui, le rôle du DSI est également de contrôler, voire réduire, le budget informatique de l'entreprise, en faisant jouer la concurrence sur les achats de matériels ou en identifiant précisément le retour sur investissement.

"Le but est de trouver la meilleure solution au meilleur coût, quitte parfois à délaissier certaines parce qu'elles ne rentrent pas dans le budget ou que le ROI n'est pas jugé suffisant. Une alternative peut consister à dénicher de nouveaux fournisseurs qui répondront au besoin, mais à des tarifs inférieurs. Avec ces pratiques, j'ai réussi à étoffer l'équipe informatique en recrutant, tout en compensant le coût de cette masse salariale par les économies réalisées sur les achats informatiques. Internaliser transforme l'informatique en un centre de profit." Voilà pour le présent, mais comment l'avenir du DSI se dessinera-t-il avec l'émergence de l'IA ?

Vers une IA propriétaire



Alors que la technologie accompagnera les exploitants, elle va accentuer la nécessaire maîtrise du système d'information et le choix d'outils pertinents. *"Le principal enjeu de l'IA reste la qualité de la data. Chez Lahaye, l'équipe informatique travaille actuellement sur l'agrégation et le nettoyage des données. C'est une des clés de réussite au déploiement d'IA pertinentes par la suite, qui accompagnera efficacement les exploitants dans la gestion quotidienne"*, affirme Nicolas Morand. L'IA pourra servir à l'optimisation des tournées et du remplissage des camions, à la prévision de la sinistralité, au traitement d'images pour contrôler l'état des camions.

"Actuellement, nous travaillons sur un chatbot pour le support informatique, qui pourra répondre aux questions du personnel. Et nous avons intégré dans Teams un agent IA pour sensibiliser les utilisateurs à la cybersécurité. On peut par exemple lui demander comment choisir un mot de passe fort. Cette IA réalise également des campagnes de sensibilisation, une fois par mois, pour expliquer ce que sont le phishing, les deepfakes, les arnaques au président par exemple." Là encore, à l'aide du DSI, il s'agit de disposer d'une IA adaptée aux différents besoins du groupe Lahaye.

Renaud Chasle

—

Compromis entre taille critique et attentes des chargeurs

Tous les transporteurs n'investiront pas dans un DSI à plein temps. *"Il faut une taille critique, un parc informatique suffisamment important pour justifier le poste. Ce n'est pas le cas, par exemple, pour une entreprise de dix camions et deux personnes à l'exploitation. Cela dépend aussi de la stratégie de l'entreprise, qui peut préférer confier sa digitalisation à des prestataires spécialisés et opter pour des logiciels sur étagère. Dans ce cas, un administrateur sera suffisant. Et le transporteur peut faire appel à un DSI à temps partagé pour guider les choix logiciels ou aider à élaborer les roadmaps. À l'inverse, si la direction veut faire du digital un atout, mettre en place des solutions innovantes et donc développer ses propres outils, le DSI sera indispensable"*, analyse Nicolas Morand.

Selon lui, il faut aussi prendre en compte les attentes de plus en plus fortes des chargeurs en matière de data, les évolutions réglementaires qui touchent au système d'information et l'augmentation continue du risque cyber. En clair, plus l'entreprise se digitalise, plus le rôle d'un DSI devient crucial.

—

Les bons conseils du DSI

- Privilégier les logiciels « maison » plutôt que les solutions packagées du marché.
- Faire jouer la concurrence sur les achats des matériels informatiques et des logiciels.
- Interroger régulièrement les exploitants et conducteurs sur les problèmes techniques.
- Instaurer un plan de communication avec le personnel sur les projets informatiques.
- Réaliser des webinaires et tutoriels de formation aux nouveaux outils digitaux.
- Pour les PME, recruter un DSI à temps partiel pour gérer les appels d'offres, certains déploiements ou la cybersécurité.
- Opérer une veille technologique pour dénicher les meilleurs outils, même à l'extérieur de l'écosystème du TRM.

Transports Fréret (50) : une affaire qui roule depuis trois générations

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'histoire familiale des Transports Fréret, spécialisée dans le frigorifique. Depuis 1966, l'entreprise reste attachée à sa taille humaine, gérée par Denis Fréret et son fils, avec une flotte de 35 véhicules et une clientèle fidèle.

✦ Synthèse IA ✦

29 septembre 2025 Valérie Chrzavzez Stratégie & marchés 0



Depuis plus de 60 ans, trois générations ont fait grandir les Transports Fréret en préservant l'esprit familial. L'entreprise normande continue d'écrire son histoire, portée par la passion du camion et la volonté de rester proche de ses salariés.

L'histoire des Transports Fréret démarre en 1966, lorsque Yves Fréret, alors conducteur routier, et son épouse profitent d'une opportunité pour créer leur entreprise de transport à Lessay (Manche). En 1997, le patriarche prend sa retraite après avoir cédé l'entreprise à ses deux fils, Denis et Norbert, quelques années plus tôt.

Mais ce dernier décide de choisir une autre voie en tant qu'artisan transporteur, lassé par les tracasseries liées au volet social. *"Nous avons de bons contacts avec nos conducteurs, que nous voyons presque tous les jours, mais aujourd'hui, force est de constater que l'entreprise doit s'adapter à leur emploi du temps personnel, ce qui n'était pas le cas auparavant. Ce n'est pas propre au transport, c'est la société dans son ensemble qui a changé"*, explique Denis Fréret.

C'est donc seul aux commandes qu'il poursuit dans la voie tracée par son père : le transport frigorifique. Les camions de l'entreprise acheminent fruits et légumes frais vers Rungis, les plateformes de la grande distribution francilienne ou encore vers l'Est de la France. *"Le primeur, c'est un métier exigeant, souligne-t-il. La météo peut faire varier la demande de 25 % d'un jour à l'autre. Il faut alors trouver rapidement des solutions pour satisfaire nos clients, en mobilisant nos équipes de nuit ou en ayant recours à des sous-traitants."*

Le privilège de choisir ses clients

Au fil du temps, la société s'est un peu diversifiée dans le transport d'autres produits frais, comme les volailles ou les produits laitiers, de manière à répondre, là encore, aux besoins de ses clients. Une activité qui représente 10 % de son chiffre d'affaires, mais que Denis Fréret n'entend pas développer outre mesure.

"Nous n'avons pas vocation à grossir davantage. Car si nous devons nous développer, il faudrait recruter à l'atelier, dans les entrepôts et les bureaux. Nous sommes bien comme nous sommes", avance-t-il.

Question business, le transporteur peut s'octroyer le privilège de choisir ses clients les plus rentables pour veiller à assurer sa rentabilité. Ainsi, lorsqu'il achète des véhicules, il regarde de près leur consommation. « *C'est déterminant dans notre décision d'achat* », insiste-t-il. L'entreprise, qui veille à renouveler régulièrement son parc, a d'ailleurs récemment fait l'acquisition de quatre Actros L 1848 de Mercedes-Benz.

Travailler en famille, un sacré plus

Un achat qui porte à 22 le nombre de PL de la marque à l'étoile, dans leur flotte composée de 35 véhicules. À 61 ans, Denis Fréret conserve la même passion pour les camions qu'à ses débuts. Une passion qu'il partage désormais avec son fils, François, qui l'a rejoint dans l'entreprise. *"Il a toujours été intéressé. Adolescent, il passait déjà ses samedis à la société"*, se souvient le dirigeant.

Sa fille, elle, a choisi une autre voie professionnelle, mais son mari, Fabien Buret, qui était conducteur de véhicules légers, a intégré l'équipe familiale. Aujourd'hui, il gère l'exploitation, tandis que François seconde son père sur les tâches techniques : contrôles, chargements, ramassages... Depuis qu'il a repris l'entreprise, Denis Fréret peut aussi compter sur le soutien de son épouse, Liliane, venue le rejoindre dans la société pour assurer toute la partie administrative : gestion, paie, facturation. *"Travailler en famille est un plus, car cela se passe bien"*, confie le dirigeant. Aujourd'hui âgés de 94 et 92 ans, Yves et son épouse Édith sont heureux de voir leur affaire perdurer et passer de génération en génération.

VC

❄️ Le monde du surgelé Conhexa accentue son ancrage au port de Dunkerque

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de Conhexa, logisticien du froid, qui fête ses 50 ans en inaugurant un entrepôt automatisé au port de Dunkerque. L'entreprise renforce sa position de prestataire global avec stockage, transport, douane et services complémentaires.

✨ Synthèse IA ✨



© Conhexa

Soufflant cette année ses 50 bougies, le logisticien Conhexa renforce son rôle de prestataire global sous température dirigée, via l'inauguration d'un entrepôt frigorifique automatisé dédié aux produits frais.

Fondé en 1975 à Steenvoorde par André Dejonghe sous le nom de Frigo A25 (en écho à l'autoroute qui le dessert), Conhexa s'est progressivement imposé comme un partenaire clé de la logistique sous température dirigée, notamment des surgelés. L'arrivée d'Hilde Dejonghe et de Luc Van Holzaet à la fin des années 1980 a marqué un tournant, avec une série d'investissements qui ont donné au groupe une nouvelle envergure. La construction en 1994 d'un premier entrepôt surgelé sur le port de Dunkerque, puis la création de la filiale Conhexa Transport en 2001, lui ont permis de développer une large palette de services allant du stockage au transport, en passant par les services douaniers et de transit.

Un nouvel entrepôt automatisé

L'actualité du groupe est marquée par la mise en service d'un entrepôt frigorifique automatisé à Loon-Plage (59), au cœur de la zone industrielle portuaire de Dunkerque, conçu pour doubler la capacité de stockage des produits frais. Cette réalisation, qui a nécessité une enveloppe de 25 millions d'euros, traduit l'ambition de Conhexa de se positionner comme un logisticien capable de répondre à l'ensemble des besoins sous température dirigée. Pour Hilde Dejonghe, co-CEO, « *ce jubilé que nous célébrons cette année n'est pas un aboutissement mais un tremplin* », rappelant que l'objectif est de doubler les volumes d'ici cinq à six ans, en cohérence avec les perspectives d'expansion de l'activité du port de Dunkerque.



© Conhexa

Vue aérienne du site de Loon-Plage.

Le surgelé reste le pilier historique de l'activité

Si le frais constitue un axe de diversification et de complémentarité, le surgelé n'en demeure pas moins au cœur de l'identité de Conhexa. Le site de Loon-Plage, construit en 1994 puis étendu en 2017, représente aujourd'hui une capacité de stockage en froid négatif de 20 000 palettes, réparties sur 10 000 m². Chaque jour, entre 500 et 800 palettes transitent par cette plateforme, qui enregistre également entre 60 et 80 mouvements de camions entrants et sortants selon la saison.

À cela s'ajoute le site historique de Steenvoorde, qui conserve un rôle important dans le dispositif, avec une capacité de 11 000 palettes en froid négatif. Ces deux implantations confèrent au groupe une expertise reconnue dans la gestion des flux de produits surgelés et de glaces, un savoir-faire patiemment consolidé au fil des décennies et qui constitue l'ADN même de Conhexa.



© Conhexa

En photo, une zone d'entreposage en froid négatif pour les surgelés et les glaces.

Complémentarité stratégique

En conjuguant désormais un outil de pointe pour le frais et une infrastructure solide pour le surgelé, Conhexa renforce sa position d'acteur intégré de la supply chain alimentaire. L'entreprise familiale, qui emploie 160 collaborateurs et totalise plus de 55 000 emplacements palettes sur ses différents sites, entend capitaliser sur cette complémentarité pour accompagner les besoins de ses clients et consolider son rôle d'acteur supply chain de référence autour du port de Dunkerque.



En photo, Luc Van Holzaet et Hilde Dejonghe, les deux co-CEO de Conhexa, lors de l'inauguration du nouvel entrepôt automatisé, le 11 septembre 2025.



Développement durable : XPO Logistics décroche la médaille d'or EcoVadis

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la distinction obtenue par XPO Logistics : la médaille d'or EcoVadis pour ses pratiques RSE. Le groupe est reconnu pour ses engagements en matière de durabilité, d'achats responsables et de conditions sociales.

✨ Synthèse IA ✨



Pour la deuxième année consécutive, XPO est reconnu pour ses pratiques environnementales, sociales et de gouvernance. Avec un score record de 82/100 attribué EcoVadis, le transporteur-logisticien se classe parmi les 1% des meilleures entreprises de son secteur, ce qui lui vaut une médaille d'or.

Depuis 2019, XPO Logistics Europe a réduit ses émissions de gaz à effet de serre de scope 1 et 2 (produites par l'entreprise) de 20%, dépassant déjà son objectif pour 2030. En 2024, l'entreprise a également réalisé sa première réduction des émissions de scope 3, grâce à des énergies et des carburants plus propres et des initiatives de report modal. - MF

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



« Bloquons tout », vote de confiance :
78,8 % des Français inquiets de la
situation économique, les patrons de la grande
distribution aussi

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'inquiétude croissante des Français et des patrons de la grande distribution face à l'instabilité économique et politique, alimentant la crainte de blocages sociaux et freinant la consommation.

✦ Synthèse IA ✦

Pessimistes, préoccupés par leur situation financière et par le contexte politique incertain, les Français sondés par Appinio pour LSA (l'intégralité du sondage est à retrouver [ici](#)) sont inquiets. Un sentiment partagé par les patrons de la grande distribution alimentaire qui en appellent à la responsabilité politique pour retrouver de la lisibilité et soutenir la consommation.

05 septembre 2025 \ 17h12

Mis à jour 08 Sept. 2025



© bernie_moto@msn.com 886+932316376

Consommation, gouvernement, dette, croissance, blocus, grève, épargne... De nombreuses questions sont sur la table.

Une rentrée à hauts risques. Les nuages s'amoncellent : l'annonce du vote de confiance, l'éventuelle chute du gouvernement Bayrou et une fièvre sociale attendue à partir du 10 septembre entretiennent un climat d'incertitude assez inédit en France. Tombera, tombera pas ? Sondés par Appinio en exclusivité pour LSA entre 30 août et le 4 septembre, les Français sont nombreux à parier sur une chute du gouvernement qu'ils estiment probable à 80 %. La même incertitude plane sur l'ampleur des mouvements sociaux annoncés les 10 et 18 septembre.

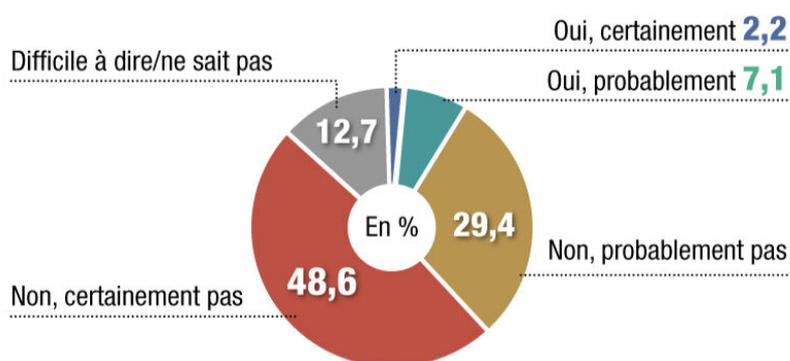
- **78,8 %** des Français sont inquiets de la situation économique du pays (39,2 % très inquiets)
- **68 %** se disent préoccupés par leur situation financière pour la fin de l'année (32,3 % très préoccupés)
- **63 %** estiment que le plan d'austérité aura un impact négatif sur leur vie quotidienne, leur foyer
- **59 %** sont pessimistes ou plutôt pessimistes au moment d'aborder la rentrée
- **50,4 %** anticipent une baisse de leur pouvoir d'achat

Source : sondage Appinio pour LSA

Près de 50 % des sondés ne les croient pas « utiles pour porter leurs revendications », voire « risqués ou contre-productifs » pour 16 % d'entre eux. Mais seulement un tiers (34,2 %) envisagent de faire des achats de précaution. Pour autant, preuve du climat ambiant anxiogène, les Français s'attendent à des désagréments dans leur vie quotidienne. Près de 60 % redoutent des perturbations pour leurs trajets domicile-travail et plus de la moitié (56,5 %) craignent que le mouvement ne s'installe dans la durée.

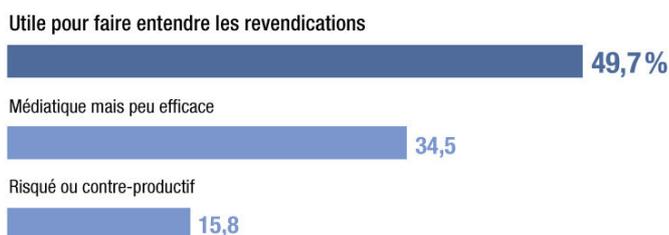
Incertitudes politiques, sociales et... économiques, les trois sont étroitement liées. « *Le pire pour un consommateur, c'est l'inconstance* », a expliqué, fin août, devant un parterre de patrons, le PDG de Carrefour, Alexandre Bompard. « *Les débats sur le budget de l'État, sur de nouvelles taxes, ou encore sur la suppression de deux jours fériés, créent une inquiétude légitime et fragilisent les deux moteurs de la croissance, les entreprises et les ménages* », renchérit Guillaume Darrasse, le patron d'Auchan France et d'Auchan Retail, interrogé par LSA. Car la consommation représente la moitié de la croissance en France. Si elle éternue, c'est l'ensemble de l'économie qui s'enrhume.

Selon vous, le gouvernement de François Bayrou obtiendra-t-il la confiance de l'Assemblée nationale ?



Social: un mouvement utile ?

Que pensez-vous de l'appel au blocage du 10 septembre (« Bloquons tout ») ?



Seulement la moitié des Français considèrent « Bloquons tout » comme un moyen « utile de faire entendre ses revendications ». Un peu plus d'un tiers estiment qu'il s'agit surtout d'un « coup médiatique » sans réelle efficacité.

Source : Sondage Appinio pour LSA

Méthodologie

Extraits du sondage Appinio pour LSA auprès de 1000 Français représentatifs de la population française, réalisé entre le 30 août et le 04 septembre 2025. En plus des résultats de ce volet conjoncturel de l'étude portant sur la rentrée politique et sociale, l'intégralité de l'enquête (une trentaine de questions) portant sur le pouvoir d'achat des Français sera publié lors de la semaine du 15 septembre dans LSA et sur Isa.fr.

De multiples signaux d'alarme

Or le ciel s'assombrit de toutes parts. Michel-Édouard Leclerc, qui a fait sa rentrée médiatique le 1er septembre sur France 2, dénonce « *l'illisibilité* » des effets d'annonce, à la fois des parlementaires et du gouvernement. Adeptes d'un langage familier qui fait mouche auprès des classes « oubliées », le président du comité stratégique des centres E. Leclerc n'y va pas de main morte. « *Faut-il acheter une bagnole, reporter et aller vers l'électrique, refaire son logement ou vont-ils modifier l'isolation thermique ? Il n'y a pas de vision, pas de réponse.* » Il poursuit : « *Ce ne sont pas les financiers qui vont foutre en l'air la croissance et déclasser la France, c'est la consommation qui va tomber en panne.* » Un comble, alors que depuis le début de l'année la machine à consommer, du moins alimentaire, est repartie, après deux ans d'une inflation hors norme (20 % pour les produits alimentaires).

Dans sa dernière livraison, NielsenIQ estime ainsi que les ventes de produits de grande consommation (PGC) frais libre-service (FLS) ont progressé de 2,1 % sur les six premiers mois de l'année. La reprise se traduit aussi en volume (+ 1,6 %), sur fond d'une baisse des prix qui se confirme (- 1,2 %). Pour autant, point de cocorico. En effet, comparé aux autres pays européens, la France arrive en dernière place de la croissance du chiffre d'affaires généré par les PGC à fin juin 2025 (comparé à fin juin 2024), derrière l'Italie (+ 2,7 %) et l'Allemagne (+ 3,4 %) et loin derrière les Grecs (+ 6,9 %) et les Portugais (+ 7,1 %).

Thierry Cotillard, le patron des Mousquetaires, confirme : « *La consommation alimentaire s'est bien portée cet été. Nous avons enregistré des croissances de 2 à 3 %, grâce, notamment, à la canicule. Mais, depuis quinze jours, nous sentons une consommation à l'arrêt.* » Un avis que partage son homologue de Coopérative U, Dominique Schelcher : « *Le contexte n'est pas propice à la consommation. Les gens ont le moral dans les chaussettes.* » Le taux d'épargne à 18,9 % du revenu disponible selon l'Insee atteint des records. Excepté les périodes de confinement liées au Covid, il faut remonter à 1975 pour trouver une proportion supérieure (21,5 %). Entre 2000 et 2019, le taux d'épargne des ménages français était stable, autour de 14,5 % selon les données de la Banque de France. Mais, attention, « *seulement quatre Français sur dix peuvent épargner et les deux tiers ont plus de 65 ans* », rappelle Dominique Schelcher.

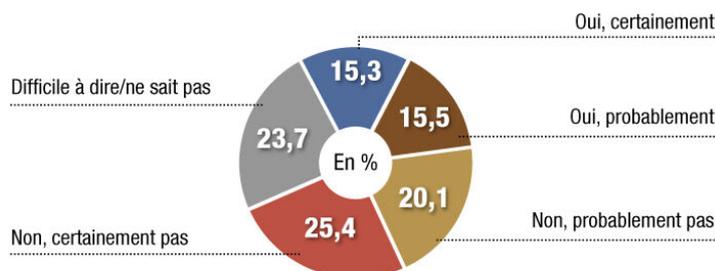
Les ténors de la grande distribution ont bel et bien raison de s'inquiéter. Car le volet conjoncturel de notre grand sondage sur le pouvoir d'achat mené avec l'institut Appinio (qui sera dévoilé intégralement dans notre prochain numéro, le 18 septembre) montre des Français pessimistes (58,7 % l'expriment ouvertement), soucieux de leur situation financière (près d'un tiers sont même très préoccupés) et anticipant une baisse de leur pouvoir d'achat au quatrième trimestre. Si 27,4 % des Français pensent que leur pouvoir d'achat est voué à rester stable, ils sont 50,4 % à anticiper une dégradation, qu'elle soit légère (27,3 %) ou significative (23,1 %). Pis, près de la moitié (47,8 %) annoncent d'ores et déjà vouloir (ou devoir) diminuer leurs dépenses, quand un gros tiers (34,6 %) pensent les maintenir et seulement 3 % les augmenter.

60 % des Français comptent adapter leur consommation

Face aux mesures d'austérité auxquelles ils n'échapperont pas, nouveau gouvernement ou pas, les deux tiers des Français comptent bien « adapter » leur consommation. Croient-ils en l'efficacité d'un plan d'austérité ? Pas vraiment. Selon notre sondage, 40 % le jugent « utile et nécessaire pour relancer l'économie », mais 45 % sont de l'avis contraire et 15 % ne se prononcent pas. Pourtant, une écrasante majorité (78,8 %) se dit préoccupée par la situation économique de la France. À leurs yeux, un nouveau gouvernement ne changera pas grand-chose. 45,5 % jugent qu'il ne ferait pas mieux pour répondre aux préoccupations des Français (pouvoir d'achat, emploi, services publics) contre 30,8 % qui estiment, au contraire, que cela pourrait changer les choses.

Politique : des Français résignés

Si le gouvernement actuel devait être remplacé, pensez-vous qu'un nouveau gouvernement ferait mieux pour répondre aux préoccupations des Français (pouvoir d'achat, emploi, services publics) ?



45,5 % pensent que s'il y a un nouveau gouvernement, il ne ferait pas mieux et 23,7 % sont dans l'expectative en trouvant que c'est « difficile à dire ».

Source : Sondage Appinio pour LSA

Dès lors, que faire ? Faut-il « aller chercher du chiffre d'affaires et de la croissance, la meilleure manière de rembourser une dette », remède préconisé par le docteur Michel-Édouard Leclerc, « utiliser l'argent des riches et créer un fonds souverain pour financer des actifs comme l'hôpital et le logement social », toujours selon le patron des centres E. Leclerc, ou « simplifier et réduire les dépenses de l'État », une idée suggérée par Guillaume Darrasse et Thierry Cotillard ? « Relancer la consommation durablement suppose de redonner confiance à ceux qui ont les moyens de consommer et redonner du travail à ceux qui n'en ont pas assez », estime Guillaume Darrasse. « Notre pays doit redevenir un pays de production, c'est une condition pour rassurer, recréer de la valeur et financer nos politiques sociales. »

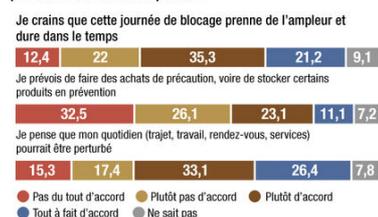
À condition, aussi, de protéger le marché intérieur. Alexandre Bompard et Dominique Schelcher font cause commune contre les plates-formes chinoises, accusées de beaucoup de maux. « 200 millions de colis arrivent chaque année, 600 avions chaque soir en Europe. 95 % ne respectent aucune réglementation, 55 % ont un problème de sécurité. Que fait-on en termes de puissance publique contre ça ? Rien. Il faut absolument faire quelque chose », lance Alexandre Bompard. La Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) l'aurait-elle entendu ? Elle vient d'infliger une amende de 150 millions d'euros à Shein, notamment pour non-respect des règles sur les traceurs (cookies).

Grosse houle ou vraie tempête

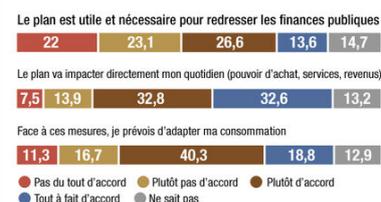
Pour redonner confiance, il faudrait aussi mieux communiquer. Jean-Yves Laffon, directeur général d'Appinio France et Benelux, alerte : « Lorsque l'on interroge les Français sur l'impact que ce plan d'austérité aurait sur leur quotidien, il ressort une inquiétude prédominante concernant la baisse du pouvoir d'achat et l'augmentation du coût de la vie. Ces préoccupations pourraient être exacerbées par un manque de clarté et de compréhension des mesures proposées, soulignant l'importance d'une communication efficace pour atténuer les craintes. »

Économie : un plan d'austérité qui suscite l'angoisse

Pour chacune des affirmations suivantes concernant le blocage du 10 septembre, dans quelle mesure pensez-vous être impacté ?



Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant le plan d'austérité envisagé par le gouvernement Bayrou ?



Les deux tiers des Français craignent que des mesures d'austérité n'impactent directement leur quotidien et 59,1 % prévoient d'adapter leur consommation.

Source : Sondage Appinio pour LSA

Reste une grande inconnue, l'ampleur des mouvements sociaux annoncés. Grosse houle ou vraie tempête ? Actionnaire principal de Picard Surgelés, propriétaire d'une centaine de magasins Franprix et Monoprix et de l'enseigne Stokomani, Moez-Alexandre Zouari redoute l'après-18 septembre. « *Nous sommes déjà passés en mode gestion de crise et nous préparons à un après-10 septembre compliqué, qui s'ajoute à une absence probable de gouvernement après le 8, et pourquoi pas la perspective de nouvelles élections.* » Une crise qui pourrait s'installer.

Magali Picard et Jean-Noël Caussil

Ce qu'ils en disent

« *Une réforme fiscale pour plus de justice sociale se justifie en elle-même. La moitié des Français retraités ou salariés gagnent moins de 1 900 balles par mois. D'où va-t-on leur demander des efforts supplémentaires pour la gestion des comptes publics ?* »

Michel-Édouard Leclerc, président du comité stratégique des centres E. Leclerc

« *En Belgique et au Portugal, où Intermarché est présent, il y a eu aussi des crises et la consommation est repartie. Nous, patrons, avons besoin d'un compromis politique.* »

Thierry Cotillard, président du groupement Les Mousquetaires

« *Le véritable problème, c'est le manque de clarté. Les ménages veulent savoir s'ils peuvent consommer en confiance, les entreprises si elles peuvent investir avec visibilité.* »

Guillaume Darrasse, président d'Auchan France et directeur général d'Auchan Retail

« *Nous avons recréé un esprit récessif. Plus le consommateur vit avec cette inquiétude, plus le risque d'impact économique est fort.* »

Alexandre Bompard, PDG de Carrefour

« *Mis à part quinze jours en juillet où les conditions météo ont pesé négativement, la consommation tient depuis le début de l'année. Bien sûr, les consommateurs font toujours des arbitrages. Ils restent sous contrainte.* »

Dominique Schelcher, PDG de Coopérative U

« *Il est crucial de ne pas affaiblir la consommation. Les acteurs politiques doivent permettre ce retour de la confiance.* »

Yohann Petiot, directeur général de l'Alliance du commerce

E.Leclerc accélère sur le commerce de proximité en centre-ville pour défier Carrefour et Casino

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stratégie d'E.Leclerc qui multiplie ses supérettes Express en centre-ville, défiant Carrefour et Casino avec prix bas et logistique optimisée pour séduire une clientèle urbaine.

✨ Synthèse IA ✨

Jusqu'à présent chasse gardée de Carrefour et de Casino, la proximité suscite des convoitises. À défaut d'opération de croissance externe d'envergure, E. Leclerc accélère en plantant son drapeau dans les centres urbains.

Magali Picard

05 septembre 2025 \ 07h00

6 min. de lecture



© Magali Picard

L'agrandissement en 2024 du magasin E. Leclerc Express d'Amiens a permis de proposer 3 000 références supplémentaires.

Les enjeux

- **Le commerce de proximité reste le créneau le plus porteur** (+ 2,6 % pour le chiffre d'affaires proximité réalisé par les GSA à fin mars 2025 selon Circana), surtout en milieu urbain.
- Ouvrir des supérettes dans le centre des villes permet au numéro un de la grande distribution alimentaire de **couvrir les « zones blanches »** d'où il reste quasiment absent, sauf avec les drives piéton.
- **Les jeunes fréquentent moins les hypermarchés.** Des commerces au cœur des grandes villes permettent de les attirer et de les faire venir demain, qui sait, dans les centres E. Leclerc.

Romain Leclair n'a pas froid aux yeux. Comme tout adhérent chez E. Leclerc, serait-on tenté de dire. Ce fils d'adhérent, qui vient d'accéder au statut en décembre dernier, non content de reprendre l'hypermarché familial, à Rivery, dans la banlieue nord-est d'Amiens, exploite deux drives et s'aventure maintenant dans le centre-ville de la capitale picarde.

En décembre 2024, ce trentenaire dynamique a agrandi le E. Leclerc Express qu'il avait ouvert un an auparavant, en doublant sa superficie, de 189 à 360 m². Objectif : renforcer les produits frais, qui lui manquaient cruellement. À côté de la place Gambetta, à deux pas des lycées et du quartier étudiant Saint-Leu, le petit magasin de proximité ne désemplit pas, sous les yeux du vigile posté à l'entrée. « *Nous voyons défiler 750 à 800 clients par jour, se félicite Romain Leclair. Rapporté au mètre carré, c'est plus que mon hypermarché !* »

Sur une aussi petite surface, le magasin propose une offre riche de 9 500 références, soit 3 000 de plus qu'avant l'agrandissement. Présentes massivement, les gammes de marques propres Repère et celle des premiers prix Eco+, ainsi que des articles de dépannage pour le non-alimentaire, mais aussi des fruits et légumes, une cave avec des bouteilles au frais pour l'apéro, du poisson sous vide... C'est sur les produits frais que Romain Leclair compte s'améliorer. « *Nous avons préféré favoriser le nombre de références plutôt que le snacking, mais il reste des pistes pour proposer une offre plus solide en viande, poisson, traiteur...* », énumère l'adhérent.

Rude concurrence

Dans le centre d'Amiens, la concurrence devient rude. Carrefour règne avec pas moins d'une quinzaine de magasins, dont plusieurs de proximité. À 200 mètres de la supérette de Romain Leclair se trouvent deux Carrefour, City et Market. Et en septembre est annoncée l'arrivée d'Intermarché Express en face de la gare. Car Carrefour et Casino ne sont pas les seuls à lorgner du côté de la proximité.

Devant la croissance en berne des grands formats, le créneau fait partie des derniers, aux côtés de l'e-commerce, à afficher une part de marché et des ventes en hausse. D'où l'intérêt grandissant que lui porte le numéro un de la grande distribution alimentaire française. « *Nous sommes tout aussi légitimes que Carrefour pour aller chercher de la part de marché en centre-ville*, analyse Romain Leclair. *Avec E. Leclerc Express, nous allons gagner un chiffre d'affaires qui ne vient pas naturellement à nous. Et ces clients-là seront peut-être les clients de demain de l'hypermarché.* »

« La proximité, ce n'est pas que du chiffre d'affaires additionnel, cela nous permet de capter une clientèle qui n'entrait pas dans nos magasins auparavant. »

Romain Leclair, adhérent E. Leclerc à Amiens, un hypermarché, deux drives, et un Express en centre-ville

Petit retour en arrière. L'enseigne E. Leclerc Express n'est pas vraiment nouvelle. Créée il y a quinze ans, elle a connu quelques « tâtonnements » comme le reconnaissait Michel-Édouard Leclerc auprès de LSA en mars dernier. Le président du comité stratégique expliquait alors comment l'adhérent contracte un engagement de prix bas, « *le moins cher sur sa zone, et peut ensuite se rapprocher de différentes clientèles, en mode multiformat ou multicanal* ». « *Il peut jouer sur toutes les touches du piano et piloter son offre, depuis le site internet national jusqu'à la livraison à domicile en passant par toutes les déclinaisons du drive.* »

Interrogé par LSA, mais sous couvert d'anonymat, un adhérent du nord de la France renchérit : « *Chaque adhérent est responsable de sa croissance. Le mouvement E. Leclerc est structuré pour accueillir un débouché de plus.* » Avant-hier, le drive, que l'enseigne bleu et orange domine largement avec 50 % de part de marché ; hier, le non-alimentaire, qui pèse 17 % du CA total de l'indépendant ; aujourd'hui, la proximité, dernière arme pour couvrir les fameuses zones blanches d'où E. Leclerc reste absent ?

Les chiffres

- 112 E. Leclerc Express
- 132 drives piéton
- 30 relais mobiles
- 554 M € : le chiffre d'affaires estimé pour E. Leclerc Express

Source : E.Leclerc/LSA

- 361m² : la surface du magasin E. Leclerc Express d'Amiens
- 2 décembre 2024 : la date d'ouverture 2,4 M € de chiffre d'affaires en 2025

- 9 500 références
- 30 € de panier moyen

Source : entreprise

- 750 à 800 clients visitent chaque jour le magasin E. Leclerc Express d'Amiens

Tenir la promesse des prix bas

Le nouveau cap vers la proximité a été lancé en toute discrétion, il y a trois ans, dans le Sud-Est, à Draguignan (83) précisément. Ce n'est pas un hasard : l'adhérent responsable du chantier chez E. Leclerc n'est autre que Philippe Lelaure, président de la centrale régionale Lecasud et adhérent à Nice Saint-Isidore. Dans cette petite ville du Var, Loïc Faraco, qui possède un hypermarché à une trentaine de kilomètres de là, au Luc, a ouvert un E. Leclerc Express dans une rue piétonne, à deux pas de la mairie. Sur 270 m², il propose un record de... 9 000 références.

Approvisionné directement par Lecasud, le magasin « *tourne bien* », affirme Loïc Faraco, peu disert. « *Le panier moyen tourne autour de 10 euros. En plantant le drapeau E. Leclerc en centre-ville, nous touchons des gens qui rechignent à se déplacer en hypers.* » Avec des prix E. Leclerc, pourrait-on ajouter. Car c'est bien là que le champion des prix bas compte faire la différence avec ses concurrents. « *Nous sommes 15 à 20 % moins cher qu'Intermarché Express, 25 % moins cher qu'Utile (Coopérative U, NDLR) et 35 % moins cher que Spar (Casino NDLR)* », affirme l'adhérent varois.

Dès lors, comment tenir cette promesse de prix bas alors que les coûts d'exploitation d'une supérette de proximité n'ont rien à voir avec ceux d'une grande surface ? Cédric Ducrocq n'y croit pas. Pour le fondateur du cabinet Diamart, « *il est impossible de maintenir les prix de l'hypermarché en proximité avec les charges inhérentes à ce type de magasin. L'adhérent déporte les frais du magasin de proximité sur l'hypermarché, notamment les coûts salariaux* ». Une forme de péréquation, l'un des basiques de la grande distribution. Pas faux. « *La proximité est gérée comme un rayon supplémentaire de l'hypermarché* », reconnaît un adhérent qui exploite deux Express. Pour Romain Leclair et Loïc Faraco, « *les volumes et les flux font le reste* »... et, oublient-ils de dire, la compression des marges, chaque adhérent étant totalement maître dans ce domaine.

Élargir son spectre

Gérés comme une extension du drive, les tests E. Leclerc Express qui concernent une centaine de magasins aujourd'hui, donnent des résultats probants, aux dires des adhérents. À Amiens, Romain Leclair emploie six salariés, tous issus de son hypermarché voisin, sans pour autant réduire les frais de personnel, qui représentent 12 % du chiffre d'affaires. L'ouverture de la supérette lui a permis de redynamiser le drive qui lui est accolé.

« *L'adhérent fait un raisonnement global, explique David Pruvot, professeur de marketing à l'IUT d'Amiens. Grâce à ses deux drives, son hypermarché et maintenant une supérette, il élargit son spectre.* » La semaine de la réouverture du E. Leclerc Express agrandi, en décembre dernier, le nombre de commandes sur le drive a doublé. Avec des prix 25 à 30 % moins chers que Carrefour City, Romain Leclair espère bien conquérir un maximum de clients. D'ici à la fin de l'année, il devrait réaliser 2,4 millions d'euros de chiffre d'affaires, devançant ainsi ses objectifs.

Et à l'échelle nationale ? Le mouvement présidé par Michel-Édouard Leclerc ressort quelque peu déconfit des récentes opérations de concentration. Il a juste réussi à mettre la main sur les 12 magasins du belge Colruyt, seulement après que Thierry Cotillard, le patron des Mousquetaires (Intermarché) a fait ses emplettes. Deviendront-ils des Express ? La rapidité et l'agilité de ces 550 adhérents biberonnés au pouvoir d'achat et à la conquête de parts de marché pourraient bien faire le reste. « *Tout comme le drive, chaque hyper peut avoir deux Express qui font jusqu'à 500 m² et jusqu'à 1 000 m² parfois* », assure un adhérent du sud-ouest de la France. À raison d'un chiffre d'affaires moyen de 5 à 6 millions d'euros et d'un maximum de deux magasins par adhérent, le potentiel pourrait atteindre 1 200 magasins pour un chiffre d'affaires de 6 à 7 milliards d'euros. Un joli relais de croissance.

Les moyens

- **Les petites superficies**, moins de 400 m², permettent de se passer de demander une autorisation d'ouverture devant la Commission départementale d'aménagement commercial (CDAC). Depuis son explosion dans le drive où il détient la moitié du marché, le mouvement E. Leclerc est organisé pour accueillir un relais de croissance de plus. **Il dispose de la capacité logistique** (11 entrepôts automatisés dans ses bases régionales sur un total de 16) acquise avec le drive et de la puissance des hypermarchés.
- **C'est aussi une manière de combler son retard en matière de croissance externe.** Dans le grand mercato actuel de magasins, E Leclerc doit se contenter de la reprise de 12 magasins Colruyt, un maigre lot de consolation.

Les limites

- **Il est difficile de tenir la promesse des prix bas en centre-ville** alors que les coûts d'exploitation inhérents à l'emplacement (loyers notamment) sont forcément plus élevés qu'en périphérie.
- **Pour supporter ces coûts, il faut nécessairement compenser par des volumes de ventes importants et par un mix produits** davantage favorable aux marques de distributeurs, génératrices de marges.

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite d'une filière œufs en pleine mutation : forte demande (+4 %/an, 7 Mds d'unités), transition vers modes alternatifs, investissements massifs et innovations de marques. Entre tensions d'approvisionnement, grippe aviaire et ovosexage, le secteur cherche un équilibre durable.

✨ Synthèse IA ✨

Protéines abordables plébiscitées par les consommateurs, les œufs poursuivent leur mutation vers des alternatives plus responsables, tout en répondant à une demande toujours plus forte. Mais le chemin reste semé d'embûches.

Sylvie Lavabre

08 septembre 2025 \ 19h00

4 min. de lecture



© Anna Prosekova / Pixabay

Près de 7 milliards d'œufs vendus cette année, selon Circana (CAM à P5 2025, tous circuits GMS).

Avec une croissance annuelle en volume de 4 % depuis 2023 et près de 7 milliards d'œufs vendus cette année, selon Circana (CAM à P5 2025, tous circuits GMS), la filière s'organise face à une demande soutenue. « *Le marché est très dynamique. Les consommateurs recherchent cette protéine accessible, à la fois gourmande et saine, que l'on peut consommer à tout moment et dont l'empreinte carbone reste maîtrisée, malgré les tensions internationales liées à la grippe aviaire* », constate Malou Daubercies, cheffe de produits chez L'Œuf de nos villages.

Avec des commandes de distributeurs doublées, voire triplées en 2025, les ruptures en rayon au premier semestre ont accéléré le déploiement d'un plan filière ambitieux, incluant la construction de poulaillers pour garantir l'approvisionnement. « *En cinq ans, la filière a fourni 1 milliard d'œufs supplémentaires* », indique Camille Jung, directrice marketing et commerciale de L'Œuf.

Chez LDC (Matines, Loué), une trentaine de nouveaux éleveurs seront installés dans le cadre des 300 bâtiments prévus par le plan de filière. « *L'enjeu est de capter et de mettre en place la production qui accompagne la croissance de la consommation des œufs de table* », souligne Benoît Geslin, président des Œufs Geslin, qui opère sous sa marque et en MDD sur les œufs de table (25 % de son activité).

Les chiffres

- + 2,6 % : l'évolution du CA des œufs, à **1,85 Mrd €**

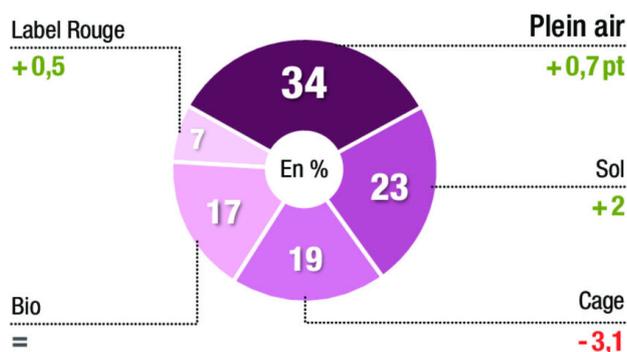
- + 4 % : l'évolution des ventes en volume, à **6,7 milliards d'œufs** 226 œufs
- 226 œufs consommés par habitant en 2024

Source : CNPO

Source : Circana, CAM à P5 2025, tous circuits GMS

Tous les modes d'élevage progressent à l'exception de la cage

Poids en volume des différents types d'élevage d'œufs de poule, en %, et évolution, en pts



Source : Circana, CAD à P5 2025, tous circuits

Moins de capacités de production

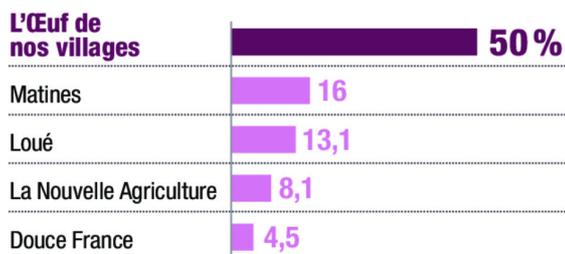
Pour les acteurs de la filière, le défi est de réussir une transition sécurisée vers les modes alternatifs, sachant que le risque d'épizootie est présent. « Nous perdons environ 20 % de capacité d'élevage avec ces nouveaux modes, explique Benoît Geslin. En amont, nous accompagnons nos 51 éleveurs partenaires, qui doivent investir dans ces modes, notamment en améliorant la contractualisation. » « Nous avons une démarche d'excellence opérationnelle à travers la digitalisation des équipements, la lutte contre le gaspillage ou l'amélioration des conditions de travail, ajoute Jérôme Mottais, directeur général opérationnel des Œufs Geslin. Nous avons aussi beaucoup recruté et investi dans la formation. »

En 2024, ce gros acteur régional a mis 3,5 millions d'euros dans les outils de production et prévoit une enveloppe de plus de 19 millions entre 2025 et 2028, notamment pour l'aménagement d'un nouvel outil de conditionnement, la création d'un centre de tri et la construction d'un centre de lavage des emballages réutilisables.

« D'ici à fin 2025, nous ne proposerons plus d'œufs de cage, assure Malou Daubercies. Pour répondre aux tensions du marché, nous devons pérenniser l'offre en construisant des bâtiments, en consolidant les contrats avec les éleveurs et en recrutant pour compenser les départs à la retraite. Et des projets de décarbonation sont engagés à l'horizon 2030. » En parallèle, les professionnels appellent les acteurs de la GMS à adapter l'offre en rayon en augmentant l'espace consacré aux œufs.

L'Œuf de nos villages pèse la moitié des volumes hors MDD

Part de marché en volume des principales marques nationales d'œufs de poule (hors MDD), en %



Source : Circana, origine fabricants, CAM à P5 2025, tous circuits hors hard discount

Tensions sur l'ovosexage

Si les acteurs de la filière travaillent main dans la main, les prises de bec s'intensifient. L'importation ponctuelle d'œufs polonais ou ukrainiens chez Lidl ou Carrefour pour éviter les ruptures ne passe pas chez les éleveurs français. De son côté, la grande distribution n'a pas digéré les modalités de financement de l'ovosexage, comme l'illustre son départ le 8 juillet du Comité national pour la promotion de l'œuf (CNPO), officiellement pour des raisons de gouvernance et une perte de représentativité de la GMS.

Entre marques, la concurrence s'intensifie. L'Œuf de nos villages, organisé en coopérative, mise sur son ancrage régional pour valoriser sa gamme phare, Parole d'éleveurs. « *Nous l'illustrons sur les packagings avec les photos des éleveurs et une quinzaine de déclinaisons régionales* », souligne Malou Daubercies. La marque propose aussi Terroir d'éleveurs, une gamme d'œufs au sol à gros calibre. « *Nous cherchons à offrir de la générosité sur toutes nos références, notamment sur notre bio, Nos Œufs bio d'ici, qui repose sur six filières locales, avec une carte de France sur les emballages, poursuit la cheffe de produit. C'est notre meilleure performance en bio.* »

Autre nouveauté : la sortie en avril d'une gamme Lustucru, dont la coopérative a repris la franchise. Elle bénéficiera d'un plan de communication aligné sur l'univers graphique de la marque : damier iconique, visibilité en magasin et réseaux sociaux. « *Nous allons nous appuyer sur les temps forts pour dynamiser nos marques* », annonce Camille Jung, de L'Œuf (LDC), qui possède aussi la licence C'est qui le patron ?! pour les œufs.

Matines célébrera ainsi ses 40 ans avec un pack spécial, un jeu concours et de la convivialité. Loué, de son côté, clôturera l'année avec des actions pour la biodiversité (implantation de ruches, reboisement). Par ailleurs, Cocorette – marque d'Œufs Nord Europe, filiale du groupe coopératif Noriap – se réinvente avec une nouvelle identité inspirée du motif pied-de-poule, clin d'œil à l'univers culinaire, et des emballages valorisant ses éleveurs.

Sa nouvelle signature, *Fiers de nos poulaillers depuis 1983*, affirme son attachement à un modèle exigeant. Le logo, revisité avec un point d'exclamation, incarne une démarche assumée. Quant au site (www.cocorette.com), il propose une navigation plus fluide et met en avant les engagements de la marque ainsi que les éleveurs partenaires. Ces derniers sont les véritables artisans d'une transformation qui allie responsabilité et performance, assurant l'avenir des œufs français dans un marché en pleine mutation.

Identité

Cocorette (Œufs Nord Europe) renouvelle son image avec un nouveau logo, des packagings repensés et un site enrichi.



Anniversaire

Matines célèbre les 40 ans de la marque avec un pack spécifique à l'occasion de ce temps fort.



Nouvelle marque

L'Œuf de nos villages lance une nouvelle gamme sur les segments sol et plein air en calibre gros (4 et 12) sous la marque Lustucru.



Biodiversité

À travers les emballages, la marque Loué met en avant ses actions en faveur de la biodiversité (implantation de ruches, reboisement).



Équitable

Les œufs équitables bio plein air et sans OMG de C'est qui le patron ?! rémunèrent les éleveurs au prix juste.



Gros calibre

La coopérative L'Œuf de nos villages propose Terroir d'éleveurs, une gamme d'œufs au sol à gros calibre.





Distribution bio : Accord Bio poursuit son maillage en France

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du développement d'Accord Bio, réseau coopératif qui fédère désormais 247 magasins. Son modèle décentralisé vise à démocratiser le bio, avec un objectif de 250 points de vente fin 2025.

✨ Synthèse IA ✨

Le groupement indépendant poursuit son maillage du territoire avec 7 nouveaux points de vente, misant sur un modèle décentralisé et solidaire dans un contexte de marché sous pression.

Sylvie Lavabre

11 septembre 2025 \ 09h02



© Accord bio

Le réseau Accord bio a intégré 7 nouveaux indépendants au mois d'août.

Alors que la distribution bio traverse une période de turbulences, entre contraction du marché et interrogations sur son avenir, Accord Bio affiche une belle dynamique de croissance. Le groupement annonce avoir atteint 247 magasins indépendants en France, dont 7 nouveaux adhérents intégrés en août. Particularité majeure : aucune centrale d'achats et une structuration en réseau souple, fondée sur la mutualisation et la proximité. «*Ce n'est pas le bio qui est mort, c'est un certain modèle du bio*», affirme Eric Natali, président d'Accord Bio.

Un modèle coopératif qui séduit les indépendants

Lancé comme une alternative aux franchises et aux réseaux intégrés, Accord Bio repose sur un socle commun de valeurs : autonomie locale, entraide et outils mutualisés (référencement fournisseurs, communication, accompagnement). Une structure qui séduit des commerçants bio qui souhaitent conserver leur indépendance, dans un secteur où les marges sont sous pression et la fidélité des consommateurs à reconquérir. Avec une cible de 250 magasins d'ici fin 2025, l'objectif est en passe d'être atteint. Les nouvelles ouvertures se répartissent dans le Puy-de-Dôme, le Rhône, le Gers, le Tarn et à Paris 14.

Proposer du bio à prix correct

Malgré un recul du bio en GMS et une baisse des soutiens publics, la demande des consommateurs reste présente : 54 % des Français achètent bio au moins une fois par mois (source : Agence Bio), et 70 % continuent d'associer le bio à un bénéfice santé. Pour Accord Bio, il s'agit donc de proposer une bio plus pragmatique, ancrée localement et accessible, sans perdre son exigence. Le groupement travaille notamment sur des solutions vrac et zéro déchet, des partenariats renforcés avec les producteurs locaux, et un accompagnement économique solidaire pour ses adhérents.

Franprix, Carrefour... Le snacking, nouvelle arme du commerce de proximité face aux boulangeries et aux restaurants

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du boom du snacking, adopté par Franprix, Carrefour et Casino pour rivaliser avec boulangeries et restauration rapide. Ces offres deviennent un levier clé pour attirer la clientèle du midi.

✨ Synthèse IA ✨

SPÉCIAL PROXI. Longtemps cantonné au sandwich triangle, le snacking est devenu un levier stratégique pour la proximité. Les grandes enseignes veulent défier les acteurs historiques du secteur, boulangeries et restaurateurs en tête.

Nicolas Monier

15 septembre 2025 \ 09h00

3 min. de lecture



© LAETITIA DUARTE

Le concept La Cantine de Monoprix, inauguré début avril à Beaugrenelle (photo), vient d'ouvrir sa quatrième et plus grosse unité aux Halles, à Paris.

Un marché de 72,2 milliards d'euros. C'est, selon Bernard Boutboul, président de Gira, le poids colossal du snacking dans l'alimentation hors domicile, soit plus de la moitié du marché total de la restauration. Si la boulangerie reste le leader historique du déjeuner des actifs, la grande distribution, en particulier les enseignes de proximité, s'est hissée au rang de challenger. « À elles deux, GMS et boulangerie représentent déjà 50 % du marché du midi-semaine », résume-t-il.

La tendance n'est pas nouvelle, mais elle s'est nettement accélérée après la période Covid et dans un contexte inflationniste. Selon François Blouin, fondateur de Food Service Vision, « *la bataille du midi-semaine est totalement relancée. Les enseignes de proximité, qui avaient connu un creux après 2019, réinvestissent très activement ce créneau, avec une logique de fréquentation et de panier marginal* ».

C'est dans ce contexte que, depuis un an, Casino a décidé d'accélérer. Philippe Palazzi, directeur général du groupe, vise, d'ici à dix ans, entre 4 et 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires supplémentaire via les enseignes Franprix, Monoprix et toute la proximité. Très en avance sur ses concurrents, le groupe a inauguré, il y a quelques mois, dans le quartier Beaugrenelle, au sein de son magasin pilote Monoprix, un nouveau concept de restauration, baptisé La Cantine. De même, Casino teste aussi La Cantinerie by Franprix, un concept 100 % snacking. Bar à salades, fruits, plats à emporter, le tout dans un décor soigné.

Il faut aller vite. Car dans un marché tendu par l'inflation, la restauration rapide a déclenché les hostilités fin 2023. McDonald's, avec son menu à 5 € a été suivi par Burger King, KFC et consorts. Mais la GMS dispose d'un avantage : « *Elle a la surface, les centrales, elle peut donc s'aligner sans réinvestir lourdement* », souligne Bernard Boutboul. Mais il alerte : « *Ce genre d'offre est très exposée. Si le taux de prise dépasse 30 %, on dégrade la marge.* »

Le titre-restaurant, désormais utilisé comme un chèque alimentaire plus que comme un bon pour déjeuner assis, accentue encore la bascule. Chez Carrefour, Benoit Soury, directeur de la proximité, ne s'en cache pas : « *Nos magasins de proximité sont devenus le premier lieu d'achat et de consommation de la restauration hors domicile.* » Mais pour convaincre au-delà du prix, les enseignes doivent s'attaquer à un point faible structurel : la perception de qualité. « *Le consommateur n'est pas dupe. Il sait très bien que le sandwich triangle ou la salade en barquette n'ont pas été préparés il y a deux heures comme à la boulangerie* », rappelle Bernard Boutboul.

Vaincre l'obstacle culturel

Même constat pour François Blouin, qui insiste sur « *la nécessité de réenchanter l'offre* ». Cela passe par des signatures visibles, comme le partenariat tout récent signé entre Carrefour et le coffee shop Columbus. Une offre taillée spécialement pour la gare RER de Châtelet-les-Halles à Paris. Pour Food Service Vision, la clé réside dans « *l'introduction de produits-services* », à l'image de corners traiteur ou de découpes sur place. « *Le snacking froid, industriel, ne peut pas être l'unique réponse. Il faut recréer des marqueurs de fraîcheur, de fait-main, de gourmandise* », précise François Blouin.

Selon lui, l'inspiration pourrait venir de l'étranger. « *Les convenience stores asiatiques sont très en avance sur cette logique de multiservice. Ils mêlent repas chaud, vrac, boissons fraîches, et même plats cuisinés à emporter.* » En France, l'exemple Feuillette dans la boulangerie est cité comme un modèle de merchandising émotionnel appliqué à la restauration rapide.

« Nos magasins de proximité sont devenus le premier lieu d'achat et de consommation de la restauration hors domicile. »

Benoit Soury, directeur du bio et de la proxi chez Carrefour France

« *Rien n'empêche certaines enseignes de proximité d'aller dans cette direction. Mais l'obstacle reste culturel. Le distributeur raisonne en rotation au mètre carré, là où le restaurateur pense en valeur perçue*, explique Bernard Boutboul. *Aujourd'hui, les GMS ont la capacité d'attirer grâce à un burger à 2,80 €, mais elles doivent encore convaincre sur la qualité. Il y a un vrai travail de montée en gamme sans sacrifier la marge.* » D'autant que le différentiel de coût entre un menu industriel sous atmosphère et une préparation artisanale reste immense.

Mais la mutation est lente. « *La GMS reste timide parce que ce n'est pas son métier. Elle ne sait pas faire du fait-maison, elle ne veut pas se lancer dans la restauration avec des équipes spécifiques, des labos, des contraintes sanitaires* », poursuit Bernard Boutboul. Et pourtant, selon lui, « *ce serait la bonne stratégie : déléguer à des restaurateurs en concession ce que la distribution ne maîtrise pas* ». Une manière d'hybrider sans dénaturer le cœur du modèle. Pour François Blouin, « *il ne faut pas rêver de faire du restaurant, mais il faut savoir s'en inspirer* ». Si la proxi parvient à dépasser cette contradiction, elle pourrait imposer un nouveau standard : prix bas, accessibilité, diversité et une pincée de fraîcheur émotionnelle.



Pouvoir d'achat : 73,7% des Français ont reporté de grosses dépenses, l'inquiétude grandit selon un sondage exclusif

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du recul des dépenses des ménages, 73,7 % ayant différé leurs achats importants. L'inflation et les incertitudes politiques nourrissent un pessimisme croissant.

✨ Synthèse IA ✨

Alors que quelques signaux positifs se faisaient jour, patatras... Notre sondage exclusif, réalisé par Appinio pour LSA, révèle que la montée des incertitudes politiques et conjoncturelles vient mettre fin à une timide amélioration du moral et du pouvoir d'achat des Français. C'est la rechute, et elle est brutale.

Jean-Noël Caussil

17 septembre 2025 \ 07h00

5 min. de lecture



Près des trois quarts des Français (73,7 %) indiquent avoir reporté des dépenses.

C'est l'histoire d'un malade qui sort tout juste de l'hôpital. Il est affaibli, encore, mais soulagé à l'idée de pouvoir respirer un peu en posant enfin le pied dehors. Las, patatras. Son pied, justement, le trahit. Il glisse sur le trottoir, et c'est tout de suite machine arrière.

Retour à l'hôpital, retour au bloc, retour au temps, tout sauf glorieux, des grandes incertitudes... Eh bien ce malade ressemble à la France. L'allégorie vaut ce qu'elle vaut mais, à ausculter les résultats du sondage exclusif, réalisé par Appinio pour LSA sur « Les Français et le pouvoir d'achat », le phénomène est net. Pour la cinquième vague de cette étude lancée début 2022, juste avant le déclenchement de la guerre en Ukraine – [consultable en intégralité en cliquant ici](#) –, il y avait pourtant du mieux.

Légère détente sur l'énergie et les carburants

Interrogées entre le 30 août et le 4 septembre, les 1 000 personnes sondées par Appinio, représentatives de la population française, semblaient aborder la rentrée de septembre avec un optimisme timide, portées par une légère amélioration ressentie, après plusieurs années de recul, sur le front du pouvoir d'achat, des prix et de leur situation économique personnelle. Un peu moins de Français trouvent leurs fins de mois compliquées, et certains postes de dépenses, notamment l'énergie et les carburants, sont jugés moins critiques qu'en 2024.

Mais tout cela appartient déjà au passé, alors même qu'on en fait à peine le constat... Ce fragile équilibre vacille en effet brutalement, du fait d'un climat politique et d'une conjoncture marqués par de nouveaux tâtonnements. En dynamique, l'inquiétude générale repart à la hausse, et le sujet du pouvoir d'achat redevient central dans les préoccupations du quotidien. Plusieurs indicateurs montrent ainsi une poussée des interrogations sur la stabilité des prix.

Pour 62,7 % des Français, c'est sûr, les étiquettes vont valser à la hausse pour les produits de grande consommation (PGC), soit 11,8 % de plus qu'un an plus tôt ! Et c'est alors la grande bascule en arrière, la morosité qui accable à nouveau et fait ployer les épaules. « *En première intention, les résultats de notre grand sondage Appinio pour LSA laissent apparaître un léger mieux, avec de petites tendances à l'amélioration, déjà observées en 2024, qui se confirment. Mais, en seconde intention, c'est bien un grand retour en arrière qui se profile, avec un pessimisme qui repart à la hausse et des craintes sur le pouvoir d'achat plus fortes* », analyse Émilie Dumas, directrice des études France chez Appinio.

Au bord de la crise de nerfs

Préoccupés à titre personnel, préoccupés pour leurs finances... préoccupés pour la France : les Français apparaissent accablés, lassés, et comme au bord de la crise de nerfs. Si l'on osait pousser la métaphore, alors c'est un peu le syndrome du poulet sans tête. Et la tête, évidemment, est à chercher quelque part à Paris, entre Hôtel Matignon, Palais Bourbon et Élysée.

Le nouveau gouvernement fera-t-il mieux que le ou les précédents ? Oui, jugeaient 30,8 % des Français, avant même qu'il ne soit connu. Mais 45,5 % pensent le contraire et 23,7 % estiment que c'est là, décidément, une question bien difficile à trancher. Ce panachage assez équilibré entre trois grands blocs disparates est en soi intéressant. Il dit tout des incertitudes et des craintes qui planent sur le pays.

73,7 % des Français affirment avoir reporté certaines grosses dépenses cette année en raison de l'inflation (-1,8 pt vs 2024), dont :

- Vacances : 54% (+ 1 pt vs 2024)
- Achats électroménagers : 37% (- 1 pt)
- Achat d'un véhicule : 36% (+ 3 pts)
- Travaux de rénovation/ d'aménagement : 35% (- 1 pt)
- Achat d'équipement électronique : 33% (- 1 pt)
- Santé : 31% (- 1 pt)
- Achat d'un logement : 9 % (-4 pts)

La peur de tomber

Comment, alors, s'étonner de toutes ces réactions défensives mises en place par les consommateurs ? Comment ne pas comprendre que le sport national soit devenu l'épargne, dont le taux flirte désormais avec les 19 % ? Enfin l'épargne... Pour ceux qui le peuvent, évidemment, car notre sondage révèle que les fins de mois sont compliquées pour 52,3 % des Français (+ 15,4 points par rapport à 2022) et qu'il est de plus en plus difficile de mettre de l'argent de côté pour 64,5 % d'entre eux (+ 17,4 points en trois ans).

Les données de l'Insee corroborent ces dires. Le résultat de sa dernière étude sur le niveau de vie des Français, parue à l'été 2025, mais portant sur des données de 2023, est sans appel : près de 10 millions de Français vivent sous le seuil de pauvreté. 650 000 personnes de plus qu'en 2022, ce qui fait grimper le taux de pauvreté à 15,4 % en 2023. Un record depuis le lancement de l'indicateur annuel de l'Insee, en 1996.

Alors, bien sûr, tout le monde n'est pas pauvre, et quelques-uns sont riches, très riches, de plus en plus riches même, comme le démontre chaque année le classement des plus grandes fortunes de France, établi par le magazine Challenges. Mais, plus révélateur encore que les inégalités qui se creusent – les 500 plus grandes fortunes du pays représentent aujourd'hui plus de 40 % du PIB du pays, contre 6 % en 1996 –, il y a cet autre constat, mis en lumière par un baromètre du Secours populaire paru le 11 septembre : plus d'un Français sur deux (57 %) affirme connaître une personne vivant dans la pauvreté.

C'est alors une petite voix alarmante qui infuse les esprits. « 34 % des Français estiment le risque important de basculer dans la précarité dans les prochains mois, quand 59 % des personnes interrogées déclarent craindre de ne pas pouvoir faire face à un imprévu », relève le Secours populaire.

Vigilance et débrouille

Dans notre sondage Appinio cela se traduit aussi très nettement : près des trois quarts des Français (73,7 %) indiquent avoir reporté des dépenses. Et pour le reste, quand il faut se nourrir, par exemple, alors l'attention au prix est maximale : 86,6 % des Français y accordent une importance prioritaire, une proportion en hausse de 3,2 points en un an.

On pourrait dire que privilégier « l'achat malin » n'a rien de préjudiciable. Mais pour affronter cette situation qui se tend, 39 % des Français disent faire l'impasse sur la qualité des produits qu'ils achètent (+ 0,8 point) – c'est beaucoup ! La proportion de ceux qui déclarent faire attention à l'impact de leurs achats sur la planète est aussi en baisse de 4,1 points, à 42 %, et de 1,5 point pour ceux qui se disent sensibles à l'impact sur l'économie française (46,5 %). Preuve que confrontées aux difficultés du quotidien, les belles promesses ont du mal à se maintenir.

En revanche, le système D a de beaux jours devant lui. Cela commence par le fait d'aller plus souvent dans des magasins discount (+ 3,4 points, 22,1 %) ou d'acheter plus de produits en fin de vie (+ 2 points, 19,2 %). Et ça continue avec le recours grandissant à la seconde main, à la réparation ou à la location. En deux ans, la proportion de Français qui se déclarent prêts à utiliser la location dans les six prochains mois est passée de 53 % à 60 %. Ils sont aussi 13 % de plus à s'intéresser à la réparation (27,6 %) et 15 % en plus à vouloir essayer la seconde main (38,8 %). Un simple pansement sur la plaie ou un début de remède ?

Des points de crispation qui reviennent

- **45,5% des Français** jugent qu'un nouveau gouvernement ne ferait pas mieux pour répondre à leurs préoccupations (pouvoir d'achat, emploi, services publics)
- **68,3 % des Français** se disent très préoccupés ou assez préoccupés par leur situation financière pour la fin de l'année 2025, à - 0,4 pt vs 2024

Inquiets, pessimistes, préoccupés... L'état d'esprit vire à la morosité en cette rentrée 2025. Cause ou conséquence, les Français s'attendent à des mois à venir bien difficiles. À les écouter, le pouvoir d'achat va diminuer et les prix augmenter.

DANS QUELLE MESURE VOUS SENTEZ-VOUS INQUIET(E) POUR VOTRE POUVOIR D'ACHAT ?

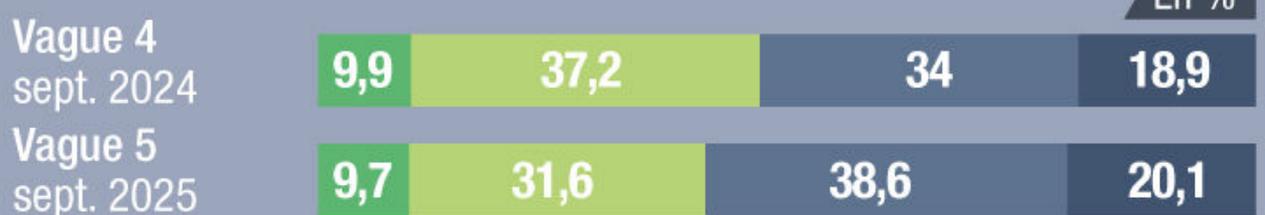
En %



- Je ne suis pas du tout inquiet(e)
- Je ne suis pas inquiet(e)
- Je ne suis plutôt pas inquiet(e)
- Je suis plutôt inquiet(e)
- Je suis inquiet(e)
- Je suis très inquiet(e)

COMMENT DÉCRIRIEZ-VOUS VOTRE ÉTAT D'ESPRIT EN CETTE RENTRÉE 2025 ?

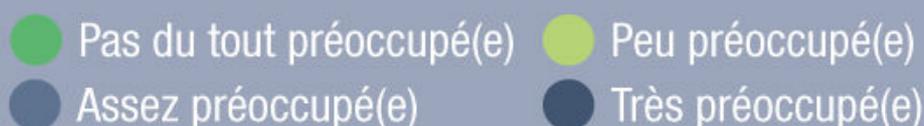
En %



- Optimiste
- Plutôt optimiste
- Plutôt pessimiste
- Pessimiste

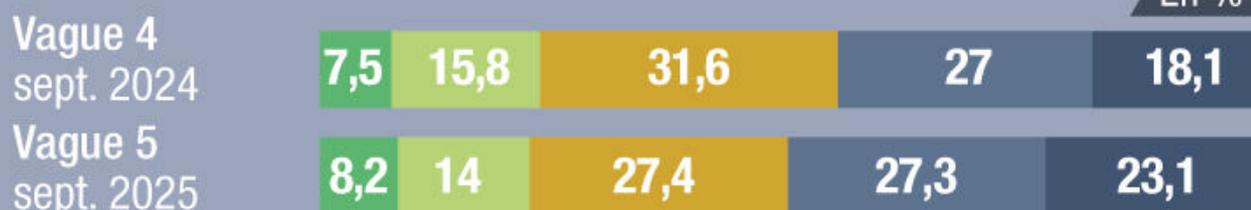
AU-DELÀ DE VOTRE SITUATION PERSONNELLE, DANS QUELLE MESURE ÊTES-VOUS PRÉOCCUPÉ(E) PAR LA SITUATION ÉCONOMIQUE DE LA FRANCE POUR LA FIN 2025 ?

En %



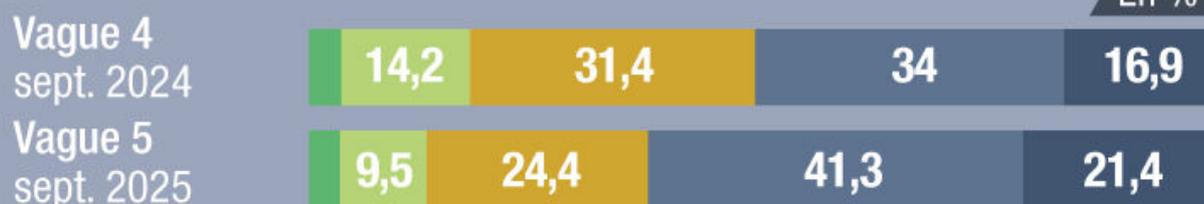
COMMENT ANTICIPEZ-VOUS L'ÉVOLUTION DE VOTRE POUVOIR D'ACHAT AU COURS DU QUATRIÈME TRIMESTRE 2025 ?

En %

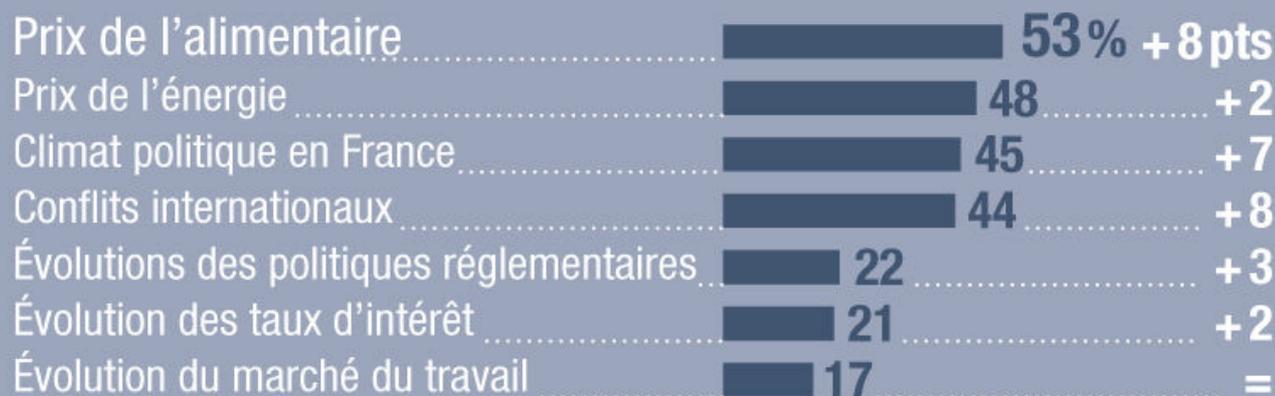


COMMENT PENSEZ-VOUS QUE LES PRIX DES PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION ÉVOLUERONT AU QUATRIÈME TRIMESTRE 2025 ?

En %



QUELS ÉVÉNEMENTS OU FACTEURS ÉCONOMIQUES SURVEILLEZ-VOUS PARTICULIÈREMENT POUR LE QUATRIÈME TRIMESTRE 2025 ?



Il y avait pourtant du mieux

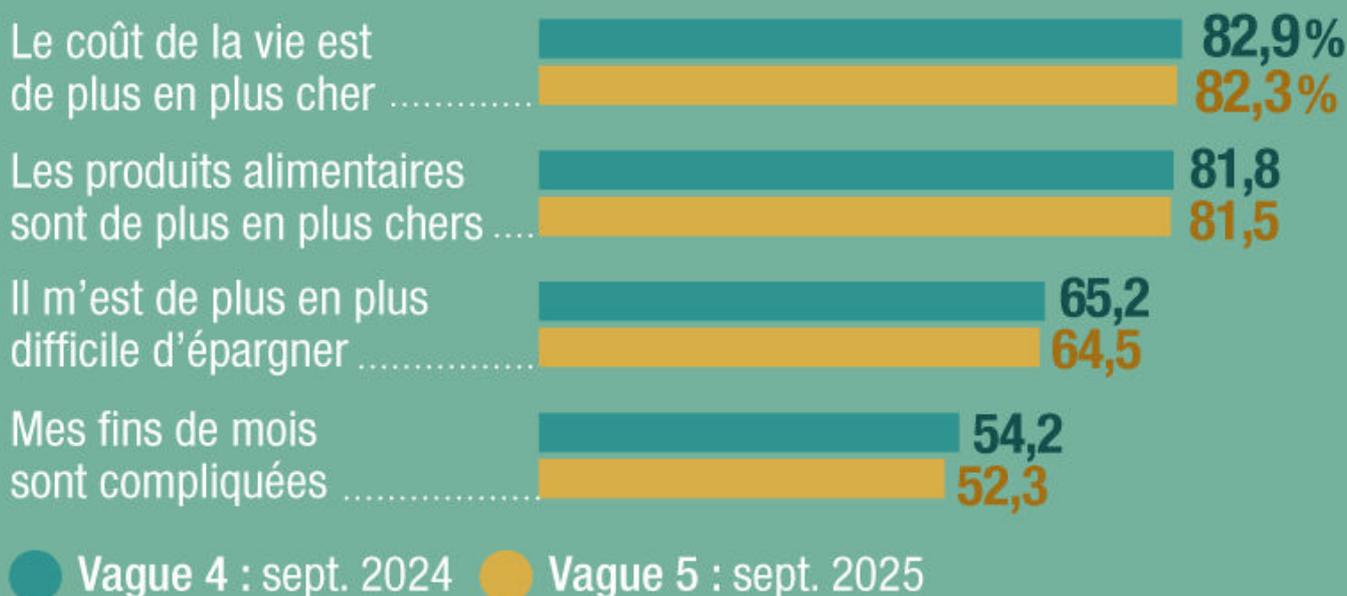
Les Français abordaient la rentrée avec un optimisme timide, portés par une légère amélioration ressentie sur le front du pouvoir d'achat et de leur situation économique personnelle. Mais tout cela appartient déjà au passé, alors même qu'on en fait à peine le constat...

ACTUELLEMENT, COMMENT CONSIDÉREZ-VOUS VOTRE POUVOIR D'ACHAT ?

En %



DANS QUELLE MESURE ÊTES-VOUS D'ACCORD AVEC LES AFFIRMATIONS SUIVANTES ?



AVEZ-VOUS REMARQUÉ UNE AUGMENTATION DE VOS DÉPENSES DE LA VIE QUOTIDIENNE ?



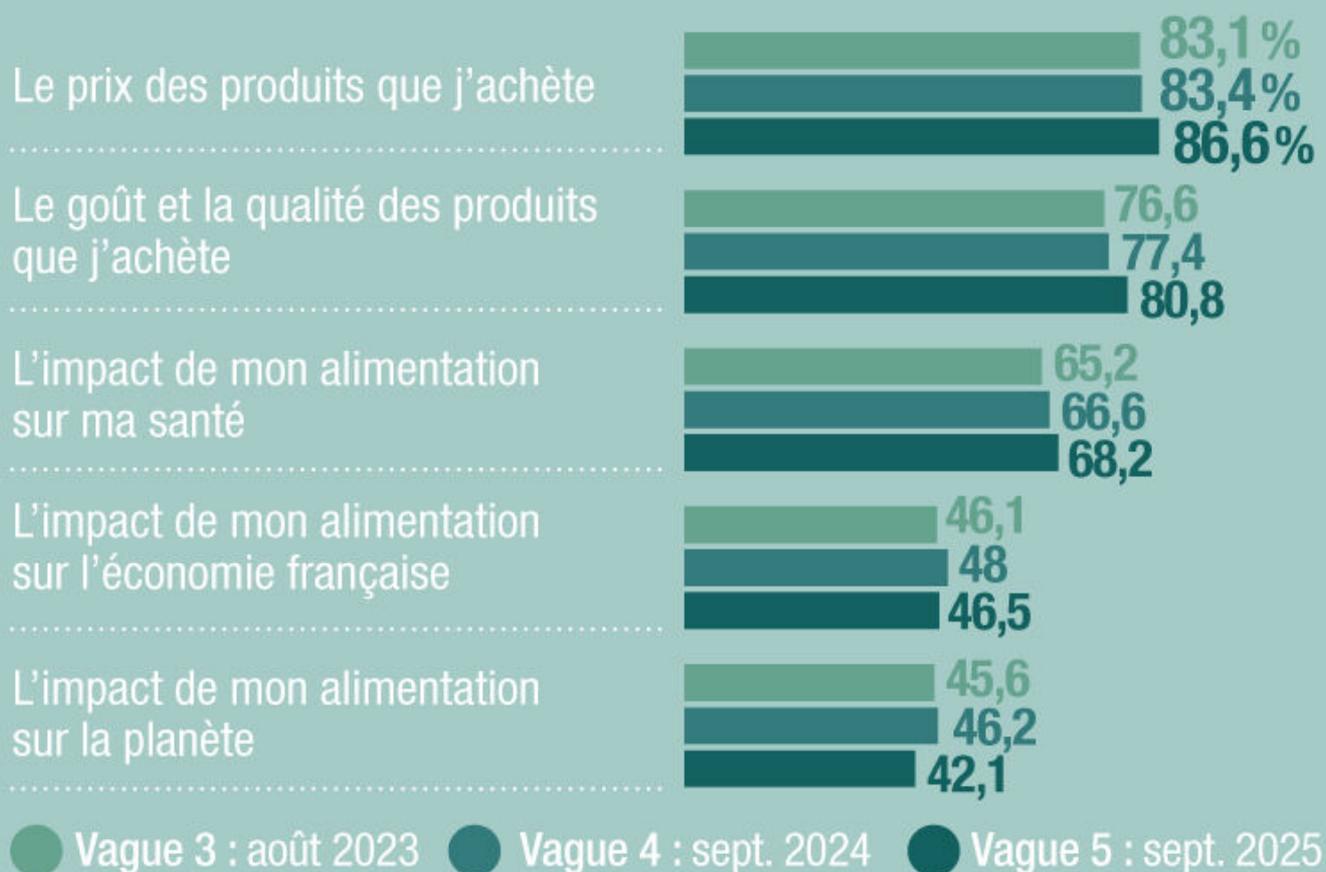
VOUS AVEZ MENTIONNÉ AVOIR REMARQUÉ UNE HAUSSE DE VOS DÉPENSES DE LA VIE QUOTIDIENNE. DANS QUEL(S) DOMAINE(S) ONT-ELLES LE PLUS AUGMENTÉ ?



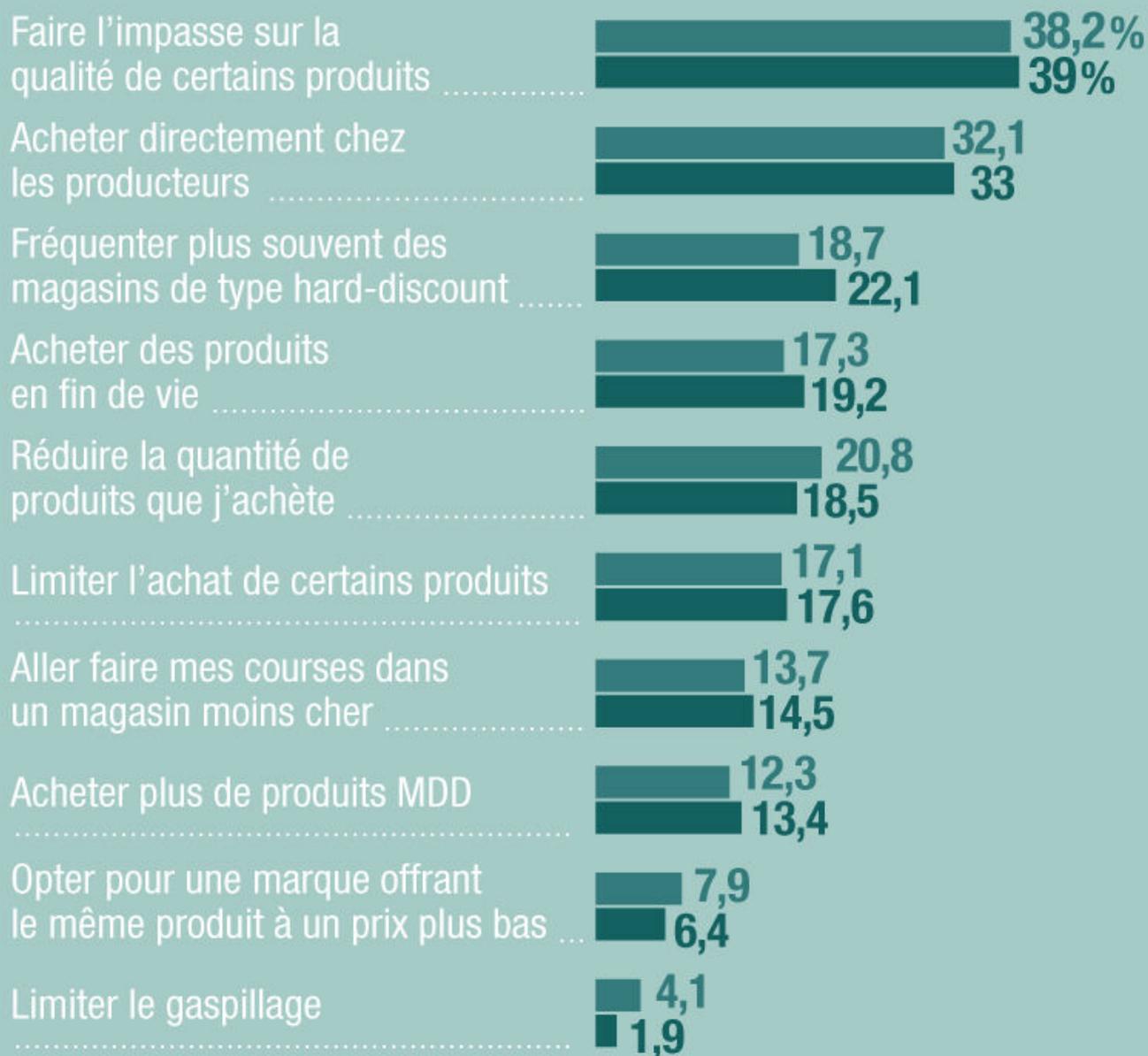
Des adaptations de consommation pragmatiques

Changer d'enseignes, comparer davantage les prix ou se tourner vers des articles de seconde main. Mais aussi moins faire attention à la qualité des produits achetés ou à leur impact sur la planète.

LORS DE VOS COURSES ALIMENTAIRES, FAITES-VOUS ATTENTION À CES DIFFÉRENTS ÉLÉMENTS ?



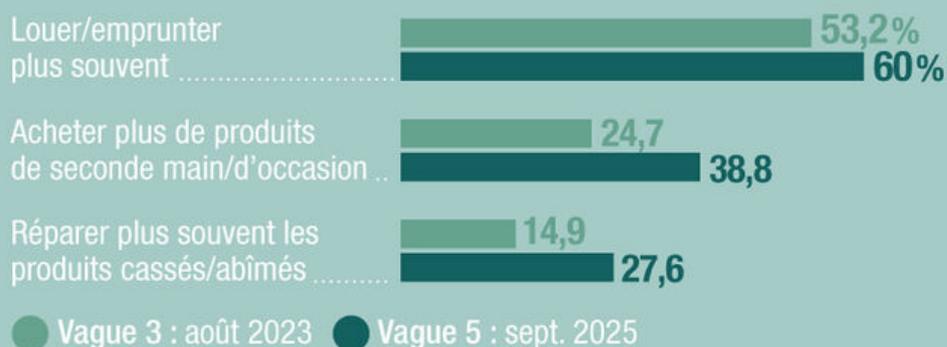
VOUS AVEZ MENTIONNÉ QUE VOS DÉPENSES ALIMENTAIRES AVAIENT AUGMENTÉ. POUR RÉDUIRE CE COÛT, QUE SERIEZ-VOUS PRÊT(E) À FAIRE ?



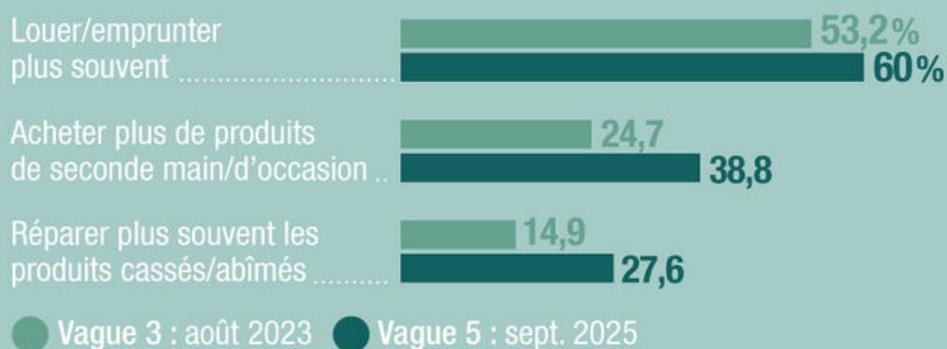
● Vague 4 : sept. 2024

● Vague 5 : sept. 2025

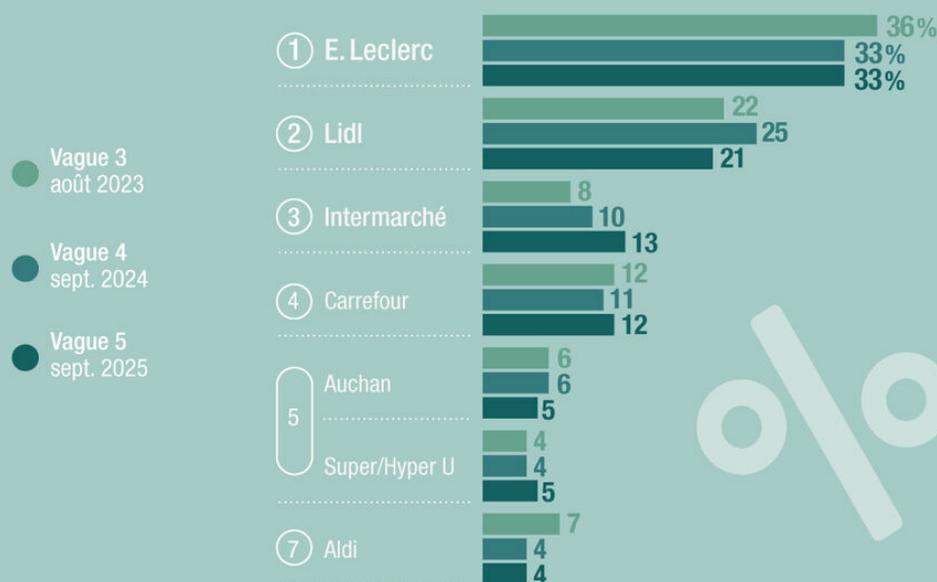
CONCERNANT LES PRODUITS DE TYPE ÉLECTROMÉNAGER ET ÉLECTRONIQUE, MEUBLES..., QUELS COMPORTEMENTS SERIEZ-VOUS PRÊT(E) À ADOPTER DANS LES SIX PROCHAINS MOIS ?



CONCERNANT LES PRODUITS DE TYPE ÉLECTROMÉNAGER ET ÉLECTRONIQUE, MEUBLES..., QUELS COMPORTEMENTS SERIEZ-VOUS PRÊT(E) À ADOPTER DANS LES SIX PROCHAINS MOIS ?



À L'HEURE ACTUELLE, QUELLE ENSEIGNE VOUS PROPOSE LE MEILLEUR RAPPORT QUALITÉ/PRIX ? UNE SEULE RÉPONSE POSSIBLE



Méthodologie

Extraits du sondage Appinio pour LSA auprès de 1 000 Français représentatifs de la population française réalisé entre le 30 août et le 4 septembre 2025.

Comment Lidl espère atteindre 10 % de part de marché en France d'ici à 2030

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stratégie de Lidl : ouvertures, rachats, optimisation logistique et baisses de prix massives pour passer de 7,8 % à 10 % de part de marché en 2030.

✨ Synthèse IA ✨

Fort d'un nombre de clients et de ventes en volume comme en valeur en progression depuis le début de l'année, John Paul Scally, président de Lidl France, se fixe pour objectif de gagner deux points de part de marché d'ici à cinq ans. Au programme: baisse des prix, ouvertures de magasins et rachat de concurrents, amélioration de l'efficacité opérationnelle.

Magali Picard

18 septembre 2025 \ 18h45

3 min. de lecture



© Laetitia Duarte

John Paul Scally, président de Lidl France, estime le potentiel en France à 2 000 magasins. Un pari ambitieux ou réaliste?

Ce jeudi 18 septembre, les clients de Lidl découvrent que le prix du dentifrice a baissé, de 86 à 75 centimes. Une semaine avant, c'était l'étiquette du paquet de riz basmati, en diminution de 30 centimes, mais aussi de l'huile d'olive dont le prix au litre baisse de 11 %, à 6,99 euros au lieu de 7,87. Chaque semaine, depuis le 21 août, le discounter abaisse les prix sur quelques produits phares, tous à ses propres marques qui pèsent 90 % de son assortiment. Nom de l'opération : les « prix sacrés ». Une manière de restaurer son image prix qui, contre-intuitivement, s'est dégradée pendant les deux ans d'hyper-inflation.

Cette initiative française, on la doit au nouveau président de Lidl France, arrivé aux commandes depuis un an, John Paul Scally. Pour reconquérir les 400 000 clients partis à la concurrence entre 2022 et 2025, il investit dans les baisses de prix, 150 millions d'euros exactement depuis le début de l'année. Et, selon ses chiffres, cela paie. Répondant ce 18 septembre aux questions de quelques journalistes, dont LSA, le patron venu d'Irlande précise que Lidl voit le nombre de ses clients progresser de 5 % entre le 1^{er} janvier et fin août, soit 100 000 clients, et ses ventes en volume s'accroître de 4 % à parc constant sur la même période.

Un exercice à l'équilibre en 2026, 575 millions d'euros dans l'immobilier

Les trois dernières mauvaises années de Lidl France seraient-elles en passe de devenir un mauvais souvenir ? Sur le dernier exercice clos à fin février 2024, le chiffre d'affaires a diminué de 1 %, à 15,9 milliards d'euros et le résultat s'inscrit en négatif (-9 millions d'euros après -72 en 2023), d'après nos estimations. « *Nous serons à l'équilibre sur l'exercice en cours* », assure John Paul Scally, qui avait déroulé sa stratégie dans un entretien à LSA en juillet dernier. Celui-ci fixe ses ambitions pour le marché français : atteindre 10 % de part de marché d'ici à 2030, contre 7,8 % (chiffres au 10 août 2025, selon Worldpanel by Numerator). Un pari osé. Jugez plutôt : entre 2020 et 2025, la part de marché de Lidl est passée de 7,1 à 7,9 %. Et depuis dix ans, le nombre de magasins n'a pas varié, autour de 1 600.

Chiffres clés

- 15,9 milliards d'euros de chiffre d'affaires au 28 février 2025 (-1 %)
- 1627 magasins
- 46 000 salariés
- +4 %, la hausse des ventes en volumes entre janvier et août 2025, +5 % en nombre de clients

Source : LSA/Lidl

Pour gagner deux points de part de marché, il faut donc faire revenir les clients perdus, mais pas seulement. Cette année, Lidl a investi 575 millions d'euros dans l'immobilier. Le rythme d'ouvertures de magasins reprend (20 créations nettes cette année) et toutes les opportunités sont bonnes à prendre, sachant qu'un Lidl se trouve à moins de 10 minutes pour 80 % des Français. John Paul Scally chiffre le potentiel en France à 2 000 magasins, contre 1 627 aujourd'hui, sans fixer d'échéance. « *Il faudra le temps qu'il faut* », précise celui qui a doublé la part de marché du discount en Irlande. La croissance organique ne suffira certainement pas.

L'Autorité de la concurrence devrait se prononcer sur les 19 Auchan d'ici fin septembre

Sur le mercato de la grande distribution alimentaire, loin d'être terminé si l'on en croit les rumeurs, Lidl a mis la main sur une petite vingtaine d'Auchan au début de l'été. « *Nous attendons d'ici fin septembre le retour de l'Autorité de la concurrence* », explique John Paul Scally. La réduction des m² dans les 45 hypermarchés Auchan prévue pour 2025-2026 représente-t-elle aussi une occasion à saisir ? « *Nous travaillons sur plusieurs projets* », répond, prudent, le patron de Lidl France. L'enseigne ouvrira début 2026 un magasin à côté du Auchan La Valentine, à Marseille, profitant de la réduction de superficie de ce paquebot, de 14 000 à 9 500 m².

Pour gagner du terrain, il y a aussi tout ce qui ne se voit pas : l'excellence opérationnelle en magasins et dans la logistique, la simplification des méthodes. Et, à entendre John Paul Scally, qui a recruté un directeur exécutif de la relation-clients, Jassine Ouali, pour mieux entendre les clients, il y a encore de quoi faire chez Lidl. « *Nous travaillons beaucoup en interne pour faire des économies*. » Ce dernier a identifié avec ses équipes...98 projets ! Par exemple, les arrivages de nouveautés en magasins se font désormais chaque jeudi, et non trois fois par semaine comme avant, de manière à « *simplifier les choses* ». Lidl a investi aussi 200 millions d'euros dans les étiquettes électroniques. Les 515 000 m² de panneaux solaires disposés sur les magasins ont permis également de faire des économies d'énergie.

En chantier également, une gestion plus fine des stocks. L'ouverture de deux « outlets » ou magasins de déstockage en juin dernier en région parisienne vise à écouler les stocks des articles non-alimentaires invendus. « *Ils ne doivent pas rester en magasins plus de cinq semaines* », précise John Paul Scally. D'autres devraient ouvrir, sans que le patron de Lidl ne précise le nombre.



Biocoop veut atteindre 900 magasins d'ici à 2029 et investit massivement

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du plan de Biocoop d'atteindre 900 points de vente d'ici 2029, soutenu par de forts investissements pour élargir son offre et renforcer son ancrage local.

✨ Synthèse IA ✨

Avec un plan d'investissement de plusieurs dizaines de millions d'euros, l'enseigne spécialisée dans le bio entend renforcer son maillage territorial, élargir son offre et faire de son modèle exigeant une référence accessible à tous les Français.

Sylvie Lavabre

18 septembre 2025 \ 11h35

4 min. de lecture



© 123RF

Biocoop a présenté une nouvelle feuille de route qui fixe le cap jusqu'en 2029.

Dans un contexte de désengagement politique, de recul des surfaces cultivées en bio et d'instabilité économique, Biocoop fait le choix d'accélérer. La coopérative, pionnière et leader de la distribution bio spécialisée, a présenté une nouvelle feuille de route qui fixe le cap jusqu'en 2029. Cette stratégie, adoptée en juin dernier par les sociétaires, repose sur la volonté de "rendre accessible et désirable une bio exigeante".

"La bio n'est pas en crise, martèle Franck Poncet, directeur général de Biocoop. Le marché est passé de 5 à 12 milliards d'euros en dix ans et la croissance est de retour. Biocoop en est le meilleur exemple avec un chiffre d'affaires en hausse de 8,5 % en 2024 et de 7,5 % au premier semestre 2025".

Un plan d'investissement inédit pour soutenir la croissance

Pour accompagner cette dynamique, Biocoop engage un plan d'investissement historique de plusieurs dizaines de millions d'euros. Ce soutien financier vise à accélérer l'extension du réseau, avec quinze ouvertures prévues en 2025, autant voire davantage en 2026, et une montée en puissance progressive dans les années suivantes. L'objectif est d'atteindre 900 magasins d'ici à 2029.

Ce développement s'inscrit dans une logique de maillage national. L'enseigne souhaite déployer des points de vente durables, intégrés localement. *"Le mouvement va s'amplifier progressivement, mais nous voulons des unités pérennes et stables, bien ancrées dans leur territoire. Pour cela, nous estimons qu'il faut 18 mois pour ouvrir un magasin Biocoop"*, explique Franck Poncet. L'enseigne travaille également sur de nouveaux formats et services, avec l'ambition de toucher à terme 100 % des foyers français, contre environ 5 millions aujourd'hui.

Une accessibilité économique, géographique et culturelle

La stratégie repose sur une vision globale de l'accessibilité. Sur le plan économique, Biocoop prévoit d'élargir fortement sa gamme de produits à prix engagés. Le nombre de références passera de 200 aujourd'hui à plus de 500 d'ici 2029, sur environ 1 000 références à marque propre. Cette politique tarifaire s'est déjà traduite par deux vagues de baisses de prix en 2024 et en avril 2025, avec des réductions moyennes de 7 %, parfois supérieures à 10 %. De nouveaux ajustements sont attendus en 2026, en fonction du contexte agricole. *"En ce moment, nous achetons la viande bovine ou porcine plus cher pour soutenir les éleveurs, sans répercussions sur les consommateurs"*, souligne Franck Poncet.

Sur le plan géographique, Biocoop souhaite rendre son offre accessible partout en France. Cela passera par l'élargissement du réseau physique, le développement du commerce en ligne et l'émergence de nouveaux formats de distribution.

Enfin, l'accessibilité culturelle constitue un axe stratégique fort. L'enseigne souhaite lutter contre les idées reçues selon lesquelles la bio ne s'adresserait qu'à une clientèle privilégiée.

Pour cela, Biocoop veut renforcer l'implication de ses magasins dans l'économie sociale et solidaire. Un tiers d'entre eux sont déjà engagés, et l'objectif est d'atteindre 50 % d'ici 2029. Biocoop entend également doubler l'activité de sa filiale Biocoop Restauration, destinée à la restauration collective. Elle vise 50 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2029, en développant sa présence dans les cantines scolaires, les hôpitaux et les EHPAD.

Une offre exigeante, saine et transparente

Biocoop poursuit son engagement en faveur d'une alimentation saine et responsable. Tous les produits à marque Biocoop sont aujourd'hui 100 % bio et ne contiennent aucun marqueur d'ultra-transformation. L'enseigne veut aller plus loin en supprimant, dans les recettes qui n'en nécessitent pas, le sucre et le sel ajoutés. Elle poursuit également sa chasse aux substances controversées, en particulier les sels nitrités dans la charcuterie.

Biocoop renforcera également la transparence à travers un nouvel étiquetage baptisé « Nos engagements », qui sera déployé d'ici fin 2025 sur tous les produits à marque propre. Celui-ci combinera plusieurs repères de qualité : le label AB, le Nutri-Score, le Planet Score et Origin'Info. La coopérative réaffirme ses priorités sociales et environnementales dans son plan 2026-2029. Biocoop vise 30 % de produits labellisés commerce équitable, qu'ils soient issus de filières Nord-Nord ou Nord-Sud. Elle ambitionne également d'atteindre 100 % de fruits et légumes d'origine France, lorsque la production nationale le permet. L'enseigne s'engage par ailleurs à réduire de 25 % ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030. Pour réduire son empreinte plastique, Biocoop développera le vrac, le réemploi et la consigne, avec une réduction visée de 700 tonnes de plastique par an.

Trois propositions au gouvernement pour relancer la bio

Biocoop estime que la transition alimentaire ne peut pas reposer uniquement sur les acteurs privés. L'enseigne formule trois propositions concrètes au gouvernement pour relancer l'agriculture biologique à l'échelle nationale. La première consiste à créer une mission interministérielle dédiée à l'agriculture bio, chargée d'établir un diagnostic objectif et non partisan de la filière.

La deuxième vise à mieux accompagner les acheteurs publics, notamment les collectivités et établissements publics, afin de leur permettre d'atteindre les objectifs de la loi Egalim en matière de produits bio dans la restauration collective.

Enfin, Biocoop propose d'imposer une part minimale de produits bio dans les rayons des grandes surfaces, afin de garantir leur visibilité et d'encourager la demande. *"Ce projet n'est pas utopique, on est déjà sur la bonne voie. Et nous allons encore accélérer d'ici 2029 pour que nos combats d'aujourd'hui deviennent la norme de demain"*, conclut Henri Godron, président de Biocoop.



So.bio (Groupe Carrefour) s'offre Le Grand Panier Bio

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du rachat de 15 magasins Le Grand Panier Bio par So.bio. Cette opération permet au groupe Carrefour de grimper à la 4e place des enseignes bio en France.

✨ Synthèse IA ✨

L'enseigne So.bio met la main sur Le Grand Panier Bio et grimpe à la 4e place des enseignes bio spécialisées en France. Une opération qui renforce son ancrage local, booste sa franchise et élargit son maillage national.

Sylvie Lavabre

18 septembre 2025 \ 15h21

1 min. de lecture



© Laetitia Duarte

Le Grand Panier Bio à Clermont-Ferrand tombe dans l'escarcelle de So.bio.

So.bio (Groupe Carrefour) annonce l'acquisition du réseau Le Grand Panier Bio, fort de 15 magasins franchisés, à travers un accord d'exclusivité. Après des rachats de magasins à Rochefort (17), Olivet (45) et des ouvertures aux Arcs (83) et à Martillac (33) en 2025, ce rachat majeur, dont le montant n'a pas été dévoilé, permet à So.bio de franchir un nouveau cap : son parc progresse de +20 %, et le nombre de magasins en franchise double, pour atteindre près de 40 % du réseau. Avec cette acquisition, So.bio - Bio c' Bon atteint la 4e position des enseignes bio spécialisées en parts de marché en France, dépassant désormais 6 % selon Biolinéaires (sept. 2025). Une consolidation marquante dans un secteur bio encore très morcelé.

Deux enseignes aux ADN proches

Créé en 1997 à Clermont-Ferrand par Mr Pérot, Le Grand Panier Bio s'est développé en franchise dans des régions clés comme la Bretagne et l'Auvergne, où So.bio était peu implanté jusqu'ici. L'enseigne propose un modèle de supermarché bio complet, avec fruits et légumes, rayon boucherie 100 % bio, santé-beauté, et une forte mise en avant du local.

C'est justement ce modèle que partage So.bio, fondé en 2005 et connu pour son offre bio accessible, ancrée dans les territoires et construite avec un réseau de 1 850 producteurs locaux. Les deux enseignes défendent une vision du bio à bas prix, exigeant et proche des consommateurs, et misent sur l'innovation dans les services, comme le drive, développé par Le Grand Panier Bio, que So.bio compte désormais déployer à plus grande échelle.

Filiale du groupe Carrefour, So.bio avait été racheté en 2019 pour renforcer son positionnement sur le marché bio spécialisé. Carrefour détient également Bio c' Bon, consolidé dans le même périmètre, avec lequel So.bio partage désormais son développement. Le rachat du Grand Panier Bio s'inscrit pleinement dans cette stratégie de croissance externe, menée par Carrefour pour devenir un acteur majeur de la bio spécialisée, en parallèle de son offre bio en grande distribution.

Agroalimentaire : Mars annonce un milliard d'euros d'investissements dans l'UE d'ici à 2026

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du plan de Mars d'investir un milliard d'euros dans ses usines européennes pour moderniser, innover et accélérer la transition énergétique.

✨ Synthèse IA ✨

Pour moderniser ses usines, accélérer la transition énergétique et renforcer ses partenariats locaux, Mars va investir un milliard d'euros en Europe d'ici 2026.

Emilie-Xuân Nguyen

19 septembre 2025 \ 10h14

Mis à jour 22 Sept. 2025

1 min. de lecture



© Mars Inc

Mars investit régulièrement en France, comme par exemple dans ses usines Royal Canin.

Le groupe agroalimentaire Mars annonce un nouveau plan d'investissement d'un milliard d'euros dans l'Union européenne d'ici fin 2026. Cette enveloppe s'ajoute aux 1,5 milliard investis au cours des cinq dernières années. Objectif : moderniser ses usines, accélérer la transition énergétique et renforcer ses partenariats locaux.

Implanté en Europe depuis plus de 90 ans, Mars dispose de 24 usines dans dix pays de l'UE et emploie 25 000 salariés. Le continent concentre une part importante de sa production, dont 85 % est destinée au marché

européen et une partie exportée vers une centaine de marchés à travers le monde. « *Nos investissements visent à maintenir des activités à la pointe de l'excellence, compétitives et pleinement alignées avec les priorités à long terme de l'Union européenne* », a déclaré Claus Aagaard, CFO de Mars, dans un communiqué.

Moderniser les sites

Les nouveaux investissements visent principalement la modernisation des sites industriels et la réduction de leur empreinte carbone. Par exemple, entre 2023 et 2027, Mars compte investir environ 250 millions d'euros dans son usine de confiseries de chocolat de Janaszowek, en Pologne, qui fête ses 30 ans ce mois-ci, afin de doter les installations d'un système d'automatisation de pointe et d'augmenter la capacité du site de 63 %.

Pour mémoire, Mars avait annoncé lors du sommet Choose France plus de 100 millions d'investissement en 2025 en France pour moderniser plusieurs sites. Dans le détail, le site Royal Canin d' Aimargues, dans le Gard, bénéficiera d'une enveloppe de 32 M€, dont la majeure partie sera fléchée vers la poursuite de la création d'une usine pilote dédiée à la R&D. Le second site Royal Canin, à Cambrai (59), percevra lui 23 M€ pour sa modernisation et pour la réduction de son empreinte environnementale. Les sites alsaciens recevront de leurs côtés 43 M€. À Haguenau (67), la plus grande usine M&M's d'Europe, percevra 16 M€ en 2025. Le groupe poursuit également la transition énergétique de ses usines, comme à Steinbourg (Bas-Rhin), où la production de glaces fonctionne déjà entièrement à partir d'énergies renouvelables.

Avec ces investissements, Mars entend adapter ses activités européennes aux enjeux de compétitivité et de transition environnementale du secteur agroalimentaire. En 2024, le groupe Mars a réalisé 2,9 milliards d'euros de chiffre d'affaires en France, en progression de 7 %.

Carrefour déploie le snacking très rapidement et rebat les cartes de la proximité

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du développement du snacking dans Carrefour City. L'enseigne en fait un axe majeur de sa stratégie de proximité, combinant restauration rapide et courses express.

✨ Synthèse IA ✨

Accélération du nomadisme alimentaire, montée en gamme des produits, hybridation avec la restauration rapide : Carrefour rebat les cartes de la proximité. Une évolution qui redéfinit les contours du commerce urbain.

Nicolas Monier

17 septembre 2025 \ 08h00

4 min. de lecture



© LAETITIA DUARTE

Le Carrefour City de la rue de Caumartin à Paris vise aussi bien les étudiants que les actifs pressés ou les touristes.

Les enjeux

- Faire du snacking un levier stratégique de différenciation.
- Adapter l'offre magasin aux nouveaux usages urbains : mobilité, instantanéité, pluralité des attentes.
- Réconcilier accessibilité prix et montée en qualité via des partenariats industriels ciblés.
- Repenser le concept de supérette généraliste avec des logiques de modularité et de spécialisation.
- Renforcer l'attractivité des magasins de flux par des alliances et un ancrage dans le travel retail.

Rendez-vous au Carrefour City du 7 rue de Caumartin, près d'Opéra, dans le 9e arrondissement de Paris. Un magasin en pointe, avec celui de Saint-Lazare (Paris 8e), sur le snacking. Benoit Soury, directeur marché bio et proximité de Carrefour France, semble satisfait : « Il y a six ou sept ans, on était très loin d'une telle offre. Aujourd'hui, la restauration représente en moyenne 7,5 % du chiffre d'affaires d'un Carrefour City, et peut aller jusqu'à 40 % dans certains magasins très urbains. »

Sandwichs, quiches, salades, viennoiseries et menus complets côtoient désormais fruits frais, produits bio, plats chauds à réchauffer et nouveautés à marque Carrefour, notamment dans le magasin de la rue de Caumartin. « Nous avons étoffé notre assortiment pour qu'il soit à la fois accessible, qualitatif et diversifié. C'est une offre qui parle aux étudiants, aux actifs pressés, aux jeunes mamans, aux touristes, etc., poursuit le directeur de la proximité de Carrefour France. Nous avons accéléré le développement de la restauration chaude. C'est le cas

notamment dans le magasin de la rue Caumartin, alors qu'il y a encore quelques années, nous étions focalisés plutôt sur les gammes froides. »

Pour accélérer sur le snacking, le groupe dirigé par Alexandre Bompard a également inauguré, il y a quelques mois, un tout nouveau Carrefour City au 166 boulevard Masséna, dans le 13^e arrondissement de Paris. Le point de vente incarne la mue du commerce de proximité chez Carrefour. C'est un magasin pilote, vitrine d'un concept repensé, où le snacking et la restauration sur le pouce prennent une place centrale.

« Nos magasins de proximité sont devenus le premier lieu d'achat et de consommation de la restauration hors domicile », insiste Benoit Soury. Un virage stratégique, nourri par l'observation des flux et des attentes. « Le concept Carrefour City actuel a plus de sept ans. Il était temps de le faire évoluer pour mieux répondre aux nouveaux usages, notamment en matière de restauration, de bio et d'e-commerce », confirme Benoit Soury.

Les chiffres

- Entre 7,5 % et 40 % : la part du snacking dans le chiffre d'affaires des magasins Carrefour City

Source : Carrefour

Laboratoire centralisé

Le point de vente du boulevard Masséna est le premier à avoir été transformé, suivi de près par Lille et Grenoble. D'autres les ont rejoints cet été avant une généralisation. La promesse : plus de clarté, et plus de modularité. Le magasin parisien a ainsi vu ses couleurs, son mobilier, et ses implantations revus, son espace bio remanié et sa surface snacking repensée. *« Ce nouveau concept se traduit par plusieurs dizaines de micro-adaptations qui reflètent l'évolution de la consommation : les piles ne se mettent plus à l'arrière-caisse, la fraîche découpe gagne du terrain, l'e-commerce explose »,* constate le directeur de la proximité en France.

À Masséna comme ailleurs, l'offre de restauration a connu une transformation rapide ces dernières années. Pour tenir ce positionnement prix sans renoncer à la qualité, Carrefour s'appuie sur des partenaires industriels spécialisés, capables de produire hors site dans des conditions optimales. *« On travaille avec un laboratoire de cuisine centralisé qui nous livre une gamme de sandwiches et salades qui se rapproche fortement du fait-maison »,* précise Benoit Soury. Les ajustements doivent servir à affiner le concept. Le pilotage de ces sites reste confié à des partenaires en location-gérance, qui nourrissent l'amélioration continue par leurs retours du terrain.

« Nous avons accéléré le développement de la restauration chaude, alors qu'il y a quelques années, nous étions plutôt focalisés sur les gammes froides. »

Benoit Soury, directeur bio et proxi chez Carrefour France

« Tout se fait progressivement et en coconstruction avec nos franchisés : leurs observations et leurs retours du terrain sont très précieux pour ajuster chaque détail de ce concept au mieux », remarque Benoit Soury. Carrefour compte sur cette dynamique pour accompagner l'évolution de son réseau de 1 100 magasins City, sans pour autant en faire une enseigne de snacking pur. *« Nous restons des généralistes. Nous ne ferons pas un concept uniquement dédié à la restauration, mais on veut prendre des parts de marché sur le segment de la restauration rapide, en apportant de la qualité, de l'innovation et du prix »,* affirme Benoit Soury.

Le modèle reste avant tout celui d'un magasin généraliste, capable de répondre à des besoins multiples, mais plus agile, plus qualitatif, plus segmenté. En témoigne la stratégie menée dans les zones à forte densité de flux : le distributeur a ainsi remporté plusieurs appels d'offres dans les gares avec la SNCF et Lagardère.

Fructueux partenariats

Avec un premier Carrefour City Gare du Nord déjà ouvert, le projet prévoit d'aménager 45 gares du Grand Paris d'ici à 2030. *« Il faut pouvoir proposer une offre à un consommateur qui dispose de 4 € comme à un autre qui présente un ticket resto de 15 €. Le snacking n'est plus accessoire, il devient un levier de différenciation »,* explique Benoît Soury.

De même, le distributeur est à l'origine de la signature d'un tout premier contrat de franchise entre l'enseigne Columbus Café et le magasin Carrefour City de la gare RER de Châtelet-Les Halles, à Paris. En effet, après avoir gagné un appel d'offres et remplacé un Marks & Spencer/Monoprix implanté auparavant, Carrefour s'est associé avec l'enseigne de coffee shop pour dynamiser son offre de travel retail.

Sur un espace de 350 m², 50 m² ont été alloués à Columbus Café. De quoi permettre à la marque de proposer une large gamme de son offre sucrée et salée (café, donuts, pâtisseries, etc.). Cet emplacement doit donner la possibilité au groupe Carrefour de profiter de l'expertise et de la notoriété de Columbus Café sur ces instants de consommation plaisir qui lui font encore défaut.

Des partenariats que Carrefour compte bien dupliquer. « *Nous venons de récupérer les clés d'un ancien Monoprix implanté sur les deux niveaux du Cnit à La Défense. Nous souhaitons inaugurer la nouvelle mouture d'ici à un an avec une offre de snacking qui devrait représenter 35 % du chiffre d'affaires du magasin, grâce notamment à deux partenaires qui exploiteront des corners en concession* », conclut Benoit Soury.



Les propositions sucrées sont particulièrement nombreuses et variées.



Le bar à salade (ou « salad bar ») en libre service est l'un des piliers de l'offre.

Comment Casino se (re)met à la restauration, un des axes stratégiques de sa relance

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du retour de Casino dans la restauration avec son concept Cœur de Blé. Objectif : fidéliser clients et générer de la marge via le snacking chaud et froid.

✨ Synthèse IA ✨

SPÉCIAL PROXI. La restauration à emporter fait partie des axes stratégiques de la relance de Casino, y compris dans ses magasins de proximité. Le groupe remet au goût du jour Cœur de Blé qu'il décline autour de quatre concepts différents, du plus léger au magasin « solo ». Parmi ses atouts, un centre culinaire installé au siège de Casino, à Saint-Étienne. Reportage.

Magali Picard

18 septembre 2025 \ 15h11

Mis à jour

4 min. de lecture



© Soudan Eric/Alpaca/Andia.fr

Anthony Lebon, chef expérimenté, élabore la carte pour les espaces restauration de Casino.

Les enjeux

- Se développer sur un nouveau créneau, la restauration, jugé porteur en termes de chiffre d'affaires, de marge et de flux de clients. La marge brute est estimée à 60 %, contre 25 % pour la grande distribution. C'est aussi une manière de fidéliser les clients.
- Profiter de la valeur ajoutée des magasins de proximité : emplacements, amplitude horaire élargie, largeur des unités de besoin couvertes...
- Casino n'en est pas à son premier essai. Le métier de la restauration n'est pas celui de la grande distribution.

Au sixième étage du siège de Casino, situé juste en face de la gare à Saint-Étienne, un panneau indique Laboratoire du goût, centre culinaire. Là, au milieu des fourneaux, Anthony Lebon concocte une quarantaine de recettes par an à destination des espaces de restauration situés dans les stations-service, mais aussi des magasins de proximité que le groupe Casino entend dédier à la restauration. Ce cuisinier de formation a fait ses armes dans deux restaurants étoilés, chez François Gagnaire, puis chez Philippe Brun, à Alleyras, au sud de la Haute-Loire.

En 2015, il cède aux sirènes de la grande distribution en entrant chez le seul distributeur qui a son siège dans la région, Casino. Désormais chef de projet R & D de la restauration, c'est lui qui élabore sandwiches, plats chauds et salades proposées dans l'offre signée Cœur de Blé, l'ancien nom des cafétérias Casino, repris pour le nouveau concept de magasin.

Depuis un an, les choses s'accroissent au rythme des nouvelles ambitions de Casino. Les 4 à 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires supplémentaire, soit la moitié de son volume d'affaires total, que Philippe Palazzi, directeur général du groupe, compte aller chercher dans la restauration à emporter, concernent toutes les enseignes, de Monoprix à Franprix, sans oublier le réseau de proximité.

Les chiffres

- 4,30 € : la dépense moyenne pour un achat en circuit GMS/proximité pour le snacking repas, contre 6,20 € pour la restauration rapide
- 178 M € : le volume d'affaires réalisé par la restauration chez Casino Proximité en 2024, dont 20 M € dans les stations-service

Sources : Casino, Gira

Un savoir-faire ancien

David Morisson, directeur franchise et partenariats de Casino, ne doute pas du potentiel de ce format. « *Le snacking réalise déjà 6 % des ventes dans la proximité. Casino a un savoir-faire depuis soixante ans. Nous maîtrisons un processus de création internalisé, les règles sanitaires, la formation...* » Depuis le Covid, le marché du snacking se porte bien en effet. Les dépenses des foyers dans les grandes surfaces et les magasins de proximité ont augmenté de 17 % entre 2019 et 2024 et la fréquentation de 4 % selon Circana, alors que la restauration hors domicile voit son CA baisser de 1 % et le nombre de visites reculer de 9 %.

Casino entend bien jouer sa carte face à la concurrence des boulangeries et des réseaux organisés comme Brioche dorée. Déjà disponible dans les 1 500 magasins de proximité attenants à des stations-service, l'offre de snacking et de restauration à emporter est actuellement testée dans deux magasins de proximité.

« Il est plus compliqué d'imaginer une carte de restauration à emporter pour la grande distribution que des menus pour un restaurant étoilé. »

Anthony Lebon, chef de projet R & D restauration de Casino

L'un à Lyon, derrière La Part-Dieu, le plus basique, se résume à un simple meuble de froid proposant salades et sandwiches à emporter, reconnaissable à la signature Cœur de Blé. L'autre va plus loin. Installé à deux pas du siège de Casino, en face de la gare de Saint-Étienne, ce magasin ouvert en 2021 consacre depuis un an la moitié de sa superficie au snacking sur un total de 190 m². Les classiques sont là : un bar à salades, un vaste assortiment de boissons à emporter... Mais la grande nouveauté réside dans ce que Casino appelle le « corner à services » ou comptoir qui délivre au fil de la journée et des différents moments de consommation viennoiseries, plats chauds et sandwiches à emporter.

Une vraie carte

Depuis le 15 mai, la carte printemps-été propose un banh mi, à base de sauce sriracha fromage blanc, de concombre, carottes râpées, pickles d'oignons rouges, coriandre fraîche, émincé de filet poulet rôti, sriracha à la mayonnaise et oignons frits. Le tout pour 6,50 €. Ou encore un burger bœuf béarnaise composé d'un steak haché origine France, roquette, tomate, tomme de brebis, sans oublier la sauce béarnaise. C'est Anthony Lebon qui a imaginé la carte pendant cinq à six mois dans le centre culinaire situé juste à côté.

Pour l'hiver prochain, il pense à des soupes, histoire d'offrir une carte digne de ce nom, certes pas comparable avec un Cojean, mais capable de rivaliser avec les bonnes boulangeries ou Brioche dorée, à des prix accessibles (quatre menus de 8,90 € à 10,50 €). « *Il faut créer des produits efficaces côté laboratoire avec un coût matière première qui reste dans le cahier des charges et efficaces aussi en termes de services, faciles et rapides à assembler pour le personnel.* »

« La restauration demande des compétences différentes du commerce. Nous le disons bien à nos franchisés : il faut investir sur le service. »

David Morisson, directeur franchise et partenariats de Casino

Maîtrise des emplacements

Car dans ce Casino stéphanois, il y a aussi un laboratoire à l'arrière du magasin où les sandwiches et les plats préparés chauds sont assemblés le matin dès 5 heures. Chaque jour, Claire Camus, qui a travaillé longtemps dans les cafétérias Casino, consulte les fiches recettes conçues par Anthony Lebon pour confectionner les produits. Idem pour le hachis parmentier ou les pâtes au saumon assemblées sur place.

D'où l'enjeu pour Casino d'adapter son modèle à celui de la restauration rapide. « *Nous sommes habitués à gérer des volumes. Là, il faut investir sur le service, un investissement que les franchisés récupèrent en termes de marge et de fidélisation du client* », explique David Morisson. « *Dans la restauration, la marge brute atteint 60 % quand elle est de 25-30 % dans la distribution.* » Gérer des produits frais chaque jour demande évidemment de respecter des contraintes sanitaires et un cahier des charges. « *Nous savons traiter les produits vivants et gérer leur traçabilité grâce à notre savoir-faire pour les rayons frais traditionnels* », estime Romain Mazard, responsable des achats, de la qualité et de l'hygiène pour la restauration chez Casino.

Le distributeur a aussi pour lui sa maîtrise des emplacements. Il en a identifié une quarantaine susceptible d'accueillir l'un des modules dédiés à la restauration. « *20 sites verront le jour d'ici au premier trimestre 2026* », promet David Morrison. Il devra convaincre les franchisés. Le module testé à Saint-Étienne demande un investissement de 50 000 euros pour un chiffre d'affaires annuel déjà atteint depuis l'ouverture de 200 000 euros. 40 % du chiffre d'affaires est réalisé avec de la restauration à emporter.

Le concept le plus abouti consiste en un Cœur de blé solo, sur une superficie avoisinant les 100 m². Il devrait voir le jour à la rentrée, en septembre, dans le 3^e arrondissement de Lyon, près de la gare de Perrache. La carte élaborée par Anthony Lebon aura toute la place pour s'y épanouir.

Quatre concepts différents à destination des franchisés

À chaque format son offre. La branche proximité de Casino compte près de 5 000 magasins, dont 85 % de franchisés. Du plus simple au plus abouti, la restauration à emporter se décline sous quatre modules. Le premier consiste en un simple meuble réfrigéré comprenant sandwiches et salades à emporter. Le deuxième, toujours en libre-service, nécessite un assemblage sur place et un minimum de 100 000 euros de CA. Le troisième, visible dans une supérette Casino à Saint-Étienne, est beaucoup plus vaste. Environ 140 références sont proposées, des boissons aux salades, à la fois en libre-service et derrière un comptoir. Étudiants, salariés qui travaillent dans les nombreuses entreprises situées à côté, du Crédit agricole à la CAF et au journal Le Progrès, voyageurs qui débarquent de la gare située juste en face, peuvent s'y arrêter entre 7 heures et 20 heures. Un laboratoire attenant permet de préparer les sandwiches, salades et plats chauds chaque matin. Enfin, un quatrième concept, complètement indépendant cette fois, devrait ouvrir en septembre à Lyon, dans le quartier de la gare de Perrache, sur 100 m².

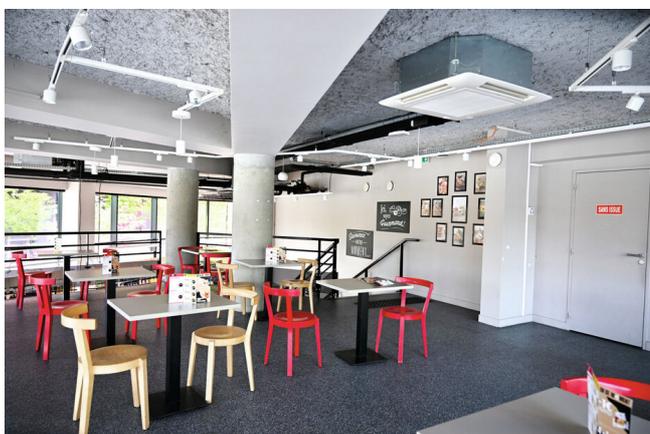
En images



Les quatre modules partagent le même nom, Cœur de Blé, et la même signalétique noire et blanche, ainsi qu'un cœur en guise de b, « pour signifier le cœur l'ouvrage », selon David Morisson, le directeur franchise et partenariats de Casino.



Sandwichs, plats chauds et viennoiseries composent une carte renouvelée deux fois par an.



À l'étage, une salle permet de prendre son repas. La grande distribution reprend les codes de la restauration rapide.

Filière des fruits et légumes : parier sur la transformation pour gagner des opportunités

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du recours à la transformation (purées, jus, surgelés) par la filière fruits et légumes pour sécuriser revenus et atténuer les aléas climatiques.

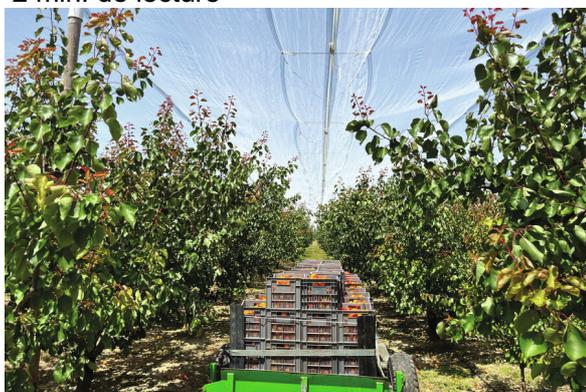
✨ Synthèse IA ✨

Pour s'assurer une présence dans les rayons toute l'année, certains acteurs de la filière fruits et légumes frais font le pari de la transformation de leur production.

Charlotte Barriquand

20 septembre 2025 \ 09h00

2 min. de lecture



© Comptoir Rhodanien

Dans la vallée du Rhône, le Comptoir rhodanien est spécialisé depuis près de cinquante ans dans la production (plus de 20 000 tonnes par an) de fruits de la région : abricot, pêche, nectarine, cerise, châtaigne et noix.

Face à la volatilité des marchés, aux aléas climatiques qui secouent les productions et aux attentes croissantes des consommateurs pour des produits locaux toute l'année, les producteurs doivent redoubler d'effort pour gagner en agilité mais aussi en visibilité. Alors, certains ont fait le pari de la transformation pour s'assurer une existence douze mois sur douze en grande distribution comme en circuit court.

Un levier stratégique actionné dans le Grand Est depuis le début des années 2000 au sein de la coopérative de producteurs de mirabelles de Lorraine Vegafruits. Spécialisée historiquement dans la distribution et l'expédition de produits frais, la structure commence à faire de la surgélation. « *Notre objectif est de vendre nos produits toute l'année en dehors du marché du frais. Il n'est pas en mesure d'absorber toute la production (environ 6 000 tonnes attendues en 2025, NDLR), la mirabelle est un fruit fragile, qui ne se conserve pas bien. Un fruit éphémère avec une récolte sur seulement sept semaines par an* », raconte Arnaud Colin, directeur général de Vegafruits.

Investir dans les bons outils

La coopérative a donc investi dans un outil afin de surgeler jusqu'à 100 tonnes de purée de mirabelles par jour et dans une machine de transformation en purée, aux mêmes capacités. « *Nous travaillons avec la grande distribution mais aussi d'autres industriels qui nous rachètent nos stocks pour faire, par exemple, du sirop ou des glaces* », ajoute le directeur général.

Un peu partout, des initiatives se multiplient, avec des producteurs qui se regroupent pour transformer le fruit de leur travail. Sur son territoire, la région Occitanie a mis en place des aides pour accompagner les arboriculteurs afin de lutter contre les pertes de production, et donc le gaspillage.

Nous travaillons avec la grande distribution et des industriels qui nous rachètent nos stocks de mirabelles de Lorraine surgelées pour faire, par exemple, du sirop ou des glaces.

Arnaud Colin, directeur général de Vegafruits

Et chez certains, les ambitions sont grandes. Dans la vallée du Rhône, le Comptoir rhodanien est spécialisé depuis près de cinquante ans dans la production (plus de 20 000 tonnes par an) de fruits de la région : abricot, pêche, nectarine, cerise, châtaigne et noix. Fort de ses 400 partenaires et de ses 400 hectares en propre, le groupe a commencé, dès 2020, après la période Covid, à transformer une partie de sa production. « *L'objectif est de trouver des débouchés autres que le marché du frais, sur lequel nous sommes déjà leader, notamment sur l'abricot. Nous avons donc investi 8 millions d'euros dans un atelier de transformation* », explique Daniel Gaillard, le président du Comptoir rhodanien.

Nectars, jus ou encore purée avec les fruits déclassés ou invendus, aujourd'hui, l'activité de transformation pèse pour 15 % dans le CA de l'entreprise (100 millions d'euros en 2024) avec deux marques : Pauline, pour la GMS, et Juste, le choix du fruit, pour la restauration et l'hôtellerie. « *Nous avons pour objectif de faire progresser cette activité, car la demande est là* », assure le président, qui précise toutefois que le cœur de son activité reste le frais. Comme le Comptoir rhodanien, Vegafruits commence à regarder du côté des boissons avec, très prochainement, la mise en place d'une ligne dédiée pour produire des boissons avec ou sans alcool à base de mirabelles de Lorraine.



Le Comptoir Rhodanien a investi 8 millions d'euros dans un atelier de transformation pour fabriquer des nectars, jus ou purées avec les fruits déclassés ou invendus. Sa marque Pauline est destinée à la GMS.

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des ambitions françaises de relocaliser certaines productions face aux sécheresses en Espagne. Un défi nécessitant investissements, adaptation des terroirs et aides publiques.

✨ Synthèse IA ✨

Le climat bouleverse la donne agricole en Europe. Alors que l'Espagne, l'Italie ou le Maroc peinent sous la pression des sécheresses, la France pourrait saisir l'occasion de regagner en autonomie grâce à la relocalisation de certaines cultures. Mais à quel prix ?

Charlotte Barriquand

20 septembre 2025 \ 09h00

5 min. de lecture



© Lentille du Puy

En France, 433 000 hectares sont dédiés à la culture de légumineuses, dont les lentilles. Le gouvernement a l'objectif d'atteindre la barre des 2 millions d'hectares d'ici à 2030.

Le réchauffement climatique a bien sûr de multiples conséquences. Parmi elles, la forte pression sur certains des plus gros producteurs de fruits et légumes en Europe, à savoir l'Espagne, l'Italie ou encore le Maroc. Touchés par de graves sécheresses, ces pays doivent notamment faire face à de fortes tensions sur leurs ressources en eau. En conséquence, ils ont dû engager des stratégies d'adaptation robustes.

Dans ce contexte, même si, pour l'heure, ces pays n'envisagent pas de baisse significative de leurs récoltes, la France a sa carte à jouer pour recouvrer un peu d'autonomie en matière de fruits et légumes. C'est d'ailleurs le sujet du dernier rapport du Conseil général de l'alimentation de l'agriculture et des espaces ruraux (CGAAER), publié en mars dernier, dans lequel il est question de la relocalisation de certaines productions en France.

Un rapport pensé pour répondre directement au plan de souveraineté pour la filière fruits et légumes lancé en 2023 par l'ancien ministre de l'Agriculture, Marc Fesneau, qui affichait l'objectif d'augmenter le taux d'autoapprovisionnement de la France en fruits et légumes de 5 points d'ici à 2030 et de 10 points d'ici à 2035, en utilisant des méthodes de productions durables.

Autonomie en berne

« Ce plan découle du triste constat que, depuis vingt-cinq ans, la France a progressivement perdu de son autonomie en fruits et légumes. Là où on était autonome à près de 70 % en fruits et légumes, c'est plutôt 50 % aujourd'hui avec, par ailleurs, une différence assez sensible entre les fruits et les légumes (40 % pour l'un et 60 % pour l'autre) », explique Daniel Sauvatre, président de d'Interfel.

Alors, dans un marché européen (voire mondial) très ouvert et au regard des changements provoqués par l'évolution climatique, les opportunités existent. « C'est le cas du kiwi », confirme Daniel Sauvatre. Aujourd'hui, en France, la production de ce fruit avoisine les 50 000 tonnes. Selon le CGAAER, la relocalisation de cultures est donc possible, mais de manière limitée, ciblée et « sous réserve d'un cadre de politique publique plus cohérent, d'une mobilisation accrue des financements disponibles et d'une meilleure coordination des acteurs », peut-on lire dans le rapport.

« Le réchauffement climatique rebat les cartes de l'agriculture et offre de nouvelles opportunités pour les récoltes, notamment dans les zones plus au nord. »

Serge Zaka, ingénieur agronome et docteur en agroclimatologie

Le conseil recense également plusieurs recommandations pour gagner ces points d'autonomie d'ici à 2030, telles que le renforcement de la transparence de l'affichage sur l'origine des produits et de la lutte contre la fraude, la mise en place de « plans eau » analogues à celui présenté en 2024 en Occitanie, sur des territoires fragilisés par le changement climatique, ou encore l'optimisation efficiente des financements de la recherche, notamment dans des domaines insuffisamment explorés jusqu'à présent.

Parmi les possibles relocalisations, celles du maïs doux, des haricots verts ou des tomates destinées à la transformation sont les plus concernées car elles sont toutes entièrement mécanisables. L'olivier, l'amande ou encore les agrumes figurent aussi sur la liste, notamment dans le sud du pays grâce aux conditions climatiques méditerranéennes.

Viser le premium

Ce sera possible « à condition de viser un marché de niche à haute valeur ajoutée », souligne encore le rapport. En précisant que « cela ne pourra évidemment pas suffire à combler les besoins globaux de la France en matière de fruits et légumes. Il s'agit d'opportunités limitées et stratégiques, qui pourraient permettre, d'une part, de se positionner sur des segments premium, et d'autre part, d'offrir aux agriculteurs d'intéressants compléments de revenus ».

En attendant, en Provence, des producteurs se sont déjà positionnés sur cette relance, à l'image de La Compagnie des amandes qui accueille sa troisième récolte cette année. Créée notamment par l'ancien ministre de l'Économie (2012-2014) Arnaud Montebourg, l'entreprise produit quelque 1 700 tonnes d'amandes françaises sur un peu plus de 200 hectares déjà entrés en production.

Pour rappel, presque 50 % des amandes consommées en France viennent de Californie, principal producteur mondial. Pourtant, « la France représente le berceau de l'amande. En 1948, il y avait 12 000 hectares d'amandiers en Provence, aujourd'hui ce sont à peine plus de 300 hectares et les producteurs sont complètement isolés », se désolait François Moulias, directeur général de la Compagnie des amandes, dans LSA il y a un an.

Vanille bretonne

Certains producteurs se sont mis aussi aux agrumes. En Corse, notamment, les frères de la Taste produisent oranges, citrons, clémentines et pomelos, ainsi que des avocats, qu'ils récoltent pour le moment en petite quantité, sur une quarantaine d'hectares.

Dans le Sud-Ouest, près de Perpignan, la société Les Arts verts cultive depuis quelques années une cinquantaine de variétés de fruits, « toutes venues de La Réunion où nous avons vécu. Nous avons de la banane, du fruit de la passion, de la citronnelle ou encore des fruits du dragon et même prochainement de la goyave, le tout en polyculture sous serre ou plein champ », décrit Linda Blandin, cofondatrice de l'entreprise. Les Arts Verts commercialise ses fruits en local avec des restaurants, mais également certains magasins bio ou la GMS, comme Carrefour. Autres exemples dans la Drôme, où un producteur fait de la grenade depuis 2017, ou encore en Bretagne, avec du yuzu, des myrtilles ou une filière vanille montée par Prince de Bretagne.

D'autres productions font également leur retour depuis quelques années. C'est le cas de la lentille et d'autres légumes secs. Après la période du Covid, il y a eu un réel emballement pour le végétal, avec une consommation de ces produits qui a augmenté jusqu'à 15 %. « Les producteurs se sont emparés du sujet pour replanter des terres pour les légumes secs, délaissés depuis quelques années. Les lentilles, notamment, sont d'excellentes cultures de rotation, alors nombreux se sont lancés dans l'aventure », explique Antoine Wassner, porte-parole de la Fédération nationale des légumes secs (FNLS). Pourtant, la consommation en France stagne et le pays demeure très dépendant des importations, notamment de l'Inde ou du Canada, qui vampirise le marché avec plus de 2 millions de tonnes produites.

Nouveaux terroirs

Mais quand on parle de relocalisation, il faut également prendre en compte un certain nombre d'éléments tels que la qualité des sols ou encore leurs usages. « *L'évolution climatique influe directement sur notre terroir. Nous ne pouvons plus cultiver comme avant* », commente Serge Zaka, ingénieur agronome et docteur en agroclimatologie, qui consacre une grande partie de son travail à l'arboriculture et à l'aire de répartition des cultures.

En clair, selon les climats, on cultive des produits différents dans diverses régions, des noix dans le Périgord, des pommes de terre dans les Hauts-de-France ou du melon à Cavaillon. Toutefois, « *ce serait une grave erreur de continuer à produire les mêmes choses aux mêmes endroits. Il faut impérativement adapter ces aires de répartition, rebattre les cartes pour commencer, dès maintenant, à cultiver sur des nouveaux terroirs. On voit déjà que des cultures remontent vers le nord, à l'image de la vigne, des agrumes et des fruits à coques ! Cela va par ailleurs poser la question des IGP et autres AOP, qui vont également devoir s'adapter* », poursuit l'ingénieur.

Du côté de l'Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement, le sujet fait aussi parler. « *Nous avons des équipes qui vont travailler sur la modélisation de ces scénarios de déplacements des cultures* », indique Isabelle Litrico-Chiarelli, directrice scientifique agriculture à l'Inrae. Le ministère de l'Agriculture s'y intéresse d'ailleurs aussi et devrait publier prochainement un long rapport sur le sujet.



À Torrelles, dans les Pyrénées-Orientales, Linda Blandin et Frédéric Morlot cultivent une cinquantaine de variétés différentes de fruits exotiques venues tout droit de l'île de La Réunion. Entièrement en bio, ils produisent notamment des bananes qu'ils récoltent une fois qu'elles sont prêtes à mûrir.



Depuis 2017, Adrien Clair, producteur à Loriol-sur-Drôme (26) cultive de la grenade sur ses terres et fait même partie du syndicat France Grenade. Il produit aussi de la pistache et commence à planter des oliviers.



Daniel Sauvaitre, président d'Interfel : « La souveraineté alimentaire est un équilibre complexe »

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'appel à renforcer l'autonomie alimentaire française grâce à l'innovation, la transparence et le soutien public, tout en restant compétitif face aux importations.

✦ Synthèse IA ✦

Cette courte interview de Daniel Sauvaitre, président d'Interfel, est issue du dossier "fruits et légumes" de l'édition du 11 septembre 2025.

Charlotte Barriquand

20 septembre 2025 \ 09h00

1 min. de lecture



© Christophe Da Silva / Interfel
Daniel Sauvaitre est président d'Interfel.

LSA - Comment relancer l'appétit des Français pour les fruits et légumes frais ?

Daniel Sauvaitre - Pendant le Covid, la consommation a explosé car les Français avaient du temps pour cuisiner. Dès que les contraintes reviennent, c'est l'ultratransformé qui gagne. Pourtant, l'envie de bien manger est là. Pour cela, il faut rendre l'offre irrésistible en rayon, avec des produits bien présentés, une pédagogie renforcée, et des chefs de rayon formés. Cela passe aussi par la clarification de l'origine des produits et toujours plus d'efforts sur la transparence.

Comment retrouver une souveraineté alimentaire sans sacrifier la compétitivité ?

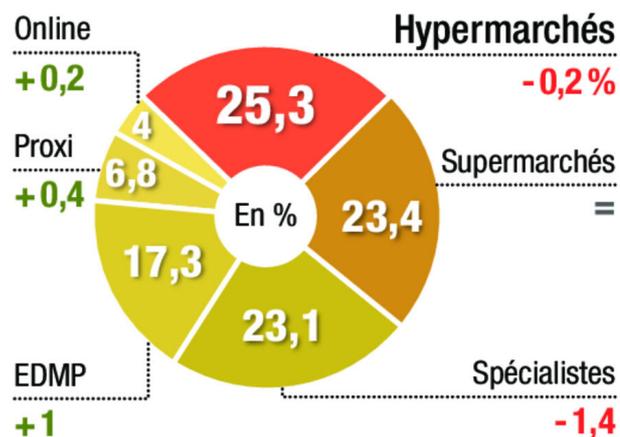
D. S. - La souveraineté alimentaire, c'est un équilibre complexe entre production locale, importations nécessaires, et règles du jeu équitables. Aujourd'hui, nous sommes à 50 % d'autonomie, contre 70 % il y a vingt-cinq ans. Pour inverser la tendance, plusieurs pistes existent à commencer par les fameux plans de souveraineté alimentaire. Sans soutien public, il sera difficile de rivaliser avec des pays comme le Maroc ou la Turquie, qui ont des coûts de production bien inférieurs. Certaines filières montrent toutefois que c'est possible. La fraise française regagne des parts de marché, et la myrtille, presque inexistante il y a dix ans, se développe grâce à des producteurs engagés. L'IA et les nouvelles technologies (serres connectées, robots) jouent aussi un rôle clé pour optimiser les rendements.

Les chiffres

- 15,3 Mrds € : **le CA total** des fruits et légumes, à **+ 4,8 %** dont **7,9 Mrds €** pour les fruits (+ 6,8 %) et **7,3 Mrds €** pour les légumes (+ 2,6 %)
- **5,4 Mrds t** : **le volume total**, à **+ 2,4 %**, dont **2,6 Mrds** pour les fruits (+ 2,8 %) et **2,8 Mrds** pour les légumes (+ 2,1 %)
- **2,82 €** : **le prix moyen au kilo**, à **+ 2,3 %**, dont **3,08 €** pour les fruits, à + 3,9 % et **2,59 €** pour les légumes, à + 0,5 %
- **2,60 kg** : **le volume par acte d'achat**, à **- 0,3 %**, dont **1,76 kg** pour les fruits à - 0,9 % et **1,86 kg** pour les légumes, stable

Les hypers et les supers au coude-à-coude

Part de marché en volume des circuits de distribution, en %



Source : Worldpanel by Numerator, CAM à P7 arrêté au 13 juillet 2025

Tous les chiffres sur le jambon de porc

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite d'un état des lieux du marché du jambon de porc via infographies : consommation stable mais recul des MDD, inflation pesant sur les ventes.

✨ Synthèse IA ✨

LSA Data Conso | Qui achète le plus de jambon de porc ? Comment ont évolué les prix depuis 2023 ? Où en achète-t-on le plus ? La rédaction vous propose huit infographies pour tout comprendre sur les achats de produits de jambon de porc.

La Rédaction

21 septembre 2025 \ 12h00

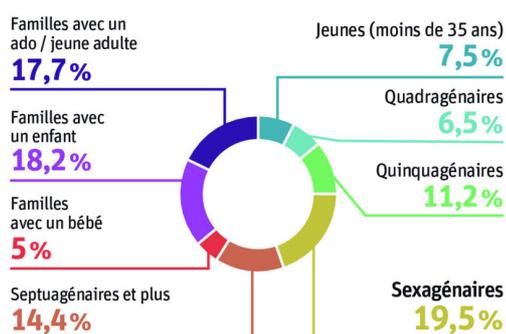
1 min. de lecture
SELECTIONNE POUR VOUS



À la fin de l'année 2022, la rédaction a lancé LSA Data, une nouvelle rubrique qui s'est enrichie en 2023 avec une page d'infographies dans le magazine print. La formule a évolué en 2024. En plus d'une page dédiée aux chiffres clés d'un marché, une deuxième page LSA Data est consacrée aux comportements d'achat des consommateurs grâce aux données de Kantar. Des infographies à retrouver en fin de magazine et en ligne, comme ici sur le jambon de porc.

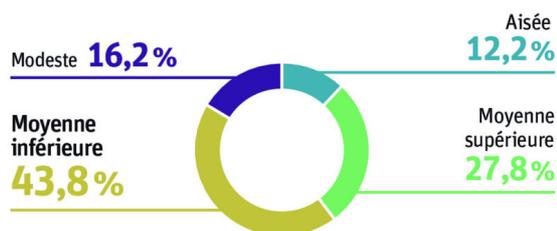
Très pratique pour les familles

Répartition des dépenses de jambon cuit de porc par tranche d'âge et situation familiale en CAM à P6 2025, en %



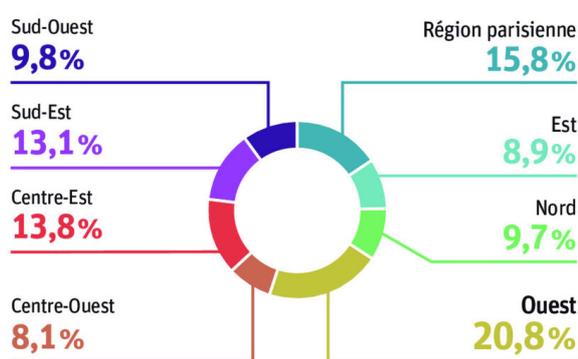
La classe moyenne inférieure apprécie

Répartition des dépenses de jambon cuit de porc par catégorie socioprofessionnelle en CAM à P6 2025, en %



L'Ouest s'en paie une tranche

Répartition des dépenses de jambon cuit de porc par zones géographiques en CAM à P6 2025, en %

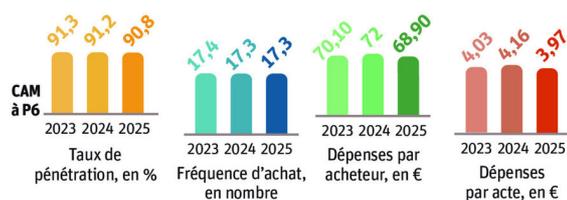


Un prix reparti à la baisse

Prix moyen au kilo du jambon cuit de porc, en euros

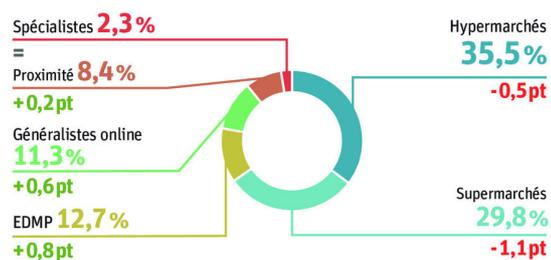


Des dépenses qui diminuent



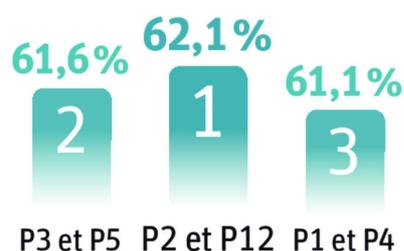
Supermarchés et hypers à la peine

Part de marché en valeur par circuits des dépenses de jambon cuit de porc en CAM à P6 2025, et évolution vs CAM à P6 2024



Consommé surtout l'hiver

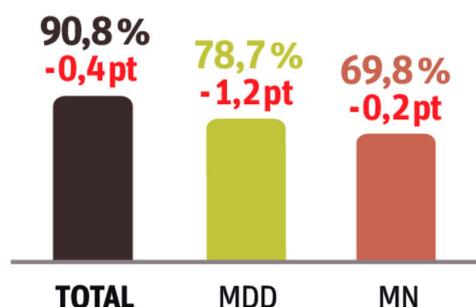
Top 3 des périodes pendant lesquelles le jambon cuit de porc a été le plus acheté en 2024, en taux de pénétration



P3 = 19.02 au 17.03, P5 = 15.04 au 12.05, P2 = 22.01 au 18.02, P12=04.11 au 01.12, P1 = 25.12.2023 au 21.01, P4=18.03 au 14.04

Les MDD bien implantées mais en recul

% des foyers acheteurs de jambon cuit de porc (au moins une fois en CAM à P6 2025), % de foyers acheteurs de marques nationales et de MDD, et évolution vs CAM à P6 2024



Méthodologie

Ces données sont issues d'un échantillon de 20 000 foyers panélistes de Kantar Worldpanel. Elles sont calculées sur un univers « généralistes » (hypers + supers + EDMP + proximité + internet) et circuits spécialisés, et représentent les dépenses des ménages ordinaires en PGC + frais libre-service pour la consommation au domicile.

Infographies David Guéret/LSA

Biocoop, La Vie claire, Naturalia... Les spécialistes du bio repartent en conquête

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la reprise des enseignes bio spécialisées, dopées par local, prix ajustés et innovation, malgré une fragilité persistante des filières.

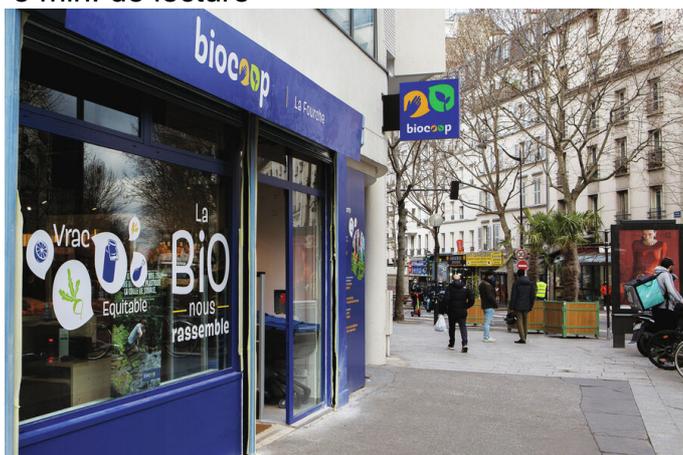
✨ Synthèse IA ✨

En 2024, les spécialistes du bio ont renoué avec la croissance, au prix de gros efforts de restructuration et d'adaptation. Biocoop, La Vie claire et Naturalia confirment leur domination, tandis que plusieurs acteurs indépendants relèvent la tête, malgré des filières fragiles et un soutien du public insuffisant.

Sylvie Lavabre

21 septembre 2025 \ 08h00

8 min. de lecture



© Laetitia Duarte

Durement touchée par la crise inflationniste de 2022-2023, la distribution spécialisée bio amorce une belle reprise. « 2024 s'est bien passé avec un retour à la croissance », se réjouit Emmanuel Dufour, patron de l'enseigne Marcel & Fils. Ce constat optimiste est partagé par l'ensemble des spécialistes du secteur. À l'exception des Comptoirs de la bio, les 15 premières enseignes détaillées dans notre classement exclusif ont vu leurs ventes progresser l'an dernier.

Leurs ventes cumulées ont bondi de 9,4 %, à 3,6 milliards d'euros. Et un tiers d'entre elles affiche des croissances à deux chiffres. C'est mieux que l'ensemble du parc. Selon l'Agence Bio, les 2 697 magasins spécialisés bio (29 % des ventes totales du bio en France) ont en effet affiché en 2024 une hausse de 6,5 % de leur chiffre d'affaires, soit un gain de 215 millions d'euros.

Une performance réalisée alors que le nombre de points de vente est en recul, compensé par une augmentation de leur taille moyenne, renforçant leur attractivité et leur capacité à répondre à la demande des consommateurs. Cette dynamique est d'autant plus marquée qu'elle contraste avec les évolutions de la grande distribution, qui régresse de 5,1 % et ne pèse plus que 47,5 % du marché bio à domicile.

Les défis

- **Une hausse de la consommation bio**, portée par des tendances fortes comme la santé, le local et la durabilité.
- **Des offres produits renouvelées et attractives** avec une valorisation des fruits et légumes locaux et de saison.
- **Une politique tarifaire repensée** : ajustement des prix sur les produits essentiels, prix bloqués sur certains articles, promotions régulières.

Certains segments bientôt déficitaires

Mais le tableau est assombri par l'instabilité politique et les coupes budgétaires annoncées en mai pour la filière bio. Le Fonds Avenir Bio, principal outil de soutien aux infrastructures et entreprises du secteur, voit son enveloppe fondre de 18 à 8,7 millions cette année. Un recul brutal de 52 %, décidé par le gouvernement, que Jean Verdier, président de l'Agence Bio, qualifie de « *coup d'arrêt à quinze années d'investissement structurant* ».

Les budgets de communication seront aussi fortement réduits. La campagne C'est bio la France ¹, lancée en mai, et censée se déployer sur trois ans pour relancer la consommation bio, a été suspendue. « *Alors que le marché redémarre enfin, c'est paradoxal qu'il ne bénéficie plus du soutien des pouvoirs publics* », regrette Benoit Soury, président des enseignes de Carrefour, So.bio et Bio c'Bon.

Philippe Bernard, directeur de l'offre et des achats chez Biocoop, déplore une politique « *qui défie la raison* » et l'abandon par les pouvoirs publics de filières stratégiques. L'avenir de la production de viande rouge, de porc et de lait bio est en effet menacé, ces segments étant déficitaires ou proches de l'être. « *On observe depuis deux ans des déconversions dans le lait bio, qui pourrait bientôt devenir déficitaire. Le lait de vache bio disponible diminue, tandis que les difficultés d'approvisionnement en viande et œufs s'intensifient, notamment en raison des contraintes liées à la transition vers des modes d'élevage plus responsables* », souligne-t-il. Ces tensions s'ajoutent à des difficultés logistiques grandissantes et à un marché de l'emploi tendu, où le recrutement reste un enjeu majeur.

Il n'empêche. Les résultats des grands réseaux spécialisés bio sont encourageants. Biocoop, leader incontesté, affiche une progression de 8,5 % de son CA, qui atteint 1,66 milliard d'euros hors taxes, avec une croissance en volume de 8 %. Son directeur général, Franck Poncet, insiste sur la qualité de cette croissance, portée par une augmentation du ticket moyen de 7,5 % et un afflux constant de nouveaux clients. Biocoop gagne ainsi entre 1 et 2 points de part de marché, pesant désormais 12 % du marché bio global et 56,6 % chez les spécialistes. Cette performance est le fruit d'une stratégie centrée sur l'offre produit et l'expérience client, avec un engagement fort en faveur de l'agriculture bio locale et durable.

La Vie claire, numéro deux du marché, a aussi accéléré en 2024 avec une hausse de 8 % à périmètre constant, supérieure à la moyenne du secteur. Toutefois, son parc a évolué, avec la fermeture de dix magasins en franchise contre sept ouvertures, dont deux en propre. Sa présidente, Christelle Le Hir, met en avant une politique tarifaire ambitieuse, avec la révision des prix sur 200 produits essentiels, dont 100 références à moins de 3 €, maintenus bloqués pendant un an.

L'innovation est un levier important, avec 350 nouveautés lancées sur les deux dernières années et un nombre équivalent prévu en 2025. Le rayon fruits et légumes, approvisionné à 90 % par des producteurs français dans le respect des saisonnalités, est l'un des moteurs de la croissance avec une hausse des ventes de 10 %. Et La Vie claire mise sur une nouvelle plateforme logistique opérationnelle en 2026, signe d'une modernisation progressive de ses infrastructures. Le numéro trois du secteur, Naturalia (filiale du Groupe Casino), a terminé 2024

avec une progression de près de 5 %, grâce à un repositionnement tactique sur des produits bons, sains et accessibles.

Son nouveau concept La Ferme, entièrement repensé, valorise les fruits et légumes de saison et les produits bruts, qui représentent désormais 50 % de l'offre en magasin. L'enseigne propose 170 prix bas bloqués toute l'année et 300 produits en promo chaque mois, favorisant l'accessibilité pour tous les profils de consommateurs.

Cette montée en puissance s'inscrit dans une dynamique plus large de renforcement des enseignes spécialisées qui, après une période d'assainissement, entendent accélérer leur développement. Biocoop prévoit ainsi une quinzaine d'ouvertures cette année, La Vie claire en vise une dizaine, et Naturalia compte déployer une vingtaine d'unités sous son concept La Ferme d'ici à la fin de l'année, avec déjà 17 déployées, dont six au premier trimestre 2025.

Souplesse des modèles

Parmi les bonnes surprises du classement, le réseau Accord bio a engagé un virage stratégique ambitieux. Passant d'une croissance modeste jusqu'en 2020 à une expansion rapide, il parie sur 250 magasins d'ici à fin 2025 et 300 en 2026. « *Cette taille critique est essentielle pour négocier efficacement avec les fournisseurs* », estime son président, Éric Natali. Accord bio se distingue par un modèle d'adhésion souple, attirant de nombreux indépendants et anciens membres d'autres réseaux, au sein d'un groupement hétérogène dont les CA annuels varient de 200 000 à 7 millions d'euros par magasin.

Autre signe encourageant, certaines enseignes longtemps en difficulté semblent amorcer un redressement. L'Eau vive, fragilisée par ses investissements lors du retournement du marché, est sortie de la procédure de sauvegarde en juin 2024 après avoir drastiquement réduit son réseau de franchises et revu son organisation interne.

L'enseigne a mis en place un comité de direction, assaini sa trésorerie et renouvelé son modèle d'affiliation en proposant des contrats plus souples, d'une durée de trois ans contre sept avant. Elle veut déployer ce modèle dès l'été 2026, notamment en Rhône-Alpes, avec une harmonisation de l'identité visuelle et des assortiments. L'Eau vive s'appuie aussi sur une gamme « essentielle » anti-inflation, située à l'entrée des magasins, et une politique agressive sur les fruits et légumes, avec régulièrement des produits à prix coûtants.

Naturéo, enseigne familiale indépendante créée en 2007, a également surmonté une procédure de sauvegarde en mai 2024, grâce au soutien de ses actionnaires et créanciers. Après avoir abandonné un projet de rapprochement avec Les Comptoirs de la bio, Naturéo veut stabiliser et consolider son positionnement sur le marché.

Visiblement un choix judicieux, puisque Les Comptoirs de la bio, repris en 2022 par le Groupement Mousquetaires, peine à sortir la tête de l'eau. L'enseigne a engagé plusieurs chantiers lourds, comme le déménagement de sa plate-forme logistique de Montbartier (31) à proximité de son siège social situé à Bressols (82). Par ailleurs, elle a revu ses partenariats fournisseurs, notamment avec Celnat et Vitamont, pour élargir l'offre disponible et fluidifier les commandes. Afin de mieux rationaliser son assortiment, le nombre de références est passé de 12 000 à 8 000, avec une simplification de l'offre à marques propres. Cependant, plusieurs magasins trop fragiles économiquement ont été fermés, illustrant les difficultés persistantes des Comptoirs de la bio.

Tendance à la consolidation

Carrefour a aussi restructuré son enseigne Bio c'Bon, qui recense aujourd'hui 70 magasins, contre 103 auparavant. « *Nous avons mis en place une nouvelle organisation des achats et de l'animation* », assure Benoit Soury, alors que sa deuxième enseigne So.bio, rachetée en 2018, compte 60 magasins d'environ 500 m² et prévoit huit ouvertures en 2025, en franchise et en succursale.

« *Depuis le début de l'année, nous enregistrons une croissance à deux chiffres, entre 8,5 % et 9 % pour chacune de nos deux enseignes, avec 130 points de vente. Cette dynamique est portée à la fois par le retour des clients et l'augmentation du panier moyen [15 € pour Bio c'Bon et 45 € pour So.bio, NDLR]* », se félicite Benoit Soury. Les deux enseignes tablent sur leur appartenance au groupe Carrefour pour séduire de nouveaux franchisés. Côté offre, l'origine locale est privilégiée, notamment sur les fruits et légumes, qui pèsent 20 % de l'assortiment et jouent un rôle moteur dans la reprise.

De son côté, La Fourche, seule enseigne 100 % digitale du classement, affiche la plus forte croissance du top 15. Le 16 septembre 2025, la jeune pousse francilienne a levé 31,5 millions d'euros auprès de Bpifrance, via son fonds Large Venture, du fonds d'impact Astanor et de ses investisseurs historiques (Anterra, Aurae, Heartcore et Eights Roads). Fondée en 2018, elle cible 100 millions d'euros de CA et la rentabilité début 2026 grâce à son modèle unique d'adhésion qui lui permet d'avoir les prix les plus compétitifs en bio.

Si le marché spécialisé bio confirme son redressement, les défis restent nombreux, notamment en matière d'approvisionnement et de structuration des filières. La tendance est clairement à la consolidation. « *Nous avons besoin de digérer la baisse subie en 2022 et 2023 masquée par l'inflation mais réelle en volume pour tous les acteurs*, souligne Emmanuel Dufour, de Marcel & Fils. *La consommation de bio représente seulement 5 % des achats des ménages avec 30 % de part de marché pour les spécialistes. Il n'y a pas forcément de place pour plusieurs magasins dans une même zone de chalandise. Il reste des opportunités de rachat. Nous avons des discussions en cours avec certains propriétaires qui veulent nous céder leur magasin pour des raisons stratégiques.* » Une consolidation impérieuse, selon lui, afin de dégager les moyens nécessaires pour développer des projets et la MDD qui demande des volumes.

L'Eau vive sort la tête de l'eau en Rhône-Alpes



Le siège social de L'Eau vive, accolé à un magasin, se trouve à Brié-et-Angonnes (Isère). Cette enseigne historique repart de l'avant après une période difficile commencée en juin 2023. Basée surtout en Rhône-Alpes, avec 270 collaborateurs, elle appartient à 52 % à un fonds d'investissement, Didier Cotte en détenant 39 %. Sous la direction de Christine Jacquier depuis juillet 2024, elle a assaini sa trésorerie et repensé son organisation avec un nouveau comité de direction. Malgré la fermeture de franchises et magasins intégrés, il reste sept affiliés actifs.

Tous les indicateurs sont au vert depuis janvier : flux clients, volumes et CA, avec un panier de 26,50 €. L'Eau vive mise sur un modèle d'affiliation plus souple et veut consolider son réseau. L'offre, riche de 3 000 références, s'appuie sur un fournil maison, un assortiment commun renforcé, des prix agressifs, notamment sur les fruits et légumes, et un programme de fidélité dynamique. En 2025, l'enseigne se concentre sur le développement du non-alimentaire et l'intégration de produits locaux.

Loïc Morais Pereira, directeur réseau et développement de L'Eau vive

« Nous sommes sortis de procédure judiciaire en juin 2024. Nous voulons déployer des magasins sur 600 m2 et être agressifs en prix, avec le pain comme produit d'appel. »

Accord bio, un groupement en quête de taille critique



Le réseau compte La Coopérative du Garlaban, à Aubagne (13), qui réalise 3,5 millions de chiffre d'affaires.

Avec 238 magasins en France et un CA estimé entre 224 et 230 millions d'euros en 2025, Accord bio se déploie tout en prônant un modèle souple. Présidé par Éric Natali depuis 2024, le groupement vise 250 magasins fin 2025 et 300 d'ici à fin 2026. En 2020, il a choisi d'accélérer pour atteindre une taille critique. Il accueille d'anciens adhérents de L'Eau vive, Biomonde ou La Vie claire... Très présent en Bretagne, dans le Sud-Ouest, et de façon plus marginale dans le Sud-Est, il vise une implantation dans la région lyonnaise.

Parmi les dernières ouvertures : un micromagasin de 32 m² à la frontière italienne, un point de vente de 1 000 m² à Quimper, et un de 290 m² prévu à Orléans. Ce réseau, très hétérogène (de 200 000 à 7 millions euros de CA par magasin), ne fonctionne pas via une centrale d'achats : les adhérents – indépendants ou en coopératives – gardent la liberté de leur offre, en lien avec 160 fournisseurs négociés pour une cotisation HT de 600 €/an, ainsi qu'une assistance juridique et l'accès à un salon annuel précédant l'assemblée générale.

Éric Natali, président du groupement Accord bio

« En 2020, nous avons eu peur. Avec 180 magasins, en pleine crise du bio, on ne pesait pas assez lourd. Nous avons décidé de changer les équipes avec un objectif de 300 magasins en 2026. »

Biofrais parie sur les fruits et légumes bio super frais



Le nouveau magasin de Drumettaz-Clarafond (73) fait 700 m².

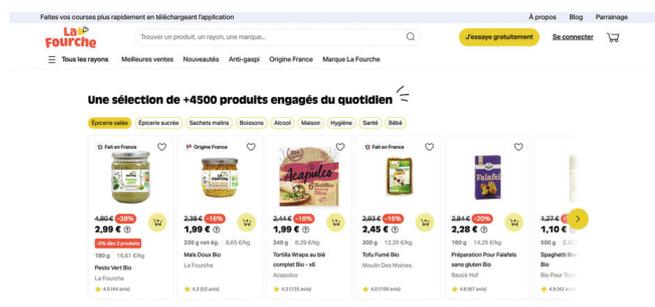
Née en 2008 en Haute-Savoie, Biofrais s'impose comme un grand marché bio pariant sur la fraîcheur et la gourmandise. Fondée par un ancien maraîcher bio, l'enseigne est une filiale du groupe Prosol (fournisseur et actionnaire de Grand Frais) entré au capital en 2018, dirigée par Bertrand Chaveron depuis fin 2021. Elle privilégie la fraîcheur avec une livraison quotidienne de fruits et légumes.

Avec cinq magasins de 700 à 950 m² en Haute-Savoie et dans l'Ain, Biofrais propose plus de 8000 références, mettant en avant plus de 200 fruits et légumes bio, des prix futés sur les indispensables du quotidien et une large sélection des produits locaux. En août, Biofrais a ouvert un sixième magasin en Savoie, près d'Aix-les-Bains et prévoit d'ouvrir un nouveau magasin à Domancy (74) d'ici la fin de l'année. Et l'enseigne devrait se partager 4 000 m² avec Lidl à Marseille La Valentine à la suite de la réduction de taille imposée au magasin Auchan du centre commercial par l'Autorité de la concurrence.

Bertrand Chaveron, président de Biofrais

« Nous avons réalisé 34 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2024, en progression de 16 %, avec cinq magasins. Nous avons des "gros" points de vente et un concept différent des magasins bio spécialisés. »

La Fourche, un pure player à prix compétitif



Seul pure player dans notre classement des 15 premières enseignes spécialistes du bio, La Fourche a généré la plus forte croissance (+ 39 %). Il attribue son succès à son modèle d'adhésion qui lui permet de proposer pour une cotisation de 59 € par an des prix compétitifs sur 4 800 produits. Il réalise plus de 50 % de ses ventes avec sa marque propre (500 produits), dont le vrac (ensaché par ses soins).

Ses enjeux ? L'essor de l'offre en frais à sa marque d'abord proposée en Île-de-France puis dans le Nord début 2025 et à Lyon, avant Marseille et Toulouse à la fin de cette année. « L'objectif est de couvrir 50 % du territoire d'ici à deux ans », déclare Lucas Lefebvre, cofondateur. Présente en France, en Belgique, en Allemagne depuis deux ans et en Autriche depuis juin, La Fourche, qui a

réalisé en 2024 un CA de 72 millions d'euros, devrait atteindre les 100 millions d'euros cette année et vise la rentabilité pour fin 2025-début 2026.

Lucas Lefebvre, un des trois cofondateurs de La Fourche

« Notre offre séduit. Notre marque propre, créée avec nos adhérents, cartonne. Un des gros enjeux maintenant est de lancer des produits La Fourche en frais. »

Marcel & Fils, le provençal qui prône un bio épicurien et engagé



Le réseau s'appuie sur une clientèle exigeante. Ici, le magasin de Carpentras (84). Face aux secousses du marché, Marcel & Fils (60 magasins dans l'Hérault, la Drôme et la région Paca) a pu compter sur les vertus de son modèle intégré. « Nous maîtrisons l'offre, l'accueil et le concept, ce qui fait toute la différence auprès de nos clients », affirme son président Emmanuel Dufour. La taille de ses magasins, généralement inférieure à 1 000 m², répond aux attentes des consommateurs, privilégiant proximité, conseil et convivialité. Cette orientation a permis de limiter les fermetures (deux en 2024), quand elles atteignaient pour certains spécialistes jusqu'à 20 % du parc. Marcel & Fils s'appuie aussi sur une offre diversifiée pesant 15 % du chiffre d'affaires, et un fort ancrage local avec 20 à 25 % du CA issus de partenariats avec une trentaine de petits producteurs. Pour 2025, la priorité est de consolider le réseau, affiner l'offre et poursuivre l'innovation, tout en cultivant la fidélité d'une clientèle exigeante.

Emmanuel Dufour, président et fondateur de Marcel & Fils

« Nous devons améliorer notre offre prix pour attirer les consommateurs du conventionnel et montrer qu'un bon rapport qualité-prix est possible. »



Lidl obtient le feu vert pour racheter 19 supermarchés Auchan et 8 stations-service

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'autorisation donnée à Lidl pour ce rachat, renforçant son maillage territorial sans condition de l'Autorité de la concurrence.

✨ Synthèse IA ✨

L'Autorité de la concurrence a validé ce 22 septembre l'acquisition par Lidl de 19 supermarchés Auchan, répartis partout en France, ainsi que 8 stations-service, sans imposer de condition particulière. Cette opération, qui marque une nouvelle étape dans la recombinaison du secteur, s'inscrit dans la stratégie de croissance de Lidl et la poursuite du repositionnement d'Auchan sur le marché français.

Nicolas Monier



22 septembre 2025 \ 12h00© 123RF

Lidl a obtenu l'autorisation sans condition de l'Autorité de la concurrence pour le rachat de 19 magasins Auchan Supermarché et 8 stations-service.

Dans un communiqué publié ce lundi, l'Autorité de la concurrence indique qu'elle autorise, sans imposer de conditions particulières, l'acquisition par Lidl de 19 magasins exploités sous l'enseigne Auchan Supermarché ainsi que de 8 stations-service attenantes. Cette validation officielle conforte la stratégie d'expansion de Lidl sur le territoire français et s'inscrit dans un contexte de transformation du secteur de la grande distribution. Interrogé par LSA ce 18 septembre, John Paul Scally, président de Lidl France, chiffre le potentiel de l'enseigne dans l'Hexagone à 2000 magasins et "se donne le temps qu'il faudra". De même, il a regardé la liste des 45 hypermarchés Auchan qui voient leur superficie réduite à 8 000

m², mais "la plupart de nos magasins ne sont pas situés très loin et parfois, il y a trop de m²".

En reprenant les 19 supermarchés Auchan, Lidl poursuit le renforcement de son maillage national tandis qu'Auchan réorganise une partie de son parc de magasins. L'issue favorable de l'examen confirme l'absence de risques d'atteinte à la concurrence sur les marchés concernés, selon l'Autorité.

Voici la liste détaillée des 19 magasins Auchan Supermarché concernés :

1. Marquette-lez-Lille, Parc de l'Innovation, 1 Rue de Menin, 59520 – station-service : Non
2. Noyelles-lès-Vermelles, Route Nationale 43, 62980 – station-service : Oui
3. Nemours, 28 Avenue du Général de Gaulle, 77140 – station-service : Oui
4. Carrières-sur-Seine, 11 Avenue du Maréchal Juin, 78420 – station-service : Non
5. L'Isle-Adam, 12 Rue Saint-Lazare, 95290 – station-service : Non
6. Saint-Pierre-des-Corps, Place Maurice Thorez, 37700 – station-service : Non
7. Bordeaux, 19 Place de l'Europe, 33300 – station-service : Non
8. Gradignan, Centre Commercial Malartic, 33170 – station-service : Non
9. Lyon, 3 Rue Victor Schoelcher, 69009 – station-service : Non
10. Lyon, 8 Rue Philippe Fabia, 69008 – station-service : Non
11. Voiron, Boulevard Edgar Kofler, 38500 – station-service : Oui
12. Grenoble, 112 Bis Avenue Jean Perrot, 38100 – station-service : Non
13. Grabels, 2 Rue Nicolas Appert, 34790 – station-service : Oui
14. Toulon, Avenue Aristide Briand, 83200 – station-service : Oui
15. Antibes, Centre Commercial, Palais des Congrès, 06600 – station-service : Non
16. Saint-Raphaël, 1011 Boulevard Jean Moulin, 83700 – station-service : Oui
17. Cannes, 140 Avenue Francis Tonner, 06150 – station-service : Oui
18. Bordeaux, 28 rue Alexander Fleming, 33100 – station-service : Oui
19. Paris, 30-32 Boulevard de Vaugirard, 75015 – station-service : Non

De McDonald's à O'Tacos, les chaînes de restauration se trouvent à un tournant stratégique

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite d'un secteur à un tournant : 21 Md€ en 2024, croissance surtout portée par les ouvertures tandis que la fréquentation recule. La restauration rapide domine ; nouveaux entrants (Dunkin', Wingstop) et « Big 8 » se renforcent. Marges sous pression : innover et doper l'expérience.

✨ Synthèse IA ✨

Avec 21 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2024, la restauration chaînée confirme son poids dans le paysage français. Mais sa croissance tient avant tout à l'extension des réseaux, dans un contexte de fréquentation en baisse. Le secteur se trouve à un tournant stratégique.

Nicolas Monier

22 septembre 2025 \ 11h00

4 min. de lecture



© Nicolas Guyonnet / Hans Lucas

McDonald's a ouvert 29 nouveaux points de vente en France en 2024.

La dernière édition de la Revue Chaînes, publiée par Food Service Vision en mai, dresse un constat clair : la progression du chiffre d'affaires des chaînes de restauration (+ 26 % entre 2019 et 2024, à 21 milliards d'euros) repose quasi exclusivement sur l'ouverture de nouveaux établissements. Le parc a bondi de 27 % en cinq ans, soit 3 591 points de vente supplémentaires, dont 786 rien qu'en 2024, tandis que le chiffre d'affaires moyen par restaurant reculait de 1 %. « *Le gâteau continue de grossir, mais plus doucement. Et surtout, il se partage entre beaucoup plus d'acteurs* », observe Florence Berger, directrice associée de Food Service Vision.

Selon elle, la fréquentation par établissement a chuté de 5 % en moyenne l'an dernier, confirmant une saturation à court terme. « *La part d'estomac n'est pas extensible à l'infini* », résume-t-elle. Pourtant, la consommation hors domicile française reste en deçà des standards observés au Royaume-Uni ou aux États-Unis, ce qui laisse un potentiel de développement.

Dans une interview accordée à LSA en juin dernier, Christophe Gaschin, directeur général du groupe Bertrand, posait d'ailleurs cette question : « *Le marché est-il capable d'absorber toute la restauration ? C'est pour cela que nous avons voulu développer des enseignes complémentaires les unes par rapport aux autres et que nous saurons faire évoluer.* » Il précisait aussi : « *Il ne faut surtout pas, à mon sens, imaginer que la France se résume à Paris. Faire exister durablement une enseigne dans la capitale est plus difficile que dans le reste du pays. D'où l'importance de construire des marques emblématiques et solides.* »

Les chiffres

- 123 milliards d'euros : le CA 2024 de la consommation alimentaire hors domicile (CAHD), en progression de 2,3%

Source : Gira

La restauration chainée en chiffres

- 21 Mrds€ : le CA 2024 de la restauration chainée, à +1 % vs 2023, dont 15,6 Mrds€ (+2%) pour les chaînes de restaurations rapides (311 enseignes au total) et 5,4 Mrds € (=) pour les enseignes de restaurations à table (141 enseignes)

Source : Food Service Vision

- 16845 : le nombre d'établissements, à + 5%

Source : Food Service Vision

Marché dense et fragmenté

La locomotive du secteur reste la restauration rapide, qui a capté l'essentiel de la croissance. Entre 2019 et 2024, ce segment a vu naître 3 702 points de vente, dont 739 en 2024, portant sa part de marché de 71 % à 75 %. Avec 311 chaînes actives, la restauration rapide génère désormais 15,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires, en progression de 33 % depuis 2019.

Les fast-foods burgers dominent largement, avec 8,8 milliards d'euros, suivis par la viennoiserie-sandwicherie (1,5 milliard), les grills (1,06 milliard), le fast-food poulet (1,03 milliard) et les cafés-restaurants-pubs (768 millions). « *Les mastodontes comme McDonald's ou Burger King sont des contributeurs essentiels, mais la croissance se nourrit aussi de la diversification. Nous voyons monter des segments de cuisine grecque, africaine ou encore le snacking sucré* », commente Florence Berger.

L'arrivée récente d'enseignes comme Dunkin', Dairy Queen, spécialisée dans les glaces italiennes, ou Wingstop, pour le poulet frit, illustre cette dynamique. Pour Food Service Vision, ces nouveaux entrants renforcent l'intensité concurrentielle sur un marché national déjà dense et fragmenté.

D'ailleurs, en mai dernier, signe que l'événement était d'importance, Michael Haley, président et directeur général de la branche internationale du groupe américain Inspire Brands (Dunkin', Buffalo Wild Wings, Arby's, Baskin-Robbins, etc.) a fait le déplacement à Paris pour l'inauguration du premier flagship de l'enseigne Dunkin', via la signature d'une master-franchise avec le belge QSRP (Burger King, Quick, O'Tacos).

« Le gâteau continue de grossir, mais plus doucement. Et surtout, il se partage entre beaucoup plus d'acteurs. »

Florence Berger, directrice associée de Food Service Vision

Le secteur est marqué par une structuration croissante autour de quelques acteurs majeurs. Food Service Vision identifie le « Big 8 », des groupes multi-enseignes réalisant plus de 100 millions d'euros de chiffre

d'affaires : Groupe Bertrand, Yum, Agapes, Le Duff, QSRP, Delineo, Baudaire et Wagram Food Service. Parmi eux, Groupe Bertrand se distingue par son hyperactivité : il compte désormais 13 enseignes réparties dans huit segments différents, du burger à la cuisine asiatique. « *Les groupes de restauration investissent de plus en plus dans la reprise de master franchises étrangères, plus que les fonds d'investissement à proprement parler* », explique Florence Berger.

Pour autant, le secteur continue d'attirer les capitaux. Bpifrance est entré chez Wagram Food Service en juin 2024, Berkshire Hathaway a pris une participation dans Domino's Pizza à la fin 2024, et Iris Belgium a réinvesti, en janvier 2025, 15 millions d'euros dans l'enseigne belge Exki, spécialisée dans l'alimentation saine et durable. Cette combinaison de consolidations industrielles et d'investissements financiers illustre l'attrait persistant d'un marché jugé porteur malgré les tensions conjoncturelles.

Les segments les plus importants

Chiffre d'affaires 2024, en Mrds €, et évolution vs A-1, en %



Source : Food Service Vision

Cuisine du monde pour tous

Dans un contexte de fréquentation en baisse, les enseignes rivalisent de créativité pour attirer les consommateurs. « *Les leaders ont compris que l'innovation était un levier de fréquentation majeur* », insiste Florence Berger. L'année 2024 a ainsi vu se multiplier les éditions limitées, avec un engouement particulier pour les recettes spicy.

McDonald's a ouvert la voie avec un partenariat autour de l'émission Hot Ones sur YouTube, rapidement imité par KFC et d'autres acteurs. Au-delà du goût, les marques exploitent la cuisine du monde comme source d'inspiration : des pizzas thaï chez Domino's, des pâtisseries orientales chez Marie Blachère, ou bien des Crispy

naan creamy & cheese et Crispy naan spicy tandoori pour KFC. « *On peut être une enseigne généraliste et renouveler son offre en intégrant des influences internationales* », souligne Florence Berger.

Podium des chaînes de restauration à table

Groupe	CA cumulé 2024, en M€	Nombre d'enseignes	Top 5 enseignes	Dont propriétaires	Dont en master franchise	Nombre de segments	Segments couverts
Groupe Bertrand	3094	12	Burger King, Hippopotamus, Pitaya, Au Bureau, Léon	9	3	8	Grill, asiatique, cafés/restaurants/pubs, italien, restaurant de poisson, restaurant autre thème, fastfood poulet, fastfood hamburger
Yum	957	2	Pizza Hut, KFC	2	0	2	Fastfood poulet, pizza
Agapes	622	5	3 Brasseurs, Il Ristorante, Pizza Paï, Salad & Co, Flunch	5	0	4	Cafés/restaurants/pubs, italien, bar à salade, self-service
Le Duff	492	3	Del Arte, Brioche dorée, Le Fournil de Pierre	3	0	3	Italien, viennoiserie/ sandwicherie
QSRP	427	3	G La Dalle, O'Tacos, Dunkin Donuts	2	1	3	Fastfood hamburger, tacos, donuts

Source : Food Service Vision

Valoriser l'originalité

La bataille se joue aussi sur l'expérience client et la communication. Food Service Vision relève que les grandes chaînes comptent entre 500 000 et 3 millions d'abonnés sur les réseaux sociaux. Elles multiplient les partenariats avec des influenceurs, à l'image de Michou ou Amixem qui ont lancé leurs propres concepts de restauration. Cette effervescence cache toutefois un équilibre fragile. Les restaurateurs doivent composer avec la hausse continue des coûts, en particulier sur la viande. « *Les marges sont chahutées, tandis que les consommateurs atteignent un plafond de verre* », prévient Florence Berger.

Le défi est d'autant plus complexe que la hausse des prix à la carte, pourtant inférieure à celle des matières premières, reste mal perçue par une clientèle sensible au rapport qualité/prix. Pour Food Service Vision, les acteurs qui tireront leur épingle du jeu seront ceux capables de valoriser l'expérience et l'originalité de leur offre. « *Dans le contexte concurrentiel que nous connaissons, la capacité à surprendre et à fidéliser le consommateur est devenue une condition de survie* », résume Florence Berger. On le voit, le potentiel reste important, mais la capacité des acteurs à innover et fidéliser sera décisive face à un marché saturé et sensible aux enjeux économiques.



E.Leclerc : la centrale Galec cache une machine financière de 8,3 Mds€ [Exclusif]

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la puissance financière cachée du Galec, centrale d'E.Leclerc, qui consolide 8,3 Mds€ via ses filiales, renforçant le modèle coopératif.

✦ Synthèse IA ✦

Les comptes 2024 consultés par LSA révèlent la face cachée du modèle E.Leclerc. Derrière une centrale d'achats affichant à peine 180 M€ de revenus sociaux, l'ensemble consolidé atteint 8,27 Mds€. Une mécanique coopérative unique en Europe, qui combine puissance d'achat, poids croissant des MDD et intégration industrielle, tout en absorbant un e-commerce encore déficitaire.

Nicolas Monier

22 septembre 2025 \ 07h01

4 min. de lecture



© E.Leclerc

Un hypermarché E.Leclerc : derrière la vitrine des magasins, la puissance financière consolidée du Galec et de ses filiales atteint 8,3 Mds€ en 2024.

E.Leclerc s'affiche plus puissant que jamais. Les procès-verbaux et comptes sociaux du Galec (groupement d'achats des centres E.Leclerc) et de ses filiales, obtenus par LSA, révèlent qu'à l'échelle consolidée, le périmètre pèse 8,27 Mds€ de chiffre d'affaires en 2024, en progression de 5,1 %. Le résultat net atteint 42,2 M€, contre 38 M€ en 2023, et les capitaux propres frôlent désormais les 500 M€.

Ces chiffres publiés donnent la mesure d'une mécanique coopérative unique en Europe, qui rapproche le modèle Leclerc de la puissance des distributeurs intégrés. Pris isolément, le Groupement d'achats des centres E.Leclerc (Galec) n'affiche pourtant qu'un chiffre d'affaires de 180,1 M€, en hausse de 4,2 %, et un résultat net de 12 M€, intégralement affecté en réserves. Cette prudence coopérative, qui bannit toute distribution de dividendes depuis trois exercices, masque l'essentiel : ce sont en réalité 327,9 M€ de ristournes fournisseurs qui transitent par la centrale, illustrant le rôle pivot de cette structure dans la compétitivité prix du mouvement.

Un périmètre consolidé à 8,3 milliards d'euros

Scamark concentre l'essentiel du poids économique du Galec. La filiale, qui porte les marques de distributeur de l'enseigne (Marque Repère, Eco+, Nos Régions ont du Talent...), a généré en 2024 un chiffre d'affaires net de 6,30 Mds€, soit près de 80 % du périmètre consolidé. La progression (+6,9 %) traduit l'essor des MDD, mais la rentabilité reste quasi nulle : 0,75 M€ de résultat net, un niveau stable par rapport à 2023.

Le résultat d'exploitation atteint 4,5 M€, mais il a été grevé par un résultat exceptionnel négatif de près de -1,8 M€. Les comptes font aussi ressortir une dette fournisseurs de 668 M€, qui illustre la puissance de négociation

de la structure. En parallèle, Scamark (pour société coopérative d'approvisionnement des magasins à responsabilité coopérative) a accru ses effectifs, avec des charges de personnel en hausse de 15 % à 20,3 M€, et versé 1,56 M€ d'intéressement et de participation à ses salariés.

À noter que les produits premiers prix semblent curieusement non inclus dans ce périmètre. Selon les annexes des comptes annuels, le rôle de Scamark se limite en la matière à *"l'approvisionnement des centrales régionales Leclerc dans un rôle restreint de commissionnaire à l'achat agissant pour le compte de ses commettants"*. Or ces produits, dont l'enseigne indiquait une croissance de l'ordre de 40 % l'an dernier, n'apparaissent pas dans les chiffres consolidés.

Contrairement aux marques propres comme Marque Repère ou Eco+, gérées directement par Scamark, les premiers prix ne font l'objet que d'une commission : ils échappent donc au chiffre d'affaires, seuls les honoraires étant comptabilisés. Leur poids réel reste une zone aveugle, un angle mort comptable qui illustre la discrétion stratégique du modèle Leclerc.

Galec, pivot discret mais central du modèle

L'e-commerce reste la zone d'ombre. Logé dans la SNC L Commerce, il a généré en 2024 environ 131 M€ de chiffre d'affaires, mais creusé dans le même temps des pertes nettes de -46,2 M€, supérieures à celles de 2023. Ces déficits récurrents concernent le site marchand et la livraison à domicile, mais pas le drive, qui relève du chiffre d'affaires magasins et constitue au contraire une réussite. Les pertes sont compensées par des reprises de provisions et les dividendes des autres filiales, mais elles soulignent la difficulté persistante de Leclerc à rentabiliser son offre digitale.

Derrière Scamark et L Commerce, d'autres filiales structurent le dispositif. Kermené, spécialiste de l'abattage et de la transformation de la viande, a réalisé en 2024 un chiffre d'affaires de 1,29 Md€ pour un bénéfice net de 19,9 M€, avec plus de 3 100 salariés. Leadex, société de négoce de viande, affiche de son côté 93 M€ de chiffre d'affaires et 3,1 M€ de bénéfice... avec seulement 7 salariés. Logilec, qui assure une partie de la logistique, a généré 125 M€ de chiffre d'affaires pour un résultat net de 0,4 M€, tandis que Conso Régie, régie publicitaire de l'enseigne, a atteint 44 M€ de revenus et 1,08 M€ de bénéfice. Cet ensemble dessine une véritable colonne vertébrale industrielle et logistique, rarement mise en lumière.

Scamark, la colonne vertébrale des MDD

Derrière les comptes, c'est le réseau qui incarne la véritable puissance économique. Les magasins E.Leclerc en France (hors carburant) ont généré 48,5 Mds€ TTC en 2024, en progression de 2,9 %. La part de marché alimentaire atteint 24,2 %, en hausse de 0,7 point sur un an. En incluant carburant et international (Espagne, Pologne, Portugal, Slovaquie), le volume d'affaires global du mouvement est compris entre 65 et 70 Mds€ TTC. Une assise qui confirme l'ancrage du leader sur le marché français.

Le modèle Leclerc repose donc sur une double mécanique. D'un côté, le Galec, pivot de la négociation coopérative, alimente les magasins grâce à des flux massifs de ristournes. De l'autre, les filiales industrielles et logistiques – Scamark en tête dont les ventes de produits sous marques propres en magasins sont évaluées à plus de 10 Mrds d'€ – structurent une puissance économique comparable à celle des groupes intégrés. Cette organisation, renforcée par la montée en puissance des MDD et soutenue par près d'un demi-milliard de fonds propres, permet à l'enseigne d'allier prix bas et leadership, tout en absorbant les pertes d'un e-commerce encore déficitaire.

Les chiffres clés du Galec et de ses filiales en 2024 :

Consolidé

- Chiffre d'affaires : 8,27 Mds€ (+5,1 %)
- Résultat net : 42,2 M€
- Capitaux propres : 498,7 M€

Galec (centrale d'achats)

- CA : 180,1 M€ (+4,2 %)
- Résultat net : 12,0 M€ (100 % en réserves)
- Ristournes fournisseurs à encaisser : 327,9 M€

Scamark (MDD)

- CA : 6,30 Mds€ (+6,9 %)
- Résultat net : 0,75 M€
- Résultat d'exploitation : 4,5 M€
- Charges de personnel : 20,3 M€ (+15 %)
- Intéressement et participation : 1,56 M€
- Dette fournisseurs : 668 M€ (*reflète les flux d'achats centralisés, pas une dette bancaire*)

Kermené (viandes)

- CA : 1,29 Md€
- Résultat net : 19,9 M€
- Effectifs : 3 100 salariés

Leadex (négoce international viande)

- CA : 93 M€
- Résultat net : 3,1 M€
- Effectifs : 7 salariés

L Commerce (e-commerce)

- CA : 131 M€
- Résultat net : -46,2 M€

Logilec (logistique)

- CA : 125,3 M€
- Résultat net : 0,4 M€

Conso Régie (publicité)

- CA : 44 M€
- Résultat net : 1,08 M€

Le réseau E.Leclerc en 2024 :

- CA France hors carburant : 48,5 Mds€ TTC (+2,9 %)
- Part de marché alimentaire : 24,2 % (+0,7 pt)
- CA total mouvement (avec carburant + international) : 65 à 70 Mds€ TTC



Michel-Édouard Leclerc : « Les prix alimentaires ont bondi de 22 %, sans que les agriculteurs en profitent »

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la flambée des prix alimentaires (+22 %). Michel-Édouard Leclerc dénonce un système qui ne profite pas aux agriculteurs.

✦ Synthèse IA ✦

Michel-Édouard Leclerc, président du comité stratégique des centres E.Leclerc, livre sa vision de l'économie, du rôle des distributeurs et de la transition écologique, dans un entretien accordé à *Ouest-France*. Il dénonce « *la dramatisation* » de la dette publique, défend une consommation plus vertueuse mais accessible, et réaffirme son combat central contre la vie chère.

Nicolas Monier

22 septembre 2025 \ 15h25

2 min. de lecture



© Laetitia Duarte

Michel-Édouard Leclerc préside le comité stratégique des centres E.Leclerc.

« *Les prix de l'alimentaire ont augmenté ces trois dernières années de 22 %. Ce ne sont pas les agriculteurs qui en ont profité* », souligne Michel-Édouard Leclerc dans les colonnes du quotidien *Ouest-France*, daté du dimanche 21 septembre dernier. Pour lui, les parlementaires ne se sont pas suffisamment saisis du sujet alors que « *les Français font de la défense du pouvoir d'achat leur premier sujet de préoccupation* ». Et d'insister : « *Mes collègues et moi n'avons pas de complexe à y*

consacrer notre vie. »

Face à cette flambée, il revendique le rôle de son enseigne : soutien aux producteurs locaux avec « *18 000 accords de production* », négociations directes en cas de difficulté, et affichage accru de la traçabilité via un « *origine score* » sur les MDD. « *À chaque fois qu'on peut ne pas importer, je préfère acheter français* », rappelle-t-il.

Relancer l'ascenseur social et réformer le financement

Le dirigeant met aussi l'accent sur le modèle social. « *Ce qui confine les Français dans la trappe à bas salaires, c'est le poids des contributions patronales et salariales* », explique-t-il. Invité à la Fête de l'Humanité, il a plaidé pour « *rapprocher le salaire net du salaire brut* » en transférant une partie des cotisations vers « *la robotique, le numérique et l'intelligence artificielle* », accusés de concurrencer le travail.

Même combat dans la santé : « *Il y a trente ans, nous avons gagné le droit d'ouvrir des parapharmacies. Elles sont tenues par des docteurs en pharmacie, que l'Ordre ne reconnaît pas et qui sont la cible d'une guerre corporatiste* », déplore-t-il dans *Ouest-France*. Il assure vouloir fournir davantage de produits de santé, notamment aux infirmiers libéraux, et appelle à « *sortir de ces rivalités* ».

« La politique est piégée par la société du spectacle »

Au-delà du commerce, Michel-Édouard Leclerc aborde frontalement la sphère publique. « *La politique n'exprime plus de projet mobilisateur ni d'ambitions de croissance, de prospérité et de progrès social* », estime-t-il. La faute, selon lui, à « *trop d'ego, trop de petites phrases* » et à une communication dictée par « *le temps de TikTok* ».

Pour autant, il refuse toute velléité électorale : « *Mon Dieu, non... Pour citer Molière, "que pourrais-je faire dans cette galère ?"* » Et de préciser son rôle : « *Mon utilité sociale, je la vois plutôt dans le fait de remettre du pragmatisme dans tout ça. Pour moi, les entrepreneurs doivent créer et servir le bien commun.* »



Auchan : pourquoi la transformation de l'enseigne entre dans sa phase critique

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du plan de restructuration d'Auchan, fragilisé par contestations syndicales et résultats décevants. La relance de l'enseigne entre dans une phase délicate.

✨ Synthèse IA ✨

Les multiples chantiers lancés par Guillaume Darrasse, patron d'Auchan, ne se traduisent pas encore par une remontée des performances commerciales. Inquiets, les syndicats redoutent d'autres fermetures de magasins, voire un autre plan social.

Magali Picard

30 septembre 2025 \ 07h00

4 min. de lecture



© Caroline Dejonghe / Agence 1h23

Sur les 66 hypermarchés concernés par une réduction de taille, une dizaine ne sont pas confirmés car Auchan attend de pouvoir louer ou céder les mètres carrés avant d'engager les travaux.

Les nuages s'amoncellent au-dessus du ciel d'Auchan. Le 23 septembre, le tribunal administratif de Lille a en effet invalidé le plan de sauvegarde de l'emploi (PSE) signé par trois des cinq syndicats et validé par la direction régionale du travail au printemps dernier. Une décision rare. Mais, dans le cas d'Auchan, le fait d'être adossé à l'Association familiale Mulliez (AFM), sans que celle-ci ne soit reconnue comme un groupe, complique les choses.

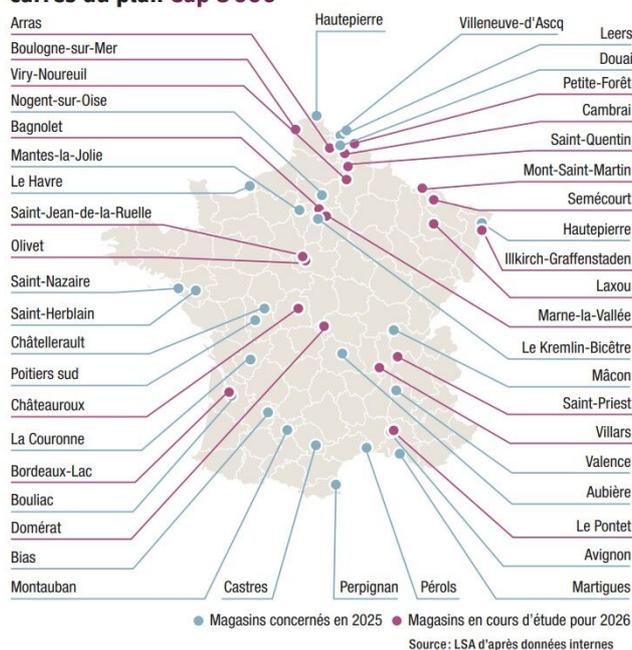
Les juges ont notamment reproché à la direction d'Auchan de ne pas avoir tenu compte du périmètre élargi et des 130 enseignes qui composent l'AFM, ce qui aurait dû « *permettre une discussion sur les difficultés économiques rencontrées par le secteur de la grande distribution et d'apprécier les moyens mis au service du PSE* », peut-on lire dans la décision. La direction a fait appel devant la cour administrative de Douai, qui a trois mois pour trancher. Cela ne suspend pas le PSE mais, aux yeux des syndicats, c'est une victoire sur le fond. Pour les 1 000 salariés déjà partis, rien ne change. Mais les 1 389 restants pourraient aller chercher des indemnités supplémentaires devant les prud'hommes.

D'ici là, Auchan aura-t-il réussi à redresser les résultats d'une année bien mal partie et à récolter les premiers fruits de la stratégie initiée par son patron depuis bientôt un an et demi ? Guillaume Darrasse a fondé le rétablissement du malade autour d'une réorganisation complète, qui passe notamment par la création de 52 zones de vie et la réduction de la superficie de 66 des 119 hypermarchés français.

Testée à Bordeaux depuis le début de l'année, la « zone de vie » réunit une vingtaine de magasins, tous formats confondus, afin d'offrir une approche globale et omnicanale. Les syndicats, eux, y voient une manière déguisée de faire des économies. « *C'est un moyen de mutualiser les moyens humains*, soupire Franck

Martinaud, délégué FO, qui craint *une dérive sans gain commercial* ». Trop tôt pour juger cependant, ces fameuses zones de vie commençant tout juste à être déployées. Elles visent aussi à créer du lien entre les magasins intégrés, les franchisés et les ex-Casino.

Les magasins concernés par la réduction de mètres carrés du plan Cap 8 000



Tailler dans le vif

L'autre grand chantier – certainement le plus ambitieux – lancé par Guillaume Darrasse, la réduction de 25 % de la superficie totale des hypermarchés, entre en revanche dans le dur. Comment supprimer plus de 150 000 m² en trois ans sans perdre de chiffre d'affaires et de résultat ? « *Nous sommes prêts à supporter une perte de chiffre d'affaires non rentable. La taille va baisser certes, ainsi que le chiffre d'affaires, avant de remonter* », prédisait le patron d'Auchan dans un entretien à LSA en mars dernier.

Avec un CA moyen au mètre carré de 7 973 euros, selon un document interne, les hypers nordistes arrivent désormais loin derrière E. Leclerc (9 561 euros/m²) et Hyper U (8 502 euros/m²). Grâce à la réduction des superficies, le patron d'Auchan espère atteindre 10 000 euros (hors taxes) au mètre carré et, au passage, massifier les achats et optimiser les investissements.

D'après les calculs d'Auchan, la première vague d'hypermarchés transformés en 2025 devrait représenter, en 2028, un CA total de 1,5 milliard d'euros, stable, pour un Ebitda redevenu positif à 26,8 millions d'euros, contre - 43 millions aujourd'hui. Or, à ce jour, le compte n'y est pas. À fin août, selon nos informations, le CA cumulé depuis janvier pour Auchan Retail France (ARF) s'inscrit en retrait de 4,3 %, à 9,57 milliards d'euros, hors taxes, avec carburants et sans les 94 magasins rachetés à Casino. Pour le seul format des hypers, la baisse atteint 4,2 %, à 6,46 milliards d'euros à fin août.

En chiffres

- - 30 % : l'évolution du chiffre d'affaires des hypermarchés Auchan en quinze ans et - 97 % pour l'Ebitda
- **16,9 Mrds €** : le chiffre d'affaires d'Auchan France, à - 4,7 % à parc constant, + 1,3 % avec la reprise de Casino
- **702** magasins en France
- **110 M €** : l'Ebitda d'Auchan France
- **296 M €** : la perte nette pour Auchan France

Source : Auchan/LSA, chiffres à fin 2024

Cote d'amour en berne

Le résultat n'est pas au rendez-vous non plus. L'Ebitda de l'ensemble s'affiche en négatif (- 50 millions d'euros, à - 0,6 % par rapport à l'an dernier) et l'objectif qui était fixé à 150 millions d'euros pour l'exercice 2025 semble s'éloigner. Pour les seuls hypermarchés, l'Ebitda apparaît en retrait de 2,5 %, à - 138 millions d'euros. À l'échelle de l'hyper de Cambrai, dans le Nord, qui a perdu 2 000 m², le CA régresse de 9 % au 31 août en cumul depuis le début de l'année et de 8 % en volume. Idem à Saint-Priest, près de Lyon (- 11,8 % en valeur à fin juillet en cumul).

D'où la vive inquiétude des cinq syndicats d'Auchan, qui ont soulevé toutes ces questions lors d'un comité social et économique central (CSEC) exceptionnel le 24 septembre dernier. Une première décision a été prise. Sur les 66 hypermarchés programmés pour passer à 8 000 m², une dizaine sont en stand-by. « *La direction attend un chiffrage de la dette technique de ces magasins sous-investis avant de lancer les travaux* », explique Gérald Villeroy, représentant de la CGT. L'autre sujet porte sur les mètres carrés « libérés ». S'il n'y a pas de repreneur, Auchan n'engage pas les travaux. C'est plus facile, cependant, pour les magasins gérés par sa foncière, Ceetrus.

Les craintes des syndicats sont cependant fondées. Les données récoltées par Worldpanel by Numerator, ex-Kantar, livrent la même tendance. Entre 2021 et 2025, ce que les experts appellent « la cote d'amour » est passée de 63,7 à 57 et l'item prix a dégringolé de sept points, de 30,5 à 23,7. Pour Gaëlle Le Floch, directrice de la stratégie pour le cabinet, « *alors que les enseignes leaders au cours des cinq dernières années ont élargi la taille de leur clientèle, Auchan a vu la sienne stagner, voire baisser. Les rachats des dix-huit derniers mois lui ont permis de recruter, mais pas à la hauteur de ce qui était attendu, car tous les clients n'ont pas été récupérés* ».

Au 7 septembre, la part de marché d'Auchan atteint 8,9 % (CAM P9), contre 8,7 % en 2023. La perte des magasins Schiever au profit de Coopérative U n'arrange pas les choses : sur la dernière période, Auchan perd 269 000 foyers. Une perte dont il n'a pas vraiment besoin en cette période de transition.

La moitié des hypers sont passés au format réduit

- **7 973 €/m²** Le rendement des hypermarchés Auchan (8 502 €/m² pour un Hyper U et 9 561 €/m² pour un E. Leclerc)

« Cap 8 000 », c'est le nom de code utilisé pour désigner la réduction de mètres carrés engagée sur trois années, à raison de 157 256 m², soit un quart de la superficie totale du parc des 119 hypermarchés français. L'opération doit se dérouler en trois temps : 20 hypermarchés doivent y passer en 2025, 25 en 2026 et le reste en 2027, avec, à chaque fois, un niveau de rénovation « léger », « médium » et « fort ». Au total, l'enveloppe des investissements atteint, selon nos informations, 384 millions d'euros. À date, une dizaine de projets sont suspendus.

Guillaume Darrasse, président d'Auchan France et directeur général d'Auchan Retail

« Nous sommes prêts à supporter une perte de chiffre d'affaires non rentable. La taille va baisser certes, ainsi que le chiffre d'affaires, avant de remonter. »

Une relance commerciale qui se fait attendre



Qui dit réduction de surface dit réduction quasi mécanique de chiffre d'affaires. À fin août, le CA d'Auchan France s'affiche en baisse de 3,8 % (hors carburants). Particulièrement concernés, les hypermarchés (- 4,3 % hors drive) et l'e-commerce (- 7,2 %). Dans le détail, l'alimentaire libre-service chute de 3 % en valeur et de 2,2 % en volume. Plus inquiétant, l'Ebitda demeure négatif sur la période (- 50 millions d'euros au global et - 138 millions pour les seuls hypermarchés). Difficile, dès lors, d'envisager un Ebitda à 150 millions d'euros pour 2025 comme prévu.

Gérald Villeroy, délégué syndical CGT

« Nous sommes très inquiets devant certaines décisions : baisser l'offre alors que la cote d'amour pour Auchan chute, supprimer les zones de self-discount, alors que nous perdons des clients. »

Un plan social XXL retoqué

- 2 389 suppressions de postes, soit 4 % des effectifs



Le 23 septembre, le tribunal administratif de Lille a invalidé le plan de sauvegarde de l'emploi (PSE) d'Auchan. Signé par trois syndicats sur cinq, la CFTC (majoritaire), la CFDT et Sega CFE-CGC, et validé par la direction régionale du travail, le plan a été retoqué pour deux raisons : d'une part, l'accord ne peut pas avoir été conclu au niveau du groupe mais aurait dû être signé par les représentants syndicaux de chacune des cinq composantes du groupe (Auchan Retail France, International, AECF, etc.) ; d'autre part, il n'a pas communiqué les informations suffisantes. Auchan a fait appel.

Un syndicaliste

« Le périmètre du groupe aurait dû permettre de reclasser des gens. Or, ce n'est pas le cas. »

Une organisation en « zones de vie » qui doit faire ses preuves

- 52 zones pour 538 magasins



Testé depuis le début de l'année autour de Bordeaux, le principe de zone de vie est déployé depuis le 15 septembre dans 52 zones en France, regroupées dans quatre régions et réunissant 538 magasins. En 2018, 113 zones similaires avaient été mises en place dans huit territoires. En 2025, le concept remplace un schéma qui comprenait auparavant cinq régions (Nord, Ouest, Île-de-France, Est et Sud) et le même nombre de magasins. L'idée est de passer d'un modèle orienté autour du format à un modèle multiformat (hypers, supermarchés, drive) et omnicanal.

David Guilluy, directeur des opérations d'Auchan France

« L'objectif est de regrouper des magasins qui ont un intérêt à servir un projet omnicanal commun pour renforcer notre part de marché locale. »

Les Echos

A Paris, 3,6 millions de bouches à nourrir chaque jour

✨ Synthèse IA ✨

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite de la consommation alimentaire parisienne : 4 160 tonnes/jour, marquées par précarité croissante, fast-food et e-commerce.

✨ Synthèse IA ✨

Résidents, travailleurs, touristes, étudiants engloutissent quotidiennement plus de 4.100 tonnes de denrées dans la capitale. Moins de viande qu'avant, plus de bio, plus de fast-foods, mais aussi de précarité alimentaire : dans une étude, l'Atelier parisien d'urbanisme dissèque les habitudes de « mangeurs » hétéroclites.



Sur le marché des Enfants Rouges, à Paris, en août 2024. Le marché est une cantine (chic) à ciel ouvert du Marais. (Shutterstock)

Par [Muryel Jacque](#)

Publié le 16 sept. 2025 à 17:00 Mis à jour le 16 sept. 2025 à 17:59

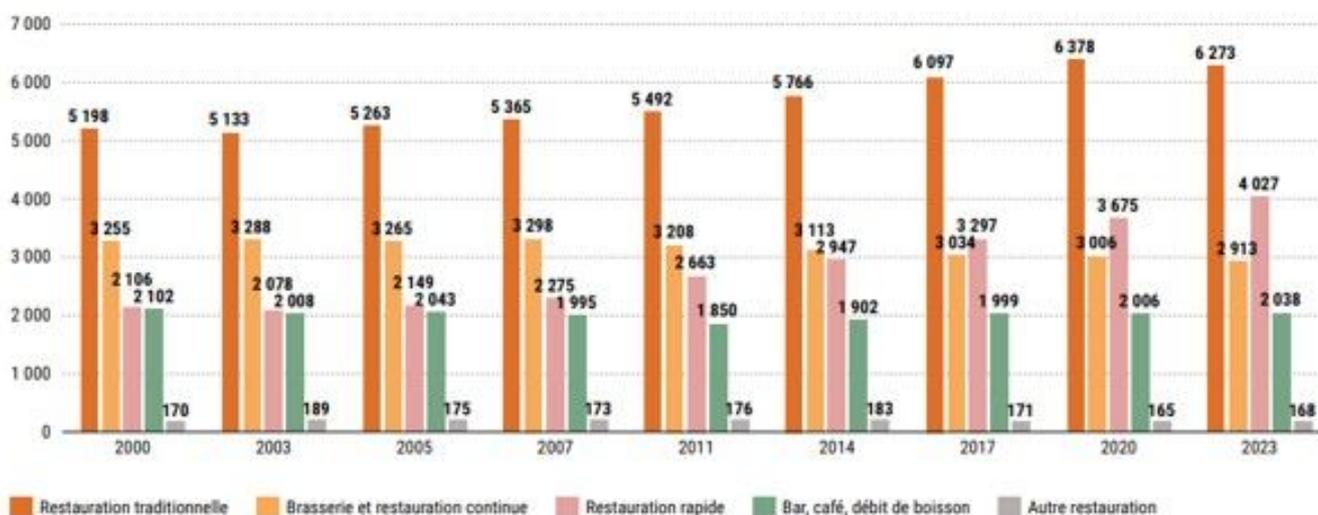
Paris est un ventre. Et un ventre atypique. Ville la plus dense d'Europe avec ses 20.000 habitants au kilomètre carré, la capitale sustente chaque jour, outre 1,6 million de résidents présents en journée, 2 millions de travailleurs, d'étudiants et de touristes qui sont là également. Ces 3,6 millions d'estomacs - +3 % en onze ans - nécessitent quotidiennement 4.160 tonnes de denrées alimentaires (et plus de 3.000 tonnes rien que pour les résidents). Des estimations « a minima » indique l'Atelier parisien d'urbanisme (Apur) qui décortique dans une étude publiée tout récemment, à l'aide de nombreuses données, l'évolution des pratiques de ces « mangeurs », comme il les a dénommés.

Des mangeurs assez hétéroclites, reflet notamment d'« une mixité sociale importante et de grands écarts », d'une forte présence de cadres supérieurs, de jeunes adultes ou encore de personnes seules. Quoiqu'il en soit, tous, globalement, ont vu leur budget consacré à l'alimentation - déjà plus élevé que dans le reste de la France - augmenter depuis 2006 (il était de 7.600 euros par an en 2017 en Ile-de-France). Il a aussi évolué : on dépense moins pour la viande et plus pour les fruits et légumes. Autre particularité dans la capitale, plus de 30 % de ce budget passe en restauration.

Fast-foods, e-commerce et livraisons

Car les Parisiens s'alimentent davantage en dehors de chez eux que les autres : 59 % déjeunent à l'extérieur en semaine, en particulier les actifs, note l'Apur. Au pays de la gastronomie, ils ont à leur disposition 14.000 établissements dont le nombre se maintient. « Pourtant, derrière cette abondance se cache une évolution du secteur, marquée par la montée en puissance de la restauration rapide et un recul progressif des [cafés et restaurants traditionnels](#) », constatent les auteurs de l'étude. Avec les cavistes, les fast-foods sont les commerces alimentaires qui ont ouvert en plus grand nombre entre 2020 et 2023, l'Apur en a compté plus de 4.000 cette année-là.

PARIS – ÉVOLUTION DE LA RESTAURATION DEPUIS 2000



Le nombre de fast-foods installés dans la capitale a plus que doublé depuis 2000. Apur

A l'échelle de l'agglomération parisienne, près d'un tiers des individus mange également « au moins cinq fois par semaine » à la cantine (17 % en milieu rural). Rien qu'à Paris, les 1.300 établissements de restauration collective recensés servent 150.000 repas par jour, ou 28 millions par an.

Plus de 92 %

des Parisiens vivent à moins de cinq minutes d'une boulangerie.

Et pour faire leurs courses, Parisiens et visiteurs bénéficient d'un nombre de commerces alimentaires au kilomètre carré « exceptionnel », et qui a progressé en quinze ans. Paris en abrite aujourd'hui plus de 8.000, soit 1.000 de plus qu'en 2000. Là encore, les habitudes sont « spécifiques », avec des petits commerces spécialisés - notamment plus [d'épiceries bio et durables](#) que dans le reste de l'Hexagone - dans tous les quartiers, et plus de 80 marchés (7 % des dépenses) qui favorisent l'accès aux produits frais. Les supérettes ([dont le nombre avait bondi entre 2000 et 2010](#)), « omniprésentes à Paris, ne captent que 6 % de la dépense », souligne l'agence d'urbanisme.

Une précarité alimentaire en hausse

En parallèle, l'Apur évoque une « hybridation » des modes d'approvisionnement. « Si l'ancrage dans les commerces de proximité reste fort, il est désormais concurrencé par l'essor rapide du commerce en ligne et de la livraison ». [L'achat sur Internet](#) a connu « une progression spectaculaire » : alors qu'il ne représentait que 0,7 % en 2010, en 2022, près d'un Français sur deux s'était déjà fait livrer ses repas à domicile. Deux ans plus tard, on comptait 40 % des foyers franciliens qui avaient effectué des courses alimentaires en ligne au cours des douze derniers mois, 18-35 ans en tête.

LIRE AUSSI :

[ENQUETE - Les « fast-foods » américains débarquent à la chaîne en France](#)
[L'insécurité alimentaire touche près d'un jeune sur deux en France](#)

L'Apur a d'ailleurs passé à la loupe les pratiques des jeunes très présents à Paris, où près de 10 % de la population sont des étudiants, une part plus grande d'année en année. « Une population fragile confrontée à la [précarité alimentaire](#) », pointe l'Apur, en particulier depuis le Covid. Des actions ont été mises en place pour tenter de l'atténuer, comme les repas à 1 euro et l'expérimentation de cartes prépayées pour l'achat de denrées alimentaires. Près de 12.500 étudiants sont aidés tous les mois.

Globalement, les experts jugent que l'offre d'aide alimentaire s'est « largement étoffée et diversifiée pour répondre à la diversité des situations ». Mais la demande augmente : 31.000 repas ont été distribués l'an dernier par les associations, et la Ville de Paris a servi près de 2.000 repas gratuits par jour, soit 7,5 % de plus qu'en 2023.

À NOTER

Dans une étude publiée en octobre 2024, l'Apur estimait que toutes les denrées alimentaires disponibles simultanément à Paris (dans les placards, les stocks des restaurants, cantines, commerces, et les entrepôts) alimenteraient la capitale et ses habitants pendant 5 à 7 jours. Paris ambitionne de porter son autonomie alimentaire à 100 jours.

Muryel Jacque

Les Echos

Agriculture : pour faire face à la concurrence mondiale, les coopératives dans une course à la taille

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du mouvement de consolidation des coopératives agricoles françaises, indispensable pour affronter la concurrence mondiale.

✨ Synthèse IA ✨

La consolidation s'accélère pour les coopératives agricoles françaises. Dernier en date, le projet de mariage entre deux poids lourds, Agrial et Terrena. Des rapprochements pour renforcer leur compétitivité face à la concurrence internationale et au poids des distributeurs.



Une marque alimentaire sur trois est issue d'une coopérative, à l'exemple d'Entremont, Paysan Breton ou Père Dodu. (Photo Shutterstock)

Par **[Dominique Chapuis](#)**

Publié le 22 sept. 2025 à 18:36 Mis à jour le 22 sept. 2025 à 18:37

Le mouvement de consolidation des coopératives agricoles s'accélère dans un contexte économique chahuté. Agrial et Terrena, respectivement deuxième et cinquième groupes coopératifs, selon le Haut Conseil de la coopération agricole (HCCA), ont annoncé, lundi en fin de journée, [leur intention de se rapprocher](#).

Un projet qui va faire naître un poids lourd, de près de 13 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 35.000 salariés, présent dans le secteur laitier, la viande bovine, la volaille, la salade ou encore les céréales.

Grandir pour peser

Depuis le début de l'année, ces projets de rapprochement se sont multipliés. Terres du Sud et Vivadour, spécialisés dans les fruits et légumes, le canard, la viticulture ou les semences potagères sont entrés en discussions exclusives. Avant eux, [Euralis et Maïsadour](#), après un premier échec, ont réitéré leur volonté de fusionner mais cette fois l'ensemble de leurs activités, foie gras, céréales et les volailles. Tous doivent obtenir le feu vert de l'Autorité de la concurrence.

LIRE AUSSI :

[Agriculture : cinq millions d'hectares devraient changer de mains dans les cinq ans](#)
TRIBUNE - Agriculture : « Pour une écologie du concret, du territoire et du bon sens »

La coopération agricole est un modèle [incontournable dans l'agroalimentaire](#). Les coopératives représentent en effet 50 % du secteur, aux côtés des industriels comme Lactalis ou Danone, avec un chiffre d'affaires de 118 milliards d'euros.

Une marque alimentaire sur trois est coopérative, Entremont, Labeyrie, Père Dodu ou Paysan Breton. Leur rentabilité est stable, selon les dernières données de 2023 du HCCA, avec une marge d'Ebitda en moyenne de 4,4 %. Mais elles ont vu leurs charges augmenter depuis la guerre en Ukraine.

Enjeux de compétitivité

Or, ces dernières sont de plus en plus confrontées à des enjeux de compétitivité. Alors qu'elles font face à une forte concurrence sur les marchés internationaux, face à des géants. D'où cette course à la taille.

« Elles doivent faire des économies d'échelle pour s'attaquer à nos voisins européens, estime Olivier Frey, économiste spécialiste des coopératives. Le danois Arla Foods, engagé dans un projet de fusion avec un acteur allemand, atteint un chiffre d'affaires de 15 milliards, c'est trois fois plus que Sodiaal. » Leur part à l'export est en progression et s'établit à environ 30 % de leur activité.

LIRE AUSSI :

[Agriculture : sous pression, les coopératives veulent investir 10 milliards d'euros sur trois ans](#)

DECRYPTAGE - La coopérative Sodiaal inquiète face au retour de la guerre des prix

Ces alliances leur permettent aussi de peser face à la concentration de la distribution. Les négociations passent désormais via les centrales d'achat européennes, avec la demande récurrente de baisse des prix. Des exigences qui passent mal auprès des agriculteurs actionnaires.

De plus, pour améliorer leur productivité, les coopératives doivent investir. [Le président de la Coopération agricole, Dominique Chargé](#), a annoncé il y a quelques jours que ses adhérents avaient un programme de quelque 10 milliards d'euros d'investissements sur trois ans en France. Le parc des usines est vieillissant. Augmenter les capacités de production pour assurer la souveraineté alimentaire, mais aussi la transition agroécologique font partie des priorités. Unies, elles disposent ainsi de plus de moyens.

Assurer les approvisionnements

Le changement climatique joue aussi dans ces rapprochements. En mars, deux petites coopératives viticoles du Tarn ont décidé de se regrouper, après la chute d'un tiers de leur production en 2023 et en 2024 liée au mildiou (maladie de la vigne provoquée par un champignon). Elles vont associer 280 viticulteurs, pour un chiffre d'affaires de près de 56 millions d'euros, et proposer une offre plus large du vin blanc de gaillac perlé, à des vins rouges et rosés. Seul un centre d'embouteillage sera conservé.

LIRE AUSSI :

[ZOOM - Agriculture : après le sévère coup de rabot, la filière bio sonne le tocsin](#)
[DECRYPTAGE - Climat : les quatre leviers qui permettront de décarboner l'agriculture](#)

Le problème du renouvellement des générations se pose aussi. « Il y a de moins en moins d'agriculteurs, donc les exploitations vont avoir tendance à s'agrandir, poursuit Olivier Frey. Avec moins d'adhérents, les coopératives doivent sécuriser leurs approvisionnements pour faire tourner leurs usines. » Moins d'éleveurs, c'est moins de lait, et donc de fromages, [ou de beurre](#).

Choc des cultures

Reste à savoir quelles conséquences vont avoir la constitution de ces géants en matière de gouvernance. En 2021, un conflit avait éclaté au sein de la coopérative Tereos, dont les responsables ont été accusés d'un manque de transparence et d'un défaut d'information sur les décisions stratégiques.

« Le principal risque, c'est le choc des cultures entre deux entités qui n'ont pas la même philosophie ou le même type de management », souligne l'économiste. De plus, qui dirige ? Les équipes sont amenées à être resserrées. Les agriculteurs associés de leur côté, si les coopératives fusionnées opèrent sur des régions différentes, peuvent subir un sentiment d'éloignement du centre de décision.

Dominique Chapuis

Les Echos

Agriculture : Agrial et Terrena en route pour former la plus grande coopérative de France

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du projet de fusion Agrial-Terrena, créant la plus grande coopérative agricole française avec 13 Mds€ de CA et 30 000 exploitations.

✦ Synthèse IA ✦

Les deux groupes, qui rassemblent 30.000 exploitations, 180 sites industriels et des marques grand public comme Soignon, Tipiak ou Père Dodu, entament un processus de fusion. Objectif de l'alliance : gagner en résilience dans un contexte de concurrence accrue.



L'addition des coopératives Agrial et Terrena donnerait un chiffre d'affaires consolidé proche de 13 milliards d'euros. (Photo Gilles ROLLE/REA)

Par [Emmanuel Guimard](#)

Publié le 22 sept. 2025 à 17:09 Mis à jour le 23 sept. 2025 à 09:01

C'est un nouveau poids lourd de l'agroalimentaire qui devrait naître en 2026. Les groupes coopératifs [Agrial](#), siégeant à Caen (Calvados), et [Terrena](#), basé à Ancenis (Loire-Atlantique), annoncent ce lundi un projet de fusion, un secret jusque-là bien gardé.

Le nouvel ensemble devrait figurer au premier rang des [coopératives agricoles françaises](#) et dans le Top 10 européen. Le secteur connaît une vague de fusions, notamment dans le lait. C'est le cas des coopératives danoise Arla Foods et allemande DMK, qui formeront un ensemble de 19 milliards d'euros

de revenus. De même, le néerlandais Friesland Campina et le belge Milcobel ont annoncé leur intention de se rapprocher, totalisant 14 milliards d'euros de revenus.

C'est l'échelle que pourraient atteindre, ensemble, les deux coopératives françaises : l'addition d'Agrial et de Terrena donnerait un chiffre d'affaires consolidé proche de 13 milliards d'euros (7,1 milliards venant d'Agrial et 5,6 milliards d'euros de Terrena). A elle seule, la branche laitière de cet ensemble pèserait plus de 3,6 milliards d'euros.

La route est encore longue avant d'aboutir : ce processus de fusion, jusqu'à présent discuté dans un cercle restreint, va désormais passer par plusieurs mois « de concertation et de coconstruction » auprès des 30.000 agriculteurs adhérents et des salariés des deux groupes. Puis le rapprochement doit être proposé au vote des conseils d'administration, en fin d'année prochaine. L'approbation de l'Autorité de la concurrence sera aussi nécessaire.

Marques grand public

Le nouvel ensemble rayonnerait sur un vaste territoire agricole englobant les Pays de la Loire, la Normandie, une bonne partie de la Bretagne, du Poitou et de la Touraine. Il représenterait 4,5 % de la production agricole française avec une présence dans une douzaine de filières agricoles, du lait à la viande bovine en passant par la volaille, les cultures végétales, la viticulture ou encore le cidre.

Sur le plan industriel, les deux coopératives rassemblent 180 sites et plus de 35.000 salariés. Dans la corbeille des mariés figurent aussi des marques grand public comme Grand Fermage ou [Soignon](#) dans les produits laitiers, [Tipiak](#) dans l'épicerie et les plats cuisinés, Père Dodu dans la volaille, Florette dans les légumes frais, ou Ackerman dans les vins effervescents.

LIRE AUSSI :

[Cooperl mise sur le logement pour attirer et fidéliser ses jeunes salariés](#) [Droits de douane : la filière lait cherche de nouveaux marchés](#)

Les deux coopératives, qui suivent un modèle diversifié de polyculture et d'élevage, sont géographiquement complémentaires. « Terrena est surtout présent au sud de ce territoire [de ce nouvel ensemble] et Agrial au nord, la superposition est donc limitée », expose Olivier Chaillou, président de Terrena.

A ses yeux, les deux groupes engagent cette fusion dans des conditions économiques « plutôt confortables » : Agrial a dégagé un excédent brut d'exploitation de 272 millions d'euros en 2024, l'Ebitda de Terrena ressortant à 160 millions. « Les deux groupes auraient pu poursuivre leur route indépendamment », assure Eric Forin, directeur général de Terrena. « Ce projet n'est pas la réponse à une problématique financière. »

Les raisons de s'unir

Pour autant, la question de la taille critique s'avère cruciale, et les raisons de s'unir ne manquent pas. En cause, « un contexte de volatilité des marchés, de changement climatique, et de mouvements géopolitiques violents », expose Olivier Chaillou. « La production agricole française recule face à une offre étrangère de plus en plus compétitive », rappelle Bernard Guillard, président d'Agrial. Grandir permet de maintenir la production pour répondre à la demande nationale et contrer les importations.

LIRE AUSSI :

[REPORTAGE - Agrial modernise sa beurrerie vendéenne pour mieux valoriser le lait de ses éleveurs](#)

[Agriculture : sous pression, les coopératives veulent investir 10 milliards d'euros sur trois ans](#)

« Ce projet dépasse la dimension nationale, il doit nous aider à assurer le volume en matières premières à long terme », éclaire Eric Forin, alors que le nombre d'agriculteurs diminue. « On ne peut pas ignorer la concurrence de grands producteurs comme les Polonais, les Ukrainiens ou le Mercosur. » Bernard Guillard pointe aussi l'objectif pour les opérateurs français de ne pas se cantonner à une offre premium « qui a ses limites en termes de pouvoir d'achat ». Les deux géants veulent aussi exister aussi pleinement sur les produits alimentaires d'entrée de gamme.

Fidéliser les agriculteurs

En s'unissant, les deux coopératives veulent aussi peser davantage face à une grande distribution elle-même concentrée. En amont, l'ambition du nouvel ensemble est une offre de services plus dense auprès des agriculteurs pour améliorer la compétitivité des exploitations, accompagner la transmission des fermes à la génération suivante, soutenir l'innovation, la transition agroécologique et [l'adaptation au dérèglement climatique](#).

L'attractivité du nouveau groupe, pour mieux fidéliser les agriculteurs comme les salariés, est aussi un enjeu. Des synergies seront naturellement recherchées sur le plan industriel. « Compte tenu de la taille de nos outils et de l'ampleur des investissements, il faut que l'on puisse mettre nos moyens en commun pour investir ensemble », souligne Julien Heillaut, directeur général d'Agrial. « Là encore, nous faisons face à des acteurs européens très importants. »

Emmanuel Guimard (Correspondant à Nantes)

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Porc : la Chine augmente les droits de douane sur les produits européens

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de droits antidumping chinois sur le porc européen (15 à 62 %), menaçant les exportations espagnoles, danoises et néerlandaises.

✨ Synthèse IA ✨

La Chine a annoncé ce vendredi l'imposition de droit antidumping sur les exportations de porc européen à compter du 10 septembre prochain ce qui va affecter les exportations européennes, notamment les abats.

Publié le 5 septembre 2025 - Par [Catherine Takougang](#)



Les autorités chinoises ont donc décidé d'imposer à compter du 10 septembre des droits antidumping provisoires

© Généré par IA

Le ministère chinois du Commerce, Mofcom, a rendu ce 5 septembre, sa décision préliminaire relative à l'**enquête antidumping** sur les **importations de viande porcine en provenance de l'UE**.

Lire aussi : [« On ose espérer que la Chine ne taxe pas le porc français »](#)

Constatant un dumping, les autorités chinoises ont donc décidé d'imposer à compter du 10 septembre des droits antidumping provisoires sous la forme d'un dépôt de garantie pouvant aller de 15,6 % à 62,4 %, rapportent nos confrères d'Agra Presse. [Cette enquête a été ouverte par Pékin en juin 2024](#), puis prolongée le 10 juin 2025 jusqu'à 16 décembre de cette année.

Lire aussi : [Produits laitiers : pourquoi la Chine prolonge son enquête anti-subsidation contre l'UE](#)

La Chine premier acheteur du porc européen

La Chine concentre à elle seule 50 % de la consommation mondiale de porc, et c'est le premier acheteur du porc européen, en particulier des abats. Entre janvier et mai de cette année, les exportations européennes vers ce marché d'Asie ont progressé de 6 %, avec déjà 489 000 tonnes de porc expédiés.

Lire aussi : [Enquête anti-dumping : la filière porcine française pourrait perdre 500 millions d'euros](#)

L'année dernière, les envois se totalisaient à 1,1 million de tonnes. Les trois principaux pays européens exportant en Chine sont dans l'ordre L'Espagne, le Danemark et les Pays-Bas. Mais l'ouverture d'une enquête par Pékin avait déjà ralenti les flux l'an passé. La nouvelle décision des autorités chinoises devrait fortement freiner le commerce de porc entre les deux régions.

Lire aussi : [Cooperl : « Nous espérons renforcer la coopération et les échanges avec la Chine »](#)

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

« En réalité, les Français consomment toujours autant de viande »

✨ Synthèse IA ✨

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite de la stabilité de la consommation carnée en France, malgré un discours de réduction. Seuls les jeunes urbains diminuent leurs achats.

✨ Synthèse IA ✨

La viande vendue au rayon libre-service fait partie des produits les plus en croissance sur ces dernières années, selon NielsenIQ, dont le directeur Insights nous rappelle que la consommation de viande reste incontournable dans les habitudes des Français.

Publié le 10 septembre 2025 - Par [Virginie Pinson](#)



Le nombre d'unités de consommation vendues a fortement augmenté au rayon viande en 10 ans
© Virginie Pinson

La **catégorie des viandes** est la quatrième la plus en croissance depuis 2016, au sein des produits alimentaires (hors boissons), en volume, selon les calculs de Nielsen IQ qui se base sur les achats en grandes et moyennes surfaces, supérettes, hard discount et drive.



Hausse des volumes de viande en 10 ans

Il y a eu ainsi 175 millions d'unités de consommation de viande vendues en libre-service en plus sur les sept premiers mois de 2025 que sur la même période de 2016.

« Il y a un paradoxe entre ce que déclarent les consommateurs, leur volonté de diminuer leur consommation de viande, pour leur santé ou la planète, et la réalité »

« Il y a un paradoxe entre ce que déclarent les consommateurs, leur volonté de **diminuer leur consommation de viande**, pour leur santé ou la planète, et la réalité » pointe Nicolas Léger, directeur Customer Insights de NielsenIQ. « Certes, quelques consommateurs jeunes et urbains diminuent leur consommation, mais le reste de la France ne fait pas évoluer ses habitudes » nuance le spécialiste, estimant « si 30 % des Français déclarent vouloir consommer moins de viande, dans les faits, c'est moins de 5 % qui le font ». Et de conclure, « il n'y a que chez les

moins de 35 ans que les achats évoluent, mais les familles avec enfants et les seniors continuent de consommer de la viande ».

Lire aussi : Consommation alimentaire : les volumes reprennent, ce qu'il faut retenir du premier semestre

Les moteurs de la croissance de la consommation de viande

Ces volumes comptabilisés par Nielsen incluent toutes les viandes, rouge et blanche. « Un de moteurs de cette hausse sur la décennie en cours est la **hausse de la population** », précise Nicolas Léger, une hausse qui s'est arrêtée depuis la fin de la crise sanitaire.

« Le sandwich le plus vendu en France reste le jambon emmental, alors que l'offre veggie est très limitée »

On peut aussi noter que si la viande est quatrième, elle se retrouve aussi en ingrédients de beaucoup de produits eux aussi dynamiques : les produits apéritifs (deuxième au classement), les plats cuisinés traiteur (troisième), mais aussi les sandwiches (douzième). « Le sandwich le plus vendu en France reste le jambon emmental, alors que l'offre veggie est très limitée » ajoute l'expert. La charcuterie est la quinzième catégorie alimentaire la plus en croissance sur dix ans.

Lire aussi : Halal : des ventes en GMS en croissance de 15 % en deux ans

Un tassement à cause de l'inflation

« La viande est en bonne place sur la décennie, mais à cause de l'inflation, il y a eu un tassement ces deux ou trois dernières années. Les œufs en tirent parti avec une forte hausse en revanche. Les produits végétariens ont retrouvé une tendance plus positive cette année, mais les volumes demeurent limités », conclut Nicolas Léger.

Lire aussi : Moins de famille, plus de petits foyers, comment l'industrie alimentaire s'adapte à la démographie

Selon les dernières données transmises par NielsenIQ, sur les huit premiers mois de 2025, la tendance est toujours positive pour la catégorie : + 3 % par rapport à la même période de 2024. Les catégories les plus toniques, en volume, sont le porc frais (+5,3 %), la viande hachée (+4,9 %) et le poulet (+3,9 %). Dinde (-1,6 %) et viande de boeuf pièces reculent néanmoins (-6,4 %).

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Mercosur : déjà avant l'accord, les importations de viande bovine bondissent en UE

✨ Synthèse IA ✨

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite de l'explosion des importations de viande bovine en Europe (+46 % en juillet 2025), avant même l'accord Mercosur.

✨ Synthèse IA ✨

L'Europe manque de viande et à recours aux importations. Le Mercosur a répondu à l'appel et les envois ont fortement augmenté pendant l'été.

Publié le 22 septembre 2025 - Par [Virginie Pinson](#)



Sur le seul mois de juillet, l'UE a importé 15 000 téc de viande bovine de plus qu'en juillet 2024

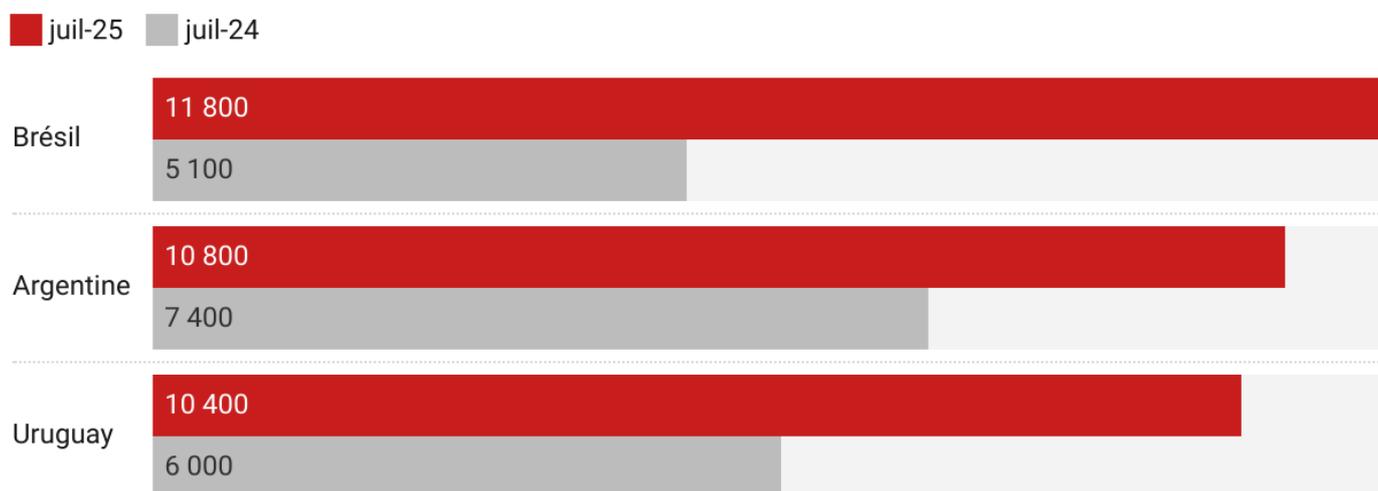
© Virginie Pinson

47 000 tonnes équivalent carcasse (téc) de **viande bovine**, c'est ce qu'a **importé l'Union européenne** au mois de juillet, rapporte [l'Idéle](#). C'est 46 % de plus qu'un an plus tôt, soit 15 000 téc supplémentaires. Ces envois

supplémentaires proviennent du **Mercosur** puisqu'à eux trois Brésil, Argentine et Uruguay ont expédié 14 500 téc de plus que l'an dernier.

Lire aussi : [Comment le Brésil façonne le marché mondial de la viande bovine](#)

Evolution des importations européennes de viande bovine



en téc

Graphique: Les Marchés • Source: Idele • Créé avec Datawrapper

Le **Mercosur a ainsi représenté 69 % des imports européens** en juillet (33 000 téc), contre 57 % en juillet 2023 et 2024 et 54 % en 2022.

Lire aussi : [Détaxation du contingent Hilton : le vrai bonus visé par la filière argentine du bœuf](#)

Quel régime pour les envois de viande bovine du Mercosur ?

L'Idele rappelle que l'**accord commercial avec le Mercosur** n'est pas encore entré en vigueur mais que ces pays bénéficient déjà de droits de douanes réduits ou nuls pour un total annuel de 66 000 téc.

Lire aussi : [Accord UE-Mercosur : « la Commission a répondu à côté de la plaque à la France et aux agriculteurs »](#)

11,2 €/kg pour le boeuf brésilien

En cumul depuis le début de l'année, ce quota a largement été dépassé puisque les envois atteignent 133 000 téc. Les 67 000 téc hors quotas ont été soumises à un taux de 12,8 % + 3€/ kg de viande. En moyenne, avant **droit de douane**, la viande brésilienne réfrigérée désossée à été importée en juillet à 11,20 €/kg net d'os et la viande congelée désossée à 6,60 €/kg net d'os.

Les envois sont restés tout autant dynamiques au mois d'août, avec 13 600 téc en provenance du Brésil, soit +45 %.

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Œufs : « Il manque 3 millions de poules », comment la filière s'adapte à la tension

✨ Synthèse IA ✨

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite du déficit d'élevages, la filière compensant par importations et contrats pour sécuriser les volumes.

✨ Synthèse IA ✨

La transition vers l'œuf alternatif est bien amorcée par l'amont de la filière œuf. Mais il faut plus de poules en code 2 ou 1 qu'en code 3 pour produire la même quantité d'œufs. Alors qu'en face la demande est en croissance, les opérateurs de l'amont communiquent sur leurs efforts. Et chez les acheteurs d'œufs, tous ne sont pas logés à la même enseigne, selon les relations qu'ils ont établies avec leurs fournisseurs.

Publié le 29 septembre 2025 - Par Virginie Pinson



Au centre de conditionnement de l'Œuf des Deux Moulins, l'automatisation permet des gains de temps et de pénibilité, pour approvisionner la grande distribution dont les commandes augmentent.

© Virginie Pinson

Les **rayons œufs** clairsemés dans la grande distribution n'ont pas échappé au grand public. Les **tensions sur les approvisionnements en ovoproduits**, de leur côté, causent quelques sueurs froides aux industriels de l'agroalimentaire, petits ou grands, depuis 2022.

Sur le site Les Marchés, tous les articles parlant de l'évolution du marché et des prix des œufs, de l'actualité réglementaire, des tendances de consommation et de la filière sont disponibles à cette adresse : <https://www.reussir.fr/lesmarches/oeufs>

Grippe aviaire et transition ont freiné la production d'œufs

La violente crise de **grippe aviaire** en 2022 reste dans les mémoires comme le moment où le marché a déraillé. Production à l'arrêt dans les Pays-de-la-Loire, durement touchés, manques pour tous les débouchés. Mais

pourquoi, trois ans plus tard, le marché n'a-t-il pas repris son rythme ? « *La grippe aviaire a freiné notre transition vers l'alternatif* » explique Yves-Marie Beaudet, éleveur et président du CNPO.

Lire aussi : Œufs : « les grossistes se saisissent de la transition vers l'alternatif »

Car l'amont doit aujourd'hui faire face à la décision de **la grande distribution de ne plus commercialiser d'œufs de cage**, et les travaux vont bon train. « *Mais pour chaque poulailler cage converti en code 2, c'est environ 20 % de la production de perdus* », explique le président, entre baisse du nombre de poules dans le bâtiment et recul de la productivité. Dans le même temps, la demande, elle ne s'est pas calmée, puisqu'en 2024 les achats des ménages ont progressé de 4,7 % en volume (près de 300 millions d'œufs supplémentaires) et que sur les sept premiers mois de 2025 la hausse atteint 3,9 % selon les données Wordpanel.

« *Mais pour chaque poulailler cage converti en code 2, c'est environ 20 % de la production de perdus* »

« *C'est bien simple, nous commercialiserons encore des œufs de code 3 en 2026, peut-être même en 2027, même si nous n'en produisons plus* » assure Stéphanie Ripoché, à la tête de l'Œuf des Deux Moulins, élevage et centre de conditionnement (ODNV).

300 nouveaux bâtiments dans le plan de la filière œufs

Annoncé en juin 2024, le plan de la filière œuf comporte la construction de 300 nouveaux bâtiments. « *C'est très long, il y a des freins, avant tout la frilosité des banques* », explique Charles Gadais, responsable de l'activité pondeuse de Noréa (Terrena). Les éleveurs qui s'installent actuellement le font donc avec un **contrat longue durée**, de dix à douze ans, à même de rassurer les financiers ; le temps d'amortir le bâtiment dont la construction coûte, aujourd'hui, de l'ordre de 1,5 million d'euros.

Lire aussi : Œufs : le CNPO demande d'« alléger les procédures d'installation des élevages pour atteindre l'autonomie alimentaire »

Pour convertir un bâtiment code 3 vers l'alternatif, l'investissement est de l'ordre de 25 à 30 €/ poule selon les données du CNPO. « *On s'engage sur du long terme pour protéger nos éleveurs, avec des contrats certes basés sur l'aliment mais calculés pour dégager un salaire convenable pour l'éleveur* » abonde un autre opérateur, qui s'inquiète tout de même « *mais on espère qu'il n'y aura pas de revirement de marché. Nous sommes une coopérative, nous ne lâcherons jamais nos éleveurs, mais si les prix chutent nous serons dans un étai* ».

« *On s'engage sur du long terme pour protéger nos éleveurs* »

Des lenteurs administratives pour les nouveaux élevages

Parmi les autres freins au déploiement de nouveaux élevages, les opérateurs citent, unanimes, la lourdeur administrative. Tous sont rassurés par le **relèvement des seuils passé dans la loi Duplomb** (de 40 000 à 60 000 volailles pour une enquête publique). Néanmoins la loi ne prend pas encore effet et la situation politique française peu lisible n'est pas rassurante. Quant à l'**opposition des riverains**, la situation est contrastée. « *Ici, dans les Pays de la Loire, il y a déjà beaucoup d'élevages, le voisinage les connaît et identifie bien que les nuisances sont relativement faibles, ce n'est pas si compliqué* » rassure Charles Gadais. À l'inverse, « *quand on est dans un département céréalier, avec des populations qui n'ont pas l'habitude, on a toujours beaucoup plus de freins* » regrette Yves-Marie Beaudet.

Lire aussi : Armor Œufs : « Nous avons pour objectif d'atteindre 7 millions de poules pondeuses pour 2030 »

Pour **trouver des éleveurs**, même hétérogénéité. « *Des nourrices, des esthéticiennes, un éleveur laitier qui se réoriente, nous avons de nombreux profils intéressés* » se réjouit Charles Gadais, qui met en avant la régularité du

travail, et les 4 à 7 h par jour qui permettent de dégager « *un revenu garanti* ». Les échos ne sont pas les mêmes en Bretagne, où de nombreux opérateurs installés ont besoin d'œufs. « *Un futur éleveur avait déjà reçu 9 propositions de contrats de structures concurrentes* » soupire un acteur breton. Néanmoins, les projets progressent, les échos des équipementiers au SPACE étant assez positifs.

Une offre d'œufs qui ne suffit pas aujourd'hui

Pour autant, pour l'heure, le marché français de l'œuf reste sous tension. « *Notre centre de conditionnement tourne en flux tendu, heureusement que nous travaillons avec d'autres adhérents ODNV pour lisser les manques* » soupire Stéphanie Ripoche, qui estime à 5 % environ son taux de rupture. « *On ne peut pas parler non plus de pénurie ! Certes, certains rayons sont clairsemés en fin d'après-midi, mais ils sont regarnis dès le lendemain matin* » clarifie Alice Richard, directrice du CNPO.

Lire aussi : [Les œufs, catégorie la plus rupturiste selon Nielsen](#)

Une donne que les GMS ont du mal à encaisser. Les **négociations commerciales**, toujours période de tension, l'ont été particulièrement l'an dernier, avec un rapport de force qui a évolué, par suite du manque d'œuf. Les relations se sont aussi dégradées au cours **des négociations sur le financement de l'ovosexage**. FCA et FDC, les deux représentants de la grande distribution au CNPO ont claqué la porte de l'interprofession par surprise début juillet. Une défection qui a permis à l'interprofession de s'exprimer sur la présence d'œufs ukrainiens en magasins, notamment dans un Leclerc en fin d'été. « *La porte est grande ouverte et nous espérons pouvoir les rencontrer dans les prochaines semaines* » concilie néanmoins Alice Richard. « *Nous travaillons néanmoins main dans la main avec les acheteurs de la GMS spécialisés sur le local, comme U Local et Engagé, qui nous comprennent mieux* » précise Stéphanie Ripoche.

Lire aussi : [Œufs ukrainiens : les importations européennes bondissent de 87 %](#)

Assurer ses approvisionnements

Les **acheteurs d'œufs et d'ovoproduits** sont nombreux en France, et tous n'ont pas la même stratégie. Freddie Allaire, directeur général de Brioche Pasquier explique : « *Nous sommes des acheteurs très fidèles. Nous avons des contrats de confiance historiques avec des éleveurs, du Egalim 30 ans avant l'heure* ».

« Nous avons des contrats de confiance historiques avec des éleveurs, du Egalim 30 ans avant l'heure »

L'entreprise, grande utilisatrice d'ovoproduits, 10 tonnes par jour sur le seul site des Cerqueux, n'a pas manqué d'œufs « *nos fournisseurs nous ont toujours approvisionnés même au cœur de la pénurie liée à la grippe aviaire, en cas de coup dur il faut qu'on s'entraide* », insiste Freddie Allaire. L'industriel n'appose plus, pour le moment, le **logo œuf de France** sur ses brioches, car, entièrement sorti de la cage, il a besoin de compléter ses approvisionnements en origine UE.

Lire aussi : [Ovoproduits : une filière au sol émerge au Brésil et en Argentine, l'export en vue](#)

Alors qu'aujourd'hui « *il manque 3 millions de poules en France* » selon Yves-Marie Beudet, les utilisateurs ont plus que jamais besoin de relations harmonieuses et transparentes avec leurs fournisseurs.

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Œufs : la grippe aviaire inquiète en Europe

✦ Synthèse IA ✦

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite de la flambée des prix des œufs (+28 %) aggravée par la grippe aviaire en Espagne et Pologne.

✦ Synthèse IA ✦

Le marché européen de l'œuf a été marqué par le cas de grippe aviaire en Espagne et l'approche de la saison des migrations. Dans le même temps, la consommation demeure très dynamique, ce qui continue de tendre le marché.

Publié le 27 septembre 2025 - Par [Virginie Pinson](#)



Les cas de grippe aviaire inquiètent sur le marché européen
© Virginie Pinson

Le marché européen des œufs fait montre de davantage d'agitation et de tension cette semaine. Les prix avaient déjà progressé ces dernières semaines, pour atteindre, en moyenne dans l'Union, 262,42 €/100 kg, en semaine 38, soit 2,2 % de hausse en un mois et 28,6 % de hausse en un an. Ainsi en Allemagne, les cotations ont continué de monter comme depuis plus d'un mois maintenant. La hausse est surtout sensible sur les œufs les plus lourds, car les démarrages en cours donnent un peu d'air sur les calibres P et M. En Pologne, on rapporte aussi davantage de tension sur le marché, alors que le pays a connu deux cas de grippe aviaire (oies et dindes) cette semaine.

Tension en Espagne avec la grippe aviaire

C'est bien sûr en Espagne que la tension est la plus forte. Le [cas de grippe aviaire de cette semaine](#) est situé dans une région à forte population avicole, avec 3 à 4 millions de poules pondeuses dans un rayon de 10 km. L'exploitation touchée produisait des œufs de code 3 et code 2 pour la distribution ibérique. Les opérateurs espagnols ne cachent pas leur inquiétude et craignent des tensions sur l'offre alors que la consommation, toujours dynamique, tend habituellement à progresser sur la fin d'année. Enfin en France, plusieurs opérateurs notaient une accélération des commandes, néanmoins d'autres tentaient de stabiliser le marché pour la fin de semaine.

Retour de la grippe aviaire pour l'œuf américain

Aux États-Unis, les prix des œufs ont atteint un plus bas sur les douze derniers mois. Néanmoins le gouvernement du Wisconsin a annoncé la détection d'un cas de grippe aviaire dans un élevage de 3,2 millions de poules pondeuses le 24 septembre. C'est le premier cas dans des pondeuses depuis juin dernier, mais l'USDA rapporte une dizaine de cas en élevages de dindes depuis le début du mois. De quoi enrayer la baisse des prix des œufs outre-Atlantique, alors que les acheteurs échaudés par la pénurie du début d'année cherchent à se couvrir.

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Volailles : l'origine France se renforce dans les rayons

✨ Synthèse IA ✨

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite de la montée de l'origine France en rayons, malgré un logo officiel peu utilisé.

✨ Synthèse IA ✨

L'origine France reste bien présente sur les produits de volailles, avec une progression notable dans les rayons boucherie et pour les élaborés cuits. Mais tous les industriels et restaurateurs français n'adoptent pas encore un approvisionnement exclusivement français. Le consommateur reste le véritable arbitre pour faire évoluer la situation.

Publié le 25 septembre 2025 - Par [Catherine Takougang](#)



le logo Volaille Française en forme hexagonale est le seul gage de production 100 % française.

© Virginie Pinson

« C'est globalement positif pour la présence de l'origine France et le logo volaille française en distribution » déclare Yann Nedelec, directeur d'Anvol, lors d'un entretien avec Les Marchés. Selon le relevé 2025 de Roamler, commandité par l'**Association de Promotion de la Volaille Française (APVF)**, 98 % des volailles proposées en libre-service affichent l'**origine France**. Quant au **logo Volaille française**, son taux de présence en rayon recule légèrement de 3 points comparé à 2024, mais, le logo apparaît tout de même sur 72 % des volailles en libre-service.

Lire aussi : [Vers plus de volailles origine France en restauration hors domicile ?](#)

Les rayons boucheries se remplissent de volailles origine France

« En rayon on a une bonne présence de l'origine France, notamment en boucherie traditionnelle avec des progrès à la coupe » indique Yann Nédélec. En effet, en **rayon boucherie traditionnelle**, la part origine France progresse de 6 points et atteint cette année 86 % des volailles du segment.

« *En rayon on a une bonne présence de l'origine France, notamment en boucherie traditionnelle avec des progrès à la coupe* »

Parmi, seuls 18 % portent le logo Volaille Française, soit une progression de 1% en un an. L'APVF, dans son communiqué, indique qu'elle compte poursuivre les efforts pour faciliter l'usage du logo chez les bouchers en GMS.

L'origine France gagne du terrain sur les élaborés cuits

Sur le **segment des produits élaborés cuits**, les dynamiques sont positives, l'indication France atteint désormais 64 % et gagne 9 points comparé à 2024. La proportion de **volailles origine France** pour ce segment revient à son niveau de 2022, après les années 2023 et 2024, fortement frappée par la **grippe aviaire**.

Lire aussi : [5 ans d'évolution d'achats de viande, volaille et charcuterie en infographie](#)

D'autres filières éligibles à la certification volaille française

Selon Sébastien Verdier, président de l'APVF « 58 % des salades et 46 % des plats cuisinés frais sont éligibles au logo volaille française, mais ne l'affichent pas. » Or pour répondre au besoin d'information des consommateurs, cela reste essentiel d'encourager l'utilisation du logo.

Quels freins à l'usage du logo volaille françaises chez les industriels ?

À la question de savoir ce qui **freine les industriels de la volaille à apposer le logo Volaille Française sur l'ensemble de leurs gammes**, un logo pourtant incitatif à l'achat pour 86 % des Français, un industriel présent au **SPACE** répond :

« Les entreprises changent souvent de fournisseurs et mettent parfois en place des approvisionnements de sécurité, qui peuvent ne pas être d'origine française, pour pallier des ruptures de stocks. Ils préfèrent éviter de modifier continuellement leur packaging à chaque nouvel approvisionnement hors France. »

"Certains acteurs n'ont pas la garantie de disposer uniquement de volailles françaises"

« En RHD également, la situation n'est pas toujours évidente, certains acteurs n'ont pas la garantie de disposer uniquement de volailles françaises » complète Arielle Couëry, chargé de communication de l'APVF, également présente au **SPACE**.

Le logo volaille française, parfois confondu en magasin

Les représentants de L'APVF, expliquent également avoir constaté une certaine confusion chez les acheteurs. Souvent pressés lors des courses, ces derniers ne vérifient pas en détail l'origine de la volaille. « Le drapeau tricolore français figurant sur un emballage n'est pas une garantie fiable, seul le logo volaille française en forme hexagonale est la garantie que la volaille est née, élevée et transformée en France » souligne Arielle Couëry de l'APVF.

Le consommateur, un acteur clé face aux importations de volailles

Face à la **recrudescence de volailles importées** dans les assiettes des Français, Yann Nedelec rappelle le rôle essentiel du consommateur pour y faire barrage : « Le consommateur, il a les clefs pour agir de manière très simple. Quand ce dernier achète de la volaille il faut qu'il regarde, si elle est bien française, c'est le logo volaille française qui lui assure. Quand il va en restauration, il faut qu'il pose la question de l'origine de sa viande et quand la volaille n'est pas française, il faut qu'il change son choix. Cette attitude de vouloir savoir d'où provient la viande pourrait interpeller les restaurateurs et les fournisseurs. Ce n'est que comme ça qu'on pourra faire changer les lignes. »

Lire aussi : [Agroalimentaire : pourquoi le solde commercial est-il si dégradé cette année ?](#)

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Volaille bio : la consommation recule, mais l'export se développe

✨ Synthèse IA ✨

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite de la baisse de la consommation française de volailles bio, compensée par une croissance des exportations.

✨ Synthèse IA ✨

Le Synalaf dresse le bilan 2024 de la filière française de volailles biologiques. Malgré une diminution des coûts de l'alimentation animale, la production reste en recul, tout comme la consommation de poulet bio sur le marché intérieur. En revanche, les exportations s'améliorent.

Publié le 16 septembre 2025 - Par [Catherine Takougang](#)



© Armelle Puybasset

Les **volailles biologiques** représentaient **1,2 % de la production avicole française en 2024**. Ce chiffre se maintient comparé à 2023. Selon les données de l'observatoire du Synalaf, environ 9,1 millions de volailles bio ont été mises en place en 2024, soit une légère hausse de 1% comparé à 2023, mais une baisse de -33 % comparé à 2019. Mais d'après l'**Agence Bio**, le potentiel de production de **poulets biologique en France** a reculé de 17,4 % sur un an.

Les filières **poulet et dinde** de découpe se maintiennent en 2024, mais les filières **pintade, canard à rôti et volailles festives** reculent fortement.

Tableau : Volailles biologiques mises en place en 2024 en filières organisées en France

Type de production	Mises en place	Evolution 2024/2023	Evolution 2024/2019
Poulet	8860870	2%	-32%
Pintade	53913	-31%	-67%
Canard à rôtir	43632	-40%	-74%
Dinde de découpe	135187	2%	-39%
Volailles festives	21251	-32%	-59%
Total	9114853	1%	-33%

Une sortie de crise de la bio qui tarde

Les mises en place en 2024 sont en très légère reprise, après une augmentation très dynamique des mises en place de volailles biologiques entre 2015 et 2020, puis un recul très important en 2022 et 2023. En effet, les **produits bio** dans leur ensemble ont été fortement impactés par l'inflation pendant deux ans (2022-2023), entraînant de fortes baisses d'**achats par les ménages français**. Leur place en linéaires dans les magasins a également fortement diminué. Malgré un ralentissement de l'inflation en 2024, la reprise reste faible.

Cette reprise semble se poursuivre cette année pour le poulet fermier bio, dont la production a déjà progressé de 10 % sur les sept premiers mois de l'année par rapport à 2024.

Lire aussi : [Baisse des achats de bio : la GMS a une « part de responsabilité » pour la FNH](#)

La consommation en poulet bio décroît en 2024

D'après le **panel Kantar**, le nombre de ménages acheteurs de poulet bio a continué de reculer en 2024. Les achats de poulets **PAC biologiques** ont régressés de 11,2 % en volume comparé à 2023, malgré une baisse de prix de 2 % sur un an. De même les volumes des **découpes de poulet bio** sont en repli de 3,1% comparé à 2023, malgré une baisse de prix de près de 6,1 %.

Lire aussi : [Le bio est reparti au premier trimestre, quels sont les moteurs de croissance](#)

Les exportations progressent

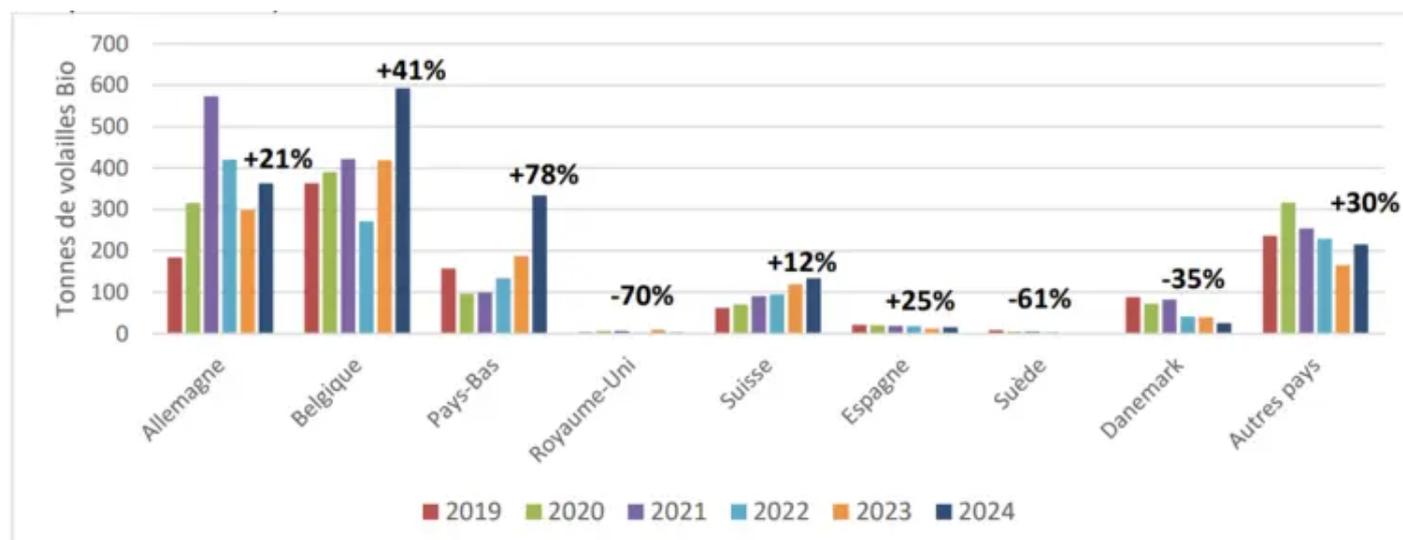
En 2024, les **exportations de volailles biologiques** sont montées à 1 682 tonnes, soit une augmentation de 34 % en un an et 39% en deux ans. Ce sont principalement les envois vers la l'Allemagne (+ 21 %), la Belgique (+41 %) et les Pays-Bas (+78 %) qui portent cette hausse.

Ce sont notamment les expéditions de **volailles entières biologiques** qui sont en croissance (+18 points en deux ans). Tandis que les exportations de découpes reculent depuis 2023 (-18 points entre 2024 et 2022).

Le poulet est la première espèce de volailles biologiques exportée, avec près de 90% des envois.

Les **expéditions de poulets** ont gagné 14 points comparé à 2022. La dinde constitue 9 % des envois.

Les **exportations de dindes bio** sont en repli (- 8 points en deux ans).



Evolution des exportations de volailles biologiques par pays depuis 2019 (% comparaison 2024/2023)

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Alimentation : la France est-elle trop montée en gamme ?

✦ Synthèse IA ✦

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite de la dépendance aux importations sur les produits de milieu de gamme, faute d'offre nationale.

✦ Synthèse IA ✦



Pour Dominique Chargé, la France ne produit pas l'alimentation d'entrée et de cœur de gamme qu'elle consomme, ce qui engendre un appel d'air pour les importations. Le cas des œufs est emblématique.

Publié le 4 septembre 2025 - Par [Catherine Takougang](#)

L'**offre alimentaire française** est beaucoup trop tournée vers le **haut de gamme** selon Dominique Chargé, président de la Coopération agricole, qui constate, le 3 septembre, : « *L'entrée de gamme et le milieu de gamme ne sont pas assez présents, ce qui laisse le marché français en proie aux importations* ».

Lire aussi : [Est-ce possible de produire une alimentation à bas prix en France ?](#)

La filière œuf face aux contradictions des consommateurs

Depuis six ans, les **producteurs d'œufs** s'efforcent de répondre à la demande des **distributeurs** de **supprimer la production d'œufs de cage au profit des œufs alternatifs**. Mais en pratique, la complexité réglementaire et administrative freine la mise en place de nouveaux élevages.

La demande en œufs grimpe, mais la production ne suit pas

« L'œuf est la protéine la moins chère en France, la consommation augmente de 10% par an sur les œufs. Ainsi chaque Français consomme pratiquement un œuf par jour » rappelle Dominique Chargé. Pour répondre à cette croissance, « il faudrait construire une dizaine de poulaillers par an, ce que nous avons du mal à réaliser aujourd'hui » déclare ce dernier.

Lire aussi : [Œufs de poules élevées en cage : est-ce vraiment fini en 2025 ?](#)

Face à cette demande grandissante, la production nationale d'œufs peine à suivre, d'autant plus que la conversion de la cage à l'alternatif diminue la **productivité des élevages**. « Aujourd'hui, avec les œufs alternatifs, nous sommes en incapacité de soutenir le rythme de la production d'œufs de cage » appuie le président de la Coopération Agricole.

Des distributeurs importent des œufs de cage

Cet été, face aux manques en rayon, certains distributeurs se sont tournés vers l'Ukraine pour s'approvisionner. Une pratique jugée « incohérente » par Dominique Chargé : « Ces œufs ne répondent pas aux standards français, mais s'alignent sur des logiques de prix bas ».

Plusieurs filières concernées

« Cette situation de l'œuf serait assez facilement transposable à d'autres productions, on pense à la filière volaille de chair, où un poulet sur deux servi en restauration hors domicile est importé et n'est pas aux standards de production française. C'est le cas également en fruits et légumes, en viande bovine où les importations progressent », relève Dominique Chargé. Il rappelle par ailleurs qu'« en 25 ans, la part des aliments importés a doublé dans l'assiette des Français ! »

Lire aussi : [Souveraineté alimentaire : « Une dégradation, pas un effondrement »](#)

Viser le cœur de gamme

Pour le président de La Coopération agricole, la voie est claire : « favoriser les productions de type entrée de gamme et cœur de gamme est une solution pour reconquérir l'assiette et les cantines des Français et garantir la souveraineté alimentaire ».

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

5 ans d'évolution d'achats de viande, volaille et charcuterie en infographie

✨ Synthèse IA ✨

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite de l'évolution 2019-2024 : volailles et produits élaborés en hausse, viande fraîche et charcuterie en recul.

✨ Synthèse IA ✨

Covid, inflation, et changement des habitudes alimentaires ont secoué les filières viandes et volailles ces dernières années. En une infographie, votre média Les Marchés vous propose de retrouver les grandes évolutions à ne pas manquer sur les achats de viande, volailles, élaborés et charcuterie des Français.

Publié le 17 septembre 2025 - Par Virginie Pinson

AGROALIMENTAIRE



QUELLES ÉVOLUTIONS DES ACHATS DE PRODUITS CARNÉS DEPUIS 2019 EN FRANCE ?

Évolution de la balance commerciale pour quelques filières

En viande fraîche, le poulet domine et continue sa croissance



CLIQUEZ POUR DÉCOUVRIR L'INFOGRAPHIE

Les MARCHÉS Décrypter les prix agricoles by RÉUSSIR

Tout comprendre des évolutions de la consommation de produits carnés avec une infographie

© Les Marchés - Réussir

Les ménages français ont acheté plus de 2 millions de tonnes de produits carnés, soit une dépense de 25 milliards d'euros en 2024, pour leur consommation à domicile, selon les données Worldpanel by Numerator relayées par FranceAgriMer. Sur un an, les volumes ont baissé de 1,8 % (contre -3,9 % en 2023).

Lire aussi : « En réalité, les Français consomment toujours autant de viande »

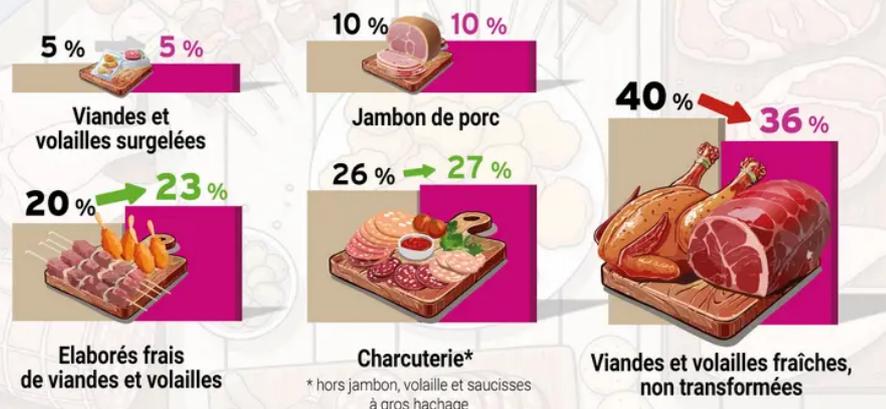
AGROALIMENTAIRE

QUELLES ÉVOLUTIONS DES ACHATS DE PRODUITS CARNÉS DEPUIS 2019 EN FRANCE ?

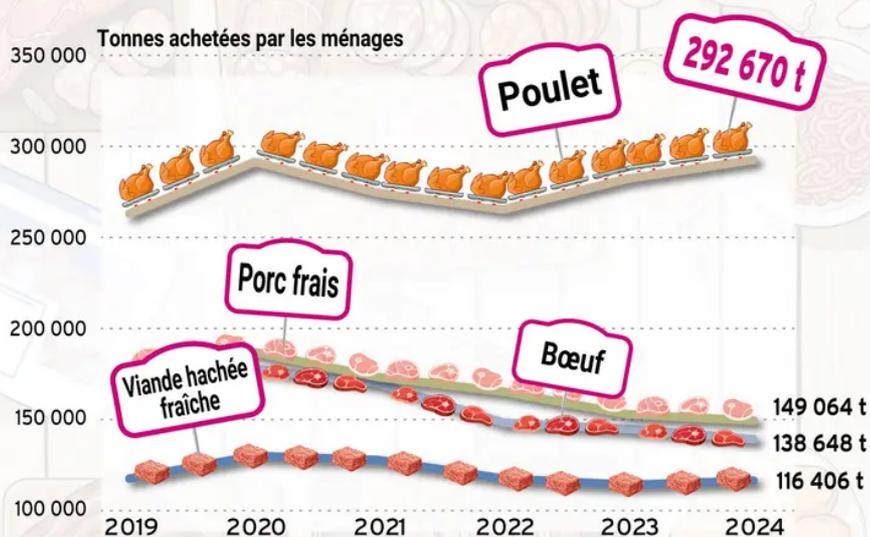
Achats pour la consommation au domicile principal exclusivement

Toujours plus d'élaborés

Évolution du poids des catégories dans les achats de viande et produits carnés en 5 ans

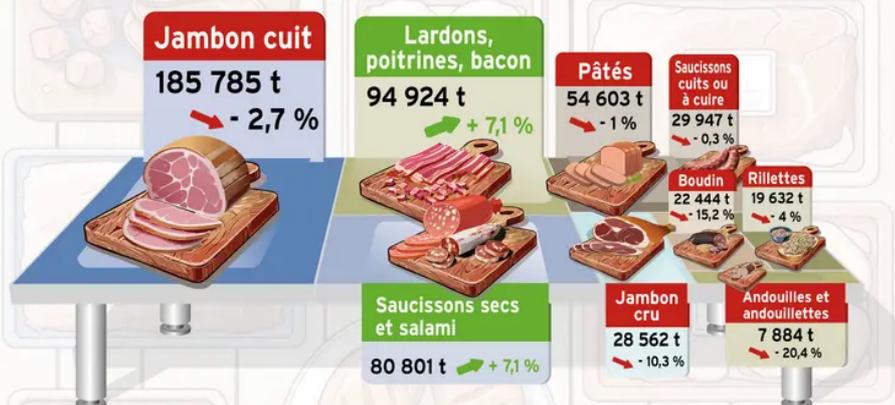


En viande fraîche, le poulet domine et continue sa croissance



Plus de 650 000 tonnes de charcuteries achetées en 2024

Les volumes ont baissé de 4,9 % depuis 2019, mais on note de fortes disparités



Les élaborés et les volailles grands gagnants

Néanmoins il est plus intéressant de comparer les achats des ménages avec leur composition de 2019, avant la crise sanitaire et inflationniste. En cinq ans, **les produits élaborés à base viande et de volailles** ainsi que les **charcuteries** hors jambon ont grignoté des parts de marché dans les caddies des Français, aux dépens notamment de la **viande fraîche** (porc, bœuf, mais surtout veau et agneau).

Lire aussi : Alternatives végétales à la viande et au lait : comment les ventes évoluent en 2024

En **charcuterie**, la baisse de près de 5 % des achats entre 2019 et 2024 cache les nombreuses disparités au sein de la catégorie. Les **saucissons secs**, qui tirent parti du boom des apéritifs et les **lardons**, avec une tendance à la cuisine d'assemblage, progressent, aux dépens des produits plus traditionnels. **Pâtés, rillettes**, souffrent notamment de la simplification des repas et de la disparition des entrées chez les jeunes générations.

Lire aussi : Que retenir sur le marché du porc du premier semestre 2025 ?

L'hégémonie du poulet

Au rayon volaille, le **poulet** concentre 76 % des volumes, loin devant la dinde (13 %), le canard (5 %), le lapin (3 %) et la pintade (2 %). La croissance n'a pas faibli en 2024, le poulet, déjà la proposition carnée la moins onéreuse, a en effet vu ses prix baisser dans le sillage des coûts de l'aliment.

Lire aussi : Charcuterie : le sans nitrite continue de décoller

Découpes et élaborés en ont profité. Entre 2019 et 2024, les achats de poulet PAC ont néanmoins perdu 13 000 tonnes. Par ailleurs, la part du standard a augmenté dans les achats de volailles des ménages, passant de 52 % en 2020 à 55 % en 2024, et les produits certifiés ont aussi progressé (de 23 % à 26 %) aux dépens du **Label Rouge** (15 % des achats en 2024, en baisse de 4 points) et du **bio** (4 % des achats, en baisse de 2 points).

Le document complet de FranceAgriMer

❄️ Le monde du surgelé **NOZ** accueille les surgelés à bacs ouverts

✨ Synthèse IA ✨

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite de NOZ, qui a vendu 36 M€ de surgelés en 2024. Le rayon devient stratégique pour l'enseigne de déstockage..

✨ Synthèse IA ✨

Tous les magasins NOZ sont équipés de bacs surgelés et, ce, depuis 2005. Un prestataire extérieur, basé à Argentan (61) assure le stockage et l'acheminement des produits.

Le numéro 1 du déstockage en France et en Europe revend fin de séries, invendus et autres changements de packagings y compris en produits surgelés. Une catégorie qui se porte d'ailleurs très bien avec des ventes en croissance de 8 %.

20 ans tout pile que l'enseigne de déstockage propose des produits surgelés ! Depuis 2005, en effet, les clients de NOZ peuvent trouver, selon les arrivages, des frites, glaces, viandes et autres viennoiseries dans des bacs grand froid. Tous les magasins du parc, soit 346 unités au 1er septembre dernier, sont équipés de bacs. Seul le NOZ de Maitenon (Eure-et-Loir) ne vend aucun produit alimentaire selon les conditions du bail signé avec l'enseigne. C'est l'exception qui confirme la règle.

Même si la taille du linéaire n'est évidemment pas la même que dans un supermarché, le parc de NOZ est tout de même équivalent à celui de Monoprix ! L'an passé, selon les données communiquées par l'enseigne, les ventes de produits surgelés ont dépassé les 13 millions d'unités pour un chiffre d'affaires de 36 millions d'euros. Ce qui représente un prix moyen de vente de 2,77 euros l'unité. Surtout, NOZ peut s'enorgueillir d'une croissance du CA de 8 % là où le marché des surgelés en GMS progresse plus timidement (+ 2,6 % pour le total surgelés en cumul annuel mobile à P7 2025). Autrement dit, le rayon des surgelés de l'enseigne se porte plutôt bien ! Les produits surgelés sont arrivés dans les points de vente NOZ bien après le démarrage des ventes de produits alimentaires... dès 1976. Lequel s'est d'abord porté

les produits secs et ambiants, dont la logistique est évidemment bien plus simple, avant de s'étendre aux surgelés.



© Noz

Nuggets, frites, poêlées de légumes : les clients peuvent trouver chez Noz de quoi préparer un repas complet.

1500 palettes reprises à Place du Marché

Concrètement, le traitement des produits surgelés est sous-traité à un prestataire spécialisé indépendant basé à Argentan (61). Les produits y sont réceptionnés, contrôlés, stockés puis acheminés vers l'ensemble des magasins NOZ. Pour le reste, le fonctionnement est le même et les achats sont fonction des opportunités saisies par la centrale. On peut tout de même citer en exemple le rachat du stock de Place du Marché (ex-Toupargel) en avril 2023 qui représentait la bagatelle de 1 500 palettes ! *« Il s'agissait d'un lot surgelé exceptionnel comme nous pouvons en avoir ponctuellement sur d'autres univers comme en mode avec Camaïeu, en décoration comme actuellement avec Casa. Mais notre approvisionnement principal et régulier de surgelés provient de surstocks, invendus, changements de packaging, dates courtes, ... parmi les stocks de nos fournisseurs partenaires »*, précise Marine Coïc, directrice des opérations de NOZ.



© Noz

Au-dessus des meubles surgelés, des sacs isothermes bien en évidence permettent aux clients qui n'auraient pas anticipé de succomber aux bonnes affaires.

NOZ déstocke depuis 1976 !

Depuis sa création il y a bientôt 50 ans, le métier de NOZ est de revaloriser les stocks d'inventés de fournisseurs, industriels, fabricants, grossistes, en France et dans le monde. En clair, NOZ est avant tout un acheteur de marchandises invendues et le savoir-faire des centrales d'achat réside en grande partie dans la relation de confiance qu'elles entretiennent, en amont, avec les entreprises ayant des besoins de déstockage. Ces centrales peuvent ainsi prendre en charge des quantités allant de l'unité à des milliers de palettes ! A l'autre bout de la chaîne, dans les 346 points de vente de l'enseigne, l'objectif est de revendre le plus vite possible les produits à des tarifs entre 30 et 80 % moins chers que les circuits de distribution classiques. La stratégie de NOZ est ainsi basée sur les opportunités d'achat. Et delà découle aussi la stratégie d'expansion du parc. Autrement dit, plus il y a de stocks à écouler et plus NOZ a besoin de surface pour les vendre. Après 19 ouvertures en 2024, l'objectif est d'inaugurer 2 nouveaux points de vente par mois. A ce rythme, la barre des 350 magasins sera franchie d'ici la fin de l'année !

L'enseigne NOZ en chiffres

793 M€

Le CA de NOZ en 2024

+ 11 %

La progression du CA vs 2023

346

Le nombre de magasins au 1er septembre 2025

300 Millions

Le nombre de produits vendus chaque année

3 Millions

Le nombre de clients chaque mois



© Noz

Le monde du surgelé

Commerce de gros : Une rentrée tendue malgré un rebond au printemps

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du commerce de gros alimentaire : reprise au printemps, mais rentrée incertaine et contrastée selon filières.

✨ Synthèse IA ✨

AUBRY, JEAN-FRANÇOIS
|le 24/09/2025

La CGF a publié les résultats du baromètre d'activité du Commerce de gros des produits alimentaires pour le second trimestre 2025. Quasi stables en début d'année, les ventes de surgelés ont augmenté sur la période.

Piloté avec l'institut Xerfi Spécific, le baromètre mis en place par la Confédération des Grossistes de France (CGF)* porte sur plusieurs indicateurs clés qui évaluent la santé de l'ensemble du secteur, mais aussi de chacune des 5 grandes familles étudiées, dont celle qui nous intéresse en premier lieu, « les produits agricoles et alimentaires ». Après un début d'année 2025 en recul (avec un chiffre d'affaires en recule de 1,5 % au 1er trimestre 2025), l'activité des produits agricoles et alimentaires a rebondi au deuxième trimestre. Porté par une demande rafferme et la hausse des prix alimentaires, le chiffre d'affaires progresse de + 3,5 % au deuxième trimestre 2025, à un an d'intervalle. La tendance annuelle redevient positive, s'établissant à + 0,8 % à l'issue du printemps.

Dans le détail, les ventes de boissons progressent nettement ce trimestre, portées notamment par une demande soutenue lors des fortes chaleurs en juin. La situation redevient également plus favorable sur le segment des fruits et légumes. Quasi stables en début d'année, les ventes de surgelés, produits laitiers et d'épicerie se raffermissent au deuxième trimestre. En revanche, les ventes de produits avicoles restent mal orientées ce trimestre, malgré les hausses de prix enregistrées sur certains segments (œufs, poulet, etc.).

Des prévisions plus encourageantes

Les grossistes sondés par la CGF restent prudents sur les perspectives de développement de l'activité, dans le contexte actuel. Néanmoins, le secteur agricole et alimentaire affiche un niveau de confiance plus élevé : seules 4 % des entreprises évoluant sur ce secteur envisageaient au sortir du printemps une baisse de leurs activités sur les prochains mois (soit tout de même 9 points de moins par rapport au 1er trimestre 2025). Inversement, près de la moitié des professionnels alors interrogés anticipaient une hausse de leur activité à l'été.

Ils sont également plus nombreux à faire preuve d'optimisme sur l'évolution des tarifs de leurs fournisseurs : moins de 40 % des professionnels prévoient désormais une hausse des tarifs fournisseurs de marchandises pour les prochains mois. Les intentions d'embauche se réduisent néanmoins pour le prochain trimestre.

Le mot de Stéphane Antiglio, président de la CGF :

« Le redémarrage du commerce de gros au printemps constitue un signe encourageant, même si la reprise reste fragile et très inégale entre les secteurs. La santé et l'agroalimentaire confirment leur solidité, tandis que des segments comme le bâtiment et les produits manufacturés restent confrontés à une demande insuffisante. Au-delà des difficultés économiques, la situation nationale ajoute de l'incertitude : l'instabilité politique et le manque de visibilité sur le budget pèsent sur les investissements et la compétitivité de nos entreprises. »

() : À travers l'union de 30 fédérations, la CGF, Confédération des grossistes de France, est l'organisation professionnelle représentative de l'ensemble du commerce de gros. Plus d'informations : www.cgf-grossistes.fr*

TROISIEME PARTIE : L'ACTUALITE TECHNIQUE, JURIDIQUE & REGLEMENTAIRE

l'Officiel
des transporteurs

Les Pays-Bas testent à leur tour des méga-camions de 32 mètres

✦ Synthèse IA ✦

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite du lancement de convois de 32 m et 72 t aux Pays-Bas pour tester efficacité et sécurité.

✦ Synthèse IA ✦

Publié le : 04.09.2025 Par : Grégoire Hamon Lecture : 2 min.



Baptisé Super EcoCombi (SEC) ou EMS2, ce convoi se compose d'un tracteur et de deux semi-remorques de 13,60 mètres reliées par un dolly.

Crédit photo DR

Dès décembre, les routes néerlandaises accueilleront un nouveau venu : le Super EcoCombi, un ensemble routier de 32 mètres équipé de caméras à 360 degrés. Objectif : mesurer son impact en conditions réelles, tant sur l'efficacité logistique que sur la sécurité routière.

Après l'Allemagne et l'Espagne, les Pays-Bas comptent tester à leur tour les méga camions avec le lancement d'une expérimentation inédite. Baptisé Super EcoCombi (SEC) ou EMS2, ce convoi se compose d'un tracteur et de deux semi-remorques de 13,60 mètres reliées par un dolly. Avec une longueur totale de 32 mètres et un poids maximal de 72 tonnes, il transporte autant de marchandises que deux ensembles classiques de 16,5 mètres. Selon l'association professionnelle TLN, ce format pourrait contribuer à réduire la pénurie de conducteurs, à améliorer l'efficacité du transport et à diminuer les émissions de CO₂. Le premier test aura lieu sur l'axe Rotterdam-Moerdijk-Venlo, sous la supervision du centre de recherche TNO. Pendant un mois, le SEC circulera avec un dispositif de caméras panoramiques afin d'observer son comportement en circulation et les réactions des autres usagers. Les données seront comparées à celles d'un ensemble routier standard.

Un cahier des charges précis

Un cahier des charges précis encadre cette phase expérimentale : maximum trois points d'articulation, pression d'essieu adéquate, système d'information d'angle mort, accélération minimale et respect des règles de giration appliquées aux poids lourds longs. La configuration retenue combine un tracteur 6×2, une semi-remorque avant à trois essieux directionnels, un dolly à deux essieux et une semi-remorque arrière à trois essieux. Plusieurs constructeurs participent au projet. Si le test est concluant, un pilote plus large sera lancé en 2026, impliquant cinq à dix véhicules exploités par différentes entreprises sur plusieurs itinéraires. Ces convois devront respecter des conditions spécifiques, telles que l'accès intelligent aux infrastructures et des points de découplage dédiés. Le projet bénéficie du soutien du ministère de l'Infrastructure et de la Gestion de l'eau, de Rijkswaterstaat, du port de Rotterdam, de l'association evofenedex, du RDW, de la fédération RAI et de TLN. Son financement est assuré par le programme pluriannuel « Truck Levy Return Scheme 2026-2030 », qui réaffectera les recettes de la future redevance poids lourds, prévue à partir de juillet 2026, à des initiatives en faveur d'un transport plus durable.

Alexis Gibergues élu à la présidence de l'UETR

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'élection d'Alexis Gibergues, président de l'OTRE, à la tête de l'UETR.

✦ Synthèse IA ✦

Publié le : 09.09.2025 Par : Gwenaëlle Ily Lecture : 1 min.



Alexis Gibergues a été élu président de l'UETR.

Crédit photo OTRE

Le 9 septembre 2025, Alexis Gibergues, président de l'OTRE, a été élu à la présidence de l'UETR, fédération européenne fondée en 1998 et qui représente les intérêts des PME du transport routier en Europe.

Après avoir rejoint l'UETR (Union européenne des transports routiers) en novembre 2021, l'OTRE franchit une nouvelle étape avec la nomination le 9 septembre d'Alexis Gibergues, président de l'OTRE, à la présidence de la fédération européenne. Alors que les institutions européennes influent sur beaucoup d'évolutions réglementaires qui impactent le transport routier et façonnent durablement les cadres nationaux, l'OTRE, par cette nomination, entend « renforcer l'influence et les moyens d'actions de l'UETR afin de mieux défendre les intérêts stratégiques des entreprises de transport routiers, essentielles au dynamisme économique et la cohésion des territoires européens ». L'organisation patronale précise : « Nos entreprises n'entendent pas seulement subir les décisions venues de Bruxelles : elles veulent en être des actrices pleinement engagées. » L'UETR est par ailleurs membre du SME United, fédération interprofessionnelle des PME dont est membre la CPME.

Florence Dupasquier (FNTR) : « Le TRM n'est pas en capacité de supporter de nouvelles charges fiscales »

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'alerte de la FNTR : le TRM ne peut supporter de nouvelles taxes, avec marges déjà fragiles.

✦ Synthèse IA ✦

Publié le : 09.09.2025 Par : Gwenaëlle Ily Lecture : 7 min.



Florence Dupasquier, présidente de la FNTR

Crédit photo DR

Conjoncture morose, crainte de taxes supplémentaires avec Ambition France Transport ou encore défense du mix énergétique... Un an après sa prise de fonction à la tête de la FNTR, Florence Dupasquier évoque les différents dossiers sur lesquels planche l'organisation patronale.

Les défaillances ont atteint un niveau record dans le secteur depuis plus d'un an. Commencez-vous à percevoir une sortie de crise ?

En matière de conjoncture, tous les signaux sont au rouge. Même si cela semble s'éclaircir ces derniers mois, la situation reste très compliquée. Les entreprises du secteur sont en souffrance avec une activité atone et des coûts qui ont fortement progressé ces dernières années. Certaines entreprises n'ont pas été en mesure de répercuter la totalité de ces surcoûts à leurs clients et, avec des volumes à transporter qui baissent assez fortement, les marges s'amenuisent. Cela se traduit par des défaillances pour les plus fragiles et un gel des investissements pour les autres. Cette situation se voit d'ailleurs aussi avec les immatriculations de véhicules neufs de plus de 5 tonnes, en recul de près de 20% sur les 5 premiers mois de l'année selon l'Observatoire des Véhicules Industriels. Les défaillances dans le secteur ont explosé en 2024, en hausse de 39% par rapport à 2023, avec quasiment 70% de liquidations directes. Sur le début 2025, on a encore une légère régression par rapport à l'année dernière. L'heure est assez grave pour les entreprises du TRM, même si on peut espérer que l'on a peut-être passé le pic le plus bas avec une tendance qui s'améliore un peu sur le deuxième trimestre. On essaie de positiver ; d'ailleurs le thème du Congrès de la FNTR qui se tiendra le 8 octobre est « rebondir ».

Que reprenez-vous de la Conférence Ambition France Transports ? Quels seront les points de vigilance pour la FNTR ?

Le mérite est déjà d'avoir réussi à rassembler autant d'interlocuteurs, d'organisations et d'avoir pu être écoutés. Toutefois, pendant la conférence et lors de sa clôture, nous avons alerté sur les lignes rouges quant

à la hausse de la fiscalité pour le secteur à travers des communications communes avec les autres fédérations. En effet, dans cette conjoncture compliquée, le TRM n'est pas en capacité de supporter de nouvelles charges fiscales, que ce soit le rabot sur la ristourne TICPE, l'écotaxe régionale, voire nationale. Elle s'appliquera en Alsace en janvier 2027, le Grand Est se dit intéressé puis l'ensemble des régions seront certainement attentives à ce qu'il se passera. Nous restons donc vigilants sur ce point. Nous sommes en discussions pour éviter ces hausses de taxe ou, au moins, pour pouvoir les répercuter. Les marges des entreprises du TRM sont telles que tout surcoût aura des conséquences très importantes sur l'avenir des sociétés de transport. Des recettes de quelques milliards d'euros sont évoquées ne serait-ce qu'avec la renégociation des contrats d'autoroutes. Si on arrivait à bien les affecter au financement des infrastructures, ce serait déjà une avancée. Mais il faudra voir si ces pistes seront reprises dans le projet de loi. On est dans une situation politique instable donc nous attendons de voir ce qui se passera à la rentrée.

L'électricité reste l'énergie la plus poussée par le Gouvernement et l'Europe. Un rapport de la Direction générale des entreprises (DGE) paru début juillet promeut d'ailleurs exclusivement l'électricité comme solution vertueuse pour le TRM et écarte les biocarburants. Quel est votre point de vue sur le sujet ?

Les transporteurs sont déjà engagés dans la transition énergétique et la décarbonation. Ils n'ont pas attendu l'électricité pour le faire. On est donc vent debout contre ce rapport qui soutient qu'il n'y a que l'électricité qui permettrait de décarboner les transports routiers. On souhaiterait une neutralité technologique et qu'on ne nous impose pas une seule solution. Ce rapport sortant juste avant les premières annonces sur le PLF, il ne faudrait pas qu'il en soit tiré la conclusion d'augmenter les taxes sur les autres carburants alternatifs pour favoriser l'électricité. Beaucoup de transporteurs utilisent déjà des énergies décarbonées comme le bioGNV, les carburants liquides bas carbone – HVO et B100. Ils ont fait des investissements et changer les règles du jeu ne me semble pas très juste. Aujourd'hui, l'électricité ne concerne qu'1% des achats de poids lourds. On ne peut pas basculer brutalement vers le tout électrique, surtout dans une période financière compliquée. Il est important de pas opposer les énergies qui sont finalement complémentaires. Il existe plusieurs possibilités adaptées aux différents cas d'usage.

Le tout électrique n'est donc pas plausible selon vous ?

Il n'est pas adapté à tous les usages. Cette énergie est une bonne solution pour la logistique urbaine. Mais, sur les poids lourds de moyenne et longue distance, ce n'est pas encore suffisamment mature, notamment au niveau du déploiement des systèmes de recharge. Par ailleurs, le coût d'un véhicule électrique est encore beaucoup plus important qu'un véhicule diesel, même si l'on peut saluer les aides déployées via les certificats d'économie d'énergie, plus accessibles que les appels à projet. Il faut aussi prendre en compte les autres investissements qu'implique cette énergie, comme les bornes de recharge sur site. Par exemple, dans mon entreprise, le Groupe Samat, les tracteurs électriques ADR, c'est-à-dire compatibles matières dangereuses, sont possibles dans la réglementation mais je ne parviens pas à en obtenir un, ne serait-ce que pour le tester. Et des difficultés similaires se posent dans d'autres métiers, notamment à cause du poids, car il faut compter 4 tonnes supplémentaires pour les batteries. Il faudra, d'ailleurs, adapter les poids et dimensions pour les véhicules électriques. Il y a encore beaucoup de choses à faire avant de pouvoir dire que tout est prêt pour l'électrique.

Le 44t sera bientôt autorisé en Espagne, comme dans de nombreux pays européens, mais le passage transfrontalier de ces véhicules reste interdit. Comment influez-vous pour faire évoluer la directive européenne ?

C'est une absurdité réglementaire qui peut se régler relativement facilement à condition que tous les membres soient d'accord. Cela fait partie des points que l'on pousse en Europe. Le 44t transfrontalier est important pour tous les États membres qui l'autorisent déjà pour leur transport domestique car il permettrait de gagner en productivité et aussi finalement en décarbonation. On a écrit une lettre ouverte sur la révision de la directive sur les poids et dimension pour rappeler ce point mais aussi le sujet des EMS. J'ai d'ailleurs fait une intervention sur les écocombis auprès du groupe Avenir Transport au Sénat pour expliquer et dédramatiser ce dossier : il ne faut pas imaginer que ces camions arriveront sur les ronds-points et dans les

petits villages, mais au contraire sur des itinéraires adaptés, avec des autorisations spécifiques préalables. Et nous ne serions pas en concurrence avec le rail mais complémentaires. On demande surtout que l'on nous laisse faire un test en condition réelle en France, sur la route et non sur piste. On a un peu de mal à se faire entendre mais on ne va pas lâcher. Ça existe notamment en Espagne et ça fonctionne bien, avec des autorisations spécifiques sur des itinéraires définis.

Quelles sont les prochaines échéances concernant les dossiers sociaux ?

Le volet social est toujours très important et occupe beaucoup les équipes de la FNTR, notamment pour les NAO chaque année. Les prochaines discussions devraient s'ouvrir à la rentrée pour 2026. Après trois années de revalorisation assez forte, avec +5,4% au 1er décembre 2023, il n'y a pas eu d'augmentation en 2024. Cela s'est fait dans l'écoute même si les organisations syndicales auraient préféré avoir une hausse mais elles ont bien vu les difficultés rencontrées par les transporteurs. La FNTR travaille aussi beaucoup sur la formation, notamment au niveau européen sur une révision de la directive formation. L'interdiction de chargement-déchargement par les conducteurs est aussi un dossier que nous suivons puisque nous sommes favorables à essayer de trouver un accord. Les conducteurs sont un maillon essentiel et il est aussi important qu'ils soient bien reçus sur les sites lorsqu'ils arrivent. C'est un facteur d'attractivité pour le secteur.

Vous avez pris la présidence de la FNTR en novembre 2024. Quelle est la feuille de route de la FNTR pour les prochaines années ?

La FNTR est la première organisation patronale en termes de représentativité dans la branche. C'est une fédération présente dans toute la France avec une trentaine de bureaux sur le territoire et aussi à Bruxelles depuis plus de 25 ans, ce qui est très important puisque beaucoup de projets de textes viennent de l'Europe avant d'être transposés en France. Il faut donc être en amont sur ces sujets. Nous allons poursuivre et renforcer cette influence, tant au niveau européen, que national et régional, dans toutes ses branches pour accompagner une profession qui se transforme, se décarbone, se digitalise et qui demeure un acteur majeur de la souveraineté économique. Il n'y aura pas d'industrie, de dynamisme économique ni de bassin d'emploi sans transport. Nous devons peser dans les débats et valoriser la profession qui ne bénéficie pas de l'image qu'elle devrait avoir compte tenu de son importance. Les transporteurs sont indispensables au fonctionnement économique du pays, sachant que 89% des marchandises sont transportées par la route en France. C'est une grande responsabilité pour moi d'être présidente de la FNTR, probablement au pire moment par rapport à la conjoncture mais on ne lâchera rien pour porter et défendre la voix des transporteurs. Il est important que le secteur puisse faire face aux nombreux défis qui se présentent. Notre priorité est la proximité, le terrain, pour être proche de nos adhérents. Composés de TPE, PME, de grands groupes, ils sont notre force et nous permettent d'avoir un large spectre.

Dates clés

Depuis 2024 : Présidente de la FNTR

Depuis 2002 : PDG du Groupe Samat

Depuis 2008 : Présidente de l'ATMD (Association française de Transports de Matières Dangereuses)

Défaillances 2e trimestre 2025 : Les entreprises asphyxiées par la conjoncture [liste]

✨ Synthèse IA ✨

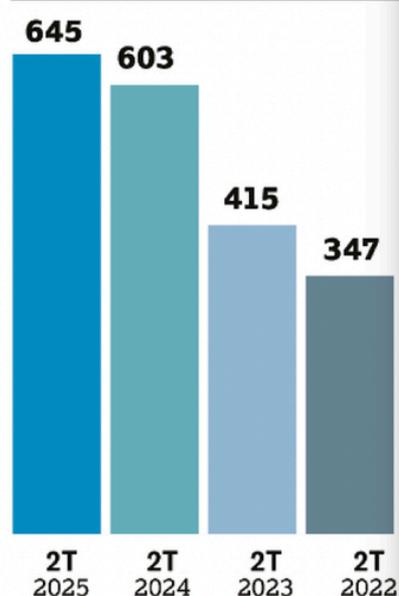
Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de 645 défaillances d'entreprises du TRM au T2 2025, un record lié aux coûts élevés et volumes en baisse.

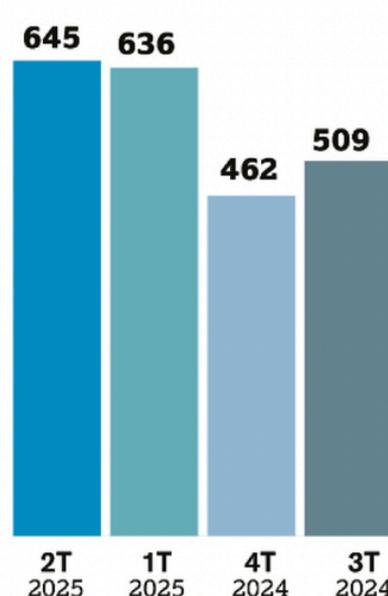
✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 11.09.2025 Par : Gwenaëlle Ily Lecture : 2 min.

**Évolution des défaillances
sur la même période**



**Évolution des procédures
sur un an**



645 procédures judiciaires ont été comptabilisées au 2e trimestre 2025

Crédit photo Chiffres : Ellisphere

- [Conjoncture économique](#)

Le TRM continue de subir de plein fouet la baisse d'activité conjuguée à une hausse de prix que les transporteurs peinent de plus en plus à répercuter à leurs clients.

Avec 645 procédures judiciaires au 2e trimestre 2025, selon les données fournies par la société Ellisphere, les défaillances dans le transport routier de marchandises restent toujours à un niveau très élevé, et même en légère augmentation par rapport au trimestre précédent (**636 entreprises étaient alors concernées**). Cette tendance perdure puisqu'en année glissante, **603 sociétés étaient concernées au 2e trimestre 2024**. À noter qu'au 2e trimestre 2019, période pré-covid, la moitié moins d'entreprises étaient touchées par des redressement ou liquidations judiciaires, avec 305 sociétés alors concernées.

Parmi les défaillances d'envergure de ce 2e trimestre 2025, l'une des sociétés touchées, Chalavan et Duc (26), créée en 1955, est placée en redressement judiciaire. Le groupe, qui emploie 651 salariés, avait enregistré un chiffre d'affaires consolidé de 110 M€ en 2024. C'est en revanche une liquidation judiciaire qui a été prononcée le 25 juin pour Hinterland (44) qui regroupait 293 salariés. C'est également le cas pour Vialto (93 – 500 salariés).

RAISON SOCIALE	DPT	TYPE DE PROC.	DATE DE PROC.	TYPE ORIGINEL	NAF	EFFEC.
T R C S MULTISERVICES	1	L. J.	09/04/2025		4942Z	1
CONVOYAGEUROPEEN	1	L. J.	28/05/2025		4941A	6
BENA	1	L. J.	28/05/2025		4941B	3
KAMLI MOHAMED	3	L. J.	03/04/2025		5320Z	0
CAP ALLIANCE	4	R. J.	27/05/2025		5210A	1
KL TRANSPORT	4	L. J.	20/05/2025		4941A	1
TRANSPORTS BERENGER	5	L. J.	16/04/2025		4941B	1
DEMEAGEMENTS MIRA SARL	6	L. J.	13/05/2025		4942Z	3
TELP	6	L. J.	11/06/2025		4941B	0
SP TRANSPORTS	6	L. J.	27/06/2025	CESS.	4941B	23
RG LOGISTIC	6	L. J.	01/04/2025		4941B	3
STAINESSE CARGO	6	L. J.	08/04/2025		4941A	1
TRANSPORT S	6	L. J.	10/06/2025		4941B	3
TRANSPORT PREMIUM PACA	6	L. J.	27/06/2025	R. J.	4941A	
ADR TRANSPORT	6	R. J.	13/05/2025		4941B	10
GGDA	6	L. J.	13/05/2025		4941B	
GODELIV	6	L. J.	06/05/2025		4941B	3
SGH EXPRESS	6	L. J.	08/04/2025		4941B	
ALPES TRANSPORT	6	L. J.	22/05/2025		4941B	
AJC SERVICES	7	L. J.	04/06/2025		4941A	17
AZ SERVICES	7	L. J.	27/05/2025		4941B	20
PRECOTRANS	7	L. J.	30/04/2025		4941B	10
TRANSPORTS PHILIPPOT JEAN CLAUDE	8	L. J.	05/06/2025		4941A	3
FRIGO 08	8	L. J.	05/06/2025	R. J.	4941A	2
TRANSPORT DE SOUSA TDS	9	R. J.	30/06/2025		4941B	10
A3 EXPRESS	10	L. J.	01/04/2025		4941B	10
TRANSPORT CHEFFER YOHANN	10	L. J.	01/04/2025		4941B	0
TRANS HYBRID	10	L. J.	24/06/2025	CESS.	4941B	0
AIR TRADE	10	L. J.	15/04/2025	R. J.	4941B	
TRANSPORTS RHONE MEDITERRANEE	13	L. J.	04/04/2025		5320Z	1
LIVRAISONS INSTALLATION D'ELECTROMENAGER	13	L. J.	12/06/2025		4941B	70
M 2 B T	13	R. J.	22/05/2025	R. J.	4941A	6
MEDITERRANEE TRANSIT INTERNATIONAL	13	L. J.	26/06/2025		5229B	0
FLORIS VALENTIN JEAN	13	L. J.	02/04/2025		5320Z	0
ELY	13	L. J.	19/06/2025		4941A	6
GO TRANSPORT 13	13	L. J.	19/05/2025	CESS.	4941B	6
TRANSAC EXPRESS	13	L. J.	19/06/2025		4941B	22
HTF GROUPE	13	L. J.	05/06/2025	R. J.	4941B	10
NMD TRANSPORT	13	R. J.	16/05/2025		4941A	3
TMS LOGISTIQUE	13	R. J.	28/04/2025		4941B	27
DP TRANSPORTS	13	L. J.	26/06/2025		4941B	4
TRANSPORT LALLYTRANS	13	L. J.	30/06/2025		4941A	1
KMJ TRANSPORT	13	L. J.	21/05/2025	R. J.	4941B	10
LOUIS CHRISTIAN TRANSPORT	13	R. J.	12/05/2025		4942Z	3
ETAL EXPRESS TRANSPORT ASSURE LOGISTIQUE	13	R. J.	16/06/2025		4941A	8
ABD TRANSPORTS	13	L. J.	30/04/2025	R. J.	4941B	1
TRANS.R	13	R. J.	25/06/2025		4942Z	
A&L TRANSPORTS	13	L. J.	23/04/2025		4941B	10
SAS TRANSPORT B2IM	13	L. J.	28/04/2025		5320Z	
JAGUAR TRANSPORTS	13	L. J.	12/06/2025		4941A	
AD TRANSPORT	13	L. J.	24/04/2025		4941A	
MWADZIWA & FILLE	13	R. J.	12/05/2025		4941B	
ROKKET	13	R. J.	26/05/2025		4941A	
SUD TRANSPORT DISTRIBUTION	13	L. J.	22/04/2025	R. J.	4941B	
JK SPEED TRANS INTERNATIONAL	14	L. J.	21/05/2025		4941B	30
COURROT EMILY SOPHIE	14	L. J.	23/04/2025		4941B	0
ENAVAS TRANSPORTS ET SERVICES	14	R. J.	23/04/2025	R. J.	4941B	
ENON EXPRESS	16	R. J.	24/04/2025		4941A	20
BAH TRANS	16	R. J.	10/04/2025		4941A	6
ECO SERVICES	17	L. J.	15/04/2025	R. J.	4941A	10
TOP COLIS SERVICES	17	L. J.	15/04/2025		4941B	10
M-DG	18	L. J.	06/05/2025	R. J.	4941B	
TRANS-AGRIATES	20	L. J.	03/06/2025	R. J.	4941A	10
MARTIN VINCENT	21	L. J.	13/05/2025		4941A	0
GERMAIN CEDRIC	21	L. J.	15/04/2025		4941B	0

RAISON SOCIALE	DPT	TYPE DE PROC.	DATE DE PROC.	TYPE ORIGINEL	NAF	EFFEC.
TIM F-R	21	L. J.	15/04/2025		4941B	0
TRANS KEF	21	L. J.	17/06/2025	R. J.	4941A	3
MD TRANSPORT	21	L. J.	20/05/2025	R. J.	4941A	
DIAS CAROL-ANNE OLIVIA	21	L. J.	03/06/2025		5320Z	
TRANSELAB21	21	L. J.	03/06/2025		4941A	2
TN COURSES	21	L. J.	24/06/2025	CESS.	4941B	
SAS BE	22	R. J.	17/06/2025		4941A	20
BENOIT ANIMAUX TRANSPORT	22	L. J.	14/05/2025		4941A	
TRANSPORT DAWAI	24	L. J.	20/05/2025		4941A	
BONNET TRANSPORT	24	L. J.	20/05/2025		4941B	
TRANSPORT T-A	25	R. J.	14/05/2025		4941B	
TRANSPORTS JEANNIN	25	L. J.	21/05/2025		5229B	
TRANSPORTS ALAIN OSTERNAUD	26	L. J.	08/04/2025		4941A	20
DUC NORD	26	R. J.	07/05/2025		4941A	95
TRADA	26	R. J.	07/05/2025		5229B	27
DUC INDUSTRIE	26	R. J.	07/05/2025		4941A	112
ALT LOGISTIQUE	26	R. J.	07/05/2025		4941B	21
DUC LOGISTIQUE	26	R. J.	07/05/2025		5210B	34
DIMCA	26	R. J.	10/06/2025		4941B	3
BILLAUT THIERRY JEAN-LOUIS	26	L. J.	28/04/2025	CESS.	5320Z	0
TRANSPORTS CHALAVAN ET DUC	26	R. J.	07/05/2025		4941A	651
RENFORT SERVICE DEMENAGEMENT	26	L. J.	24/06/2025	R. J.	5229B	1
DETITRANS	26	L. J.	29/04/2025	R. J.	4941A	1
SARL TRANSPORT	26	L. J.	28/04/2025		4941B	
MAQ HOLDING	27	L. J.	05/06/2025	CESS.	4941B	1
FIRST TIME SERVICES	27	R. J.	19/06/2025		4941B	70
TRANSPORTS HARDY	28	R. J.	15/05/2025		4941A	15
CLT EXPRESS	28	R. J.	26/06/2025		4941B	2
ADIL TRANSPORTS	28	L. J.	24/04/2025	R. J.	4941B	2
FMMJ TRANSPORTS JULIEN	28	L. J.	12/06/2025	R. J.	4941B	0
TRANSPORT LES 4 SHAS	28	L. J.	22/05/2025	R. J.	4941B	1
HT28 TRANSPORT	28	L. J.	05/06/2025		4941B	
FORST TRANSPORT	28	L. J.	10/04/2025	R. J.	4941B	6
S2N	28	L. J.	26/06/2025		4941B	1
SPEED2DAY	28	L. J.	15/05/2025	R. J.	4941A	6
LOUNA SERVICES	29	L. J.	29/04/2025		5229B	1
TRANSPORTS PELLET	30	L. J.	14/05/2025		4941B	6
O ET P OPERATING	30	L. J.	02/04/2025		4941A	1
TILATTE YOHAN PIERRE	30	R. J.	02/04/2025		4941B	20
KELCO	30	L. J.	11/06/2025		4941A	147
TRANS CEVENNES EXPRESS	30	L. J.	15/05/2025		4941A	22
TRANSPORTS VALENTIN DAUVERGNE	30	L. J.	24/06/2025	R. J.	4941A	6
RD TRANSPORTS	30	L. J.	24/06/2025	R. J.	4941A	3
J.B EXPRESS	30	L. J.	14/05/2025		4941B	6
SALES GUY	31	L. J.	05/05/2025	R. J.	4941A	4
PROGRES TRANSIT	31	L. J.	26/06/2025	R. J.	4941B	1
S T M 31	31	R. J.	07/04/2025		4941A	10
UTS TRUCKS	31	R. J.	02/06/2025		4941A	20
SAS MG 67 EXPRESS	31	L. J.	19/05/2025		4941A	0
LES COURSIERS TOULOUSAINS	31	L. J.	05/05/2025	R. J.	4941B	30
GO TRANSPORTS	31	R. J.	05/05/2025		4941B	22
BS TRANSPORT	31	L. J.	26/05/2025	R. J.	4941A	6
HBF TRANSPORTS	31	L. J.	17/04/2025		4941B	
DYNASTY	31	L. J.	16/06/2025	R. J.	4941B	
MELOUK TRANSPORT	31	L. J.	10/04/2025		4941A	
DKL TRANSPORTS	31	L. J.	03/04/2025	R. J.	4941B	
J2M	33	L. J.	10/06/2025		4941A	0
ARDJOUNI NADIA	33	R. J.	19/05/2025		4941B	5
AM TRANS	33	L. J.	27/05/2025	R. J.	4941B	6
2A TRANS EXPRESS	33	L. J.	18/06/2025		4941A	0
OCTOPUS TRANSPORT	33	L. J.	18/06/2025	CESS.	4941B	0
A F E	33	L. J.	21/05/2025	R. J.	4941B	11
TRANSPORTS NTSOA PLUS	33	R. J.	25/06/2025		4941B	20
MIYOUNA LUDOVIC	33	R. J.	13/05/2025		5320Z	0
KURMANALIYEV ANUAR	33	L. J.	10/06/2025		5320Z	0

RAISON SOCIALE	DPT	TYPE DE PROC.	DATE DE PROC.	TYPE ORIGINEL	NAF	EFFEC.
TMA - TRANSPORT DE MARCHANDISES AQUITAINE	33	L. J.	04/06/2025	R. J.	4941B	23
ELITE	33	L. J.	11/06/2025	CESS.	5320Z	0
MS TRANSPORTS ET LOGISTIQUE	33	L. J.	06/05/2025	R. J.	4941B	1
NETRACO & SERVICES	33	L. J.	16/04/2025	R. J.	4941A	20
COLIS SPEED TRANSPORTS BORDEAUX	33	L. J.	21/05/2025	R. J.	4941B	3
NSIMI-BORDEAUX	33	L. J.	06/05/2025	R. J.	4941B	
TRANSPORTS BIAU CLAUDE	34	R. J.	18/06/2025		5229A	22
FAGNONI SEBASTIEN	34	R. J.	09/05/2025		4942Z	0
SOCIETE DE TRANSPORT ET ATELIER DU LANGUEDOC	34	L. J.	02/04/2025	R. J.	4941A	6
RAIMON MICHEL	34	L. J.	02/04/2025	R. J.	4941B	1
TRANSPORTS LONJON & FILLE 34	34	L. J.	09/05/2025	R. J.	4941A	12
GO EXPRESS	34	R. J.	14/05/2025		4941B	1
WORLD TRANSPORT	34	L. J.	04/04/2025	R. J.	4941A	10
PRO LOGISTIC PLUS	34	L. J.	09/05/2025	R. J.	4941A	1
ARD TRANSPORT	34	L. J.	09/05/2025	R. J.	4941B	
LS PRO TRANSPORT	34	L. J.	26/05/2025		4941A	5
PHENIX DEMENAGEMENT	34	L. J.	27/06/2025		4942Z	
TA DAM	34	L. J.	26/05/2025		4941B	
LES PRO DU TETRIS	34	L. J.	19/05/2025		4941B	
SARL TRANSPORTS RATIVEL	35	R. J.	23/06/2025		4941A	12
W NORMANDIE	35	R. J.	28/05/2025		5229B	58
FRANCK JUNG TRANSPORTS VAL DE LOIRE	37	L. J.	06/05/2025		4941A	20
ALI KHALID AWAD	37	L. J.	10/06/2025	CESS.	5320Z	
CONSTANTIN IULIAN	37	L. J.	22/04/2025	R. J.	5320Z	
LES DEUX RIVES	37	L. J.	29/04/2025		4941B	
TRANSPORT WTM	37	L. J.	20/05/2025		4941B	
XELITOO	37	L. J.	13/05/2025		4941B	
TRANSLEADER	38	L. J.	27/05/2025		4941A	6
DAUPHINE TRANSPORTS	38	L. J.	23/04/2025	CESS.	4941A	1
RG TRANSPORTS	38	L. J.	23/06/2025	R. J.	4941A	169
I-TRANSPORT	38	L. J.	01/04/2025		4941A	10
GBLTRANS	38	L. J.	03/06/2025		4941A	3
MY EXPRESS	38	R. J.	02/04/2025		4941A	14
GCT SOLUTION	38	L. J.	01/04/2025	R. J.	4941B	20
DST TRANSPORT	38	L. J.	23/04/2025		4941B	6
TRANSPORTS BL EXPRESS	38	L. J.	22/04/2025		5229A	
THIOU TRANSPORTS	39	L. J.	11/04/2025		4941A	
TRANSPORTS GUY ERVINE ET FILS	40	R. J.	06/06/2025		4941A	17
DUSSARRAT JEAN YVES LUC	40	L. J.	23/05/2025		4941B	
LOCA PREST' SERVICES	40	R. J.	25/06/2025		4941B	1
P.S. TRANSPORTS	40	R. J.	16/05/2025		4941B	
THIERRY GUEMON TRANSPORTS LOCATION	41	R. J.	13/06/2025		4941B	6
TCAR	41	L. J.	25/04/2025	R. J.	4941A	6
LA FOREZIEENNE DES TRANSPORTS	42	R. J.	07/05/2025		4941B	6
GENERAL TRUCKS TRADING	42	L. J.	11/06/2025		4941A	12
BENMAMMAR GHILAS	42	L. J.	07/05/2025	R. J.	4941B	6
TRANSPORTS AUCAGNE	42	L. J.	28/05/2025		4941B	
TRANSPORTS DUTOUR YOANN	42	L. J.	04/06/2025		4941A	1
LG TRANSPORTS ET FILS	42	L. J.	14/05/2025		4941B	
BESSION EXPRESS	42	L. J.	09/04/2025		4941B	1
AT TRANS	42	L. J.	25/06/2025		4941A	1
TRANSPORT AUDOINE	42	L. J.	18/06/2025		4941A	
SNR TRANSPORT	42	L. J.	07/05/2025		4941B	
HINTERLAND	44	L. J.	25/06/2025	R. J.	4941A	293
M.A.S. GROUPE	44	L. J.	02/04/2025		4941B	3
TEGO	44	L. J.	02/04/2025		4941B	6
A-PIC	44	L. J.	18/06/2025		4941B	3
TRANSPORTS NANTAIS	44	L. J.	21/05/2025		4941A	1
BREV TRANSPORT EXPRESS PERE ET FILS	44	L. J.	02/04/2025		4941B	
ST2J	44	L. J.	02/04/2025		4941A	
DEL SAINT HERBLAIN	44	R. J.	25/06/2025		4941A	
TRANS B	45	R. J.	14/05/2025		4941B	8
T.C.S. TRANSPORT	45	R. J.	23/04/2025		4941B	
DISTRIBUTION ENERGIES ORLEANAISE	45	L. J.	13/05/2025		4941A	
FAOU CORENTIN	45	R. J.	10/06/2025		4942Z	

RAISON SOCIALE	DPT	TYPE DE PROC.	DATE DE PROC.	TYPE ORIGINAL	NAF	EFFEC.
TRANSPORT DUPALUS	45	L. J.	11/06/2025	R. J.	4941B	
TAXI COLIS DISPO	46	L. J.	26/05/2025		4941A	28
L'OURS BLANC CAHORS	46	L. J.	28/04/2025		4941B	24
QUERCY BOIS NEGOCE	46	L. J.	14/04/2025		4941B	
AUX PORTEURS BORDELAIS	47	R. J.	14/05/2025		4941B	5
EVEN	49	R. J.	21/05/2025		7712Z	10
MYTOUR	49	L. J.	30/04/2025	CESS.	4941B	0
K'LIVEO	49	L. J.	02/04/2025	R. J.	4941A	20
TRANSPORT FREEZ AND GO	49	R. J.	30/04/2025		4941B	1
PARTOUT	50	L. J.	08/04/2025		4941B	1
XPS NORMANDIE	50	L. J.	13/05/2025		4941A	
EURL TEM	51	L. J.	03/04/2025		4941B	1
TM EXPRESS	51	R. J.	06/05/2025		4941B	10
SARL TRANSPORTS GRIFFAUT	51	R. J.	19/06/2025		4941A	20
KH TRANSPORT	51	L. J.	24/04/2025	R. J.	4941B	1
TRANSPORTS BOUCLY	51	L. J.	20/05/2025		4941B	
VITE TAXIS LEJEUNE	51	L. J.	15/05/2025		4941B	
JUV TRANS EXPRESS PAR ABREVIATION JTE	54	L. J.	13/05/2025		4941B	1
CADEX	54	R. J.	03/06/2025		5320Z	6
TRANSKAD	54	L. J.	24/06/2025		4941A	50
AKE	54	L. J.	24/06/2025	R. J.	4941B	20
LTL EXPRESS	54	L. J.	17/06/2025	R. J.	4941B	6
TRANSPORTS LOCATIONS KEMPF ET FILS	54	R. J.	24/04/2025		4941A	6
ERP TRANSPORT	54	L. J.	13/05/2025	R. J.	4941B	1
HENCKE ERIC	54	L. J.	17/06/2025	R. J.	5320Z	
TRANSPORTS LE GUILLOU PIERRE	56	L. J.	16/05/2025		4941B	10
TSM	56	R. J.	09/04/2025		4941B	11
MF TRANSPORTS	56	L. J.	09/04/2025		4941A	
EL MOULDI MOHAMED ATEF	56	L. J.	04/04/2025		5320Z	
BELGATRANS	57	R. J.	09/04/2025		4941A	22
EST COLIS	57	L. J.	07/05/2025		4941A	
GOTRANS	57	L. J.	21/05/2025		4941B	6
RUFFO TRANS FRIGO	57	L. J.	23/04/2025		4941A	1
B.S. TRANS	57	L. J.	07/05/2025		5229B	6
SCG 57	57	L. J.	03/06/2025		5221Z	1
SARL MVT	58	R. J.	30/06/2025		4941B	1
TRANSPORTS CHUFFART	59	L. J.	04/06/2025	R. J.	4941A	88
TRANSPORTS RICHARD	59	L. J.	13/05/2025		4941B	14
SARL LELIEVRE	59	L. J.	26/05/2025		4941A	16
EURL GODART MICHEL	59	L. J.	17/06/2025	R. J.	4941B	1
COLIS MASTER	59	L. J.	16/06/2025		4941B	20
LA PEVELOISE D AFFRETEMENTS	59	L. J.	19/05/2025		5229B	7
AFT 59 EXPRESS	59	L. J.	27/05/2025	R. J.	4941A	1
LMS TRANSPORT	59	L. J.	02/04/2025		4941B	4
TRANSPORTS ROSSEL	59	L. J.	23/04/2025	R. J.	4941A	10
SARL C M C TRANS	59	R. J.	10/06/2025		4941A	3
LDC TRANSPORT EXPRESS	59	L. J.	30/04/2025	R. J.	4941A	6
MSC TRANSPORT	59	L. J.	22/04/2025		4941A	1
LEDS TRANSPORT	59	L. J.	19/05/2025		4941A	6
AR-TRANSPORT	59	L. J.	23/04/2025	R. J.	4941B	6
POLYGONE	59	L. J.	01/04/2025	R. J.	4941A	2
VPA	59	L. J.	28/04/2025		5221Z	1
TRANSPORTS MABALO	59	R. J.	01/04/2025		4941A	17
MT LOGISTIQUE	59	L. J.	26/05/2025		4941A	0
DUFLOU GAETAN	59	L. J.	24/06/2025	R. J.	5320Z	
LEROUX KIMBERLEY	59	L. J.	19/05/2025		5320Z	
TOURE SEKOU DIA MOHAMED	59	L. J.	05/05/2025		5320Z	
ADOTEVI EDEM ADRICK CHRISTOPHE	59	L. J.	02/06/2025	CESS.	5320Z	
GROUP VIRGINIA	59	L. J.	05/05/2025		4941B	
NBR LOGTRANS	59	R. J.	07/04/2025		4941A	
DEPANNAGE LILLOIS	59	L. J.	28/05/2025	R. J.	5221Z	
TRANSPORTS ISGOOD	59	L. J.	06/05/2025		4941B	
RAHIMI ABOLFAZL	59	R. J.	26/05/2025		5320Z	
DIVET BRUNO TRANSPORTS	60	R. J.	09/04/2025		4941B	14
BDM EXPRESS	60	L. J.	14/05/2025		4941A	0

RAISON SOCIALE	DPT	TYPE DE PROC.	DATE DE PROC.	TYPE ORIGINEL	NAF	EFFEC.
TRANSPORTS LABELLE FD	61	L. J.	07/04/2025		4941B	5
APERO EXPRESS 61	61	R. J.	16/06/2025	CESS.	5320Z	6
YOLS	61	L. J.	07/04/2025		5229B	5
TRANSPORTS LEROY	62	R. J.	02/04/2025		4941C	72
VERBEKE BRUNO MICHEL	62	R. J.	22/05/2025		5320Z	0
NB DISTRIBUTION	62	L. J.	13/06/2025	R. J.	4941A	35
CIRTA EXPRESS	62	R. J.	04/04/2025		4941B	19
TRANS OPALE VRAC SOCIETE EN LIQUIDATION	62	L. J.	24/04/2025	CESS.	4941B	1
JA LOMBART	62	R. J.	02/04/2025		4941B	31
MYATOVIC DRAGAN JEAN-PIERRE MICHEL	62	L. J.	07/05/2025	R. J.	4941A	0
TRANSPORTS STEVENARD	62	L. J.	04/04/2025	R. J.	4941A	3
TRUCKS ON TIME	62	L. J.	04/04/2025		4941B	1
AFC LOGISTIQUE FRANCE	62	L. J.	25/04/2025		4941A	10
CAMARA MOHAMED	63	L. J.	26/06/2025		5320Z	
CONSTANTIN MADALIN-IONUT	64	R. J.	16/06/2025		5320Z	
TMB FRANCE	66	R. J.	02/05/2025		5229B	0
TRANSPORT'R EXPRESS	66	L. J.	23/04/2025		4941B	
TRANSPORT SFPO	66	L. J.	07/05/2025	R. J.	4941B	
DEPANNAGE ENTRETIEN TRANSPORTS ET LOCATIONS POLGEN	67	R. J.	16/06/2025		4941A	6
ALSACE MESSAGERIE RAPIDE	67	L. J.	04/04/2025	R. J.	4941B	33
FAN SARL	67	R. J.	28/04/2025		4941A	46
SEB TRANSPORTS	67	L. J.	16/06/2025		4941A	27
TRIHAC TRANSPORT	67	L. J.	16/06/2025		4941B	1
AYOUB TRANSPORTS	67	L. J.	12/05/2025		5229B	0
XPRESS TRANSPORTS	67	L. J.	04/04/2025	R. J.	4941A	10
RANAIVOSON	67	L. J.	02/06/2025	R. J.	4941B	3
CCH EXPRESS	67	L. J.	16/06/2025		4941B	6
LOGISTIQUE ALSACE	67	R. J.	05/05/2025		4941B	15
TRANSPORT DAUCHEZ JR	67	L. J.	29/04/2025	CESS.	4941B	3
AIM LOGISTIQUE	67	L. J.	16/06/2025		4941B	6
8 TNS	67	R. J.	14/04/2025		4941B	31
KTE KAUFFMANN TRANSPORTS EXPRESS	68	R. J.	27/05/2025		4941B	20
STOCK OPTIONS	68	R. J.	27/05/2025		5210B	4
SEYDIM SUKRU	68	L. J.	01/04/2025	CESS.	5320Z	
BOGA JET	68	L. J.	23/04/2025	R. J.	4941A	
DUC LYONNAIS	69	R. J.	07/05/2025		4941A	64
CARGO GLOBAL LOGISTICS	69	L. J.	13/05/2025		5229B	3
MOURAD TRANSPORTS EXPRESS LYON	69	L. J.	01/04/2025		5229A	1
SUD SERVICES	69	R. J.	20/05/2025		4941B	20
EUREXTRANS	69	L. J.	04/06/2025		4942Z	10
CHRONO EQUIPAGE	69	R. J.	09/04/2025		4941B	20
JNF EXPRESS	69	L. J.	10/06/2025	CESS.	4941B	10
SMART BUSINESS MOBILITY	69	L. J.	24/04/2025	CESS.	4941B	1
B M EXPRESS	69	L. J.	04/06/2025		4941A	6
SARL H ET N	69	L. J.	28/05/2025		4941B	10
SL SERVICES	69	L. J.	12/06/2025		4941B	20
HANI FOUAD	69	L. J.	29/04/2025	CESS.	5320Z	0
CRB	69	L. J.	21/05/2025	CESS.	4941A	6
CHIRENIN	69	L. J.	09/04/2025	CESS.	4941A	
WNE TRANSPORT EXPRESS	69	L. J.	06/05/2025		4941A	6
MTIB TRANSPORT	69	L. J.	22/05/2025		4941B	6
GTE LOGISTIQUE	69	L. J.	10/04/2025		4941A	1
SDVEXPRESS	69	L. J.	17/06/2025		4941B	3
START EXPRESS	69	L. J.	25/06/2025		4941A	1
KBB	69	L. J.	14/05/2025		4941B	3
MH TRANSPORT	69	L. J.	17/06/2025		4941A	1
TRANSDIS EXPRESS	69	L. J.	27/05/2025		4941A	3
DION TRANSPORTS	69	L. J.	23/04/2025		4941A	
EXCELLYS TRANSPORT ET LOGISTIQUE	69	L. J.	07/05/2025		4941A	
NR.TRANSPORT	69	L. J.	11/06/2025		4941A	
GMTL	69	L. J.	24/04/2025		4941B	
TRANSPORTS ODRION	70	L. J.	15/05/2025		4941A	18
CASSITRANS	70	R. J.	10/04/2025		4941A	31
RC TRANSPORT	70	L. J.	26/06/2025		4941A	
TRANSPORTS CHERPAS	71	L. J.	15/05/2025	R. J.	4941A	5

RAISON SOCIALE	DPT	TYPE DE PROC.	DATE DE PROC.	TYPE ORIGINEL	NAF	EFFEC.
VELSAUN	71	L. J.	17/04/2025		5210B	0
ATPC	71	L. J.	05/06/2025		5229A	
BBN FRET	71	R. J.	05/06/2025		4941A	
TRANSALINE	72	L. J.	01/04/2025		4941B	0
SCCT	72	L. J.	17/06/2025		4941B	3
DRC	72	R. J.	17/06/2025		5221Z	0
NFES NICOD FROID EXPRESS SAVOIE	73	L. J.	04/04/2025	R. J.	4941B	3
LUCA INVEST	73	R. J.	10/06/2025		5320Z	
ALPHA TRANSPORT LOGISTIQUE	73	R. J.	15/04/2025		4941B	
ANNECY LOCATION SERVICES	74	L. J.	05/06/2025		4941C	2
FERLAY TRANSPORTS	74	R. J.	07/05/2025		4941A	76
VERMILLARD ALAIN EMMANUEL JEAN-FRANCOIS	74	L. J.	03/06/2025		5320Z	0
JUKO EXPRESS	74	L. J.	28/05/2025		4941B	5
CLM DEPANNAGE	74	R. J.	02/05/2025		5221Z	1
HD LOGISTIC	74	L. J.	08/04/2025		5229B	44
MB TRANSPORTS	74	R. J.	04/04/2025	R. J.	4941B	10
ANDRY TRANS	74	L. J.	23/06/2025	R. J.	4941A	6
CAMARA MARIO URI	74	L. J.	30/05/2025	R. J.	5320Z	
DEMEMAGEMENTS DU MARAIS -GRELET	75	L. J.	18/06/2025	R. J.	4942Z	5
ICARE COURSES	75	L. J.	21/05/2025	CESS.	5320Z	3
LE WOROBA MULTI-SERVICES TRANSPORT	75	L. J.	17/06/2025		4941A	3
MLM TRANSIT	75	L. J.	18/04/2025		4941B	14
MEDOC LIMOUSINE	75	L. J.	12/05/2025		4941A	3
MKS TRANSPORT	75	L. J.	28/05/2025		4941B	0
DHARMARASA SENTHURAN	75	L. J.	24/06/2025		5320Z	0
BA IBRAHIM	75	L. J.	24/06/2025		5320Z	0
TRAORE MOUSSA	75	L. J.	20/06/2025		5320Z	0
TRANSKA	75	L. J.	20/06/2025		4941B	1
CHOUIKHA SMAEL	75	L. J.	24/06/2025		5320Z	0
CAMARA SIKOU	75	L. J.	24/06/2025		5320Z	0
AIDARA BA HEREBA	75	L. J.	24/06/2025		5320Z	0
BA MOUSSA	75	L. J.	24/06/2025		5320Z	0
EL MOUDDEN MEHDI	75	L. J.	24/06/2025		5320Z	0
REO TRANSPORTS	75	L. J.	03/04/2025		4941B	3
LY SERIGNE	75	L. J.	27/06/2025		5320Z	0
MANSOURI MORAD	75	L. J.	24/06/2025	CESS.	5320Z	0
ABT	75	L. J.	12/05/2025		4941B	3
SERVIDEM EXPANSION	75	L. J.	21/05/2025		4941A	6
JTL	75	L. J.	28/05/2025		4941B	6
BARKAOUI SABEUR	75	L. J.	24/06/2025	CESS.	5320Z	0
ELBAZ GAD	75	L. J.	24/06/2025	CESS.	5320Z	
RAMI IMAD	75	L. J.	24/06/2025	CESS.	5320Z	0
BELMONDO MATHIEU	75	L. J.	27/06/2025	CESS.	5320Z	0
2TM	75	L. J.	06/06/2025		4941A	6
GNOUMOU ISSOUF	75	L. J.	20/06/2025		5320Z	0
OUAFI SAAD	75	L. J.	20/06/2025		5320Z	0
BADIANE SIMON	75	L. J.	27/06/2025	CESS.	5320Z	
SAOUDI AYOUB	75	L. J.	27/06/2025	CESS.	5320Z	
GASSAMA SADIO	75	L. J.	24/06/2025	CESS.	5320Z	0
DIAWARA BOUBACAR	75	L. J.	24/06/2025	CESS.	5320Z	
TRANSPORTS LOGISTIQUE 45	75	L. J.	30/04/2025	R. J.	4941B	20
ALTERNATIVE PARIS EXPRESS	75	L. J.	22/05/2025		4941B	3
ADIATE	75	L. J.	21/05/2025	CESS.	4941A	3
BLS TRANSPORT	75	L. J.	28/05/2025		4941B	0
KM TRANSPORTS	75	L. J.	28/05/2025		4941B	
ADN TRANSPORTS	75	L. J.	05/06/2025		4941B	6
SAS ARIS LIVRAISONS	75	L. J.	28/05/2025		4941A	
BME TRANSPORT	75	L. J.	10/06/2025		4941B	3
MY TRANS	75	L. J.	30/06/2025		4941A	
SPEED TRANS PARISIEN	75	L. J.	13/06/2025		4941A	
SHIP & GO	75	L. J.	05/05/2025		4941B	
TNG TRANSPORT	75	L. J.	22/05/2025		4941A	
HERMES TRANSPORT	76	L. J.	15/04/2025		4941A	9
DELTA EXPRESS	76	L. J.	01/04/2025		4941A	13
CIT XL	76	R. J.	29/04/2025		4941B	10

RAISON SOCIALE	DPT	TYPE DE PROC.	DATE DE PROC.	TYPE ORIGINEL	NAF	EFFEC.
DFL LOGISTIC	76	L. J.	03/06/2025	CESS.	5229B	1
SNKH TRANSPORT	76	L. J.	06/06/2025		4941A	
SAMALPAGA	76	L. J.	13/05/2025		5320Z	
RIVA TRANSPORT	76	R. J.	13/06/2025		4941A	10
TRANSPORT VINCENT DEMEILLIERS REVEREND	76	L. J.	06/06/2025		4941A	
D&A DITRI	76	L. J.	06/06/2025		4941A	
KHL TRANSPORT	76	L. J.	13/05/2025	R. J.	4941B	
LIVR HEURE	76	L. J.	27/05/2025		4941A	
OLIVIER ERIC ROLAND	77	L. J.	12/05/2025		4941B	0
EURO TRANS 77	77	L. J.	23/06/2025		4941B	20
JO TRANS SERVICES	77	R. J.	07/04/2025		4941C	15
TRANSMAD	77	L. J.	16/06/2025		4941B	16
TRANSPHILNAT	77	L. J.	05/05/2025		4941A	7
ADJ LE TRANSPORTS PLUS	77	L. J.	02/06/2025		4941B	1
TRANSPORT DE MARCHANDISES SOA	77	L. J.	19/05/2025	R. J.	4941B	20
FLD TRANSPORT	77	L. J.	28/04/2025		4941B	5
TINTIN DEMENAGEMENT	77	L. J.	16/06/2025	R. J.	4941A	3
MHN SERVICES	77	L. J.	19/05/2025		4941B	
FRENCHY TRANSPORT	77	L. J.	30/04/2025		4941B	10
TMI	77	R. J.	30/06/2025		4941B	
FDE 60	77	R. J.	07/04/2025		4941B	20
GASPAR TRANSPORTS	77	R. J.	28/04/2025		4941B	1
MMA TRANSPORT	77	R. J.	30/06/2025		4941A	6
CDC LOC BTP	77	R. J.	28/04/2025		4941B	1
ORLISHAL TRANSPORT & LOGISTIQUE	77	R. J.	30/06/2025		4941B	1
OK-LM TRANSPORTS	77	L. J.	07/04/2025		4941A	1
SOTRAC CONCEPT	77	L. J.	22/04/2025	R. J.	4941B	9
FM DEPANNAGE	77	L. J.	19/05/2025	CESS.	5221Z	
TWICTS	77	L. J.	30/06/2025	CESS.	5229B	1
SOCIETE DE TRANSPORT ET DE SERVICE	77	L. J.	19/06/2025	R. J.	4941A	1
NOLIMIT LOGISTIC	77	R. J.	02/06/2025		4941B	
ADEA TRANSPORT	77	L. J.	28/04/2025		4941B	
RABBIT TRANS	77	L. J.	12/05/2025		4941B	3
VILLAGEOIS SEBASTIEN JEAN-MARIE	77	L. J.	30/06/2025		5320Z	
ADEK TRANSPORT	77	L. J.	18/06/2025		4941B	
S.T.M.I	77	L. J.	19/05/2025		4941A	
TAW-DJIK TRANSPORTS	77	L. J.	07/04/2025	R. J.	4941A	
SEPT CINQ	77	L. J.	28/04/2025		4941B	
LUIS TRANSPORT	77	L. J.	05/05/2025		4941A	
FIRST DEM	77	L. J.	28/04/2025		4941B	
KB TRANSPORT	77	L. J.	02/06/2025	R. J.	4941A	
ANNEAU CARGO EXPRESS	77	L. J.	30/06/2025	R. J.	4941B	
CROWN WORLDWIDE	78	L. J.	22/05/2025		4942Z	10
SOCIETE DES TRANSPORTS LAROCHE	78	L. J.	03/06/2025		4941B	9
ATH TRANSPORT	78	L. J.	29/04/2025		4941A	16
SARL CHEMANE	78	L. J.	24/06/2025		4941B	3
BALI TRANS	78	R. J.	26/06/2025		4941B	6
INBOX LOC	78	L. J.	01/04/2025	R. J.	5210B	1
CHRONO COURSE	78	R. J.	11/06/2025		4941B	22
AZTRANS	78	L. J.	20/05/2025		4941A	20
EFS	78	L. J.	20/05/2025	CESS.	4941B	15
FILO TRANSPORTS ET SERVICES	78	L. J.	10/04/2025	R. J.	4941A	1
TRANST AUBINAIS	79	L. J.	18/04/2025		4941A	27
TRANSPORTS GARRAUD	79	L. J.	06/05/2025		4941A	1
CHASEL	79	L. J.	08/04/2025		4941B	
DEPANN 79	79	R. J.	26/06/2025		5221Z	
TRANS ROYE	80	R. J.	16/05/2025		4941B	11
BERTRAND COLIS	80	L. J.	24/04/2025		4941A	6
TRANSPORT BIBI	80	R. J.	12/06/2025		4941A	0
OST FRANCE	80	R. J.	12/06/2025		4941B	
GE TRANSPORT	80	R. J.	10/04/2025	R. J.	4941B	
SASU TIS LINES	81	L. J.	16/05/2025		4941A	0
TRANSPORT LACOUDRAY	82	L. J.	29/04/2025		4941B	
SORBIER FREDERIC	83	R. J.	24/06/2025		4941A	1
SOCIETE DE TRANSPORT PONS	83	R. J.	29/04/2025		4941B	1

RAISON SOCIALE	DPT	TYPE DE PROC.	DATE DE PROC.	TYPE ORIGINEL	NAF	EFPEC.
BKO TRANSPORT	83	L. J.	05/06/2025	R. J.	4941A	12
URGENCE LOCATION APPELS MEDECINS	83	L. J.	29/04/2025		7712Z	0
CB SERVICE83	83	R. J.	29/04/2025	R. J.	4941B	10
JTEXPRESS	83	L. J.	24/06/2025		4941A	
TRANSPORTS CORSO	84	L. J.	30/04/2025		4941B	1
EUROPEENNE DE TRANSPORTS ET LOGISTIQUE SETEL	84	L. J.	23/04/2025	R. J.	5229B	10
SARL GODEAU CYRIL	84	L. J.	09/04/2025		4941B	1
STDC	84	L. J.	18/06/2025		5229B	6
EFFICACE TRANSPORT	84	R. J.	30/04/2025		4941B	1
EMBALOGISTIQUE	84	L. J.	23/04/2025	CESS.	5229B	
SGC 13	84	R. J.	04/06/2025		5229B	10
LAMHAMDI SMAIL	84	R. J.	25/06/2025		5320Z	
W TRANSPORT	84	R. J.	04/06/2025		4941A	
TGA 85	85	L. J.	28/04/2025		4941A	18
CF SERVICES	85	R. J.	23/04/2025		4941A	6
MONNEREAU TRANSPORT	85	L. J.	18/06/2025	CESS.	4941A	
TDMO	86	L. J.	15/04/2025	CESS.	4941B	0
FLASHHH MESSEGERIE	86	L. J.	15/04/2025		5229A	1
LJDB TRANSPORTS	86	R. J.	03/04/2025		4941B	
TRANSPORTS DUC LIMOUSIN	87	R. J.	07/05/2025		4941A	32
SARL LCEM TRANSPORTS	87	R. J.	18/06/2025		4941B	50
D&D TRANSPORTS	87	R. J.	21/05/2025		4941B	6
TRANSPORTS YEP	87	L. J.	07/05/2025		4941A	1
ZAITER MOUNIR TRANSPORTS	88	L. J.	20/05/2025		4941A	20
TR88	88	L. J.	08/04/2025	R. J.	4941A	20
KAVAH EXPRESS	88	L. J.	01/04/2025		4941B	
ALPHA COLIS	89	L. J.	07/04/2025	R. J.	4941B	10
SASU TAB89	89	R. J.	02/06/2025		4941A	16
MOULIN DIDIER MARCEL VICTOR	91	L. J.	30/06/2025		4941B	9
SARL JHOMAK	91	L. J.	16/06/2025		4941B	0
TRANSPORT DRAME	91	L. J.	16/06/2025		4941B	3
TRANS NATIONAL COURSES	91	R. J.	02/06/2025		5229B	4
BULLE R	91	R. J.	28/04/2025		4941B	49
ADL	91	L. J.	28/04/2025		4941B	3
MATRAQUILHO FRANCE	91	L. J.	19/05/2025		4941A	8
JIANG STEPHANE THOMAS	91	L. J.	16/06/2025		5320Z	0
TRANS JOB	91	L. J.	28/04/2025		4941B	6
SOUMAHORO ADAMA	91	L. J.	30/06/2025		4941B	1
CETRANS SOLUTIONS	91	L. J.	12/05/2025		4941B	3
LUTA EXPRESS	91	L. J.	14/04/2025		4942Z	3
FRIGOSTAR GROUP	91	L. J.	07/04/2025		4941A	7
M.K TRANSPORT	91	R. J.	28/04/2025		4941B	0
MTI	91	R. J.	28/04/2025		4941B	3
DISTRI-CONSO	91	L. J.	19/05/2025		4941A	1
YARA TRANSPORTS	91	L. J.	04/06/2025		4941B	10
SIMAM SERVICES	91	R. J.	30/06/2025		4941B	
JHM TRAVEL	91	L. J.	14/04/2025		4941A	
EURO TRANS	91	L. J.	19/05/2025	CESS.	4941B	3
EXARTIZO PLUS	91	L. J.	28/04/2025		4941B	6
TRANSPORT MANUTENTION SERVICE	91	L. J.	30/06/2025		4941B	
CJ TRANS	91	L. J.	30/06/2025	R. J.	4941B	1
SJL TRANS	91	L. J.	19/05/2025		4941A	
STAR TRANS	91	L. J.	16/06/2025		4941B	
GB 12 TRANSPORT	92	L. J.	16/04/2025		4942Z	10
ENTELEC	92	L. J.	03/06/2025		4941B	1
SWITCH LOGISTICS	92	L. J.	09/05/2025		4941B	10
LTM3	92	L. J.	15/05/2025	R. J.	4941B	41
TRANSMED	92	L. J.	27/05/2025		4941A	0
TOUT OFFICE	92	R. J.	23/04/2025		4942Z	2
T J P G TRANSPORT	92	L. J.	30/04/2025		4941A	1
SDI EXPRESS	92	L. J.	24/06/2025		4941B	20
BCH TRANSPORTS	92	L. J.	16/04/2025		4941B	23
VOIE RAPIDE PERFORMANCE	92	L. J.	21/05/2025	R. J.	4941B	50
M BOX	92	R. J.	24/06/2025		4941B	6
NBK TRANS EXPRESS	92	L. J.	16/04/2025	CESS.	4941A	4

RAISON SOCIALE	DPT	TYPE DE PROC.	DATE DE PROC.	TYPE ORIGINEL	NAF	EFPEC.
KANATRANS	92	L. J.	20/05/2025		4941A	11
GE TRANSPORTS	92	L. J.	04/06/2025	CESS.	4941B	1
W2K	92	L. J.	25/06/2025		4941B	8
TRANSANIA EXPRESS	92	L. J.	21/05/2025		4941A	3
OML CONSEILS	92	L. J.	09/04/2025		7712Z	
TRANS ECO 92	92	R. J.	06/05/2025		4941B	26
MOUV TRANSPORT	92	L. J.	21/05/2025		4941B	
TRANSPORTS DELCROIX FILS	93	L. J.	02/05/2025		4941A	20
VIALTO	93	L. J.	30/05/2025	R. J.	5229A	500
SELECTRANS	93	L. J.	08/04/2025		5229B	1
TOUTADOM	93	L. J.	10/04/2025	R. J.	4941B	128
LA BRULERIE DE SAINT OUEN	93	L. J.	19/06/2025		4941B	0
TDI DEMENAGEMENT	93	L. J.	19/06/2025		4942Z	11
DFTRANSPORTS	93	L. J.	15/05/2025		4941B	10
ART SERVICES CONSULTING	93	L. J.	14/05/2025		4941A	1
HAMIDI ABDELKRIM	93	R. J.	14/05/2025		4941A	10
TP LOC	93	L. J.	15/05/2025		4941A	7
OVER TOP	93	R. J.	24/06/2025		4942Z	21
LTSTP	93	R. J.	22/05/2025		4941B	1
SF TRANSPORT	93	L. J.	26/06/2025	CESS.	4941A	6
TRANSPORT EXPRESS BALLO	93	R. J.	09/05/2025		4941B	12
DTR	93	L. J.	08/04/2025	R. J.	4942Z	1
LEADER TRANS	93	L. J.	04/06/2025		4941A	0
A&F MONTE MEUBLE	93	L. J.	02/04/2025		4942Z	1
GS TEAM	93	L. J.	03/06/2025		4941A	0
AN TRANSPORT	93	L. J.	19/06/2025	R. J.	4941B	6
PLACIDE SERVICES	93	L. J.	13/05/2025		5320Z	6
DISTRIBUTION TRANSPORTS SERVICES	93	L. J.	03/06/2025	CESS.	4941B	5
COURSE7	93	L. J.	11/06/2025		4941A	20
AM COMPAGNY	93	L. J.	09/04/2025	CESS.	4941A	11
DSEM TRANSPORT	93	L. J.	01/04/2025	R. J.	4941B	6
DELIVERY S	93	L. J.	20/05/2025		4941B	11
JS TRANSPORTS	93	L. J.	27/06/2025	R. J.	4941A	6
BATL	93	L. J.	27/05/2025		4941B	10
HBS EXPRESS	93	L. J.	08/04/2025		4941A	2
CIRRUS EXPRESS	93	L. J.	12/06/2025	CESS.	4941B	4
AC PARIS LOGISTICS	93	L. J.	19/06/2025		4941B	6
JF TRANSPORTS	93	L. J.	22/05/2025	R. J.	4941A	3
BK TRANS LOG	93	L. J.	11/06/2025		4941A	10
BIG TRANSPORT	93	L. J.	01/04/2025	CESS.	4941B	4
TRANSPORTS EXPRESS DURAN	93	L. J.	15/05/2025		4941B	0
SAS BEMBE TRANSPORTS SERVICE STRATEGIE	93	L. J.	15/04/2025	R. J.	4941B	3
FAR DELIVERY	93	L. J.	02/04/2025		4941B	10
INALIA EXPRESS	93	L. J.	15/05/2025		4941B	1
TLS POIDS LOURD	93	L. J.	12/06/2025		4941B	6
DHM TRANS	93	L. J.	04/06/2025		4941B	10
LIDY SERVICES	93	L. J.	07/05/2025		4941B	6
BTM TRANSPORT	93	L. J.	07/05/2025	CESS.	4941A	3
TMD	93	L. J.	22/05/2025		4941A	10
MAO DEPANNAGE	93	L. J.	27/05/2025	CESS.	5221Z	0
ADN TRANSPORT	93	L. J.	07/05/2025	CESS.	4941B	10
TRANSPORTS FRANCIUS SERVICES	93	L. J.	02/04/2025	R. J.	4941B	16
BADRES SERVICE	93	L. J.	25/06/2025	CESS.	4941B	3
M S TRANSPORT	93	L. J.	03/06/2025		4941B	1
TRANSPORTS SERVICES EXPRESS	93	L. J.	12/06/2025	R. J.	4941A	24
VLV TRANSPORTS	93	L. J.	02/05/2025		4941B	6
JMF INVEST	93	L. J.	21/05/2025		5229B	
HTL 1 DEMENAGEMENT	93	R. J.	09/05/2025	CESS.	4941B	3
B Z H	93	R. J.	04/06/2025		4941B	1
M-M TRANSPORT	93	R. J.	24/06/2025		4941A	1
MMC	93	L. J.	12/06/2025		4941B	3
TKT TRANSPORTS	93	L. J.	07/05/2025		4941B	3
SGSERVICES LOGISTIQUES	93	L. J.	10/06/2025	CESS.	5229B	
B.F.M	93	L. J.	13/05/2025	CESS.	5229A	1
TRANS D.M	93	L. J.	18/06/2025		4941B	1

RAISON SOCIALE	DPT	TYPE DE PROC.	DATE DE PROC.	TYPE ORIGINEL	NAF	EFFEC.
MC TRANSPORT	93	L. J.	27/05/2025		4941A	1
KBM LOGISTICS & TRADE	93	L. J.	02/05/2025		4941B	
VIZIT	93	L. J.	28/05/2025		4941B	1
TMS TRANSLIGIS	93	L. J.	30/05/2025		4941B	
MOOVE TRANSPORT	93	L. J.	02/04/2025		4941B	
NLS TRANSPORT	93	L. J.	19/06/2025		4941B	
FAST TRANSPORT IDF	93	L. J.	21/05/2025		4941B	
JET EXPRESS SERVICES	93	L. J.	04/06/2025		5229B	
TREEWAY	93	L. J.	15/05/2025		5229B	
HTL LOGISTIQUE	93	L. J.	15/04/2025		4941B	
FAST TRANSPORT	93	L. J.	19/06/2025	CESS.	4941B	
KMN EXPRESS	93	L. J.	08/04/2025	R. J.	5229B	
DOC TRANSPORT	93	L. J.	10/04/2025		4941B	
GROUPEMENT DES TRANSPORTS DUBOIS	94	L. J.	16/04/2025		4941B	50
TRANSPORTS SUBTIL	94	L. J.	30/04/2025		4941A	33
PRECIS TRANSPORT	94	L. J.	14/05/2025		4942Z	0
M&N TRANSPORT	94	R. J.	16/04/2025		4941A	49
H.L. I AUTOS	94	L. J.	28/05/2025		4941A	
AXA-TRANS	94	L. J.	30/04/2025		4941A	3
CALL TRANSPORT	94	L. J.	28/05/2025		4941B	26
GEOTRANS	94	L. J.	30/04/2025		4941B	20
TRANSPORTS AZF	94	L. J.	21/05/2025		4941B	5
LB TRANSPORT	94	L. J.	16/04/2025		4941B	3
ALLIANCE FRET EXPRESS	94	R. J.	01/04/2025		4941A	10
TRANSEUROP	94	L. J.	18/06/2025		4941A	3
KCA LOGISTIC DEMENAGEMENT	94	L. J.	02/04/2025	CESS.	4941B	5
EURL LOGISTIC TRANSPORTS	94	L. J.	02/04/2025		4941A	0
LUSO MACHINES	94	L. J.	16/04/2025		4941A	20
DIY TRANSPORT	94	L. J.	07/05/2025		4941B	
NOMY TRANSPORTS	94	L. J.	28/05/2025		4941A	
BWT	94	L. J.	30/04/2025		4941B	1
MILBAR TRANSPORT	94	L. J.	28/05/2025		4941A	3
PRISMA	94	L. J.	16/04/2025		4941A	13
FSA TRANSPORT	94	L. J.	30/04/2025	CESS.	4941A	6
OM EXPRESS	94	L. J.	28/05/2025		4941B	
FG LOGISTICS	94	L. J.	21/05/2025		4941B	20
AXK LOGISTIC	94	L. J.	28/05/2025		4941A	
SEA TRUCKER	94	L. J.	07/05/2025		4941A	4
ANAM TRANSPORT	94	L. J.	21/05/2025		4942Z	
COOL TRANSPORT	95	L. J.	30/05/2025		4941A	9
DRM TRANS	95	L. J.	11/04/2025		4941B	0
STA TRANSPORT	95	L. J.	02/05/2025	CESS.	4941B	10
SMART FRET TRANSPORT	95	R. J.	06/06/2025		5221Z	3
ALICEN EXPRESS	95	L. J.	11/04/2025		4941B	3
YANSS FRET	95	L. J.	13/06/2025	R. J.	5229B	0
SAYAH TRANSPORTS	95	L. J.	19/05/2025		4941B	6
EMLYS	95	L. J.	05/05/2025		4941B	6
ANGE CHERUBIN	95	L. J.	23/06/2025		4941B	1
FTD	95	L. J.	28/04/2025		4941B	1
TRANS GRUTAGE	95	R. J.	30/06/2025		4941B	10
RACING TRANSPORTS	95	L. J.	30/06/2025		4941B	1
TRANSPORTS NLR	95	L. J.	23/05/2025		4941B	
LA HORIZONS TRANSPORT	95	R. J.	30/06/2025		4941B	6
KGH EXPRESS	95	R. J.	16/05/2025	CESS.	4941A	15
LES ROUTIERS DU DEMENAGEMENT	95	L. J.	11/04/2025		4941A	0
SAS VALENTINO TRANSPORTS ET LOGISTIQUE	95	L. J.	07/04/2025		4941A	1
X-PRO	95	L. J.	12/05/2025		4942Z	
ESLEY TRANSPORT	95	L. J.	13/06/2025		4941B	3
BH LOGISTIQUE	95	L. J.	14/04/2025		4941A	
SETA	95	R. J.	26/05/2025		4941B	

Le TRM polonais traverse sa plus grave crise depuis 25 ans

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la crise du TRM polonais, miné par concurrence ukrainienne, pénurie de chauffeurs et coûts écologiques.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 12.09.2025 Par : Grégoire Hamon Lecture : 2 min.



Concurrence ukrainienne, pénurie de chauffeurs et pression de la transition écologique fragilisent les entreprises polonaises

Crédit photo DR

Alors que le transport routier représente plus de 6 % du PIB polonais, le secteur traverse sa plus grave crise depuis 25 ans. Concurrence ukrainienne, pénurie de chauffeurs et pression de la transition écologique fragilisent les entreprises.

Le transport routier est l'un des piliers de l'économie polonaise : il assure plus de 6 % du PIB et constitue un maillon essentiel des chaînes logistiques européennes. Pourtant, selon les représentants du secteur, jamais depuis un quart de siècle la situation n'a été aussi critique. « La situation des transporteurs polonais est tragique. De telles difficultés n'ont pas été observées depuis 25 ans. Les entreprises font faillite les unes après les autres », alerte Alvin Gajadur, conseiller du président polonais Karol Nawrocki et ancien inspecteur en chef des transports routiers, sur Radio Wnet.

La concurrence ukrainienne au cœur des tensions

L'un des principaux foyers de crise réside dans l'accord de libéralisation conclu entre l'Union européenne et l'Ukraine après l'invasion russe de 2022. Ce texte, adopté au nom de la solidarité, a supprimé les permis bilatéraux pour le transport routier. Avant-guerre, les transporteurs ukrainiens réalisaient environ 200 000 trajets par an ; ils en effectuent désormais près d'un million.

Beaucoup entrent vides en Pologne, y chargent des marchandises, puis livrent dans toute l'Europe. Pour les transporteurs polonais, cette pratique de cabotage – bien connue en France – s'apparente à une concurrence vécue comme déloyale. « Si cette situation perdure,

les faillites s'enchaîneront. Il faut une coalition pour bloquer le renouvellement de l'accord », insiste Alvin Gajadhur. Un comble pour le champion du cabotage en Europe.

Une pénurie de 150 000 chauffeurs

À cette pression extérieure s'ajoute une crise interne : la pénurie de main-d'œuvre. Il manquerait environ 150 000 conducteurs de poids lourds en Pologne. Les entreprises tentent de recruter hors UE, mais les procédures de visa, souvent longues de plusieurs mois, freinent les embauches et accentuent la tension sur le marché.

Le poids du Pacte vert européen

Enfin, les professionnels redoutent la future application du Green Deal. Le projet d'interdiction de la vente de camions à moteur thermique dès 2035 inquiète particulièrement. La transition vers l'électrique ou l'hydrogène nécessite des investissements massifs, jugés inabordables pour nombre de PME du secteur. « Les coûts sont inimaginables », avertit Alvin Gajadhur, qui plaide pour une révision des règles européennes.

Des radars dopés à l'IA surveilleront l'intérieur des cabines poids lourds

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du déploiement de radars IA surveillant cabines PL, un projet critiqué pour ses atteintes aux libertés.

✦ Synthèse IA ✦

Publié le : 15.09.2025 Par : Grégoire Hamon Lecture : 2 min.



Une nouvelle génération de radars capables de détecter automatiquement bien plus qu'un simple excès de vitesse est en préparation.

Crédit photo DR

La France prépare le déploiement d'une nouvelle génération de radars capables, grâce à l'intelligence artificielle, de détecter automatiquement bien plus qu'un simple excès de vitesse.

Aujourd'hui, les radars automatiques ciblent surtout deux comportements des poids lourds : la vitesse excessive et le non-respect des interdictions de dépassement, très surveillés sur les grands axes routiers. Dans certaines zones, les radars sont aussi utilisés pour contrôler les franchissements de feux rouges ou vérifier la présence dans des voies interdites aux camions. Mais jusqu'à présent, leur portée restait limitée et essentiellement axée sur des paramètres mesurables par les 4000 radar classiques présents en France.

Un appel d'offres

Demain, avec l'IA, les dispositifs pourront aller beaucoup plus loin. Outre la vitesse, ils analyseront en temps réel l'intérieur des cabines, ou des voitures, pour sanctionner un téléphone tenu en main et le non-port de la ceinture de sécurité, tout comme le non-respect des distances de sécurité, les dépassements interdits ou encore l'usage illégal de voies réservées (bus, vélos). Selon L'Argus, la France a lancé un appel d'offres public pour équiper ses dispositifs de contrôle automatisé de caméras vidéo couplées à de l'analyse IA et à des capteurs lidar 3D. En effet, la branche « radars » de la Sécurité routière prépare son plan quinquennal pour les équipements automatiques de verbalisation via un triple appel d'offres,

ouvert jusqu'à fin octobre. L'objectif est de moderniser le contrôle automatisé en définissant de nouveaux dispositifs, en expérimentant et en suivant leur évolution, et en intégrant des technologies innovantes. Le parc de radars tourelles passera ainsi de quelques centaines aujourd'hui à environ 1 700 d'ici 2028, dans le cadre du programme « radars 2026–2030 ».

Une surveillance qui inquiète

Cette surveillance accrue suscite des critiques. Les associations d'automobilistes, comme 40 millions d'automobilistes ou la Ligue des Conducteurs, dénoncent une dépendance excessive à la technologie au détriment de la présence humaine des forces de l'ordre. Elles rappellent que certains comportements dangereux — alcool, stupéfiants — ne peuvent être détectés par l'IA. Autre sujet sensible : la vie privée. Puisque les caméras devront parfois « voir » à l'intérieur des cabines pour vérifier ceinture et téléphone, la CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés) pourrait être saisie afin de poser des garde-fous. Des recours juridiques sont déjà anticipés.

Anne Molitor (OTRE) : « Être présente tant oralement que physiquement auprès de l'ensemble des instances européennes »

✨ Synthèse IA ✨

[Synthèse de l'article par notre IA :](#)

L'article traite de la volonté d'Anne Molitor de renforcer la présence de l'OTRE auprès des instances européennes.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 16.09.2025 Par : Antoine Dufeu Lecture : 2 min.



Anne Molitor a été nommée responsable aux affaires européennes de l'OTRE le 1er septembre 2025

Crédit photo DR

Depuis le 1er septembre dernier, l'OTRE dispose d'une responsable des affaires européennes, Anne Molitor, qui a précédemment exercé dans les secteurs de l'automobile et de la logistique durable.

L'Officiel des transporteurs: Pouvez-vous nous préciser votre mission et la manière dont l'OTRE entend développer sa présence auprès des instances européennes?

Anne Molitor: Il faut tout d'abord rappeler qu'il s'agit d'une création de poste. L'OTRE a la volonté réelle d'être présente au niveau européen, à Bruxelles particulièrement. Mon arrivée s'inscrit en parallèle de l'élection, le 9 septembre dernier, d'Alexis Gibergues, le président de l'OTRE, à la présidence de l'UETR. Quant à ma mission, si elle passe par de la veille stratégique et réglementaire, il m'incombe de renforcer et de développer notre présence auprès des instances européennes, d'anticiper au mieux les futures initiatives bruxelloises notamment en terme de directives, de règlements qui sont déterminants pour la filière. Il m'incombe aussi de nous permettre de nous positionner dans les groupes de travail, les auditions, les commissions et plus globalement d'accroître notre zone d'influence au niveau européen.

L'OT: Quelle est la position de l'OTRE à propos de la directive poids et dimensions?

A.M.: Notre position n'a pas changé. L'OTRE appelle les Etats de l'Union Européenne, et en particulier la France, à accélérer les négociations autour de cette directive. Nous sommes

favorables à l'autorisation de franchir une frontière entre deux pays limitrophes, tous deux autorisant le 44 tonnes sur leur territoire. Il s'agit de permettre une circulation des 44 tonnes sur de courtes et moyennes distances. Une telle mesure aurait l'avantage de contribuer à une réduction des émissions de CO₂, de faciliter les déplacements transfrontaliers sans entraver le report modal et de renforcer la compétitivité de nos entreprises très présentes sur le marché transfrontalier. L'OTRE soutient également le lancement de l'expérimentation des EMS sur le territoire national, soumis à autorisation, sur des réseaux routiers adaptés, et dans des cas limités tels que les trajets entre un site industriel et un entrepôt, en transport pré ou post acheminement à un transport multimodal.

L'OT: Parmi les nombreux sujets européens, quelles sont les priorité des l'OTRE?

A.M.: Nous défendons la féminisation du TRM et prônons par exemple des mesures d'aménagement des cabines ou de sécurisation des aires de stationnement afin de faire augmenter le taux de conductrices dans les vingt-sept pays de l'Union Européenne, lequel n'est que de 4,0% du total des conducteurs et conductrices. Plus généralement nous souhaitons renforcer l'attractivité de ce métier, créer une dynamique pour faire face à la pénurie de conducteurs sachant que, selon l'IRU (International Road Transport Union — ndlr), seulement 5,0% des professionnels ont moins de 25 ans. Parmi les autres dossiers prioritaires figurent également le dumping social, l'euro-vignette ou encore le paquet mobilité. La bonne application de l'ensemble des mesures issues du paquet mobilité est primordiale, notamment celles ayant pour objectif de lutter contre la concurrence déloyale comme par exemple le cabotage illégal.

Vers une hausse des péages pour les poids lourds en Suisse

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la réforme suisse de la LSVA : hausse prévue pour les camions diesel, taxation future des véhicules verts.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 16.09.2025 Par : Grégoire Hamon Lecture : 2 min.



Le Comité transports du Conseil national helvète a proposé de déplacer les camions diesel Euro 6 et futurs Euro 7 vers une catégorie tarifaire plus élevée

Crédit photo DR

À partir de 2027, la Suisse envisage de durcir ses péages pour les camions avec une LSVA revue, intégrant dès 2029 les véhicules électriques et à hydrogène. Une réforme susceptible de modifier les coûts de transit pour les transporteurs internationaux.

La LSVA (Loi sur les charges liées aux véhicules automobiles), pierre angulaire de la politique suisse de transport depuis plus de vingt ans, va s'adapter aux évolutions de motorisation des véhicules. Le ministre des Transports, Albert Rösti, a déclaré que le système actuel avait atteint ses limites : 90 % des poids lourds diesel appartiennent à la catégorie de péage la moins chère, tandis que les véhicules zéro émission en sont jusqu'à présent totalement exemptés. En conséquence, les recettes diminuent et l'effet escompté du péage sur le transfert modal est perdu.

Le Comité transports du Conseil national helvète a proposé de déplacer les camions diesel

Euro 6 et futurs Euro 7 vers une catégorie tarifaire plus élevée et que les camions électriques et à hydrogène, jusqu'ici exonérés, soient assujettis à la LSVa dès 2029, soit deux ans plus tôt que prévu. Toutefois, pour ne pas décourager l'investissement dans les technologies propres, des rabais spécifiques sont envisagés pour ces véhicules jusqu'en 2035. La réforme prévoit que le péage tiendra compte du poids du véhicule, de la distance parcourue et de son type de propulsion. Pour les transporteurs internationaux, notamment les entreprises passant les Alpes via le Gothard ou le San Bernardino, ces changements signifient une hausse certaine des coûts de péage.

Des changements trop timorés selon les tenants du report modal

Cette modification pourrait générer en Suisse un surcroît de recettes estimé à 68 millions de francs par an si les taux sont portés au niveau maximal autorisé. Ces fonds seraient destinés principalement au Fonds pour l'infrastructure ferroviaire (BIF), dans le but de favoriser le report modal entre route et rail. Mais ce n'est pas assez pour le groupe de protection de l'environnement Pro Alps. « Le transport routier est beaucoup trop bon marché ce qui sabote le transfert modal », a déclaré Nara Valsangiacomo, présidente de Pro Alps. L'organisation a appelé à une utilisation complète de la LSVa et « à la fin des cadeaux pour les camions diesel », qui bénéficieraient actuellement d'allègements annuels estimés à 300 millions de francs suisses.

Solutrans 2025 : vitrine et agora du transport routier de marchandises

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du salon Solutrans, qui réunira 1 100 exposants à Lyon autour de la mobilité décarbonée et de l'innovation.

✦ Synthèse IA ✦

Publié le : 17.09.2025 Par : Florence Roux Lecture : 2 min.



Solutrans avait attiré près de 64 000 visiteurs en 2023.

Crédit photo Francis Mainard / Solutrans

Du 18 au 22 novembre prochain à Lyon, le 18e salon Solutrans, salon incontournable du transport routier de marchandises, s'annonce sous le signe de la mobilité décarbonée et de la logistique urbaine, avec une attention toujours soutenue à l'innovation technologique. Au programme : un millier d'exposants, mais aussi des échanges entre acteurs sur les enjeux de la filière.

“Énergie-Climat, ambitieux ensemble” : la bannière 2025 de Solutrans, donne la mesure de ce rendez-vous mondial des acteurs de la filière du véhicule industriel et urbain, à Lyon Eurexpo du 18 au 22 novembre prochain. Organisé depuis 1998 par la fédération française de la carrosserie, le salon biennal se veut à la fois une vitrine des derniers matériels et innovations, et une agora où les acteurs, de France et d'ailleurs, débattent des enjeux forts du secteur. [Il avait attiré près de 64 000 visiteurs en 2023.](#)

Les VUL et l'hydrogène sous les projecteurs

Cette année, quelque 1100 exposants français et étrangers seront présents, carrossiers, éditeurs d'outils, équipementiers, fabricants de pneumatiques, constructeurs de véhicules industriels ou de véhicules utilitaires légers. Parmi une quinzaine de constructeurs de VUL, on

peut relever la venue, entre autres, de Ford, Guangxi Automotive Group, Kia, Renault PRO, Stellantis, Toyota ou Volkswagen... Si le secteur est marqué par une baisse des immatriculations cette année, les VUL continuent de représenter une part importante des véhicules neufs (20 % des immatriculations en France) et le salon lyonnais a souhaité lui dédier un espace, avec toute sa chaîne de valeur : Univers VUL & Retail.

Des conférences en échos

Côté énergie, le coup de projecteur sera mis sur l'hydrogène cette année (après l'électrique en 2023), avec un "village" où découvrir sa réalité, ses acteurs et ses perspectives... Sans se détourner du mix énergétique, dont l'évolution sera l'un des thèmes majeurs de Solutrans, à l'instar de l'intelligence artificielle (IA) et des nouvelles réglementations. Car le second objectif majeur du salon, intrinsèquement lié à la présentation des innovations technologiques, est de réfléchir, entre acteurs de la filière aux bouleversements induits par la transition énergétique et l'IA, en particulier.

Parallèlement aux rencontres des exposants, Solutrans réunit ainsi dans des conférences grands formats divers acteurs -industriels, transporteurs ou experts- autour de sujets brûlants. Parmi "les plus attendues", selon les organisateurs, une plénière (le 18/11) sera consacrée à l'urgence de mieux coopérer à l'échelle européenne alors que l'Europe élabore et met en œuvre de nouvelles réglementations. La transition énergétique, à l'affiche d'une dizaine de rencontres, sera en particulier décryptée le 19 novembre lors d'une conférence d'état des lieux des nouvelles énergies et offres et des nouveaux usages.

Autres sujets cruciaux, le rétrofit, la régénération et le recyclage réuniront une table ronde le 20 novembre. Tandis qu'une des dernières grandes conférences (le 21/11) de Solutrans s'attachera à la sécurisation des données sensibles et des flottes... Ou, comment s'appuyer sur l'IA et les objets connectés (IoT) pour renforcer la sécurité et optimiser ses opérations ? Tout un programme, pour un enjeu stratégique majeur.

Espagne : une dynamique inégale pour le TRM

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite d'un TRM espagnol contrasté, avec trafic domestique en hausse mais international en recul.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 23.09.2025 Par : Daniel Solano Lecture : 2 min.



En Espagne, l'activité nationale reste globalement orientée à la hausse, en revanche le trafic international subit le contrecoup de la mauvaise conjoncture dans l'Union européenne.

Crédit photo DR

Si l'activité du TRM sur le marché domestique est toujours globalement orientée à la hausse, il n'en va pas de même pour trafic international qui subit le contrecoup de la mauvaise conjoncture dans l'Union européenne.

Pendant le 2e trimestre de l'année 2025, le volume transporté par des entreprises espagnoles du TRM a atteint 427 millions de tonnes (Mt), soit une hausse de 2,6% par rapport à la même période de 2024, selon l'enquête trimestrielle publiée par le ministère des Transports et de la Mobilité durable (MTMS). Cette statistique confirme la poursuite du phénomène de reprise de l'activité enclenchée à partir de 2024 (+2,6%). Pendant le 1er semestre de 2025, la progression a été de 4,5%.

Cette dynamique s'explique par la croissance de l'économie espagnole. Après une augmentation du PIB de 3,5% en 2024, le ministère de l'Économie vient de revoir à la hausse sa prévision pour 2025 (+2,7%). Cependant, tous les segments du TRM ne profitent pas de cette embellie et le décalage est particulièrement net en ce qui concerne l'activité pour le compte d'autrui. Le trafic urbain affiche une hausse de 12,8% pendant le 2e trimestre de 2025 et l'intra-régional, de 7,4%. Mais le flux entre régions recule de 6,5%.

Trafic international

Le trafic international subit de plein fouet les conséquences de la médiocrité de la conjoncture dans le reste de l'Europe. Pendant le premier semestre de 2025, l'activité internationale du TRM espagnol a diminué de 7,2% en tonnage et sensiblement moins en tonnes kilomètres (-4,1%). Selon les chiffres des douanes espagnoles, les exportations espagnoles vers la France et l'Allemagne, les deux premiers pays clients, ont reculé de -5,9% et -3,5% respectivement pendant les six premiers mois de l'année. Et cette baisse pénalise les

retours. « Comme il y a moins d'exportations et moins de trajets effectués par des camions espagnols vers le centre et le nord de l'Europe, il y a également moins de camions de notre pavillon disponibles dans ces pays pour transporter les marchandises qui sont demandées ici » affirme Ramón Valdivia, vice-président exécutif de l'Association du transport routier international (ASTIC), qui rassemble les entreprises du TRM espagnol qui travaillent à l'international, et membre du comité exécutif de la présidence de l'IRU.

Le second semestre de 2025 devrait s'inscrire dans la continuité du premier. Ramón Valdivia s'attend à des chiffres négatifs avec des situations différentes selon les secteurs : « favorable pour le secteur agricole en termes de tonnes exportées, et peut-être aussi pour le secteur textile, mais moins favorable pour d'autres secteurs tels que l'automobile ou la chimie ».

Grève dans le TRM : trois syndicats appellent à la mobilisation le 18 septembre

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'appel à la grève de trois syndicats du TRM contre un budget jugé brutal et des salaires stagnants.

✨ Synthèse IA ✨

5 septembre 2025 Valérie Chravzez Politique & réglementation 1



Dans un communiqué commun, publié ce vendredi, la CFDT-FGTE, la CGT Transports et FO-UNCP appellent à une journée nationale de grève et de manifestations le 18 septembre prochain.

Ces syndicats, qui couvrent notamment les salariés du transport routier de marchandises et de voyageurs, entendent ainsi dénoncer le projet de budget présenté en juillet comportant des « mesures budgétaires d'une brutalité sans précédent ». Ils contestent notamment le projet de suppression de jours fériés, la réduction des prestations sociales et une nouvelle réforme de l'assurance chômage.

Les organisations syndicales appellent, en outre, à la mise en place d'un budget intégrant davantage de justice sociale et fiscale, ainsi qu'une reconnaissance des contraintes propres aux métiers du transport, notamment en matière de pénibilité et de conditions de travail. Constatant que « les salaires ne permettent pas de vivre dignement de leur travail » dans leurs secteurs, elles réclament une revalorisation salariale générale.

Les syndicats espèrent que des préavis de grève soient déposés dans plusieurs entreprises afin de permettre une participation élargie au mouvement.

VC

« Si on avait mis en place l'écotaxe, la conférence des mobilités n'aurait pas eu lieu » : Dominique Bussereau, président d'Ambition France Transports

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la proposition d'instaurer une écotaxe régionale et d'investir davantage dans le ferroviaire.

✦ Synthèse IA ✦

8 septembre 2025 Marc Fressoz Politique & réglementation 1



Après avoir orchestré la conférence sur le financement des mobilités, dont le rapport a été remis au gouvernement **début juillet**, l'ex-ministre des Transports Dominique Bussereau, évalue l'impact que la démarche pourrait avoir sur les politiques publiques. Fort de son expérience, d'ex-président du département de Charente-Maritime, il estime que les collectivités locales sont les mieux placées pour réguler les flux de poids lourds et appelle à une écotaxe sur la RN10.

Transport Info : Vous venez de présider la conférence de financement des mobilités, qui s'est tenue entre début mai et début juillet. Êtes-vous satisfait de cet exercice ?

Dominique Bussereau : Ce n'était pas un exercice forcément simple, car très contraint dans le temps. Tous les participants des quatre ateliers ont beaucoup travaillé pour qu'on aboutisse dans les délais fixés.

Beaucoup de gens de modes de transport différents, qui se connaissaient parfois peu, ont appris à travailler ensemble. C'est un point positif pour la suite des événements.

“L'argent public doit prioriser l'entretien du réseau.”

Je pense aussi que nos propositions, dont il appartiendra aux différents gouvernements qui se succéderont au fil des années de les mettre en œuvre, vont infuser et structurer les politiques des transports, à l'instar du Grenelle de l'environnement.

TI : Davantage d'argent pour le rail, maintien des concessions autoroutières à l'avenir, loi de programmation : ne craignez-vous pas que ces propositions phares restent lettre morte à cause de l'instabilité politique ?

DB : Évidemment, la suite est liée au vote du budget prévu en novembre et à la question de la censure ou non du gouvernement. Le ministre Tabarot a annoncé le principe d'une loi-cadre en fin d'année, après la loi de finances, destinée à fixer les grands principes afin de traiter les problèmes de financement des infrastructures existantes. Elle sera suivie d'une seconde loi de programmation plus tard.

TI : Va-t-on mettre à la corbeille certains projets d'infrastructure ?

DB : Le travail de tri sera effectué par le COI qui reprendra sa copie. Son président, David Valence, a participé à toute la conférence Ambition France Transports. En matière d'autoroutes, hormis **l'A69 Toulouse-Castres**, aujourd'hui, il y a peu de projets lourds. La France dispose d'équipements autoroutiers parmi les meilleurs d'Europe, en entretien comme en densité.

“Concernant l'écotaxe, l'idée de laisser l'initiative aux collectivités, régions, départements, métropoles a été privilégiée.”

En matière de ligne à grande vitesse, le projet Bordeaux-Toulouse/Bordeaux-Dax, qui me semble essentiel, pourrait être en partie réalisé sous forme de PPP ou de contrat de partenariat, tout comme des équipements comme l'ERTMS et les commandes centralisées. Les projets de SERM feront aussi l'objet de réflexion. L'argent public doit prioriser l'entretien du réseau.

TI : L'idée d'une taxe poids lourds est revenue lors de cette conférence, un sujet forcément clivant...

DB : Non. Naturellement, il n'a pas entraîné l'enthousiasme de **l'OTRE, de TLF ou de la FNTR**, mais pour ne pas retomber dans la tragicomédie de Ségolène Royal avec l'enterrement de l'écotaxe nationale, l'idée de laisser l'initiative aux collectivités, régions, départements, métropoles a été privilégiée. Nous n'en avons fait ni un totem ni une ligne rouge infranchissable. Si l'État n'y arrive pas ou déclenche trop de colères, les collectivités sont capables de faire les choses.

TI : Que vous inspire justement la mise en place d'un péage poids lourd en Alsace ?

DB : Que de bonnes choses ! Dans la loi ORTF de 2009 que j'avais portée devant le Parlement, nous avons autorisé la région Alsace à instaurer un péage sur la rive gauche du Rhin ; comme ensuite est arrivée l'écotaxe nationale, l'Alsace a laissé tomber.

“Avec l'écotaxe, il ne faut pas être nostalgique des solutions qui auraient pu marcher, mais on voit bien comment on pourrait s'en tirer.”

En réalité, il n'y a pas de nouveauté. Cette loi de 2009 donne aussi toute liberté aux métropoles pour le péage urbain.

TI : La taxe alsacienne suscite une forte résistance locale, comme l'écotaxe en son temps...

DB : Je dirais que c'est du classique. J'aime rappeler ces chiffres : si on avait mis en place l'écotaxe, à l'instar de la LKW-Maut en Allemagne, qui est une réussite, cette conférence des mobilités n'aurait pas eu lieu, car on aurait chaque année 6, 7 ou 8 milliards d'euros dans les caisses de l'AFITF. Il ne faut pas être nostalgique des solutions qui auraient pu marcher, mais on voit bien comment on pourrait s'en tirer.

“Je pense qu'on aura les mêmes économies d'échelle pour les camions que pour les voitures électriques, avec des baisses de prix et une augmentation de l'autonomie.”

Au nord de Bordeaux, à toutes les sorties de Saint-André-de-Cubzac, tous les poids lourds partent sur la RN10 avec un camion toutes les 15 à 20 secondes, 20 heures sur 24. Cela crée un pôle de dangerosité. Si la région Nouvelle-Aquitaine avec les départements traversés (Gironde, Charente-Maritime, Charente) prenait des initiatives, elles feraient certainement consensus, d'autant que 95 % des camions ne sont pas français.

TI : Dans l'atelier numéro 4, il était question de fret ferroviaire, de fluvial, de logistique, de report modal, de décarbonation, etc. Qu'en est-il sorti ?

DB : C'est le groupe où il y a eu le plus de consensus. Tout le monde s'est par exemple accordé sur la création de plateformes logistiques à une certaine distance des villes, afin d'éviter des problèmes logistiques entre la plateforme et la ville, sur la nécessité d'investir davantage dans le fluvial, ou encore sur celle d'électrifier davantage les poids lourds. Il n'y a pas eu de bagarre entre modes.

TI : Sauf que, sur la transition énergétique, les transporteurs ne sont pas plus avancés quant aux moyens de soutenir leurs efforts.

DB : Chacun a sa vision, certains l'imaginent à dix ans, d'autres à trente. Hormis les idioties, comme mettre des caténaires sur des autoroutes, le fait que le parc de petits poids lourds pour accéder aux métropoles soit, à terme, électrifié apparaît comme une évidence à tous.

“Je crois beaucoup à l'avenir du fret ferroviaire plutôt sur longue distance.”

Je pense qu'on aura les mêmes économies d'échelle pour les camions que pour les voitures électriques, avec des baisses de prix et une augmentation de l'autonomie.

TI : Sur le fret ferroviaire, vous avez vécu en tant que ministre l'ouverture à la concurrence. Depuis, la SNCF a perdu pied, et les entreprises privées n'ont pas créé une dynamique suffisante pour garantir le fameux doublement du trafic. Quelle est votre analyse ?

DB : Quand le marché s'est ouvert, j'étais ministre de l'Agriculture et Dominique Perben aux Transports. Sans la concurrence, qui réalise environ 50 % du trafic aujourd'hui, le fret ferroviaire serait résiduel, comme il l'a été en Grande-Bretagne à une époque. Le fait que l'Allemagne et la Suisse, des pays qui ont été meilleurs que nous, connaissent des baisses tendancielle interroge. Et en même temps, l'élargissement de l'Europe paraît propice au fret ferroviaire, comme on l'a observé en Amérique.

Dans les années 70, les compagnies ferroviaires étaient au bord de la faillite et, grâce à l'Alena, le marché commun Mexique-États-Unis-Canada, elles font partie des entreprises qui gagnent le plus d'argent.

“Comme Jean-Pierre Farandou, Jean Castex aime le ferroviaire.”

Avant la guerre en Ukraine, une centaine de trains chinois par semaine arrivaient en Europe. Je crois beaucoup à l'avenir du fret ferroviaire plutôt sur longue distance, ou alors sur des corridors de fret, comme celui qui vient de s'ouvrir entre Cherbourg et le Pays basque avec une autoroute ferroviaire.

TI : Le trafic des grands ports maritimes peine à décoller en France. Après la réforme de 2009, que faut-il améliorer ?

DB : Pour des raisons juridiques, nous n'avons pas pu faire entrer les grandes entreprises dans les conseils d'administration des ports. Elles sont cantonnées dans des structures parallèles. Dans le monde de 2025, il faut que les décideurs privés, en particulier les chargeurs, y entrent, comme dans plusieurs grands ports du monde, car ce sont les plus intéressés à leur développement.

TI : Quel est le portrait d'un bon PDG de la SNCF pour succéder à Jean-Pierre Farandou ?

DB : C'est quelqu'un qui aime la France, car la SNCF, c'est le réseau capillaire de tout le territoire, à quelques exceptions près. C'est quelqu'un qui aime le train et donc qui croit en l'avenir du ferroviaire, et c'est quelqu'un qui a une vocation à être un leader, car c'est une entreprise qui s'incarne. On l'a vu avec Louis Gallois, Guillaume Pepy et Jean-Pierre Farandou.

TI : Cela correspond au profil du favori, Jean Castex...

DB : C'est vous qui le dites. Une chose est sûre : comme Jean-Pierre Farandou, il aime le ferroviaire.

Propos recueillis par Marc Fressoz

Sébastien Lecornu, Premier ministre : quels sont les changements à attendre pour le secteur du TRM ?

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la nomination de Lecornu comme Premier ministre. Les transporteurs réclament moins de taxes et des mesures de soutien.

✨ Synthèse IA ✨

10 septembre 2025 Marc Fressoz Politique & réglementation 0



Après la chute du gouvernement Bayrou, les cartes gouvernementales sont à nouveau rebattues et le secteur des transports dans l'expectative.

Le président de la République a nommé, le 10 septembre, un cinquième Premier ministre depuis le début de son quinquennat en 2022. Sébastien Lecornu, jusqu'ici ministre des Armées succède à François Bayrou dont le gouvernement démissionnaire reste en place jusqu'à la composition d'une nouvelle équipe d'ici plusieurs jours. Avant de former son propre gouvernement, ce proche d'Emmanuel Macron entend d'abord discuter avec les forces politiques afin de trouver un accord de non-censure.

Au ministère des Transports, Philippe Tabarot gère donc les affaires courantes en attendant de connaître son sort : départ ou maintien à son poste, un scénario qui aurait l'avantage d'éviter une perte de temps lié à l'installation d'un nouveau titulaire.

L'avertissement de TLF

TLF n'a pas tardé à réagir à l'arrivée de Sébastien Lecornu. Moins d'une heure après l'annonce de sa nomination, elle a diffusé un communiqué. Très offensive, l'organisation patronale a fixé ses lignes jaunes mettant en garde contre *"toute mesure qui viendrait alourdir encore les charges ou les contraintes des entreprises"*.

Même si le casting de Lecornu n'est pas encore pas formé, TLF *"appelle le gouvernement à agir immédiatement"* pour baisser *"les taxes sur les carburants, l'énergie et le travail"*, pour *"simplifier les règles notamment sur l'implantation des sites logistiques"*. La fédération attend aussi du nouveau gouvernement qu'il *"protège le pavillon français contre les écotaxes locales et les surtranspositions des textes européens."*

Les grands groupes de transport s'inquiètent

Enfin, sur le plan législatif, ce nouveau changement de gouvernement risque de décaler à 2026 le calendrier d'adoption de loi cadre destinée à reprendre les principes consensuels qui ont émergé d'**Ambition France transports**. Philippe Tabarot avait annoncé ce texte pour fin 2025.

En attendant la discussion de la loi de finances 2026, le projet de loi sur la simplification de la vie économique constitue un dossier brûlant. Le texte en passe d'être examiné par la commission mixte paritaire suscite des sueurs froides chez les grands groupes de transport et logistique qui intensifient leur lobbying vis-à-vis des parlementaires. Selon les professionnels, le texte prévoit en effet de durcir les conditions d'implantation d'entrepôts du e-commerce avec un risque de délocalisation dans les pays voisins au sein des zones frontalières.

Marc Fresso



Rapport Ambition France Transports : quelques-unes des 14 recommandations pour renouveler le financement des transports

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du rapport Ambition France Transports qui propose 14 mesures pour diversifier et pérenniser le financement des infrastructures.

✦ Synthèse IA ✦

La remise à niveau et la modernisation des infrastructures nationales ferroviaires, routières et fluviales nécessitent d'investir environ 3 milliards d'euros supplémentaires par an sur la période 2026-2031. Au bout de dix semaines d'échanges et de rencontres pour déterminer des pistes de financement des mobilités à horizon 2040, le rapport final des travaux a été rendu en juillet. Ce document formule 14 recommandations, [à consulter ici](#).

On notera parmi les propositions la suppression progressive du taux réduit de taxe sur les carburants (TICPE) accordé aux transporteurs routiers, pour dégager environ 1,2 milliard d'euros par an à horizon 2030, ou la facilitation du retour de l'écotaxe régionale, qui fait payer les poids lourds empruntant certains réseaux routiers très fréquentés.

Plutôt que de rendre les autoroutes gratuites, ou de confier les péages à l'État, le rapporteur de la conférence veut « *améliorer le système actuel de concessions, qui arrivent à échéance à partir de 2031* ». Il s'agit d'établir des concessions « *plus petites, en révisant la durée des contrats pour renforcer la prévisibilité sur les bénéfices et en incluant des mécanismes de partage des résultats en cas de rentabilité plus forte qu'anticipée* ». Un pilotage plus strict de l'État a été évoqué pour les futures concessions autoroutières.

Tableau 1 : Résumé des besoins d'investissement dans la régénération et la modernisation des réseaux routiers nationaux concédés et non concédés (M€ 2025)

Tableau	Investissements 2024	Besoins d'investissements annuels 2026-2031	Besoins d'investissements annuels à partir de 2032
Réseau routier national non concédé	700 M€	1700 M€	1850 M€ puis 1500 M€
Dont régénération (hors exploitation/entretien)	700 M€	1400 M€	1400 M€ jusqu'en 2033 puis 1050 M€ une fois la dette grise résorbée
Dont modernisation	0	300 M€	450 M€
Réseau routier national concédé	1700 M€		2300 M€
Dont régénération			1700 M€
Dont modernisation	1700 M€		600 M€

Si la construction des autoroutes a déjà été rentabilisée, le niveau des péages serait maintenu à un « *niveau proche de celui d'aujourd'hui* » pour financer les investissements. Les recettes supplémentaires issues des autoroutes (2,5 milliards d'euros par an en 2037) financeraient la régénération et la modernisation des nationales, mais aussi des réseaux ferroviaires et fluviaux. – MF



Le jour de la remise du rapport au ministre des Transports, Philippe Tabarot, par Dominique Bussereau, président de la Conférence Ambition France Transports (© ministère des Transports).