



REVUE DE PRESSE

Octobre 2025

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

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

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 L 122 10 du code de la propriété intellectuelle, la photocopie d'un article de presse ou d'un extrait d'ouvrage au sein d'une entreprise, d'une administration, d'une association ou d'une autre organisation constitue une reproduction d'œuvre protégée qui nécessite donc l'autorisation du CFC. La 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**
 - GT Solutions : des chiffres en progression malgré un contexte morose
 - Antony Hervé, directeur des opérations (groupe Malherbe) : « L’électrique ne doit pas être une vitrine, mais une vraie alternative »
 - TMD Expérience : les transporteurs à la rencontre de futurs conducteurs
- **Transport Info**
 - “Je suis la preuve qu’on peut créer son entreprise et en vivre” : Pasquale Gurgorglione, dirigeant de Matteotrans (18)
 - “Nous avons besoin que SNCF réseau nous fasse enfin de bons sillons” : Rémy Crochet, Pdg de Froidcombi
 - “L’avenir du transport propre doit reposer sur un équilibre entre donneurs d’ordre et transporteurs” : Guilhem Douls, dirigeant des Transports Douls (82)
 - Rachat : le groupe Reefer (Chéreau, Aubineau) s’empare du carrossier anglais Paneltex
- **Le Monde du Surgelé**
 - DS Restauration inaugure un dépôt taillé pour le frais et le surgelé
- **Les Routiers**
 - Clareton reprend les Transports Belleville (34)
- **Froid News**
 - GXO renforce son positionnement dans le secteur du froid

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

- **LSA Commerce & Consommation**
 - Top 100 de l’agroalimentaire : Danone, Andros, McCain... Qui sont les gagnants et les perdants de notre classement exclusif ?
 - Charcuterie : un quart des entreprises dans le rouge, selon la Banque de France
 - Viande de boeuf : Charal expérimente un modèle d’élevage plus vertueux et plus rémunérateur
 - Face à la baisse de la demande, la viande d’agneau tente de se réinventer pour relancer les ventes
 - Les volailles et œufs Label Rouge renouent avec les volumes
 - Les PME-ETI agroalimentaires doivent investir 10 fois plus pour moderniser et décarboner leurs sites, d’après l’association Pact’Alim
 - L’ancien patron de Système U, Serge Papin, est nommé ministre des PME, du Commerce, de l’Artisanat, du Tourisme et du Pouvoir d’achat
 - "Soit on produit, soit on importe" : l’alerte d’Yves Fantou, président de Culture Viandes
 - Rachats de magasins : Grand Frais confirme des discussions avancées pour reprendre une trentaine de GiFi
 - Stratégies commerciales : les défis des industriels et distributeurs dans un contexte mouvant
 - Tous les chiffres sur l’achat et la consommation de fruits et légumes
 - Stratégies commerciales : Biocoop capitalise sur le rebond du bio pour asseoir sa place de leader

- Stratégies commerciales : Carrefour appuie sur les MDD et l'innovation
- Grand Frais : l'enseigne spécialisée pourrait franchir le cap des 8 millions de foyers acheteurs en 2026
- Stratégies commerciales : Coopérative U veut restaurer la confiance avec les industriels
- Le groupement Accord Bio passe la barre des 250 magasins et s'impose en Bretagne
- Parts de marché : Coopérative U à la fête, E.Leclerc fait grise mine en septembre-octobre
- Carrefour progresse doucement en France au troisième trimestre, mais confirme ses objectifs pour 2025
- Consommation : les Français restent prudents dans leurs achats malgré la stabilisation des prix
- Viandes bio : la consommation reprend dans les circuits spécialisés mais pas en GMS
- Frais libre-service : les produits de charcuterie renouent avec les volumes
- Frais libre-service : l'ultrafrais laitier s'appuie sur la bonne santé des yaourts
- Frais libre-service : ancrée dans le quotidien, la saurisserie poursuit sa progression
- Frais libre-service : le surgelé, salé comme sucré, retrouve des couleurs
- Les parts de marché des distributeurs alimentaires
- Coopérative U passe le cap des 1000 magasins de proximité
- Décryptage : comment Lidl va intégrer 19 Auchan, 500 salariés et 33 760 m²
- Grande distribution : tout sur le parc des magasins et leurs surfaces commerciales en septembre 2025 [Baromètre exclusif]
- Exclusif : la stratégie d'Intermarché et E.Leclerc pour intégrer leurs 93 magasins Colruyt rachetés
- Tous les chiffres sur la consommation et l'achat de plats cuisinés frais
- Fort de résultats trimestriels prometteurs, Casino veut se donner du temps en prolongeant de 2 ans son plan de transformation
- Casino change l'identité visuelle de ses magasins de proximité et simplifie son portefeuille d'enseignes autour de Casino, Spar et Vival
- Changements d'enseigne (Lidl, Intermarché, E.Leclerc, Coopérative U...) : les grandes transformations continuent

• Le Monde du Surgelé

- Un collectif pour fédérer tous les maillons de la restauration
- Agroalimentaire : Pact'Alim alerte sur un risque de décrochage des PME
- Plats cuisinés : 30 ans que Picard se la joue solo
- Restauration en Europe : des dépenses record, mais des visites en recul

• Les Échos

- Télétravail, inflation... les Européens vont moins souvent au restaurant, mais dépensent plus
- L'insoutenable baisse des revenus du travail
- Strasbourg expérimente un dispositif pour capter les particules des pneus
- Fermetures d'usines : l'industrie agroalimentaire en première ligne
- « Nous sommes face à un mur d'investissements » : les PME et les ETI de l'agroalimentaire risquent de décrocher
- « Il y a eu un effet d'accordéon » : en France, le nombre de fermes bio baisse pour la première fois
- Grand Frais négocie avec Gifi pour lui racheter jusqu'à 30 magasins
- Budget 2026 : la suppression des avantages fiscaux fait bondir la filière des biocarburants
- « On ne veut pas d'aides, on veut des vaches » : le recul de l'élevage en France déstabilise le marché européen de la viande de bœuf
- Vanille, cacahuètes ou aloe vera : ces cultures exotiques qui essaient avec le réchauffement climatique

- « Sur la corde raide », le transport routier redoute une hécatombe
- L'Alsace acte les modalités de sa taxe poids lourds
- Produits de la mer : Réunimer s'étend en France métropolitaine
- Procès Casino : Jean-Charles Naouri fixé sur son sort le 29 janvier
- Foie gras : les producteurs alertent sur des commandes insuffisantes pour les fêtes

- **Les Marchés**

- Charcuterie : Comment se portent les entreprises en 2024 ?
- Viande rouge bio : la consommation se stabilise mais la production chute encore
- Le nombre de fermes bio baisse pour « la première fois » en France
- Culture Viande : « Sans abattoir ni ateliers, il n'y a pas de valorisation de la production française »
- Porc : le savoir-faire de l'Ifip, soft power de la filière porcine française
- Foie gras : « Les chiffres 2025, confirment la dynamique engagée en 2024 »
- Poulet : « On réduit les importations depuis l'Ukraine, même si cela reste au-dessus des niveaux d'avant-guerre »
- Porc : la France assure ses débouchés au Japon, des discussions avec la Chine

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

- **L'Officiel des Transporteurs**

- Espagne : le bilan mitigé de l'interdiction du chargement et du déchargement des marchandises
- L'UE prolonge jusqu'en 2027 son accord de transport avec l'Ukraine
- Gouvernement Lecornu II : Philippe Tabarot maintenu au ministère des Transports
- Le transport routier européen pas suffisamment paré à une probable reprise en 2026
- 79e congrès de la FNTR : un appel à une fiscalité raisonnée
- PLF 2026 : des dispositifs de soutien aux biocarburants sur la sellette

- **Transport Info**

- Pas de changement pour le B100 : les députés suppriment l'article 5 du PLF 2026 qui prévoyait une hausse de la fiscalité !
- Salaires dans le TRM : les patrons proposent + 0,8 %, FO parle de "mépris chiffré" et appelle à la mobilisation
- Loi-cadre, écotaxes, fiscalité... Tout ce qu'il faut retenir de la soirée anniversaire de l'OTRE

- **Froid News**

- L'AFTRIE en première ligne

PREMIERE PARTIE : L'ACTUALITE DES TRANSPORTEURS ET LOGISTICIENS



GT Solutions : des chiffres en progression malgré un contexte morose

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la croissance de GT Solutions, qui atteint 240 M€ de CA en 2024, malgré un contexte économique morose. Le groupe investit dans les énergies alternatives et prévoit de doubler sa flotte électrique en 2026. Il reste vigilant sur le risque de pénurie de conducteurs.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 02.10.2025 Par : Gwenaëlle Ily Lecture : 3 min.



GT Solutions possède 32 véhicules électriques et entend doubler ce chiffre en 2026.

Crédit photo GT Solutions

GT Solutions, spécialiste de la location de véhicules avec conducteurs, affiche une croissance malgré une conjoncture assez morose. Le groupe entend poursuivre son développement et investit dans les énergies alternatives.

Avec 240M€ de chiffre d'affaires en 2024, GT Solutions affiche une croissance de 5% par rapport à l'année précédente. Le groupe, qui se prépare à une année 2026 d'anniversaires (80 ans de GT solutions, 40 ans de STAVI, 10 ans de GT solutions emploi), suit la même tendance en 2025, souligne son directeur général, Matthieu Sarrat, qui estime qu'il est important de poursuivre le développement afin de suivre le mouvement de concentration du secteur. Pourtant, côté conjoncture, « la période n'est pas très simple, on a du mal à quantifier à quel point la situation est difficile pour les transporteurs, précise-t-il. Selon l'Insee, l'activité repart, mais selon divers sondages auprès de transporteurs, elle est plutôt en baisse ». Et les défaillances, encore élevées, ont touché des entreprises sous-traitantes du groupe. En cas de reprise économique, le risque de manquer de camions pose question : « s'il y a reprise, elle ne devrait pas être très forte, estime le directeur général. Le problème ne se poserait pas les premiers mois, mais finirait par se faire ressentir. Et le manque de conducteurs est aussi un réel sujet dû à la pyramide des âges. »

Baromètre de l'activité

Le groupe couvrant plusieurs secteurs, GT Solution apparaît comme un baromètre de l'activité économique, avec une ventilation sur 7 secteurs : alimentaire (12% du CA), agroalimentaire (8%) industrie (15%), santé (5%), distribution de pneumatiques (30%), grands travaux (25%) et 5% sur divers autres marchés. « Globalement, le marché apparaît assez morose, sans pour autant parler d'effondrement », indique Matthieu Sarrat. Pour la filière la plus importante de GT en matière de chiffre d'affaires, la distribution de pneumatiques, les produits à plus faible valeur ajoutée sont délaissés, or ils sont ceux qui apportent le plus de volumes. Par ailleurs, les achats de pneus accusent une baisse.

Sur les matériaux de construction, le secteur est à la peine. Un phénomène qui se ressent aussi sur le marché du béton. Sur les secteurs frigo le marché n'apparaît pas en croissance mais certains segments s'en tirent comme le domaine du fast-food. Un changement s'opère avec l'arrivée de Metro, un partenaire de GT, qui apporte des services de livraison et ouvre des plateformes dédiées. Dans la grande distribution, l'éclatement de Casino s'est fait sentir. En revanche le marché de la volaille, moins chère que le bœuf, est bien orienté. Enfin le secteur de la santé reste un marché stable dans lequel le groupe essaye de continuer à se développer.

Repères

Chiffre d'affaires 2024 : 240M€

Effectif : 2000 salariés, dont 1600 conducteurs

Parc : 1600 moteurs

Activités : location de véhicules avec conducteurs (50%) et messagerie (50%)

Nouvelles énergies

Les délais de fabrication de camions sont revenus à la normale, le groupe repart donc dans une politique de renouvellement régulier de parc, ce qui est un élément important selon Matthieu Sarrat puisque des gains sont réalisés sur le parc diesel en ce moment.

Concernant la décarbonation, l'entreprise aborde la 2e phase de son plan, visant à atteindre -

15% d'émissions entre 2025 et 2030. Elle a porté sa part de véhicules à énergies alternatives à 12% de sa flotte totale (15 véhicules B100, 32 véhicules électriques, 127 véhicules GNC, 1411 véhicules gazole). 4 typologies de véhicules sont concernées par le passage à l'électrique : fourgon, plateau, grue, frigo et dépanneuse.

GT Solutions dresse un bilan positif de l'électrification de sa flotte électrique, malgré des difficultés pour assurer ses points de rechargement, et entend doubler le nombre de ces véhicules en 2026. « L'électrique se prête bien à notre activité puisque nous réalisons un kilométrage moyen de 200 km par jour et nous n'avons pas de contrainte de charge utile, » précise Matthieu Sarrat. Pour ces véhicules B100 et HVO, le groupe a investi dans des cuves. Le dirigeant plaide par ailleurs pour que les chargeurs contribuent aux points de charge, notamment en électrique qui nécessite des temps assez longs : « recharger le camion pendant le chargement-déchargement aurait du sens... ».

Antony Hervé, directeur des opérations (groupe Malherbe) : « L'électrique ne doit pas être une vitrine, mais une vraie alternative »

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'ambition du groupe Malherbe de faire de l'électrique une vraie solution, avec des projets logistiques précis et une flotte électrique en croissance. Le dirigeant souligne les limites des infrastructures et appelle à une implication des clients pour soutenir la transition...

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 03.10.2025 Par : Propos recueillis par Grégoire Hamon Lecture : 3 min.



Antony Hervé, directeur des opérations (groupe Malherbe)

Crédit photo DR

- Camion électrique

À la tête des opérations du groupe Malherbe, Antony Hervé pilote le déploiement des camions électriques du transporteur normand. Infrastructure, organisation des flux, stratégie énergétique : il revient sur les défis et ambitions liés à cette transformation. L'Officiel des Transports : Vous avez récemment reçu onze camions électriques Volvo Trucks sur le site de Mondeville, à proximité de votre siège social de Rots (14). Quelle est leur utilisation concrète ?

Antony Hervé : Ces véhicules livrent au sud du Mans, puis se rechargent dans notre site de L'Étoile routière au Bayeul (72), où nos conducteurs peuvent profiter des installations pendant ce temps de pause. De fait, après avoir parcouru 220 km, les camions arrivent avec environ 20 % de batterie et remontent à 80 % en une petite heure. Ils vont ensuite chercher un chargement à Blainville, puis se repositionnent à Mondeville en fin d'après-midi pour une recharge lente de nuit. Ces camions tournent aussi pour des clients grands comptes comme Nestlé, avec qui nous avons déployé notre premier véhicule électrique.

D'autres véhicules électriques sont attendus prochainement ?

Oui, huit autres Volvo arriveront en septembre pour la ligne Caen-Bapaume. Puis, dès fin septembre, nous lançons notre projet Corridor avec Renault Trucks : 22 E-Tech vont circuler entre les usines de Blainville et celles de Bourg-en-Bresse. Les flux seront assurés avec des relais à Auxerre entre des conducteurs des agences de Vironvay (27) et Mâcon (71). Chaque camion fera 750 km par jour, avec trois conducteurs par trajet aller-retour. C'est une logistique de précision, où tout doit s'enchaîner parfaitement car les camions se croisent parfois à dix minutes près. Il faut coordonner les plannings et les disponibilités de charge comme une tour de contrôle aérienne. Par exemple, à Vironvay, nous avons 800 kWh à répartir, ce qui limite le nombre de recharges simultanées. Il y a des créneaux de saturation, et nous devons jongler avec. La gestion énergétique devient presque plus critique que celle des véhicules.

Impossible d'augmenter la puissance électrique disponible ?

Non, et c'est un problème généralisé. Certains sites, comme notre siège de Rots, ne pourront jamais accueillir plus d'énergie. C'est pour ça que nous menons un travail en profondeur avec notre partenaire Autorecharge, pour cartographier la capacité électrique de nos points névralgiques et capter ce qu'il est possible de prendre. Le sujet n'est plus seulement le camion : c'est où, quand, et à quel prix on peut le charger. Aujourd'hui, nous avons un contrat EDF standard avec des heures creuses. Nous sommes encore trop petits pour peser sur la grille tarifaire. Mais, à terme, nous souhaitons recharger en profitant des pics de production solaire ou éolienne.

La part d'électrique dans votre flotte va-t-elle continuer à grandir ?

Oui, à condition que nos clients suivent. Aujourd'hui, les volumes sont tendus, et beaucoup ne peuvent pas encore s'engager. Mais on ne veut pas faire de l'électrique pour la photo. Le but n'est pas d'avoir deux camions "vitrine", c'est d'en déployer massivement dès que ce sera

économiquement viable. Aujourd'hui, en incluant nos investissements, on est à un coût d'utilisation quasi équivalent au thermique en termes de consommation. Mais il reste encore à faire baisser le prix des camions, qui représente le 4e poste de coût, après le conducteur, le carburant, et les péages.

Qu'en est-il des autres énergies ?

Nous avons encore une centaine de camions GNV, mais ce n'est pas la meilleure expérience. Nous misons aussi sur le B100 et le HVO, même si là aussi les perspectives sont floues : certains clients refusent le colza, et l'origine du HVO n'est pas toujours claire. Le diesel aura encore une longue vie, notamment sur les longues distances et les flux non réguliers. Mais demain, il ne représentera peut-être plus que 30 % de notre parc, contre 25 à 30 % en électrique et 40 à 50 % en biocarburants.

TMD Expérience : les transporteurs à la rencontre de futurs conducteurs

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de TMD Expérience, un événement organisé pour attirer les jeunes vers le transport de matières dangereuses. Plus de 240 élèves ont participé à des ateliers pratiques et à un job dating. L'initiative vise à valoriser un secteur exigeant et encore méconnu.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 20.10.2025 Par : Grégoire Hamon Lecture : 2 min.



Une dizaine de transporteurs se sont déplacés, parfois sur plus de 500 kilomètres, pour venir au Creusot avec leurs camions.

Crédit photo Grégoire Hamon

Pendant trois jours, les entreprises du transport de matières dangereuses se sont mobilisées au Creusot pour transmettre leur passion et repérer les futurs talents du secteur.

Du 14 au 16 octobre, les pistes du Centre Technique de l'APTH-BVT ont accueilli plus de 240 élèves venus de toute la France pour la première édition de TMD Expérience, un événement inédit dédié au transport routier de matières dangereuses. À l'initiative de l'AFT et de l'ATMD, cette rencontre a rassemblé dix entreprises spécialisées, des enseignants et des lycéens de Bac Pro CTRM et CAP CRM, autour d'un même objectif : faire découvrir la réalité du métier et susciter des vocations. « Nous avons voulu créer un événement inspiré du Frigo Tour, mais dédié aux matières dangereuses », explique Valérie Dequen, déléguée générale de l'AFT. « L'idée était de réunir sur un même site les entreprises, les enseignants et les élèves pour

valoriser ces métiers essentiels. »

Elle salue une mobilisation sans précédent : « C'est tout un secteur qui s'est réuni pour valoriser ses savoir-faire. Dix transporteurs se sont déplacés, parfois sur plus de 500 kilomètres, pour venir au Creusot avec leurs camions. » Encadrés par leurs professeurs, les jeunes conducteurs ont alterné ateliers pédagogiques et mises en situation réelles : exercices d'évitement, maîtrise de la conduite sur piste humide, simulation de renversement de citerne ou encore découverte du matériel spécifique au transport de matières dangereuses.



Encadrés par leurs professeurs, les jeunes conducteurs ont alterné ateliers pédagogiques et mises en situation réelles : exercices d'évitement, maîtrise de la conduite sur piste humide, simulation de renversement de citerne ou encore découverte du matériel spécifique au transport de matières dangereuses.

Crédit photo : Grégoire Hamon

Job dating

L'un des autres temps forts de la journée restait le job dating organisé sur place. « Le but, c'est de capter les jeunes, de prendre leurs CV et de les orienter pour un stage ou un premier emploi vers nos agences les plus proches », souligne Cindy Labroche, directrice des ressources humaines du groupe Mauffrey. « Le job dating permet de repérer le savoir-être ; le savoir-faire, eux, l'ont déjà acquis au lycée et il sera renforcé par nos formateurs internes. » Des conducteurs de chaque entreprise, souvent avec la double casquette de formateurs internes, étaient présents aux abords de leurs propres camions pour témoigner des réalités de leurs métiers et répondre aux questions, souvent très techniques, des lycéens. Pour Florence Dupasquier, présidente de Samat et de l'ATMD, cette première édition marque une étape importante dans la promotion du transport de matières dangereuses. « Les professionnels sont ravis d'expliquer leur métier. C'est rare d'avoir autant de jeunes motivés en si peu de temps ». Cette rencontre, qui devrait être renouvelée dans deux ans, permet de monter une image différente du secteur. « Les matières dangereuses sont trop souvent

perçues comme techniques ou risquées. En réalité, il s'agit d'un secteur exigeant mais passionnant, où les conducteurs transportent des produits aussi variés que le gaz, le bitume ou les produits chimiques. C'est une véritable palette de savoir-faire. »

* GCA, MGE, Samat, Premat, Klinzing, Jacky Perrenot, Mauffrey, EB Trans, Napoli, Brun Invest, Geodis

“Je suis la preuve qu'on peut créer son entreprise et en vivre” : Pasquale Gurgorglione, dirigeant de Matteotrans (18)

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du parcours inspirant de Pasquale Gurgorglione, ex-chauffeur devenu chef d'entreprise dans le transport frigorifique. Grâce à une stratégie bien rodée, il atteint 300 k€ de CA avec un seul camion. Il veut prouver que réussir seul est possible dans le secteur.

✨ Synthèse IA ✨

28 octobre 2025 Valérie Chravzez Stratégie & marchés 1



En juin 2023, après vingt ans passés comme chauffeur routier, Pasquale Gurgorglione se lance à son compte et crée Matteotrans, entreprise spécialisée dans le transport frigorifique de produits pharmaceutiques. Un pari réussi, grâce à un modèle économique maîtrisé. Témoignage d'un transporteur heureux.

À presque 40 ans, Pasquale Gurgorglione a relevé un défi : quitter son poste de chauffeur routier salarié pour devenir artisan transporteur. Fils de conducteur, il avait lui aussi pris le volant en travaillant pour un transporteur du Loir-et-Cher avant que son dirigeant lui propose de reprendre sa société. Défi accepté. Il retourne alors sur les bancs de l'école afin d'obtenir son attestation de capacité transport et commissionnaire. *“Cela n'a pas été facile de se remettre au droit, au français et à la gestion”*, commente-t-il.

Mais déterminé, il obtient le précieux sésame, prêt à envisager la reprise. C'était sans compter sur le revirement de son patron, qui devient réticent à l'idée de se retirer. *"Cette situation a créé de la tension entre nous, mais j'ai décidé que je n'avais pas accompli ce travail pour rien, et je me suis lancé à mon compte en juin 2023"*, raconte-t-il. Pour ses débuts d'entrepreneur, il reçoit un coup de pouce d'un client de son ancien employeur, qui lui avait promis de l'aider en lui assurant des trafics vers l'Italie et l'Espagne.

La Grèce en bateau

Pasquale Gurgorglione se tourne ensuite vers d'autres marchés pour effectuer des transports de produits pharmaceutiques vers et depuis la Grèce. *"Je me suis retrouvé dans l'obligation d'investir dans un frigo double étage. Je transporte des vaccins pour animaux, et beaucoup de médicaments de la Grèce vers la France. C'est un avantage d'être français, car sur ces liaisons, on croise surtout des conducteurs venus d'Europe de l'Est qui, pour économiser, passent par la route. Moi, je prends le bateau. Un choix qui me permet de relier les deux pays en trois jours, alors qu'eux mettent jusqu'à trois semaines"*, explique-t-il.

Une stratégie payante, car l'industrie pharmaceutique privilégie la rapidité et accepte d'en payer le prix. *"Il faut compter 1 500 euros aller-retour en bateau et 500 euros pour les tunnels du Fréjus ou du Mont-Blanc"*, détaille l'artisan transporteur. Lorsque la demande dépasse ses capacités, il confie le fret à des confrères de confiance, *"parce que j'en ai trop pour un camion, mais pas assez pour deux"*, justifie-t-il.

Pasquale Gurgorglione organise ses tournées sur quinze jours : *"Je charge le dimanche, je pars pour la semaine et je rentre le mardi suivant."* Il avance que ce rythme lui permet de passer plus de temps en famille comparé à l'époque où il partait chaque semaine en tant que salarié. De retour en France, il s'occupe de la partie administrative avec l'aide d'un expert-comptable. *"J'ai trouvé un équilibre"*, confie-t-il.

Un fonctionnement économique bien rodé

Pour rentabiliser chaque voyage, il s'assure d'avoir des trajets retour, grâce à trois bourses de fret : Teleroute, B2P et Timocom, sans oublier de faire le plein en Grèce, où le carburant est moins cher. *"Comme je n'ai qu'un seul camion, il faut qu'il rapporte. Je fais en sorte de le charger au maximum, même si cela me prend du temps. Et je fais preuve de souplesse pour les retours, je peux aller livrer n'importe où"*, précise-t-il.

L'entrepreneur se félicite de pouvoir aussi compter sur les Transports Lévêque (18) pour stocker des marchandises en cas de besoin. *"Avec un seul camion, j'ai réalisé 225 000 euros de chiffre d'affaires l'an passé et, cette année, je devrais avoisiner les 300 000 €, alors que, chez mon ancien patron, mon camion ne générait que 120 000 € par an"*, annonce-t-il fièrement.

"Je veux dire aux jeunes que si l'envie est là, il faut tenter"

Même s'il ne manque pas de préciser : *"C'est du chiffre d'affaires, pas du bénéfice. Je ne suis pas riche, mais je parviens à gagner correctement ma vie."* Pasquale Gurgorglione est un homme heureux. *"J'aime mon métier, mais plus que les camions, ce qui me passionne, c'est la route et les voyages."* Le dirigeant reste cependant préoccupé par l'avenir du transport routier.

"Beaucoup d'entreprises ont déposé le bilan récemment. Sur les réseaux sociaux, je vois beaucoup de commentaires décourageant les jeunes de se lancer dans le transport, regrette-t-il. Je veux leur dire que, si l'envie est là, il faut tenter. C'est possible de créer son entreprise et de s'en sortir, j'en suis la preuve vivante. Je me suis lancé seul et je suis fier de ce que j'ai accompli."

“Nous avons besoin que SNCF réseau nous fasse enfin de bons sillons” : Rémy Crochet, Pdg de Froidcombi

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stratégie de Froidcombi, opérateur ferroviaire sous température dirigée. Son PDG déplore le manque de sillons de qualité de la part de SNCF Réseau. Malgré cela, l'entreprise reste rentable et mise sur le report modal pour l'avenir du transport.

✨ Synthèse IA ✨

29 octobre 2025 Marc Fressoz Politique & réglementation 0



Filiale commune de Stef, d'ID Logistics et de la SNCF, l'opérateur ferroviaire de combiné rail-route Froidcombi trace discrètement sa route en ouvrant une nouvelle ligne. Son PDG, Rémy Crochet, explique sa stratégie pour satisfaire ses clients transporteurs et assurer une rentabilité toujours au rendez-vous. Une exception...

Transport Info : Dans le secteur du transport combiné, Froidcombi n'est pas l'acteur le plus connu. On l'associe uniquement au groupe SNCF, alors que de grands acteurs sont présents au capital. Qu'en est-il exactement ?

Rémy Crochet : En effet, Stef et ID Logistics détiennent 51 % des parts de Froidcombi, tandis que la SNCF,

par l'intermédiaire de Rail Logistics Europe, en possède 49 %. Cette clé de répartition s'est inversée depuis la création de la société en 1998.

ID Logistics est un client historique, présent dès le démarrage à travers La Flèche Cavaillonnaise (84), tandis que Stef apporte son expertise et sa crédibilité vis-à-vis du marché du froid. Froidcombi, dont les clients se composent uniquement de transporteurs routiers utilisant des caisses mobiles, illustre une combinaison du secteur privé et du secteur public qui fonctionne bien.

TI : Votre activité se limite-t-elle au froid ?

RC : Nous sommes le seul opérateur ferroviaire à faire circuler à 140 km/h en France des produits sous température dirigée, des fruits et légumes, des produits frais, des produits surgelés. Mais nous faisons également de la messagerie, qui nécessite un transit time très serré avec des arrivées très tôt le matin pour permettre aux colis d'être redispachés sur des petits porteurs et livrés chez des particuliers dans la journée. Et nous complétons toute cette activité avec des flux industriels.

“Froidcombi est un opérateur qui, depuis sa création, n'a jamais perdu d'argent.”

Axée uniquement sur les fruits et légumes, notre activité pourrait n'être que saisonnière. Or, cet équilibre permet de remplir des trains tout au long de l'année et dans les deux sens. Dans le transport combiné rail-route, nos métiers sont faits de charges fixes et le taux de remplissage est le nerf de la guerre. À ce sujet, je dirais que nous sommes aux alentours de 90 % de remplissage. Froidcombi est un opérateur qui, depuis sa création, n'a jamais perdu d'argent...

TI : Quels sont les autres ingrédients de votre recette ?

RC : Je ne crois pas qu'on puisse dire que le froid est une activité mieux valorisée que les autres. C'est la combinaison de tout un ensemble : la rapidité de nos navettes qui permet un meilleur transit time, ou encore notre profil multiactivité, qui offre un haut niveau d'expertise.

Pour garantir la qualité de service, nous avons des équipes et des astreintes tous les jours et toutes les nuits, qui suivent les trains, qui mettent la pression sur SNCF Réseau et l'entreprise ferroviaire Cap Train.

“Nous n'avons pas vocation à être transporteurs routiers.”

C'est un combat continu et permanent pour essayer de faire en sorte que la qualité soit la meilleure possible. Une proximité avec les différents partenaires est indispensable. Cultiver celle-ci avec nos clients transporteurs routiers est aussi un élément essentiel. Ce sont eux qui gèrent leur pré- et post-acheminement, car nous n'avons pas vocation à être transporteurs routiers.

TI : Vous êtes présent sur l'axe nord-sud, où vous venez d'ouvrir une nouvelle liaison. Laquelle ?

RC : Nous faisons d'abord deux trains quotidiens Avignon-Paris et Paris-Avignon, soit deux allers et retours par jour, ainsi qu'un aller et retour tous les jours entre Avignon et Dourges (62). Et depuis le 1^{er} septembre, Froidcombi exploite une nouvelle liaison aller et retour quotidienne entre Arles et Lille.

TI : Pourquoi Arles ?

RC : Le terminal d'Avignon est totalement saturé et Arles offre l'opportunité d'utiliser un terminal tout neuf que son exploitant, le groupe Combronde, vient juste d'ouvrir.

“Nous avons besoin de consolider notre position sur l'axe nord-sud avec ce train Lille-Arles.”

Il me semblait opportun que Froidcombi puisse développer un produit différent en se positionnant sur une destination nouvelle plutôt que d'entrer en concurrence avec d'autres confrères si nous étions allés à Miramas.

TI : Comptez-vous utiliser la voie fluviale pour toucher le port de Marseille ?

RC : Nous ne faisons pas d'activité liée au transport maritime, contrairement au groupe Combronde, qui va pouvoir développer la sienne. Chacun son métier, et c'est la raison pour laquelle nous nous sommes entendus avec le groupe Combronde. Aujourd'hui, nous avons besoin de consolider notre position sur l'axe nord-sud avec ce train Lille-Arles. Nous avons confiance dans ce produit qui monte régulièrement en puissance. Nous sommes certains que ça va marcher.

TI : Comment cela va-t-il se traduire cette année ?

RC : En 2025, nous estimons pouvoir faire 75 000 UTI avec à peu près 40 millions de chiffre d'affaires, un chiffre en croissance de 18 %, porté évidemment par l'ouverture de ce nouveau train.

“Je suis persuadé que le transport combiné, c'est le futur.”

Il faudra attendre un peu pour comparer sur une année pleine. Nous n'avons pas accueilli de nouveaux clients, la hausse de l'activité provient de transporteurs routiers qui nous remettent davantage de caisses.

TI : Avez-vous songé à vous positionner pour récupérer du trafic à la suite de l'abandon du train des primeurs ?

RC : Les trafics de ce train s'opéraient depuis Perpignan vers Rungis, un axe sur lequel nous ne comptons pas nous positionner. Aujourd'hui, nous nous concentrons en priorité sur Lille-Arles et réfléchissons à la suite, sans que rien ne soit arrêté ni décidé. Nous essayons de trouver des partenaires sur l'international pour aller éventuellement sur d'autres zones géographiques que les nôtres.

TI : Comment voyez-vous le marché évoluer ?

RC : Je vais parler avec ma casquette de président du GNTC : je suis persuadé que le transport combiné, c'est le futur. On observe de plus en plus de chargeurs à la recherche de solutions alternatives à la route.

“Notre principale préoccupation, c'est la multiplication des catastrophes naturelles engendrées par le changement climatique.”

On sent vraiment une volonté de faire du report modal. Mais il faut que la partie terminaux et la partie sillons progressent. On a besoin d'agrandir, de moderniser et de créer de nouveaux terminaux et que SNCF Réseau nous fasse enfin de bons sillons.

TI : Le réchauffement climatique est-il un problème pour le transport sous température dirigée ?

RC : Non, le matériel est adapté aux fortes chaleurs, la caisse mobile elle-même va consommer un petit peu plus de gasoil pour maintenir la température dirigée. Notre principale préoccupation, c'est la multiplication des catastrophes naturelles engendrées par le changement climatique. Cela devient un réel problème. La ligne de la Maurienne a été fermée un an et demi à cause d'un éboulement ; des inondations emportent les voies à certains endroits. On sent que tout incident est plus grave qu'avant.

Marc Fressoz

“L’avenir du transport propre doit reposer sur un équilibre entre donneurs d’ordre et transporteurs” : Guilhem Douls, dirigeant des Transports Douls (82)

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l’article par notre IA :

L’article traite du développement maîtrisé des Transports Douls, avec 6,4 M€ de CA. Le dirigeant prône un équilibre entre transition énergétique et viabilité économique, appelant les clients à soutenir les efforts pour un transport plus durable.

✨ Synthèse IA ✨

30 octobre 2025 Arnaud Ilié Stratégie & marchés 1



Guilhem Douls lors de la signature de son intégration à Tred Union.

Créée en 2011 à Canals (82), l’entreprise Transports Douls réalise aujourd’hui 6,4 millions d’euros de chiffre d’affaires. Son dirigeant, Guilhem Douls, défend un modèle de croissance maîtrisée, fondé sur la qualité de service, l’appartenance à un collectif et une transition énergétique pragmatique.

Transport Info : Comment résumeriez-vous votre parcours et l’évolution des Transports Douls ?

Guilhem Douls : J’ai eu la chance de rouler pour Patrick Galtier pendant cinq ans avant de devenir

entrepreneur. Mes débuts se sont faits dans la traction-citerne alimentaire, mais j'ai vite compris que ce modèle ne permettrait pas de dégager une rentabilité suffisante. Nous avons alors pris un virage vers le groupage, en particulier sur l'axe Midi-Pyrénées-Alsace-Lorraine, qui reste encore aujourd'hui d'actualité.

En 2018, nous avons racheté les Transports Le Merens (82), une société familiale, ce qui nous a permis de doubler nos effectifs. Puis, en 2022, après l'arrêt d'une activité qui ne répondait plus à nos attentes, nous avons immédiatement lancé une nouvelle branche frigorifique. À partir de 2023, nous avons fusionné toutes nos activités sous une seule entité. Aujourd'hui, Transports Douls, c'est 40 salariés, dont 30 conducteurs, et un chiffre d'affaires de 6,4 millions d'euros en 2024, en progression de 20 %.

TI : Quelle est aujourd'hui la répartition de vos activités et comment vous différenciez-vous sur un marché très concurrentiel ?

GD : Nous avons trois métiers complémentaires : environ 60 % de groupage industriel, 30 % de frigorifique et 10 % de vrac alimentaire. Cette polyvalence est un atout majeur, car elle nous permet de répondre à des demandes très variées, du transport de pommes à destination de l'Allemagne à celui de chocolat sous température dirigée, en passant par des flux industriels.

“Nous ne cherchons pas à être les moins chers, mais à garantir un service fiable et réactif.”

Nous desservons la France et plusieurs pays européens : Allemagne, Belgique, Luxembourg, Pays-Bas. Ce qui nous différencie, c'est avant tout la qualité du service. Nous adaptons le matériel aux besoins spécifiques de chaque client, que ce soit en benne, en tautliner ou en frigo. Cette flexibilité, alliée à une relation de confiance, nous a permis de défendre nos tarifs : d'abord avec une progression de + 5 à + 6 % en moyenne en 2023, puis un ajustement de + 2 à + 2,5 % en 2024. Nous ne cherchons pas à être les moins chers, mais à garantir un service fiable et réactif.

TI : Vous avez récemment intégré le groupement Tred Union. Qu'attendez-vous de cette adhésion ?

GD : Nous avons officiellement rejoint Tred Union en mars 2024. Ce choix a été motivé par l'envie de progresser collectivement. Dans ce réseau, on échange aussi bien avec des dirigeants de grandes structures que d'entreprises familiales, sans barrières ni concurrence directe.

“Les marges de notre métier sont extrêmement réduites, autour de 2 à 3 %.”

C'est une vraie richesse : partager des expériences, être accompagné face aux nouvelles normes, se sentir soutenu dans un secteur en constante évolution. Bien sûr, depuis notre adhésion, nous avons commencé à collaborer davantage avec certains membres, mais l'esprit avant tout, c'est l'entraide. Cela correspond parfaitement à notre vision : grandir, mais sans jamais perdre notre esprit familial.

TI : Vous êtes engagé dans la transition énergétique. Quelles actions concrètes avez-vous mises en place et quelles difficultés rencontrez-vous ?

GD : C'est un enjeu incontournable. Nous avons signé la Charte Objectif CO₂ et modernisé notre flotte, désormais 100 % Euro 6. Nous allons aussi installer des panneaux photovoltaïques sur notre site de Canals (82), et nous venons de réceptionner une cuve de carburant HVO pour alimenter certains de nos trajets, notamment vers l'Allemagne et pour des clients de l'agroalimentaire, qui l'exigent.

C'est un pas en avant important, mais la transition ne peut pas reposer uniquement sur les transporteurs. Les marges de notre métier sont extrêmement réduites, autour de 2 à 3 %. Si les clients veulent des transports « propres », il faut qu'ils acceptent de participer financièrement à l'effort. L'avenir du transport passe par cette mutation énergétique, mais il doit reposer sur un équilibre entre donneurs d'ordre et transporteurs.

Rachat : le groupe Reefer (Chéreau, Aubineau) s'empare du carrossier anglais Paneltex

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du rachat du carrossier anglais Paneltex par le groupe Reefer (Chéreau, Aubineau). Cette opération stratégique renforce l'ancrage européen du groupe dans la carrosserie frigorifique et marque une nouvelle étape dans son développement durable.

✨ Synthèse IA ✨

27 octobre 2025 La Rédaction Produits & services 0



Après Aubineau en juillet 2024, le groupe Reefer signe une acquisition de taille avec le carrossier anglais Paneltex. Spécialisée dans la carrosserie frigorifique (VUL, semi-remorques, kits de carrosserie...), cette société est active en Europe et à l'internationale, notamment aux Etats-Unis.

L'entreprise Paneltex, née en 1991, emploie près de 600 salariés. Son fondateur Christopher Berridge restera aux manettes de la marque depuis son siège de Hull situé dans le nord-est du pays.

Damien Destremau, président de Reefer se félicite de cette opération dont le montant de la transaction n'a pas été dévoilé. *"Cette acquisition marque une nouvelle étape dans la construction d'un groupe résolument tourné vers l'avenir souligne-t-il dans un communiqué. **Après Aubineau**, l'arrivée de Paneltex renforce notre vision : être un partenaire de confiance pour nos clients et contribuer activement à la transformation durable du transport frigorifique."*

Structuré aujourd'hui en LBO (Leveraged Buy Out) avec une quarantaine d'actionnaires managers, le groupe Reefer voit le jour en 2016 après le rachat de Chéreau par le fonds d'investissement Miura, déjà propriétaire du carrossier frigorifique espagnol SOR Iberica.

❄️ Le monde du surgelé

DS Restauration inaugure un dépôt taillé pour le frais et le surgelé

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'inauguration par DS Restauration d'un entrepôt de 55 000 m³ à Antigny, dédié au frais et au surgelé. Ce site performant améliore les flux logistiques, l'efficacité énergétique et le confort des salariés pour mieux desservir 7 450 clients.

✨ Synthèse IA ✨

AUBRY, JEAN-FRANÇOIS
|le 02/10/2025



© DS Restauration

Avec son nouveau dépôt SIRF basé à Antigny, le grossiste multirégional de la restauration renforce la chaîne du froid et améliore l'efficacité de ses flux. De quoi renforcer la disponibilité des produits, notamment sur le surgelé, qui joue un rôle clé dans son assortiment.

Fruit d'un projet ambitieux qui a nécessité 14 mois de travaux, le nouvel entrepôt SIRF de DS Restauration, implanté à Antigny (Vendée), est opérationnel depuis

septembre. Situé à seulement trois kilomètres de son ancien site de La Châtaigneraie, ce transfert s'accompagne d'un véritable changement d'échelle. Le bâtiment affiche 55 000 m³ de capacités de stockage en froid positif et négatif. Comptant pas moins de 25 quais de chargement, l'outil permet de fluidifier les flux et de soutenir la montée en puissance des volumes. « *Ce nouveau dépôt est un site à la hauteur de nos ambitions. Il incarne nos engagements vis-à-vis de nos clients, fournisseurs et collaborateurs en alliant performance opérationnelle, efficacité environnementale et confort de travail* », déclare Romuald Loiseau, directeur de la SIRF.

Avec près de 7 450 clients desservis sur dix départements, la SIRF se positionne comme un maillon stratégique pour alimenter la restauration collective et commerciale de la région. La préparation des commandes en marche en avant, les zones bi-températures et la flotte de véhicules équipés garantissent une maîtrise optimale de la chaîne du froid. Un atout déterminant pour sécuriser l'approvisionnement en glaces et surgelés, dans un contexte marqué par des pics saisonniers et une pression accrue sur les taux de service.

En parallèle, le nouveau site intègre aussi un showroom et une cuisine de démonstration, permettant aux fournisseurs et aux équipes commerciales d'animer des présentations produits.



© DS Restauration

Performance énergétique et conditions de travail au menu

Le dépôt se distingue aussi par ses choix techniques. La production de froid s'appuie sur le CO₂ et l'eau glycolée, couplés à une récupération de chaleur pour le dégivrage et le chauffage. L'ensemble est complété par 2 200 m² de panneaux photovoltaïques, capables de couvrir jusqu'à 15 % des besoins en froid, et par un éclairage 100 % LED. Des solutions qui s'inscrivent dans une logique de sobriété énergétique. Les équipes bénéficient également d'aménagements pensés pour l'ergonomie et la sécurité : transpalettes électriques, isolation phonique, bureaux réglables et espaces lumineux. Autant de choix destinés à améliorer l'attractivité des métiers de l'entreposage, tout en contribuant à la fiabilité des opérations.



© DS Restauration

Un lien étroit avec la restauration

En renforçant son outil logistique vendéen, le groupe, créé en 1968 par Yves Raison et aujourd'hui dirigé par sa petite-fille Anna Raison, confirme sa place de partenaire clé de la restauration hors foyer, qu'elle soit commerciale ou collective. DS Restauration compte plus de 25 000 clients actifs et totalise aujourd'hui un effectif de 1 000

personnes, réparties sur 5 dépôts (SIRF, DS Armorique, DISVAL, DS Rhône-Alpes et FRESCA) et 26 bases logistiques. Une ambition portée d'ailleurs par un chiffre d'affaires en forte croissance, qui s'est élevé à 453,5 M€ en 2024 (*pour mémoire, il s'établissait à 276 M€ avant Covid*). Les surgelés et les glaces continuent à jouer un rôle majeur, représentant 70 % du chiffre d'affaires 2024 du groupe.

Le nouveau dépôt SIRF en chiffres

© DS Restauration



Lieu : Antigny (85)

Capacité : 55 000 m³ en froid positif & négatif et
25 quais de chargement

Flotte : 83 camions bi-températures

Effectif : 270 salariés

Clients servis : 7 450 restaurateurs

Couverture : 10 départements (53, 44, 72, 49,
85, 79, 86, 17, 16, 33)

Clareton reprend les Transports Belleville (34)

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'acquisition des Transports Belleville (34) par le groupe Clareton. Cette opération permet à Clareton de renforcer son maillage régional en Occitanie dans le secteur du transport frigorifique.

✨ Synthèse IA ✨



Implanté à Thézan-lès-Béziers (34) et Montady (34), le groupe Clareton étend son maillage sur le territoire d'Occitanie en incorporant les Transports Belleville, acteur du transport routier depuis plus de 25 ans. Avec ses 60 salariés, Belleville, basé à Vendargues, dans l'Hérault, est lui aussi spécialisé dans le transport frigorifique. Cette acquisition fait monter le nombre de salariés du groupe Clareton, fondé en 2009, à 150 salariés, et son parc dispose désormais de 120 moteurs, nous précise notre confrère Transport Info. - MF

GXO renforce son positionnement dans le secteur du froid

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stratégie de GXO, qui renforce sa présence dans le secteur du froid pour répondre à la demande croissante en logistique sous température dirigée.

✦ Synthèse IA ✦

SOLUTION INTRALOGISTIQUE

» PRESTATAIRE

GXO RENFORCE SON POSITIONNEMENT DANS LE SECTEUR DU FROID

Soucieux d'affirmer sa place en tant qu'acteur de référence dans le domaine de la logistique sous température dirigée, GXO a développé une flotte en propre de camions frigorifiques et mène des investissements stratégiques que ce soit en termes d'infrastructures ou d'optimisation énergétique.

Présent sur le marché du froid en France à travers 9 sites dotés d'une capacité de quasiment 1 million de mètres cubes et 30 millions de colis préparés par an, le chiffre d'affaires de GXO sur ce secteur (environ 10 % du CA France) le place parmi les premiers acteurs sur le territoire. « Etant donné ce positionnement, nous voyons l'intérêt d'investir sur ce segment où nous observons des demandes croissantes de la part de nos clients », explique Vincent Ricci, directeur général de GXO France. Le prestataire pure-player de logistique

sur deux de nos sites. Nous investissons donc significativement sur notre outil de production dans ce marché », poursuit-il.

DES INVESTISSEMENTS RSE

GXO entend aussi mettre en avant sa capacité à réaliser du transport au départ de ses plateformes, avec 9 porteurs et près de 30 tracteurs en propre, pour livrer ses clients finaux (industriels et distributeur) en froid négatif. Des investissements ont été réalisés du côté des flottes de transport pour des combustibles plus propres,

d'initiatives venues répondre à l'enjeu de GXO aujourd'hui : bénéficier d'une place reconnue sur le marché du froid « en se positionnant comme une alternative opportuniste pour les clients à la recherche d'une démarche plus 'green' avec une offre intégrée en termes de transport ». ■

Charlotte Cousin

Le secteur de la logistique du froid représente environ 10 % du chiffre d'affaires de GXO.

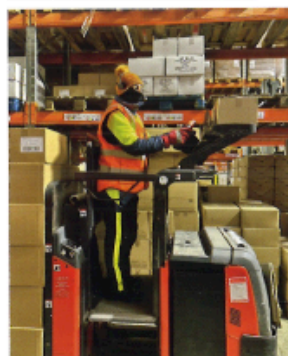


« NOUS VOYONS L'INTÉRÊT D'INVESTIR SUR CE SEGMENT DE LA LOGISTIQUE DU FROID OÙ NOUS OBSERVONS DES DEMANDES CROISSANTES DE LA PART DE NOS CLIENTS. »

VINCENT RICCI,
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE GXO FRANCE.

contractuelle a ainsi récemment investi sur une extension de 4 800 m² dont 3 200 m² de stockage en froid négatif sur un site de 15 300 m² à Sainghin-en-Mélantois dans le Nord - accueillant d'ores et déjà Picard - et étudie également une augmentation de ses capacités en région lyonnaise. La fin de l'année signera en outre la livraison d'un entrepôt neuf de 6 000 m² dans l'est de la France, à Duppigheim (67). « Nous menons d'autre part des projets de rétrofit

les tracteurs étant tous éligibles HVO : « Nous investissons aussi sur la technologie des groupes froids en tant que telle : variateurs de vitesse, compresseurs, pompes... Et nous avons mis en place des systèmes d'IA pour piloter et optimiser le fonctionnement des installations à distance en fonction du maintien en température nécessaire afin de diminuer au maximum la consommation des groupes ». Autant



GXO mène des investissements significatifs sur son outil de production dans le marché du froid.

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



Top 100 de l'agroalimentaire : Danone, Andros, McCain... Qui sont les gagnants et les perdants de notre classement exclusif ?

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du classement 2024 des 100 premiers groupes agroalimentaires. Malgré la stabilité globale du CA, certaines entreprises comme Valentin Traiteur se distinguent par leur forte croissance. Le secteur reste impacté par la consommation atone et les arbitrages des ménages.

✨ Synthèse IA ✨

Pour la deuxième année, LSA dévoile son classement exclusif des 100 premiers industriels de l'alimentaire en France en 2024. Un état des lieux d'un secteur en prise directe avec les aléas de la grande distribution et les arbitrages financiers des ménages français. Entre inflation et changement des habitudes de consommation, ils s'adaptent à la nouvelle donne.

François Biaggini

02 octobre 2025 \ 08h00

5 min. de lecture



© ANTOINE REPESSE/ McCain

McCain Alimentaire a gagné 10 places dans le top 100 de l'agroalimentaire en 2024 par rapport à 2023 et remonte à la 67e place.

Les faits marquants

- **23 groupes et ETI du Top 100** réalisent plus de 1 milliard d'euros de CA dans l'alimentaire en France au cours de leur dernier exercice clôturé en général en 2024, mais aussi en 2025 notamment pour Bonduelle, Pernod Ricard ou Labeyrie Fine Foods.
- **Si Lactalis, Bigard et LDC** forment toujours le trio de tête, le discret Valentin Traiteur décroche cette année la médaille d'or de la croissance, avec une progression de près de 60 % en 2024.
- **16 % des groupes** et ETI du Top 100 LSA ont enregistré une croissance de leur CA supérieure ou égale à 10 % en 2024 et un gros quart (28 %) ont vu leurs ventes reculer.

Pas si simple d'établir le classement des principaux acteurs de l'industrie agroalimentaire (IAA) français. LSA publie ici la deuxième édition de son Top 100 exclusif basé sur les seules activités alimentaires en France. Si la majorité des entreprises et groupes, 60 pour être exact, ont accepté de jouer le jeu de la transparence en nous transmettant leur chiffre d'affaires, pour d'autres, il a fallu faire preuve d'imagination. Éplucher des pages de comptes sociaux déposés aux greffes des tribunaux de commerce, recouper les articles de la presse régionale, compiler les données de marché des panélistes pour reconstituer le plus précisément possible les activités des plus discrets. À croire que les CA d'Andros, de Sources Alma, de Norac Foods ou des vins Bernard Magrez sont aussi secrets que la recette du Coca-Cola !

Globalement, les champions ont réalisé en 2024 des ventes cumulées de 91,7 milliards d'euros, soit un gros tiers des 250 milliards générés par le premier secteur économique français, comme le rappelle l'Association nationale des industries alimentaires (Ania). Les ventes des 100 premiers groupes et entreprises ont gagné 1,3 %. « *Le chiffre d'affaires des industries agroalimentaires s'est stabilisé en 2024, après trois années de forte croissance, alors que celui de l'ensemble de l'industrie manufacturière diminue de 0,6 % en 2024* », constate de son côté Agreste, le pôle statistique du ministère de l'Agriculture.

Si 15 des champions ont vu leurs ventes progresser de plus de 10 %, à l'inverse, 28 ont publié un CA en baisse. « *Il est intéressant de voir que certains industriels ont bien tiré leur épingle du jeu, en dépit d'une consommation qui reste en berne et d'un climat très anxiogène* », explique Frédéric Fessart, associé chez EY-Parthenon. Il reconnaît en effet que « *le prix n'explique pas tout ce qui se passe dans l'évolution des modes de consommation des ménages français* ». Les produits plaisir, les réseaux de proximité, la restauration ou encore le bio sont autant de « *poches de surcroissance* » que certains ont su investir. Les spécialistes de l'épicerie sucrée du Top 100 ont ainsi vu leurs ventes grimper de 5,6 %, preuve que la gourmandise échappe à la crise.

Les commentaires

1. Lactalis : pour la première fois, le géant le Laval passe la barre des 30 milliards d'euros de chiffre d'affaires mondial, s'imposant comme le 9e groupe alimentaire mondial. Il réalise désormais le tiers de son activité en Amérique du Nord, contre moins de 19% en France.

16. Ferrero France : après avoir repris Michel et Augustin fin 2023, l'inventeur du Nutella vient de prendre le contrôle de Carambar & Co, tout en dévoilant un important plan industriel en France. Aux États-Unis, c'est sur les céréales Kellogg qu'il vient de jeter son dévolu.

22. Groupe Le Duff : le terrain de jeu de Louis Le Duff ne cesse de grandir. Après avoir repris Lecoq Cuisine aux États-Unis et Panidor au Portugal en 2022, le boulanger breton s'est offert le néerlandais Pandriks et Laurent Bakery en Australie et en Nouvelle-Zélande en 2025.

29. Barilla France : la filiale tricolore du groupe parmesan a dévoilé cette année encore de bonnes performances. Il faut dire qu'elle a continué à investir massivement dans ses marques en dépit de la morosité. Troisième marché après l'Italie et les États-Unis, la France reste une priorité stratégique.

44. Cémoi : dans le giron du groupe belge Baronie, le chocolatier spécialiste de la MDD prévoit de moderniser ses chocolateries françaises, avec l'ambition d'augmenter ses ventes de plus de 30% d'ici à 2030 pour dépasser le milliard d'euros de chiffre d'affaires.

59. Maïsadour : et si, cette fois-ci, c'était la bonne ? Les groupes Maïsadour et Euralis sont entrés en discussion pour fusionner et créer un nouvel acteur coopératif régional qui pèserait près de 3 milliards d'euros de CA, confortant une position de leader dans le canard gras.

63. Ecotone : leader de l'épicerie bio en France, Ecotone bénéficie de la reprise des ventes du bio, et notamment dans la restauration (10 % de l'activité), un réseau dans lequel ses ventes ont bondi de 20 à 25 % l'an dernier grâce à des nouveaux partenariats dans la restauration rapide et l'hôtellerie.

85. Valentin Traiteur : en un peu plus de trente ans, Valentin Traiteur est passé de charcutier local à leader du traiteur frais sous MDD. Avec la reprise de Maison Bolard, il entre dans le Top 100 LSA, et ambitionne déjà de passer le cap des 400 millions d'euros d'ici à deux-trois ans.

98. Carambar & Co (CPK) : la cession de la chocolaterie Poulain de Blois à Andros aura certainement fini de convaincre Ferrero de racheter CPK – la maison mère de Carambar, Krema et Lutti – à la société d'investissement Eurazeo. Une nouvelle aventure pour ce fleuron de la confiserie hexagonale.

Méthodologie

Classement établi sur la base du CA du dernier exercice clôturé réalisé dans l'alimentation humaine, en France (hors export et activités internationales). Les données proviennent des entreprises qui ont répondu à notre questionnaire. À défaut, elles sont issues des rapports d'activité, des sites officiels ou des comptes sociaux. Pour certaines sociétés, nous présentons des estimations issues de diverses sources. Les CA des groupes internationaux sont en euros (selon le taux de référence annuel moyen de la BCE), mais les évolutions en monnaies locales pour s'affranchir des effets de change. À noter que les CA 2024 ont été retraités à partir des données transmises par les entreprises pour cette édition, ce qui peut affecter le classement de l'an dernier, et donc les évolutions relatives dans le palmarès 2025.

Lactalis, toujours en tête du classement

Sans surprise, et depuis plusieurs années déjà, Emmanuel Besnier reste l'homme clé de l'alimentaire français. Son groupe familial Lactalis se classe encore à la première place du Top 100 LSA. Affichant une croissance de 1,3 %, ses ventes tricolores s'établissent à 5,7 milliards d'euros, soit près de 19 % des ventes du groupe très internationalisé. En 2025, le numéro un mondial des produits laitiers maintient la pression « *dans un marché sous tension, marqué par des guerres commerciales, des incidents climatiques et quelques maladies* », observe Jean-Marc Bernier, directeur général de Lactalis France, en annonçant vouloir investir 1 milliard d'euros d'ici à 2030 pour moderniser ses 69 sites français.

Bigard, le géant de la viande, avec ses filiales Charal et Socopa, occupe la deuxième place, avec des ventes estimées en repli de 6,8 %, en raison de la baisse quasi continue de la consommation de viande bovine depuis deux décennies. Il devance d'une courte tête LDC, un autre leader des protéines animales, confronté, à l'inverse, à l'essor de la consommation de volaille. « *Notre stratégie de reconquête des volumes et les rachats d'entreprises, six sur l'exercice, dont le traiteur Pierre Martinet, nous ont permis de dépasser nos objectifs* », s'est félicité Philippe Gelin, président du groupe, lors de la présentation des résultats annuels. Le bras industriel du Groupement Mousquetaires, Agromousquetaires, arrive au pied du podium de tête, avec des ventes estimées en recul de 1,5 %. En 2025, le spécialiste des MDD annonce poursuivre son recentrage sur les produits bruts et le végétal, tout en engageant la cession de 8 de ses 55 usines jugées comme « non stratégiques ».

Émergeant au 6^e rang du palmarès 2025, le groupe Agrial confirme sa place de premier acteur coopératif de l'alimentaire. Le propriétaire de Florette, Soignon, Pavé d'Affinois ou Loïc Raison réduit son écart avec Nestlé France, toujours 5^e. L'empreinte hexagonale du géant suisse ne cesse de s'éroder au gré des cessions d'actifs (Herta en 2019, Mousline en 2022, pizzas Buitoni en 2023, Naturnes en 2024), et en attendant une possible sortie des eaux minérales françaises et européennes.

Plus bas dans le classement, après Altho l'an dernier, le propriétaire des chips Breys, c'est au tour d'une nouvelle ETI de créer la surprise. Le discret Valentin Traiteur signe la croissance la plus spectaculaire du Top

100, tout en faisant une entrée à la 85e place. Avec la reprise de Maison Bolard, le groupe roannais a vu ses ventes s'envoler de près de 60 %, soit une hausse de 110 millions d'euros en un an, confortant sa position de « *premier fabricant français de produits traiteur frais au service des marques de distributeur* », comme le souligne Emmanuel Brochot, son président. Sa croissance devance celle de Red Bull France, la marque star des energy drinks, le troisième segment des BRSA, derrière les colas et les jus de fruits, avec une hausse de près de 20 % en GMS. Et même celle de Barry Callebaut, spécialiste suisse du cacao, une matière première ultra-inflationniste.

Le groupe coopératif Terrena gagne deux places et enregistre la plus belle progression de chiffres d'affaires en millions d'euros, profitant de l'OPA réalisée sur Tipiak à l'été 2024, pour ajouter près de 230 millions d'euros d'activités proforma, tout en mettant la main sur une belle marque, spécialiste des mélanges céréaliers et des surgelés. À l'inverse, Olga cède plus de 10 % de CA, notamment en raison de la revente de son pôle traiteur à la société Ariv, pour mieux se concentrer sur l'ultrafrais laitier et végétal, en France, mais également à l'international.

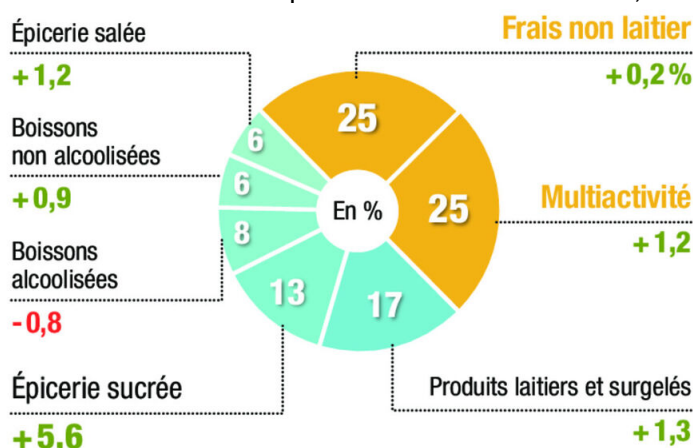
Période de rationalisation

Ces opérations sont assez symptomatiques de ce que traversent les groupes à l'échelle de la planète. L'industrie alimentaire mondiale connaît en effet une intense période de transition et de rationalisation. « *Sous la pression d'actionnaires activistes ou des marchés financiers, le secteur est à nouveau entré dans une phase de recentrage sur ses métiers à plus forte croissance et meilleure marge* », constate Frédéric Fessart. Les revues de portefeuille s'accroissent, et les opérations de cession d'actifs non prioritaires se précipitent chez les groupes cotés. Introduction en Bourse des glaces pour Unilever, filialisation des eaux européennes pour Nestlé, scission de Kraft Heinz après celle de Kellogg...

Ce sont autant d'opportunités que ne manqueront pas les groupes familiaux, comme Ferrero, Mars ou Lactalis, pour se renforcer ou partir à la conquête de nouveaux territoires. « *Ils ont une super fenêtre devant eux pour faire de belles acquisitions, car les fonds d'investissement ont moins d'appétit à l'achat* », note l'expert en stratégie. Des grandes manœuvres qui ne devraient pas épargner la France, d'autant que les groupes familiaux sont en forme. En 2024, leur CA a progressé de 2,3 %, quand celui des entreprises en Bourse ou détenues par des investisseurs recule légèrement.

Classement par secteurs d'activités : l'épicerie sucrée ne mollit pas

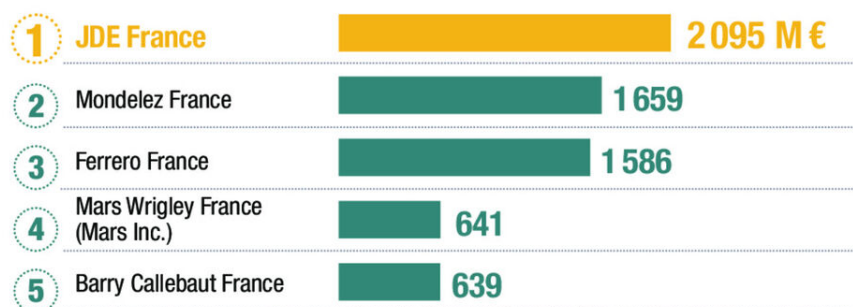
Part du CA cumulé du Top 100 2024 selon le secteur, et évolution vs 2023, en %



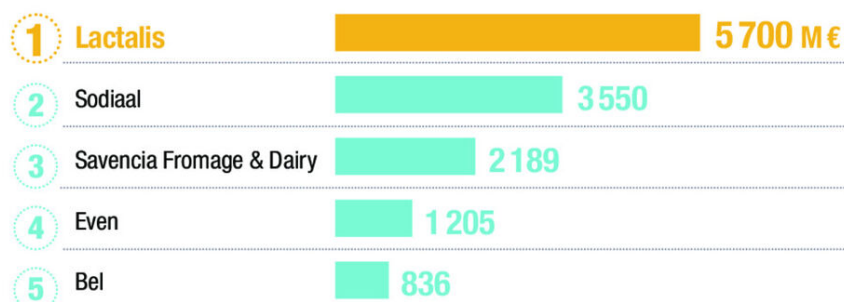
- Top 5 de l'épicerie salée (CA 2024 France en M €)

1	Barilla France	819 M €
2	Bonduelle	741 ⁽¹⁾
3	Mars Petcare & Food France (Mars Inc.)	724
4	Lesieur (Avril)	722
5	Panzani	552

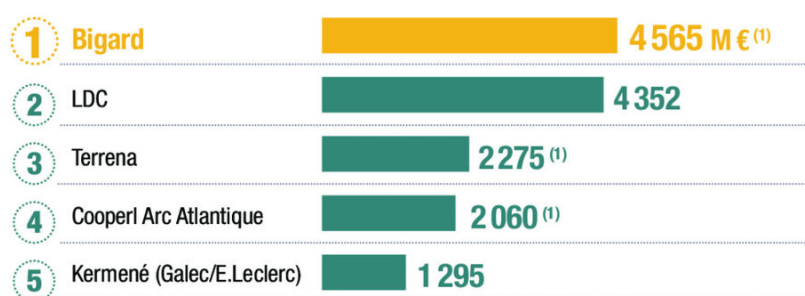
- **Top 5 de l'épicerie sucrée (CA 2024 France en M €)**



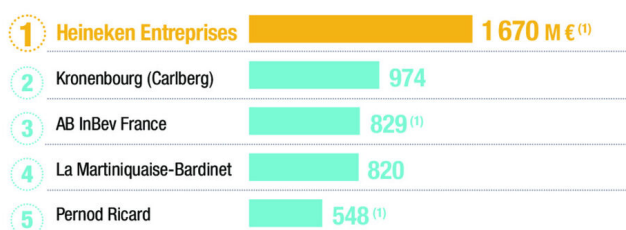
- **Top 5 des produits laitiers et surgelés (CA 2024 France en M €)**



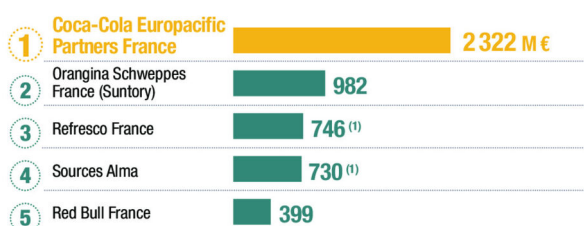
- **Top 5 des produits frais non laitier (CA 2024 France en M €)**



- **Top 5 des boissons alcoolisées (CA 2024 France en M €)**



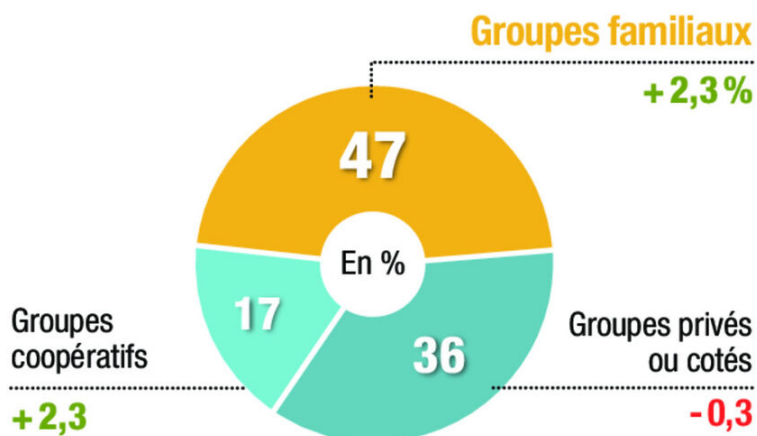
- **Top 5 des boissons sans alcool (CA 2024 France en M €)**



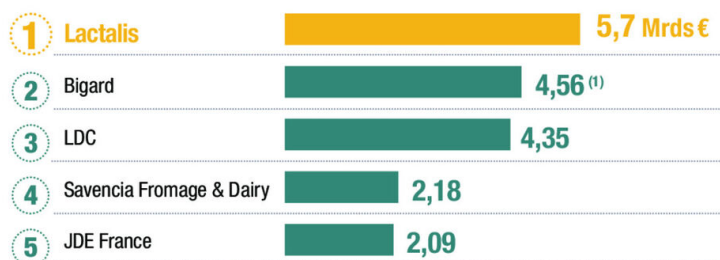
- **Top 5 des entreprises multiactivité (CA 2024 France en M €)**

Classement par statuts d'entreprises : les groupes familiaux mènent la danse

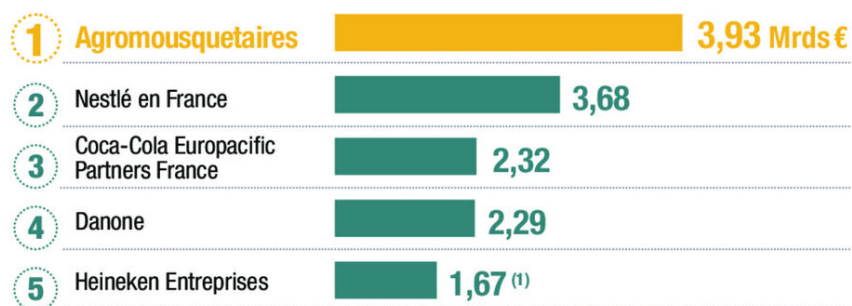
Part du CA cumulé du Top 100 2024 selon le statut, et évolution vs 2023, en %



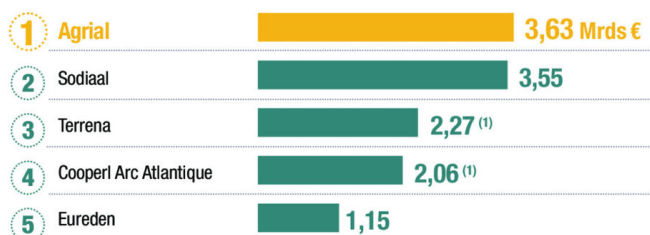
- Top 5 des groupes familiaux (CA 2024 France en Mrds €)**



- Top 5 des groupes privés/cotés (CA 2024 France en Mrds €)**








- Top 5 des groupes coopératifs (CA 2024 France en Mrds €)**








Classement des évolutions de CA : Valentin Traiteur explose les compteurs

- **Top 5 des plus fortes progressions de CA** (évolution en % et CA 2024 France en M €)

1	Valentin Traiteur		+57,9%	à 300 M €
2	Red Bull France		+27,2%	à 399 M €
3	Barry Callebaut France		+26,5%	à 639 M €
4	McCain Alimentaire		+20,3%	à 389 M €
5	Cafés Méo		+19,9%	à 258 M €

- **Flop 5 des plus fortes baisses de CA** (évolution en % et CA 2024 France en M €)

1	Carambar & Co	-12,9%		à 238 M €
2	Moët Hennessy (LVMH)	-11,2%		à 410 M €
3	Olga	-10,6%		à 311 M €
4	PepsiCo France	-9,4%		à 1027 M €
5	Arterris	-8,6%		à 374 M €



Charcuterie : un quart des entreprises dans le rouge, selon la Banque de France

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la situation financière des entreprises de charcuterie. Selon la Banque de France, un quart d'entre elles sont déficitaires. Le secteur, majoritairement constitué de PME, souffre de marges faibles et appelle à une meilleure répartition de la valeur.

✨ Synthèse IA ✨

Suite à la publication de l'étude 2025 de la Banque de France à propos de la situation économique des entreprises de charcuterie, la FICT (Fédération Française des Industries Charcutières) alerte la distribution et les pouvoirs publics et pointe du doigt les difficultés multiples liées notamment aux financements et aux renouvellements des générations.

Charlotte Barriquand

03 octobre 2025 \ 11h41

2 min. de lecture



© 123RF

L'OFPM (Observatoire de la formation des prix et des marges) a montré dans sa dernière étude que la distribution avait un taux de marge nette sur le rayon de charcuterie de 8,2%, soit 7 fois plus que la moyenne des rayons étudiés (1,1%).

Pour la treizième année, la Banque de France publie son rapport concernant la santé économique des entreprises de charcuterie. Pour rappel en 2023 (dans l'étude publiée en 2024), 30% des entreprises de charcuterie étaient déficitaires notamment à cause de la conjoncture et des coûts de production particulièrement élevés. Cette année (donc selon les données 2024), l'étude montre qu'un quart d'entre elles sont déficitaires. Un chiffre encore bien trop élevé pour la Fédération des Industries Charcutières (FICT).

Des marges trop basses pour les entreprises mais élevées pour la GMS

"Le résultat courant avant impôts moyen du secteur n'est que de 2%, contre 3,9% pour (l'ensemble) des industries agroalimentaires soit une baisse de 30% par rapport à 2020", détaille la FICT dans un communiqué de presse. Un chiffre qui ne serait pas suffisant pour permettre aux entreprises du secteur de financer leur modernisation et transitions écologiques et énergétiques. S'ajoute à cela des marges trop faibles pour le secteur, alors qu'elles sont au contraire très élevées sur côté de la GMS. C'est que ce mettait en lumière le dernier rapport de l'Observatoire de la formation des prix et des marges : la distribution avait en 2023 un taux de marge nette sur le rayon charcuterie de 8,2%, soit 7 fois plus que la moyenne des autres rayons frais étudiés qui tournaient eux autour de 1,1%.

Besoins d'investissements

Pourtant, cette mauvaise santé du secteur est mise en lumière alors que les entreprises de charcuterie ont plus que jamais besoin de se renouveler avec des dirigeants d'entreprises qui ont pour quasiment 40% plus de 60 (vs 19% pour l'ensemble de l'industrie agroalimentaire). Mais le renouvellement est aussi lié à la modernisation, aussi bien des outils que de la production en elle-même. En effet, "83% d'entre elles ont plus de 20 ans d'ancienneté", précise la FICT dans son communiqué. Un enjeu de taille pour des entreprises qui sont en grande majorité des PME familiales, indépendantes et qui ont malgré tout besoin de rester compétitives sur un marché concurrentiel. Elles font également face, comme l'ensemble de l'industrie alimentaire, à de grands besoins d'investissements pour répondre au défi de la transition écologique. Mais pour décarboner, changer ses lignes de conditionnement ou encore investir pour optimiser la gestion de l'eau, encore faut-il dégager des marges. Une sorte de cercle vicieux qui pousse Christiane Lambert, présidente de la FICT à en appeler "à la responsabilité des distributeurs afin qu'ils tiennent compte de la grande fragilité des entreprises de charcuterie lors des prochaines négociations commerciales et qu'ils cessent de contourner les lois EGALIM et de commercialiser toujours plus de produits de charcuterie étrangers (20% des références en rayon selon l'étude INAPORC de 2024). J'en appelle également aux pouvoirs publics, pour alléger les charges pesant sur les entreprises et faciliter les reprises, notamment en maintenant le pacte Dutreil, levier indispensable pour assurer la transmission du patrimoine industriel. Sinon, c'est un maillon essentiel de la transformation des viandes qui sera affaibli durablement, avec des conséquences sur le long terme pour l'ensemble de la filière".



Viande de boeuf : Charal expérimente un modèle d'élevage plus vertueux et plus rémunérateur

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la démarche Herbo'Pacte de Charal, visant un élevage bovin plus durable et rémunérateur. Le programme associe races rustiques et filière courte. Objectif : produire une viande française de qualité, avec un meilleur revenu pour les éleveurs.

✨ Synthèse IA ✨

Depuis plus de vingt ans, le leader du secteur travaille sur sa filière Herbo'Pacte. Celle-ci répond à une double exigence : proposer une viande de bœuf de qualité, française, tout en assurant un élevage plus vertueux et rémunérateur pour les producteurs.

Charlotte Barriquand

04 octobre 2025 \ 08h00

6 min. de lecture



© CHARAL

La démarche Herbo'Pacte a pour objectif de développer l'élevage de bovins issus de croisements entre vaches laitières et races rustiques angus ou hereford, en association avec l'Inrae depuis 2020.

Mardi 1er avril, sous le soleil normand du prestigieux domaine du Haras national du Pin dans l'Orne, au cœur de l'unité expérimentale de l'Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement (Inrae), quelques journalistes sont invités à découvrir un projet qui pourrait bien transformer la filière bovine française. Un projet d'ampleur, fruit de plus de vingt années de travail, qui a abouti à la création d'une filière, nommée Herbo'Pacte.

Déployée par la marque Charal, leader de la boucherie en France, propriété du très discret Groupe Bigard, cette filière a pour but de développer l'élevage de bovins issus de croisements entre vaches laitières et races rustiques, en association avec l'Inrae depuis 2020. Le résultat ? Des animaux plus petits, dociles, d'un poids maximum de 350 kg, élevés plus rapidement, avec une meilleure capacité d'adaptation aux conditions climatiques fluctuantes, et reconnaissables à leur robe noire parfois tachée de blanc. Ils tranchent avec le décor habituel des prairies de la région et leurs vaches normandes locales au pelage bringé et aux « lunettes » (taches foncées autour des yeux) marron.

Herbo'Pacte en chiffres

- 652 éleveurs engagés à fin 2024
- 4000 animaux élevés et abattus par an 1

- 10000 animaux par an comme objectif fixé d'ici à cinq ans

Source : Charal

La démarche Herbo'Pacte a pour objectif de développer l'élevage de bovins issus de croisements entre vaches laitières et races rustiques angus ou hereford, en association avec l'Inrae depuis 2020. Le résultat ? Des animaux plus petits, élevés plus rapidement, avec une meilleure capacité d'adaptation aux conditions climatiques fluctuantes, reconnaissables à leur robe noire parfois tachée de blanc.

Mais pourquoi l'existence d'une telle démarche ? L'idée est partie de plusieurs constats. D'abord, la filière des ruminants en France est insuffisante pour répondre à la demande. Le cheptel bovin hexagonal a perdu plus de 1 million de vaches depuis 2016, et de moins en moins de bêtes sont abattues. « *En cause notamment, les difficultés des éleveurs à trouver un équilibre économique, mais aussi le fait que les générations ne se renouvellent plus et qu'il devient de plus en plus compliqué de trouver de jeunes agriculteurs pour prendre la relève* », commente Luc Delaby, ingénieur de recherche à l'Inrae. De fait, aujourd'hui, près d'un quart de la viande consommée en France est importé, une proportion qui grimpe à 50 % dans le secteur de la restauration, face à une concurrence internationale qui ne fait qu'augmenter.

Parallèlement, les attentes des consommateurs évoluent. « *En France, la viande tient une place de choix dans nos traditions culinaires, mais les portions dans les assiettes des Français diminuent et ils recherchent de plus en plus des prix abordables* », fait remarquer Dorothée Bonnet, directrice des achats de bovins vivants pour Charal.

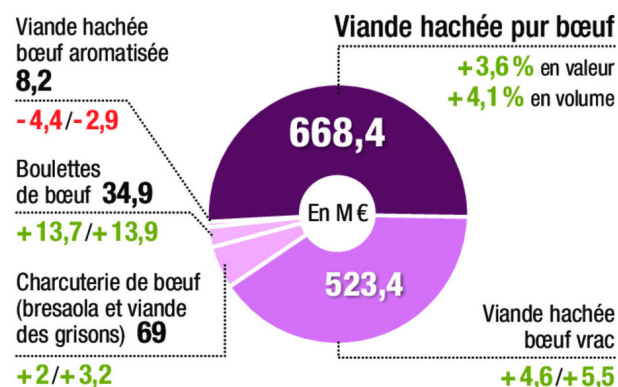
La taille des animaux a d'ailleurs augmenté au fil du temps grâce aux progrès de la génétique, les destinant majoritairement à la boucherie. S'ajoutent à cela les conditions climatiques rendant de plus en plus compliquées les conditions d'élevage des bêtes, qui doivent être davantage résistantes. « *Cela rend donc les vélages plus difficiles et apporte de mauvaises conditions de travail pour les agriculteurs, qui peinent parfois à vendre leur viande avec toutes ces fluctuations* », ajoute Dorothée Bonnet.

La viande de bœuf a le vent en poupe

- **+ 5,5 %** : l'évolution du chiffre d'affaires total de la boucherie et de la charcuterie de bœuf, à 1,31 Mrd €, + 5,3 % en volume

Le boom des boulettes

Chiffre d'affaires des différentes catégories de boucherie et charcuterie de bœuf, en M €, évolution en valeur et en volume vs A-1, en %



Source : Circana, CAM à P7 2025, total GMS

Une petite révolution

Alors, en 2003, Charal décide d'aller rencontrer les éleveurs afin de voir comment les pratiques pouvaient être améliorées. Parmi les pistes, celle d'une nouvelle race de viande est rapidement apparue comme l'une des plus sérieuses. « *En France, pourtant, nous aimons consommer de la viande de race pure, contrairement à nos*

voisins irlandais ou écossais, par exemple. Mais, avec l'ensemble de ces nouveaux enjeux et défis, nous avons eu l'idée d'essayer des croisements de race pour obtenir une viande de meilleure qualité, nourrie à l'herbe et moins chère », indique la responsable des achats de bovins vivants chez Charal. Soit des vaches laitières croisées avec des races rustiques angus ou hereford, une sorte de petite révolution.

Sur les 30 000 éleveurs français au total qui travaillent avec Charal, plus de 650 ont rejoint la démarche Herbo'Pacte, pour plus de 4 000 bovins produits dans le cadre de cette filière en 2024. Pour le moment, une petite manne sur les quelque 426 millions de tonnes de viande bovine produites par le Groupe Bigard en 2023 (dernier chiffre disponible), mais la marque continue de prospecter pour recruter des éleveurs.

Car les avantages sont nombreux. D'abord côté éleveurs, *« cela permet d'avoir une durée de l'élevage plus courte, entre vingt et vingt-quatre mois en moyenne contre vingt-huit pour des races plus classiques, précise Dorothee Bonnet. Cela est donc moins coûteux, plus sécurisant économiquement et moins chronophage, car les animaux sont autonomes dans les prés. Nous nous engageons aussi à l'achat des bêtes dès l'insémination, soit environ trois ans avant la date effective, pour donner de la visibilité aux éleveurs via un prix garanti et un contrat ».* Un avantage non négligeable puisque, actuellement, le prix d'achat est supérieur d'environ 25 % à la moyenne proposée par Charal aux autres éleveurs.

Ensuite, cela permet donc d'avoir des bêtes jeunes qui assurent une viande bien rouge comme le veulent les Français, de qualité régulière et de plus petite taille. Les vaches issues de la filière sont nourries exclusivement à l'herbe, donc garanties sans OGM. *« Rappelons que chez Charal, toutes nos viandes sont 100 % françaises. Herbo'Pacte est une filière qui défend les couleurs de l'élevage français et la qualité de la viande française. Nous savons que la qualité est le troisième critère le plus important, après le goût et le plaisir, pour les choix des produits alimentaires. Elle est citée à 74 % par les consommateurs. Et la provenance et l'origine des produits alimentaires sont aussi des critères importants »,* détaille Dorothee Bonnet. Elle fait référence à l'étude OpinionWay pour Charal, qui date de mars, et dans laquelle la provenance et l'origine ont été citées à 66 % dans les critères de choix pour la génération Y et celle des baby-boomers.

Gamme dédiée

Les animaux issus de la filière Herbo'Pacte sont valorisés au sein de la gamme Élevé au pâturage de Charal. Pour le moment, cela est loin de représenter la totalité des approvisionnements de l'industriel.



Préservation des prairies

Outre les nombreux intérêts économiques, l'enjeu est aussi environnemental. *« Herbo'Pacte permet de maintenir les prairies qui représentent 45 % du territoire agricole français. Elles sont un patrimoine naturel qui joue aussi un rôle clé : source d'alimentation pour les animaux, réservoir de biodiversité, régulateur naturel des flux d'eau et du climat, de la fertilité des sols, mais aussi d'absorption du CO2. Ce sont également des réservoirs*

de carbone. L'élevage, pratiqué sur une partie d'entre elles, contribue ainsi à préserver ce patrimoine précieux », énumère Dorothée Bonnet. Ces espaces jouent donc un rôle crucial, bien au-delà de l'alimentation des ruminants. « Les prairies aident à réduire l'usage des pesticides, préservent la santé des sols et la qualité de l'air... », corrobore Jean-Louis Peyraud, chargé de mission à la direction scientifique agriculture de l'Inrae.

Car, de son côté, le monde de la recherche a aussi mené, depuis 2020, sa propre expérimentation autour de l'élevage herbager, appelée Tripl'Scotch et basée au Haras national du Pin. « Nous avons choisi de travailler avec des vaches prim'holstein, normandes et jersiaises, et avec des taureaux angus, car ces derniers ont une grande capacité à valoriser l'herbe », explique Luc Delaby, de l'Inrae. Aujourd'hui, toutes les bêtes provenant de ces croisements Tripl'Scotch – en référence à l'Écosse d'où est originaire la race angus – sont réservées à Herbo'Pacte.

Plus généralement, l'ensemble des animaux issus de cette filière sont valorisés dans différents produits de Charal tels que les piécés et les steaks hachés, notamment dans la gamme dédiée Élevé au pâturage. Même si cela ne représente encore pas énormément sur le total des ventes de la marque, cela permet à l'industriel de proposer à ses consommateurs un produit « *plus engagé avec une viande provenant d'animaux ayant pâture une grande partie de l'année et étant majoritairement nourris à l'herbe. La démarche valorise un partenariat plus vertueux avec les éleveurs, et donc une démarche responsable. Enfin, il s'agit un produit plus engagé d'un point de vue bien-être animal et responsabilité environnementale grâce au mode d'élevage qui favorise le système extensif, au pré* », affirme Dorothée Bonnet.

En visant 10 000 animaux produits chaque année d'ici à cinq ans, Charal confirme son ambition d'installer Herbo'Pacte dans la durée. Une manière de redonner des perspectives aux éleveurs, tout en offrant aux consommateurs une viande française qui conjugue qualité, traçabilité et responsabilité. Comme un pacte d'avenir entre le champ, l'assiette... et la prairie.

Dorothée Bonnet, responsable des achats de bovins vivants chez Charal : « Herbo'Pacte est un modèle gagnant-gagnant pour les éleveurs et les consommateurs »



LSA - En quoi la filière Herbo'Pacte change-t-elle la donne pour la filière bovine ?

Dorothée Bonnet - Charal propose un modèle gagnant-gagnant avec Herbo'Pacte. Côté éleveurs, la filière valorise les prairies, garantit une rémunération dès l'insémination et simplifie le travail grâce à des races rustiques type angus et hereford, précoces et adaptées à l'élevage en plein air. Côté consommateurs, elle assure une viande persillée, riche en oméga 3 et issue d'animaux de petit gabarit, donc générant des portions

en phase avec les nouvelles attentes alimentaires. Enfin, sur le plan environnemental, ce choix redonne toute sa place à l'herbe : un levier clé de biodiversité et de stockage de carbone, au cœur de nos paysages agricoles.

Comment Charal garantit-il la crédibilité et la pérennité de cette démarche ?

D. B. - La filière repose sur un cahier des charges strict, couvrant plus d'une centaine de critères liés à l'identification, la santé, l'alimentation, le bien-être animal et l'environnement, contrôlés par des audits réguliers. Charal a aussi déployé des développeurs amont chargés de recruter et d'accompagner les éleveurs dans la transition. Les produits Élevé au pâturage se positionnent à un prix supérieur aux steaks hachés classiques, mais restent plus accessibles que le bio ou le Label Rouge, affirmant une promesse : rendre la viande plus durable et responsable, sans la réserver à une niche.



Face à la baisse de la demande, la viande d'agneau tente de se réinventer pour relancer les ventes

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la filière ovine confrontée à la baisse de consommation. Pour se réinventer, les acteurs misent sur des produits prêts à cuisiner, des campagnes de valorisation et l'origine France, espérant relancer l'intérêt des consommateurs.

✨ Synthèse IA ✨

Face à une demande affaiblie, notamment par la hausse des prix, l'agneau a du mal à trouver sa place en GMS. Pourtant, certains formats peuvent relancer les ventes.

Christian Capitaine

05 octobre 2025 \ 18h00

2 min. de lecture



© Archives/Laetitia DUARTE

À fin mai 2025, les ventes de viande d'agneau affichaient près de - 6 % en valeur sur douze mois et - 14 % en volume (boucheries traditionnelles et GMS), selon Worldpanel by Numerator.

La consommation de viande d'agneau, en France, reste en berne (depuis 2020, la baisse, structurelle, oscille entre 4 et 5 % par an, selon Worldpanel by Numerator). À fin mai 2025, les ventes affichaient près de - 6 % en valeur sur douze mois et - 14 % en volume (boucheries traditionnelles et GMS). C'est, d'abord, la conséquence d'une moindre disponibilité de l'offre en magasins : sur les cinq premiers mois de 2025, la production est en effet en recul de 8,5 % (après - 5,4 % en 2024 et une décroissance ininterrompue depuis quatre ans).

En cause : la fièvre catarrhale ovine non endiguée et les départs à la retraite d'exploitants qui ont été remplacés par des installations aux plus petits effectifs. Conséquence, le prix de la viande, qui a atteint un pic à Pâques (11€ kg de carcasse), a affecté la demande, observe-t-on chez l'Association nationale interprofessionnelle du bétail et des viandes (Interbev), notamment lors de la fête musulmane de l'Aïd, le 6 juin. De plus, « *échaudés par ces prix élevés, les ruptures d'approvisionnement et la baisse de la qualité, les points de vente ont peu mis l'agneau français dans leurs gammes été* », appuie François Frette, directeur de la section ovine d'Interbev.

Les chiffres

- - 5,9 % : l'évolution du CA de la viande d'agneau fraîche, à **486 M €**
- -14% : l'évolution des ventes en volume

Source : Interbev, d'après Worldpanel by Numerator, CAMàP5 2025, GMS et boucheries traditionnelles

- -8,5% : la baisse de la production française d'agneau
- -4% : la baisse des importations (Grande-Bretagne, Irlande...), pesant plus de 50% de la consommation française

Source : Interbev, CADàP5 2025

Succès dans le Nord

Autre facteur de repli cette année : les périodes de canicule du printemps et de l'été. « *Quand il fait chaud, on consomme globalement moins de viande*, constate Patrick Soury, président de la section ovine d'Interbev. *De plus, l'agneau, consommé en grillade à cette période de l'année, est concurrencé par la volaille et le porc, plus accessibles en prix.* » Et ce dernier d'ajouter : « *Certes, l'agneau reste une viande chère, qui ne peut pas lutter contre le poulet ukrainien ou brésilien. Mais si on sait la proposer aux consommateurs avec des grammages bien adaptés au porte-monnaie, elle permet de dégager autant de marge qu'avec les autres viandes.* »

Gabriel Sousa, manager du rayon école boucherie de l'enseigne Match, à Cambrai (Nord), peut en témoigner. Participant au programme initié par Interbev Nos clients changent, changeons l'agneau !, dans cinq régions (Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Hauts-de-France, Aura et Paca), il affirme, dans un document publié par l'interprofession : « *Nous avons transformé dans notre rayon l'agneau en petites portions, et ça a marché ! Nous avons alors déployé la démarche dans la région, et c'est un franc succès.* » Sa technique : proposer émincés, hachis, boulettes ou brochettes de poitrine... « *Nous avons travaillé la découpe pour que l'agneau soit joli, pour qu'il déclenche des ventes. Nous avons aussi intégré des légumes à nos préparations. Nos ventes affichent des progressions entre + 5 et + 25 %* », assure-t-il.

François Frette insiste : « *Tous les points de vente de la GMS qui s'appuient sur ce programme Nos clients changent, changeons l'agneau !* [on en compte notamment près de 650 en Nouvelle-Aquitaine, NDLR] *voient leurs volumes de ventes augmenter.* » Prochaine étape pour Interbev : aller prêcher la bonne parole dans les magasins du Grand Est, sa nouvelle région cible.

Tajine

Les préparations culinaires (ici un tajine) agrémentées de légumes, présentées en barquette, peuvent stimuler les ventes, selon Interbev.



Côtes filet

Moins classiques que les côtes « à manche » ou côtelettes, les côtes filet sont à la fois peu grasses et tendres.



Boulettes

Les préparations bouchères telles que les boulettes optimisent les marges en intégrant des ingrédients à plus faible valeur.





Les volailles et œufs Label Rouge renouent avec les volumes

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du rebond des ventes de volailles et œufs Label Rouge. Après une période difficile, la filière retrouve des volumes grâce à une demande croissante de qualité et de traçabilité de la part des consommateurs.

✨ Synthèse IA ✨

Après plusieurs années de crises (covid, influenza aviaire) qui ont favorisé les importations, le marché des volailles et des œufs français sous signes de qualité commence à reprendre des couleurs. Les professionnels du secteur ne cachent pas leur soulagement et partagent leurs ambitions pour retrouver les niveaux de 2019.

Charlotte Barriquand

08 octobre 2025 \ 07h30

3 min. de lecture



© Synalaf

Le Label Rouge est le signe de qualité le plus représenté parmi les volailles produites en France. Toutes espèces confondues, il représente 13% des volailles françaises.

La consommation de volailles et d'œufs en France ne cesse de progresser. Pour la première, ses volumes commercialisés sont en hausse de près de 4% depuis le début de l'année 2025, en particulier pour le poulet dont la consommation a bondi de 15% en 5 ans. Pour les œufs, la hausse est de l'ordre de 4,2% sur le début de l'année, tous modes d'élevages confondus. A la loupe, ce sont bien sûr les offres de volaille et d'œufs plutôt standards qui sortent leur épingle du jeu dans une logique d'inflation et de protection du pouvoir d'achat, mais cela n'empêche pas les français de continuer à se faire plaisir, avec notamment des produits avec des labels de qualité tels que le label rouge, IGP ou encore Bio.

De belles progressions mais loin des niveaux de 2019

C'est en tout cas la tendance que montrent les chiffres du Synalaf, le syndicat national des labels avicoles de France. "Sur le 1^{er} semestre 2025, les volumes commercialisés ont augmenté de 5% pour la volaille de chair fermières et de 9,5% pour les œufs, les deux en Label Rouge", commente Benoit Drouin, président du Synalaf et éleveur de volailles bio dans la Sarthe, à l'occasion d'une conférence de presse de rentrée. Une belle nouvelle pour la filière, qui attendait de pieds fermes des signes de reprise déjà amorcée en 2024.

Il y a 8 ans, la consommation de volailles en France était de 1,2 milliards. Nous en produisons les deux tiers. Aujourd'hui, la consommation est en hausse, de l'ordre de 1,4 milliards, mais la production n'en est plus qu'à 800 millions, dont 100 millions sous signe de qualité, quasi exclusivement en Label Rouge (90 millions et 10 millions en bio). *"Côté production en Label justement, en 2019, elle était montée à 102 millions. Elle a chuté de 15% entre 2021 et 2023 au plus fort de la crise. Depuis, on a récupéré 8%, à 88 millions, mais nous n'avons toujours pas retrouvé les volumes d'avant crises"*, regrette Benoit Drouin. Plus précisément pour les poulets fermiers Label Rouge, qui représentent la majorité des volailles labellisées, sont en hausse de 5% sur les six premiers mois de 2025, mais restent à 6% en dessous des niveaux de 2019.

Du Label Rouge moins cher que le standard

Un redémarrage dû aux nombreux atouts que possède la filière. D'abord, un label exclusivement français, un mode d'élevage spécifique totalement en plein air, mais aussi un prix plus attractif. *"A titre comparatif, un poulet entier label rouge coûte en moyenne 6,90€ le kilo en hyper et supermarché. C'est moins cher que le poulet standard découpé, qui sera plus autour de 7€ le kilo"*, détaille encore le président du Synalaf. En effet, puisque 70% du prix d'un poulet est lié à celui des céréales, dès que ce dernier baisse, le premier aussi. *"C'est ce qui se passe en ce moment"*, ajoute encore Benoit Drouin.

Ovoproduits et plan de communication sur 3 ans

Pour appuyer cette reprise, le syndicat appelle sans surprise à la création de nouveaux poulaillers, à l'instar de l'Association professionnelle des volailles de chair (Anvol) qui a partagé il y a quelques mois son ambition de construire 400 nouveaux poulaillers en 5 ans. Côté oeufs Label Rouge également, les ambitions sont grandes. *"Pour augmenter encore davantage les ventes, notre souhait est de nous diversifier dans la restauration hors foyer et l'industrie agroalimentaire en développant des ovoproduits. Pour le moment il y a beaucoup trop de contraintes à cela, nous demandons alors des simplifications"*, lance Jean-Christophe Rodallec, président de la commission œufs du Synalaf.

Enfin, le Synalaf dévoile une campagne massive de communication, cofinancées par l'Union Européenne à hauteur de 70%. Un plan d'action sur 3 ans en France, en Allemagne et en Belgique, qui explique *"en quoi les œufs et les poulets fermiers Label Rouge ne manquent pas d' "R", en référence au grand R du logo Label Rouge et au plein air, qui caractérise les élevages de ce signe officiel de qualité"*, décrit Maxime Godart, responsable de la communication du Synalaf. Alors, dès le 8 octobre, centres commerciaux, radios, restauration et grande distribution battront au rythme du poulet et des œufs Label Rouge.



Les PME-ETI agroalimentaires doivent investir 10 fois plus pour moderniser et décarboner leurs sites, d'après l'association Pact'Alim

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'alerte lancée par l'association Pact'Alim : les PME-ETI doivent investir massivement pour décarboner leurs sites. Dix fois plus d'efforts sont nécessaires pour moderniser leurs installations et répondre aux objectifs environnementaux.

✨ Synthèse IA ✨

Deux ans après une première étude sur leur poids économique, l'association nationale des industrie agroalimentaire Pact'alim et le cabinet Roland Berger dressent un constat préoccupant : les PME et ETI de l'agroalimentaire, qui génèrent 55 % du chiffre d'affaires et 62 % des emplois du secteur, accusent un retard préoccupant de modernisation.

Nicolas Monier

13 octobre 2025 \ 11h39

4 min. de lecture



© Bruno Levy

Karima Kaci et Jérôme Foucault, respectivement déléguée générale et président de Pact'alim.

Deux ans après un premier rapport, Pact'alim et Roland Berger alertent, de nouveau, sur la situation des PME et ETI agroalimentaires : ces entreprises, qui pèsent 55 % du chiffre d'affaires et 62 % des emplois du secteur, rencontrent un retard inquiétant en matière de modernisation. Pour combler ce déficit et engager la décarbonation de leurs procédés, il faudrait porter les investissements à un niveau dix fois supérieur à celui observé aujourd'hui. À défaut, la compétitivité française et la souveraineté alimentaire continueront de s'éroder. « *Nos PME et ETI sont le socle de la production alimentaire française, mais elles manquent cruellement de moyens pour moderniser leurs outils et décarboner leurs procédés* », a résumé Karima Kaci, déléguée générale de Pact'alim, lors de la présentation de la nouvelle étude à la presse.

Retard alarmant des PME-ETI

Ces entreprises — environ 6 000 structures réparties sur tout le territoire — représentent un chiffre d'affaires cumulé de 120 milliards d'euros, soit plus de la moitié de l'industrie agroalimentaire nationale. Elles emploient

près de 300 000 salariés et constituent un débouché pour près de 50 % de la production agricole française. Pourtant, leur appareil productif s'essouffle. *« L'âge moyen du parc industriel des PME et ETI agroalimentaires françaises atteint vingt-trois ans, contre dix-neuf ans pour la moyenne de l'industrie manufacturière nationale. En Allemagne, les équipements industriels, tous secteurs confondus, ont en moyenne neuf ans »*, a détaillé Alain Chagnaud, associé chez Roland Berger.

Parc industriel vieillissant

Cette obsolescence se traduit par un décrochage de rentabilité de 20 points par rapport à la moyenne des autres industries françaises et par une perte de 39 points de compétitivité avec la moyenne européenne, un écart qui a doublé depuis 2016. Les causes sont structurelles : sous-investissement chronique, hausse des coûts de l'énergie, normes multiples et faibles marges. Le taux d'investissement des industries agroalimentaires se situe à 5,8 % de la valeur ajoutée, contre 7,9 % pour l'ensemble des industries manufacturières françaises. Pour rattraper le retard, le cabinet Roland Berger évalue les besoins de modernisation et de décarbonation à 6 à 10 millions d'euros par entreprise, soit plus de 40 milliards d'euros cumulés pour l'ensemble du tissu productif. Ces dépenses recouvrent plusieurs volets : de 1 à 2 M€ pour le renouvellement des lignes de conditionnement, de 2 à 3 M€ pour la robotisation et la digitalisation de la production, et jusqu'à 4 M€ pour les équipements énergétiques (pompes à chaleur, chaudières biomasse, récupération de chaleur fatale, photovoltaïque).

Besoins d'investissement colossaux

« Si l'on compare ces besoins aux volumes d'investissement actuels — en moyenne 700 000 euros par an et par entreprise — il faudrait multiplier les efforts par dix pour revenir à un niveau de modernisation comparable à celui de nos concurrents européens », résume Alain Chagnaud. Les conséquences se lisent dans la balance commerciale. La part de marché française dans les exportations mondiales de produits alimentaires transformés est passée de 6 % en 2000 à moins de 4 % aujourd'hui, quand l'Italie et l'Allemagne gagnaient respectivement un et deux points. Sur la même période, les importations agroalimentaires ont progressé de +80 % pour les préparations à base de viande et de +30 % pour les produits laitiers fermentés. *« Moins d'investissement, c'est moins de compétitivité, et donc plus d'importations »*, souligne Alain Chagnaud. *« Nos PME-ETI sont les premiers transformateurs de la production agricole française ; si elles décrochent, c'est toute la chaîne de valeur qui s'affaiblit »*, renchérit Karima Kaci.

Impact négatif sur les exportations

Pour relancer l'investissement, Pact'alim propose la création d'un fonds sectoriel de 200 millions d'euros, destiné à cofinancer des projets combinant modernisation et décarbonation. Les financements seraient orientés vers les entreprises cumulant plusieurs critères : impact carbone mesurable, ancrage territorial, potentiel de compétitivité et capacité de cofinancement. *« Il ne s'agit pas de distribuer des subventions, mais de soutenir des projets productifs capables de générer un retour sur investissement tangible »*, précise l'étude. Le collectif recommande aussi un accès facilité à l'endettement productif, via garanties publiques, prêts bonifiés ou avances remboursables à long terme. Objectif : réduire le coût du capital de deux à trois points et rallonger la durée d'amortissement. *« Aujourd'hui, la capacité d'autofinancement moyenne des PME-ETI agroalimentaires est inférieure à 3 % de leur chiffre d'affaires. Sans mécanismes de financement adaptés, elles ne pourront pas investir à la hauteur des enjeux »*, alerte Jérôme Foucault, président de Pact'alim.

Propositions pour relancer l'investissement

Autre obstacle : le manque d'ingénierie. *« Beaucoup d'entreprises n'ont pas les compétences techniques pour concevoir et piloter ces projets de transition »*, Alain Chagnaud. Pact'alim plaide donc pour un programme d'accompagnement spécifique, sur le modèle des accélérateurs de Bpifrance, mais ouvert à des structures jusqu'à 100 millions d'euros de chiffre d'affaires. *« L'enjeu est de donner les clés techniques et financières à des dirigeants qui veulent investir mais ne savent pas toujours comment structurer leurs plans »*, insiste Karima Kaci. En conclusion, Jérôme Foucault appelle à un sursaut collectif : *« Moderniser nos usines, réduire nos émissions et investir dix fois plus, c'est le prix à payer pour préserver notre souveraineté alimentaire et maintenir la production en France »*.



L'ancien patron de Système U, Serge Papin, est nommé ministre des PME, du Commerce, de l'Artisanat, du Tourisme et du Pouvoir d'achat

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la nomination de Serge Papin, ex-dirigeant de Système U, comme ministre des PME, du Commerce, de l'Artisanat, du Tourisme et du Pouvoir d'achat. Son profil issu de la distribution suscite attentes et vigilance.

✨ Synthèse IA ✨

À 70 ans, Serge Papin, ancien président de Système U (rebaptisé Coopérative U), devient ministre des PME, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme et du Pouvoir d'achat dans le gouvernement Lecornu II. Un symbole fort pour le commerce français : celui d'un dirigeant qui aura marqué l'histoire du groupement coopératif par douze années de modernisation, de cohésion et d'engagement pour les filières agricoles.

Nicolas Monier

13 octobre 2025 \ 06h10

3 min. de lecture



© Laetitia Duarte

Serge Papin, ancien président de Système U (aujourd'hui Coopérative U), devenu ministre délégué aux PME dans le gouvernement Lecornu II.

La rumeur courait depuis dimanche matin. Et elle a finalement été officialisée ce même dimanche 12 octobre 2025 dans la soirée. Alors que tout le monde ne cesse de penser à Michel-Edouard Leclerc pour entrer en politique, c'est finalement Serge Papin, l'ancien président de Système U (rebaptisé Coopérative U), qui est nommé ministre aux Petites et Moyennes Entreprises dans le gouvernement Lecornu II. Lorsque Serge Papin prend la tête de Système U en 2005, la coopérative sort d'une période d'instabilité. Les débats internes sur l'identité du mouvement - entre indépendance régionale et pilotage national - freinent son développement. Il succède alors à Jean-Claude Jaunait, dont il fut longtemps le protégé, et entreprend de refonder le modèle de gouvernance. Sa ligne directrice : faire des « U » un réseau cohérent, moderne et capable de rivaliser avec les grands intégrés. « J'ai voulu redonner fierté à notre enseigne et montrer qu'un groupement d'indépendants pouvait être collectif et responsable », expliquera-t-il plus tard.

Un bâtisseur de coopérative

Il engage dès 2006 une vaste réorganisation logistique et informatique, destinée à mutualiser les achats, renforcer la compétitivité et garantir la cohérence de l'offre. Ce travail de fond s'accompagne d'une refonte du discours de marque. Sous son impulsion, Système U devient la première enseigne à lancer une campagne publicitaire télévisée, avec le slogan « *Commerçants autrement* », emblématique d'une distribution à visage humain. En douze ans de présidence, Serge Papin hisse Système U au rang de quatrième acteur alimentaire français. Le chiffre d'affaires du groupement progresse de 15 à 19,5 milliards d'euros hors carburant, et la part de marché atteint 10,5 % en 2017, contre 7 % au moment de son arrivée. Les U gagnent 3,5 points en une décennie, soit près de 4,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires supplémentaire. Cette croissance s'accompagne d'une politique d'enseigne plus intégrée, via la montée en puissance du logo U sur les façades et la rationalisation des formats : Super U, Hyper U, U Express.

Un président qui a modernisé le modèle U

Dirigeant charismatique et fils d'épiciers vendéens, Serge Papin, diplômé d'un BEP Commerce, aime le contact et les débats. Il tutoie vite, parle sans notes, manie l'humour. Jean-Claude Jaunait l'avait repéré dans les années 1980 lors d'un entretien d'embauche fictif à la chambre de commerce ; séduit par son aplomb, il lui proposa un vrai poste. Depuis, Papin ne cessera de se définir comme un « *homme du collectif* ». Il s'entoure de personnalités fortes, parmi lesquelles Dominique Schelcher, futur président du groupement. Ensemble, ils modernisent les statuts, rationalisent les outils et font des U un acteur capable de rivaliser avec les majors.

De la distribution à l'État

Après avoir quitté la présidence de Système U en 2018, Serge Papin s'impose comme l'un des inspirateurs de la loi Egalim 2, destinée à mieux rémunérer les producteurs. Il intervient régulièrement comme expert sur les sujets de contractualisation agricole et de régulation des relations commerciales. Dans la continuité de cet engagement, il fonde en 2017 le collectif Osons Demain, qui fédère dirigeants et entrepreneurs autour des enjeux de transition écologique et de responsabilité sociétale. Il rejoint ensuite plusieurs conseils d'administration : Auchan Retail International, où il est nommé administrateur indépendant en 2023 ; Léa Nature, dont il intègre le conseil de surveillance aux côtés de Frédéric Bouisset ; et Nous Anti-Gaspi, la start-up spécialisée dans la revalorisation des invendus alimentaires, où il apporte son expertise stratégique sur les circuits courts et la lutte contre le gaspillage.

Un défenseur des filières et du commerce responsable

Ce 12 octobre 2025, sa nomination au gouvernement Lecornu II, en charge des PME (n'oublions pas qu'il a aussi fait un bref passage chez Fleury Michon), du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme (une bonne nouvelle pour la Vendée...) et du Pouvoir d'achat, s'inscrit dans cette trajectoire : celle d'un homme de terrain qui a fait de la coopération un outil politique. « *Je crois à la puissance du collectif et à la valeur du lien* », confiait-il récemment à LSA. De la mutualisation des entrepôts de Système U aux circuits anti-gaspi, son fil rouge demeure inchangé : concilier économie et humanité.



"Soit on produit, soit on importe" : l'alerte d'Yves Fantou, président de Culture Viandes

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'appel d'Yves Fantou (Culture Viandes), qui alerte sur la baisse de production française. Il prévient : sans politique de soutien à la production locale, la France deviendra structurellement importatrice de viande.

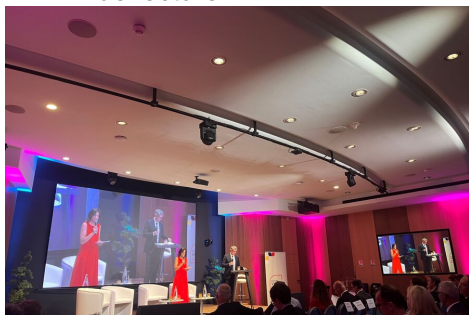
✨ Synthèse IA ✨

À l'occasion de son congrès annuel qui s'est déroulé ce jour à Paris, le syndicat Culture Viande a réuni le banc et l'arrière banc du secteur pour dresser un bilan de l'année ainsi que les perspectives à venir dans un contexte économique et politique sous pression.

Charlotte Barriquand

14 octobre 2025 \ 17h20

2 min. de lecture



© CB

Dans le 16ème arrondissement de Paris, le syndicat Culture Viande a organisé son congrès annuel. Yves Fantou, son président (à droite) en a profité pour faire un point sur les perspectives et les défis de toutes les filières concernées.

Chiffres clés sur la filière viandes en France

- 14 milliards d'euros de CA
- 30 000 salariés

Source : Culture Viandes

Des équilibres internationaux remis en question. Des marges en berne. Une baisse massive du cheptel, en particulier bovin ces 5 dernières années. Des difficultés de recrutements et de transmissions des exploitations... La liste est encore longue et témoigne de la complexe situation des acteurs de la filière viande en France.

À l'occasion de son congrès annuel qui s'est déroulé ce 14 octobre à Paris, le syndicat Culture Viande a tiré la sonnette d'alarme face « à une crise structurelle » pour le secteur, qui doit plus que jamais « s'adapter, se transformer et se projeter », rappelle Yves Fantou, le président du syndicat. Notamment, car la production européenne, notamment en France, ne suit pas le rythme de la consommation qui augmente d'année en année, contrairement à ce que l'on pourrait croire. Depuis octobre 2024, 132 entreprises d'abattage, de découpe et de transformation ont fermé leurs portes d'après les données de la Banque de France. Les marges sont négatives pour la deuxième année consécutive, et la capacité d'emprunt des entreprises a chuté de 40 % en un an.

De multiples sujets de préoccupations

En vrac, parmi les sujets préoccupant qui participent au ralentissement de la production et qui ont été abordé lors de ce congrès, citons d'abord la situation sur le bœuf et la baisse du cheptel. « *Nous avons perdu plus d'un million de vaches en 10 ans et nous abattons de moins en moins de bêtes* », récapitule Yves Fantou. Ensuite, la mi-septembre, la Chine a imposé des droits antidumping provisoires compris 20 % à 62,4 % (s'ajoutant au 12,5 % déjà existant) sur les importations de porc européen.

Une réponse aux droits de douane européens sur les véhicules électriques, qui inquiètent énormément les professionnels du secteur qui sont touchés par cette décision en particulier les producteurs français de porc dont l'Empire du Milieu est la 1^{re} destination à l'export. Et enfin, pour s'en tenir à ces seuls trois exemples, une consommation de viande qui bascule depuis quelques années vers de la viande moins chère, à savoir de la volaille. En 2024, elle est devenue la viande la plus consommée en France, devant le porc qui avait historiquement la première place.

Alors, la question essentielle est de savoir où et comment produire la viande que les Français consomment. « *Et la réponse est simple : soit on produit, soit on importe. À Culture Viande, nous faisons résolument le choix de produire et transformer en France pour nourrir les Français. Produire en France, c'est garantir notre souveraineté alimentaire, nos emplois, nos savoir-faire et nos standards de qualité. C'est aussi refuser de transférer ailleurs nos exigences et nos émissions* », déclare encore le président.

Une crise loin d'être passagère

« *Nous n'avons pas besoin d'aides. Nous avons besoin d'animaux, de volumes et de visibilité pour faire tourner nos outils* », rappelle Yves Fantou. Des propos appuyés par les spécialistes du secteur présents sur place, qui demandent une réponse politique claire, malgré l'instabilité. « *Ce que nous vivons n'est pas une crise passagère, mais un changement de paradigme. Les conditions de production évoluent profondément, et il faut que la France garde les moyens de produire* », conclut-il.

La production de viande en France

- Porc : 1,5 million de tonnes
- Bœuf : 1,06 million de tonnes
- Veau : 160 068 tonnes
- Agneau : 226 525 tonnes
- Produits tripiers : 230 125 tonnes
- Cheval : 974 tonnes

Source : Culture Viandes



Rachats de magasins : Grand Frais confirme des discussions avancées pour reprendre une trentaine de Gifi

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des négociations avancées de Grand Frais pour reprendre une trentaine de magasins Gifi. Ce projet de rachat pourrait élargir sa présence et renforcer son maillage territorial dans la distribution spécialisée.

✨ Synthèse IA ✨

Comme nous le révélions le 10 octobre, Grand Frais et Gifi ont engagé des négociations avancées en vue de la cession d'une trentaine de magasins. Un communiqué publié ce 15 octobre confirme les discussions entre les deux enseignes, qui inscrivent ce projet dans une logique de développement ciblé pour l'une, et de consolidation pour l'autre.

Nicolas Monier

15 octobre 2025 \ 18h49

2 min. de lecture



© Laetitia Duarte

L'enseigne d'équipement de la maison Gifi, qui compte plus de 600 points de vente, s'est engagée dans un plan de restructuration et de recentrage de son parc.

Comme nous le révélions le 10 octobre, Grand Frais s'apprête à franchir une étape inédite dans son développement. L'enseigne, connue pour son modèle fondé sur des ouvertures ex nihilo à raison d'une vingtaine de créations par an, est entrée en discussions avancées avec Gifi pour reprendre une trentaine de magasins, "entre 25 et 30" précisent les deux entreprises. Une opération qui constituerait sa première grosse initiative de croissance externe autour de son parc avec pour ambition d'accélérer son maillage territorial sur un marché du foncier commercial de plus en plus contraint.

Le communiqué publié ce 15 octobre confirme l'avancée du projet entre les deux enseignes. Cet accord, précisent-elles, « s'inscrit dans une logique de développement ciblé et de renforcement du maillage territorial de Grand Frais ». Gifi, de son côté, « mise sur la consolidation et la valorisation de ses acquis pour assurer sa pérennité et préserver l'emploi ».

Une première opération de croissance externe d'envergure pour les magasins Grand Frais

Les coques de magasins Gifi d'environ 2 000 m², présentent des caractéristiques proches du format-type de Grand Frais : 1 000 m² de surface de vente, autant de réserve, et un parking conséquent. Ces dernières années, Grand Frais a déjà repris plusieurs emplacements d'enseignes non alimentaires (Conforama, Lapeyre, Decathlon), signe d'une approche plus opportuniste dans la sélection de ses sites.

Selon les informations conjointes du communiqué, la réalisation définitive de l'opération est envisagée courant 2026, sous réserve de l'achèvement des procédures réglementaires et de consultation. Grand Frais indique vouloir proposer aux collaborateurs concernés un poste avec reprise de leur ancienneté, afin de préserver l'emploi. Le nombre précis de magasins concernés et le calendrier détaillé seront communiqués ultérieurement, « *dans le respect des étapes d'information et de consultation en cours* ».

Gifi poursuit son redressement sous la houlette de Christophe Mistou

Pour Gifi cette cession intervient dans un contexte de redressement engagé depuis le début de l'année. Après avoir évité la vente en janvier 2025, le groupe a renégocié sa dette, ses créanciers entrant à hauteur de 40 % du capital, tandis que Philippe Ginestet, fondateur, a remis 270 millions d'euros dans l'entreprise via sa holding GPG avant de confier la direction opérationnelle à Christophe Mistou, ex-Mr Bricolage, nommé président du directoire le 1er septembre.

À la tête de plus de 600 magasins et 6 000 collaborateurs, pour 1,3 milliard d'euros de chiffre d'affaires, Gifi cherche à restaurer sa performance et à réorienter son modèle. Dans ce contexte, l'ouverture à une cession ciblée au profit de Grand Frais apparaît comme un levier de simplification du parc et de réallocation de ressources, dans le prolongement de sa stratégie de transformation.

Stratégies commerciales : les défis des industriels et distributeurs dans un contexte mouvant

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des stratégies commerciales des industriels et distributeurs dans un contexte instable. Entre inflation, attentes sociétales et concurrence, chacun cherche à s'adapter en innovant, en diversifiant les offres ou en optimisant les coûts.

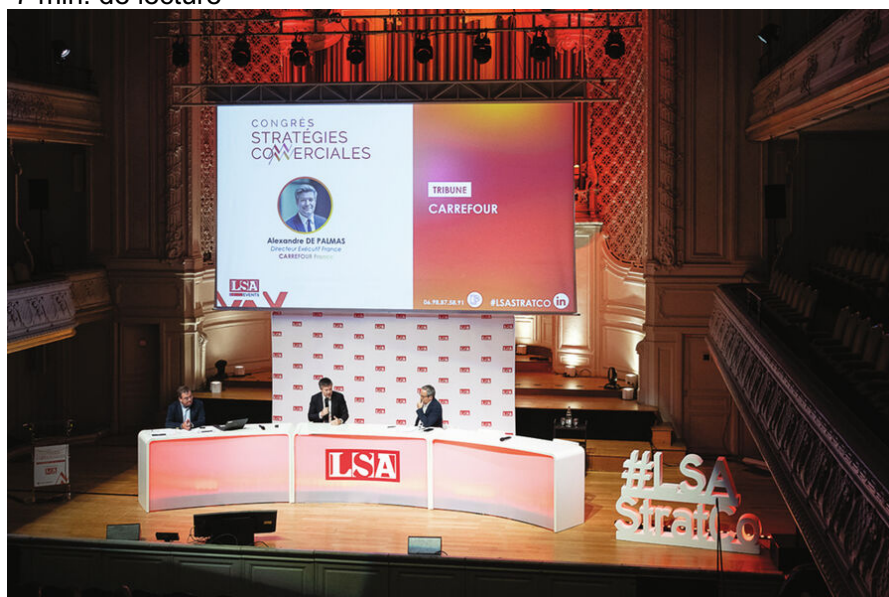
✨ Synthèse IA ✨

Confrontés à l'instabilité politico-économique, à la montée des plates-formes, notamment chinoises, et à la recomposition des alliances, distributeurs et industriels redéfinissent leurs équilibres. Pouvoir d'achat, data, retail media, souveraineté : la chaîne de valeur s'ajuste pour préserver compétitivité et cohésion économique.

Nicolas Monier

15 octobre 2025 \ 07h00

7 min. de lecture



© photos sylvie humbert

Lors du 24e congrès des stratégies commerciales organisé par LSA le 1er octobre, sept grands patrons de la distribution se sont exprimés, dont Alexandre de Palmas (Carrefour).

Réunis le 1er octobre pour le traditionnel Congrès stratégies commerciales organisé par LSA, dirigeants de la distribution, industriels et acteurs de l'e-commerce ont livré un diagnostic lucide, entre instabilité politique, arbitrages de pouvoir d'achat, déferlante des plates-formes asiatiques, recomposition des alliances européennes et monétisation de la donnée. Autant de mutations qui redéfinissent largement la géographie du commerce français.

« *L'incertitude est l'ennemi numéro un de la consommation* », a ouvert Alexandre de Palmas, directeur exécutif de Carrefour France. « *Quand le climat politique est instable et que le consommateur s'inquiète de sa feuille de paie, tout ralentit.* » Pour le patron de Carrefour France, la succession de crises – électorales, réglementaires, énergétiques – nourrit un attentisme généralisé. Le taux d'épargne se tend, l'investissement recule, et « *les indicateurs de confiance plongent dès que le débat public s'enflamme* ».

Ne pas céder à la morosité

Même lecture chez Michel-Édouard Leclerc, qui dénonce « *le grand vide de la parole publique* ». « *Chaque chapelle politique parle de manière radicalisée. Ce grand silence sur l'économie pèse sur le moral du pays et, par ricochet, sur nos magasins* », regrette-t-il. Du côté de Coopérative U, Dominique Schelcher appelle à ne pas céder à la morosité : « *Mon mot d'ordre à mes 1 200 patrons, c'est l'optimisme de combat. Nous ne sommes pas délocalisables, nos collaborateurs sont là, nos magasins sont là, nos clients nous attendent.* » La coopérative signe d'ailleurs une année record : + 0,7 point de part de marché entre août et septembre 2025, à 13,3 %, et une vague inédite de ralliements d'indépendants et d'ex-Carrefour.

Le diagnostic s'étend au secteur bio. Pour le directeur général de Biocoop, Franck Poncet, « *les politiques ont un train de retard* ». Alors que les consommateurs reviennent vers les produits sains, « *l'État coupe dans les aides et repousse la stratégie nationale alimentation-nutrition* ». Paradoxalement, le marché se redresse pour Biocoop : + 8,5 % de chiffre d'affaires en 2024, + 7,5 % de fréquentation, et un plan d'investissement 2025-2029 pour porter le réseau à 900 magasins. La vitalité du commerce contraste avec la fébrilité institutionnelle.

« *Ce n'est pas insolent pour un consommateur d'essayer d'acheter moins cher* », martèle Michel-Édouard Leclerc. Pour lui, la question du pouvoir d'achat est « *le vrai fil rouge du pays* ». Un foyer sur deux vit avec moins de 1 900 euros par mois : « *On ne peut pas blâmer les ménages de chercher le prix juste.* » Les enseignes s'adaptent donc. Chez Intermarché, Étienne Jouzel, vice-président d'ITM Alimentaire, revendique 360 millions d'euros injectés dans les prix depuis 2022 : « *On savait que le choc inflationniste serait violent ; il fallait protéger nos clients et défendre nos volumes.* » Résultat : + 2,2 points de part de marché en trois ans grâce aussi, et surtout, à l'apport des 260 magasins rachetés à Casino.

Une dérogation ne vaut pas autorisation.

Thibaud Vergé, vice-président de l'Autorité de la concurrence

Biocoop choisit une autre voie : trois baisses de marge depuis 2024, au nom d'un bio « *accessible et désirable* », selon les mots de Franck Poncet. « *On parle de prix justes, pas de prix bas* », insiste le dirigeant de Biocoop. Chez U, le constat est plus inquiétant. Dominique Schelcher rappelle que « *35 % des Français arbitrent désormais sur l'alimentaire* », selon les données de l'Obsoco. « *C'est à nouveau en hausse. Tous les signaux vont dans le sens d'une inquiétude croissante.* »

Mais il refuse le fatalisme : « *On continue à investir et à recruter des indépendants. Fermer, c'est la pire des réponses à la crise.* » E. Leclerc, de son côté, poursuit sa stratégie d'équilibre : « *Hyper, showroom et hub, proximité et Express complètent la marque là où le client se trouve* », martèle Michel-Édouard Leclerc. Derrière ces stratégies divergentes, une même préoccupation : restaurer la confiance des ménages épuisée par trois ans d'inflation.

Les grands enseignements

- **Pouvoir d'achat fragilisé, mais commerce résilient** : malgré l'instabilité politique et économique, les enseignes investissent pour maintenir la confiance des ménages.
- **Recomposition accélérée des alliances** : les eurocentrales redessinent la carte des négociations, avec 88 % du marché désormais couverts par des structures transnationales.
- **Vigilance renforcée** : l'Autorité de la concurrence scrute les effets de concentration et le respect des engagements de cession après les vagues de reprises.
- **Déferlante des plates-formes asiatiques** : Temu, Shein ou AliExpress bouleversent les équilibres du commerce français, accentuant la pression sur les prix et la régulation.
- **La data devient la nouvelle monnaie du commerce** : le retail media et la personnalisation client redéfinissent la création de valeur dans un univers à marges contraintes.

Résister à la pression chinoise

Il faut faire face aussi à des plates-formes chinoises qui bouleversent la hiérarchie du commerce mondial. « *Les vendeurs asiatiques jouent l'innovation de façon absolument brillante* », observe Thomas Métivier, CEO

de Cdiscount. « Ils testent, adaptent et relancent en continu. Là où la distribution traditionnelle met un an à valider une nouveauté, ils obtiennent un retour client en quelques jours. »

Le champion hexagonal de l'e-commerce affiche près de 3 milliards d'euros de volume d'affaires et revendique un Français sur trois en visite mensuelle. Son modèle (70 % de marketplace, 30 % de ventes directes) cherche à conjuguer ancrage local et puissance digitale. Mais la compétition s'intensifie. Temu et Shein captent déjà plus d'un tiers des ventes en ligne de textile chez les moins de 30 ans.

Leur force : des prix bradés, une logistique fulgurante et une maîtrise absolue de la donnée. Dominique Schelcher alerte sur la dérégulation qu'ils entraînent : « 1,5 milliard de colis venus d'Asie, une baisse de taxation de 40 % : ça inonde le marché. Ces produits échappent à tout contrôle, parfois non conformes, parfois dangereux. » Le PDG de Coopérative U juge la situation intenable : « On a construit un système de sécurité alimentaire que ces plates-formes exposent au risque. »

La production est en France, les usines sont en France, la réglementation est française... et pourtant, les négociations se déplacent à Madrid ou à Bruxelles.

Jean-François Loiseau, président de l'Ania

Pour les industriels, la menace prend une autre forme, celle des eurocentrales qu'ils vilipendent. « Elles n'offrent aucun service supplémentaire. Leur unique but est d'échapper aux lois françaises », accuse Nicolas Facon, président de l'Ilec (Institut de liaisons des entreprises de consommation) à propos d'Aura Retail, Vasco, Everest ou Concordis.

En quelques années, la concentration des négociations a atteint un niveau inédit : « Presque 90 % du marché français sont désormais couverts par des alliances européennes », poursuit-il. Dominique Chargé, pour La Coopération agricole, renchérit : « Même les entreprises non concernées directement subissent la pression. Ces pratiques créent des références de prix qui tirent tout le marché vers le bas. » Jean-François Loiseau, président de l'Ania, souligne le paradoxe : « La production est en France, les usines sont en France, la réglementation est française... et pourtant, les négociations se déplacent à Madrid ou à Bruxelles. »

[Exclusif] Le patron d'Everest et d'Epic, Gianluigi Ferrari, s'insurge contre les fantasmes autour des eurocentrales

Les distributeurs leur opposent le pragmatisme économique. Philippe Palazzi, directeur général de Casino, justifie son ralliement à la centrale Aura Retail : « Pour un groupe à 3 % de part de marché, il est vital d'être à armes égales. » Étienne Jouzel, pour Intermarché, partage le diagnostic : « Il fallait atteindre la masse critique pour peser face aux multinationales. » D'où le ralliement du groupement aux centrales Epic et Everest. Dominique Schelcher, lui, défend Concordis, alliance fondée avec Carrefour et RTG International : « C'est le sens de l'histoire. On ne se laissera pas "décommercialiser". » Il précise : « Ce n'est pas une alliance contre les PME. On n'achètera pas nos fruits et légumes à Bruxelles. Mais on doit se battre à armes égales avec les acteurs européens. »

Cette double posture, défensive sur le plan national, offensive à l'échelle continentale, résume la complexité du moment : préserver la souveraineté tout en affrontant la globalisation des achats. Thibaud Vergé, vice-président de l'Autorité de la concurrence, a rappelé que « la concentration du commerce de détail impose de garantir un cadre concurrentiel équilibré ». L'institution a analysé 700 changements d'enseignes et surveille les engagements de Carrefour et Intermarché après les reprises de Casino. « Une dérogation ne vaut pas autorisation », a-t-il prévenu, citant le précédent Fnac Darty, sanctionné de 30 millions d'euros pour non-respect de ses obligations.

Les chiffres

- **+ 2 %** : l'évolution du CA des PGC-FLS en 2025 (+ 1,3 % en volume), en CAD arrêté au 7 septembre.

Source : NielsenIQ

- **8 Mrds €** : le CA potentiel qui aurait échappé aux GMS, au cours des cinq dernières années, au profit des autres circuits (spécialistes et petit commerce)

Source : Circana

- **88 %** de parts de marché alimentaire et DPH contrôlés par les 3 grandes centrales d'achats en France (Concordis, Aura Retail et E. Leclerc)

Source : Worldpanel by Numerator (ex-Kantar)

- **+39 % et +34 %** : l'évolution du nombre de foyers acheteurs sur les sites Temu et Shein au cours des douze derniers mois (à P9 2025)

Source : NielsenIQ

- Plus de 700 changements d'enseignes analysés par l'Autorité de la concurrence en 2023

Source : Autorité de la concurrence

Les nouveaux horizons de la data

On ne peut pas être le chœur des pleureuses. L'heure n'est plus à se plaindre, mais à construire.

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

Derrière ces bouleversements, un consensus émerge : la donnée est devenue la nouvelle monnaie d'échange du commerce. Carrefour, Cdiscount, U, Intermarché ou Biocoop en font désormais un pilier stratégique. Le retail media redéfinit le partage de la valeur. Les enseignes y voient un moyen de financer la baisse des prix tout en offrant aux marques un ciblage inédit. Pour Alexandre de Palmas, cette mutation s'inscrit dans une logique de transformation complète. « *Notre Club Carrefour nous permet de personnaliser les promotions, de comprendre nos clients et d'enrichir l'expérience d'achat.* »

Cdiscount pousse la logique plus loin : « *Les marques gardent la main sur leurs prix, mais utilisent nos données pour affiner leur stratégie* », explique Thomas Métivier. Chez Biocoop, la data prend une dimension culturelle : celle d'un « *militantisme jubilatoire* » visant à rendre le bio « *moins anxieux* ». U explore aussi cette voie : « *Nous travaillons à des partenariats extrafinanciers avec certains fournisseurs, précise Dominique Schelcher, pour valoriser la qualité des produits et la transparence de nos filières.* »

« *On ne peut pas être dans le chœur des pleureuses, il faut sortir de ce camp larmoyant*, résume Michel-Édouard Leclerc, face aux griefs des industriels. *L'heure n'est plus à se plaindre, mais à construire.* » Entre innovation digitale, recomposition industrielle et urgence sociale, le commerce français cherche un nouvel équilibre : moins défensif, plus prospectif. Et peut-être, malgré tout, une nouvelle raison d'espérer.



Tous les chiffres sur l'achat et la consommation de fruits et légumes

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des données de consommation de fruits et légumes. Malgré une baisse en volume, la consommation reste soutenue en valeur. Les Français privilégient les produits locaux et de saison, et adaptent leurs achats selon leur budget.

✨ Synthèse IA ✨

LSA Data Conso | Qui achète le plus de fruits et légumes ? 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 fruits et légumes.

La Rédaction

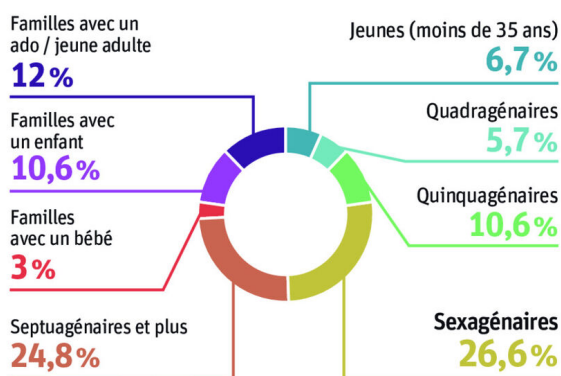
16 octobre 2025 \ 00h00

1 min. de lecture

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 Worldpanel by Numerator. Des infographies à retrouver en fin de magazine et en ligne, comme ici l'achat et la consommation de fruits et légumes.

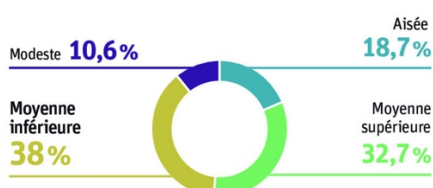
Les plus âgés en raffolent

Répartition des dépenses de fruits et légumes par tranche d'âge et situation familiale en CAM à P8 2025, en %



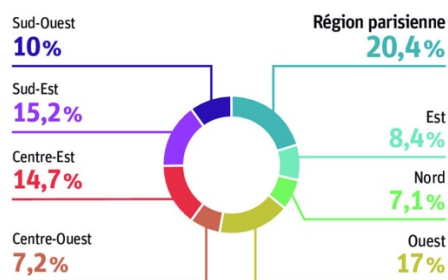
Dans les paniers de la classe moyenne

Répartition des dépenses de fruits et légumes par catégorie socioprofessionnelle en CAM à P8 2025, en %



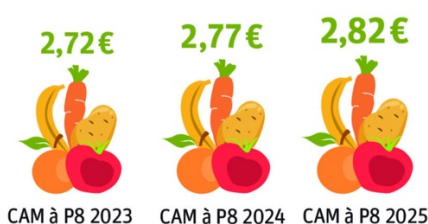
Prisés à Paris, boudés dans le Nord

Répartition des dépenses de fruits et légumes par zones géographiques en CAM à P8 2025, en %

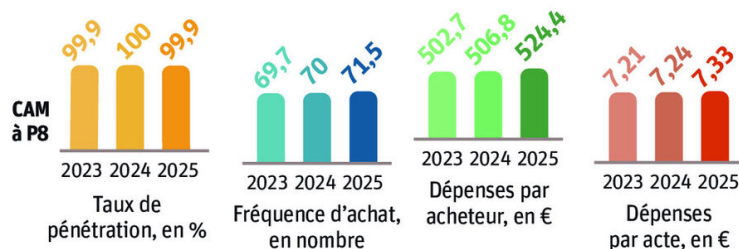


Des prix qui continuent à monter

Prix moyen au kilo des fruits et légumes, en euros

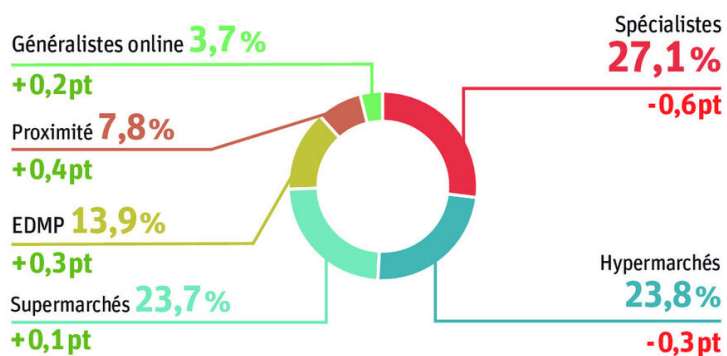


Dans tous les foyers



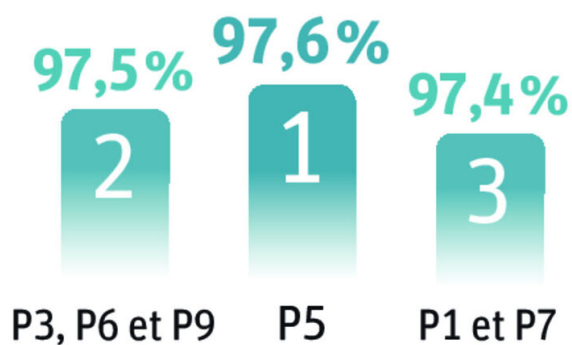
Les spécialistes en berne

Part de marché en valeur par circuits des dépenses de fruits et légumes en CAM à P8 2025, et évolution vs CAM à P8 2024



La pêche toute l'année

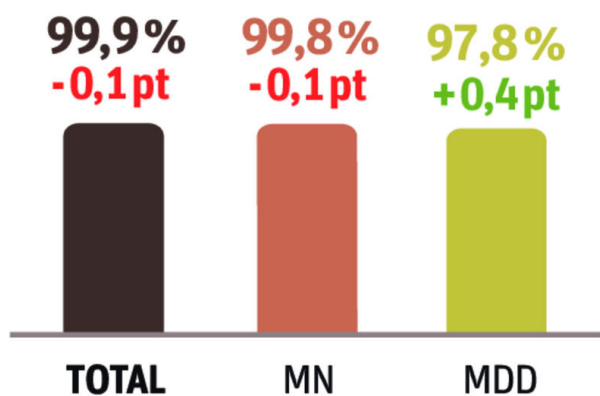
Top 3 des périodes pendant lesquelles les fruits et légumes ont été le plus achetés en 2024, en taux de pénétration



P5 = 15.04 au 12.05.2024; P3=19.02 au 17.03, P6 = 13.05 au 09.06, P9 = 05.08 au 01.09; P1 = 25.12.2023 au 21.01.2024, P7 = 10.06 au 07.07

Les MDD ont la patate

% des foyers acheteurs de fruits et légumes (au moins une fois en CAM à P8 2025), % de foyers acheteurs de marques nationales et de MDD, et évolution vs CAM à P8 2024



Méthodologie

Ces données sont issues d'un échantillon de 20 000 foyers panélistes de Worlpanel by Numerator. 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.



Stratégies commerciales : Biocoop capitalise sur le rebond du bio pour asseoir sa place de leader

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stratégie de Biocoop, qui profite du rebond du bio pour conforter sa place de leader. L'enseigne mise sur ses valeurs fondatrices et la fidélité de sa clientèle pour continuer à croître dans un marché redevenu porteur.

✨ Synthèse IA ✨

RETOUR SUR LE CONGRÈS DES STRATÉGIES COMMERCIALES (4/7). Franck Poncet, directeur général de Biocoop, revendique une stratégie fondée sur la fidélité des consommateurs, la cohérence coopérative et une exigence de transparence qui font la différence.

Nicolas Monier

18 octobre 2025 \ 10h00

2 min. de lecture



© Sylvie Humbert

Franck Poncet est directeur général de Biocoop.

Les leviers stratégiques

- Retisser la confiance autour d'un bio cohérent et exigeant.
- Consolider le modèle coopératif comme moteur de croissance durable.

La reprise du bio s'amorce enfin. Après deux années de repli, le marché global a progressé de 0,8 % en 2024, puis de 4,5 % au premier semestre 2025. Mais Biocoop fait beaucoup mieux : + 8,5 % sur l'ensemble de l'année 2024 et + 7,5 % sur le premier semestre 2025. « *Nous avons vécu une année 2024 historique* », se félicite Franck Poncet, qui voit dans cette dynamique la preuve que la demande existe dès lors qu'on propose du sens.

Le premier levier tient au retour du trafic en magasins : la fréquentation a bondi de 7,5 % en 2024. « *Beaucoup d'acheteurs qui s'étaient tournés vers la grande distribution durant la crise sanitaire ou inflationniste reviennent chez nous. Ils ont été déçus par la volatilité des prix et la perte de sens du bio en GMS* », note le président de Biocoop.

Le second levier relève de la fidélité à la promesse coopérative. En misant sur des prix justes, la valorisation des producteurs et la transparence, Biocoop a su maintenir la confiance. « *Nous ne faisons pas du bio d'appel*, insiste Franck Poncet. *Nous défendons une alimentation exigeante, équitable et durable.* » Cette progression s'appuie aussi sur une politique de prix offensive. Depuis 2024, Biocoop a engagé trois baisses successives de marge et de prix.

Les chiffres

- + 8,5 % : la croissance pour Biocoop en 2024 (contre + 0,8 % pour le marché)
- + 7,5 % : l'évolution de la fréquentation en magasin

Source : Biocoop

900 points de vente d'ici à 2029

L'enseigne a également lancé 200 produits à « prix engagés », garantissant un partage équitable de la valeur entre producteurs et consommateurs. « *Un prix juste, ce n'est pas un prix bradé*, insiste Franck Poncet. *C'est celui qui rémunère correctement l'amont tout en restant accessible.* » Cette équation illustre la volonté de Biocoop de prouver qu'un modèle coopératif peut concilier accessibilité, transparence et exemplarité économique.

Avec 740 magasins fin 2024, Biocoop confirme sa place de leader du bio spécialisé, malgré un marché encore fragile. L'enseigne vise 900 points de vente d'ici à 2029, mais privilégie un développement raisonné : « *Nous ne cherchons pas à ouvrir pour ouvrir. Chaque implantation doit s'inscrire dans un écosystème local, avec un collectif coopératif solide.* » L'approvisionnement local pèse déjà 15 % du chiffre d'affaires (et 20 % dans les fruits et légumes), soutenu par quatre plates-formes logistiques régionales. Cette structuration, alliée à une gouvernance partagée, permet à Biocoop de mieux résister aux aléas de la conjoncture.

Privilégier la valeur

Alors que la grande distribution peine à redonner une cohérence à ses rayons bio, Biocoop capitalise sur son positionnement éthique. De fait, les MDD bio des GMS souffrent d'une image brouillée et d'un désengagement progressif des linéaires.

Pour Franck Poncet, la croissance du bio ne passera plus par la massification mais par la valeur : la traçabilité, la rémunération équitable et la transparence. « *La crise nous a éprouvés, mais elle a aussi consolidé nos fondamentaux. Le modèle coopératif, le lien avec les producteurs ainsi que la capacité à incarner un juste prix sont nos meilleurs atouts pour capter la nouvelle demande bio.* »



Stratégies commerciales : Carrefour appuie sur les MDD et l'innovation

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stratégie de Carrefour, qui mise sur ses marques distributeur (MDD) et l'innovation produit pour rester compétitif. Le groupe adapte ses offres aux attentes des consommateurs tout en poursuivant sa dynamique de transformation.

✨ Synthèse IA ✨

RETOUR SUR LE CONGRÈS DES STRATÉGIES COMMERCIALES (5/7). Alexandre de Palmas, directeur exécutif France de Carrefour, dresse un bilan positif du rachat de Cora et de 22 Casino et juge l'alliance aux achats avec Coopérative U très prometteuse.

Magali Picard

19 octobre 2025 \ 10h00

2 min. de lecture



© Sylvie Humbert

Alexandre de Palmas est directeur exécutif France de Carrefour.

Les leviers stratégiques

- Digérer le rachat de Cora-Match et de 22 Casino.
- Tirer des gains aux achats de la nouvelle structure créée en juillet dernier, Concordis.

En inaugurant le 24e Congrès des stratégies commerciales, Alexandre de Palmas s'est félicité des « *bons indicateurs* » de Carrefour France. « *Carrefour continue son voyage de transformation : la transition alimentaire est au cœur de notre raison d'être, nous transformons nos hypers et supermarchés tout en digérant Cora-Match et les 22 Casino que nous avons repris...* »

Dans un climat de rentrée très incertain, ce qui n'est jamais bon pour la consommation, le patron de Carrefour France dresse un bilan de la « *plus grosse opération depuis vingt-cinq ans pour Carrefour* », à savoir l'acquisition de Cora-Match, racheté à l'été 2023 pour un milliard d'euros. La transformation est entrée dans sa phase active depuis exactement un an. Coût du chantier : 250 millions d'euros pour rénover les 60 hypermarchés Cora repris et les 115 Match.

Jusque-là, le bilan est positif, sans qu'Alexandre de Palmas ne donne de chiffres précis. *« Les magasins ont tous basculé sous l'enseigne Carrefour. Nous avons implanté notre marque de distributeur, notre politique promotionnelle et baissé les prix, ce qui pèse un peu sur notre chiffre d'affaires, mais les volumes et le trafic frétilent positivement. »*

Et de poursuivre : *« Il faut ajuster quelques éléments, mais nous avons gagné entre 1,9 et 2 points de part de marché. Nous retrouvons nos petits. »* Quant à conserver l'enseigne de supermarchés Match telle quelle, *« cela s'est imposé comme une évidence »*. *« C'est une pépite, une très belle chaîne de supermarchés avec un poids du frais beaucoup plus important et un niveau de satisfaction très élevé »*, insiste Alexandre de Palmas.

Les chiffres

- 40 % des lancements se passent chez Carrefour
- Un tiers des hypermarchés sont en location-gérance ou en franchise

Source : Carrefour

Tournés vers la location- gérance

Même *satisfecit* pour les anciens Casino repris. *« Les progressions de CA sont très importantes sur les hypers comme sur les supermarchés, de + 20 à + 30 %. Cela reste à un niveau encore bas, mais les magasins vont remonter plus vite que nous ne le pensions. »*

Côté assortiment, Carrefour a entré 1 000 références de plus en hypermarchés et 500 en supermarchés. *« Aujourd'hui, Carrefour concentre 40 % des lancements de produits »*, se félicite le dirigeant. Les marques de distributeurs demeurent une priorité différenciante.

Enfin, le patron de Carrefour France défend le nouveau modèle du numéro deux français de la distribution, désormais tourné vers la location-gérance. *« Nous nous assumons tel quel. La proximité est exploitée historiquement sous le modèle de la franchise. Pour les hypermarchés, c'est relativement nouveau et nous sommes plutôt contents des résultats. »*

« Chercher à fragmenter le marché européen pour protéger les poches de rentabilité, cela ne sert pas le consommateur. »

Alexandre de Palmas

Pour bien vendre, il faut bien acheter. Concordis, l'alliance européenne conclue avec Coopérative U en juillet dernier, *« réunit le meilleur des deux mondes »*, estime Alexandre de Palmas. *« Nous sommes les premiers sur le marché français tout en bénéficiant des apports européens, que ce soit de RTG International ou de Carrefour, présent dans plusieurs pays européens. »*

Le code de conduite et les objectifs seront décidés par Concordis. *« Nous respecterons au maximum les engagements des enseignes »*, assure Alexandre de Palmas. Avec, toujours en tête, l'obsession du consommateur. *« Chercher à fragmenter le marché européen pour protéger les poches de rentabilité, cela ne le sert pas. »*



Grand Frais : l'enseigne spécialisée pourrait franchir le cap des 8 millions de foyers acheteurs en 2026

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des ambitions de Grand Frais, qui pourrait dépasser 8 millions de foyers clients en 2026. Grâce à son positionnement sur la fraîcheur et la qualité, l'enseigne continue de gagner du terrain dans un marché tendu.

✨ Synthèse IA ✨

Selon NielsenIQ, l'enseigne compte désormais 7,4 millions de foyers acheteurs sur les produits frais traditionnels, soit une hausse de 34 % depuis 2021. Le développement du parc et les nouvelles ouvertures prévues en 2026 pourraient permettre à Grand Frais de séduire près de 27 % des foyers français.

Nicolas Monier

20 octobre 2025 \ 15h52

1 min. de lecture



© dr

Grand Frais compte aujourd'hui plus de 320 magasins en France et attire 7,4 millions de foyers acheteurs, soit une hausse de 34% depuis 2021.

Le segment des magasins spécialisés dans les produits frais continue de croître. Selon les données NielsenIQ Homescan (CAM P9 2025), 32 nouveaux points de vente ont été inaugurés en un an, portant le total à plus de 700 magasins en France. Parmi les enseignes moteurs de cette dynamique, Grand Frais tire particulièrement son épingle du jeu.

Entre 2021 et 2025, le nombre de foyers acheteurs chez Grand Frais est passé de 5,5 millions à 7,4 millions, soit une hausse de 34 % en quatre ans.

Une progression qui traduit le succès du modèle — fraîcheur, circuits courts et largeur d'offre — sur un marché en quête de valeur et de qualité perçue.

L'effet parc soutient la croissance

Avec 326 magasins recensés fin 2025, l'enseigne bénéficie d'un maillage désormais national. L'année 2026 devrait marquer une nouvelle étape, avec une trentaine d'ouvertures supplémentaires annoncées. Cette croissance organique s'accompagne d'une opération stratégique : le projet de reprise d'environ 30 magasins Gifi, qui pourrait permettre à Grand Frais de densifier son implantation sur des zones périurbaines à fort potentiel.

Ces perspectives soutiennent la projection de NielsenIQ, qui anticipe près de 8 millions de foyers acheteurs en 2026, soit 27 % des foyers français. Une étape symbolique qui renforcerait le leadership de l'enseigne sur le marché du frais traditionnel.

Une enseigne à fort capital d'attractivité

L'analyse du panel montre que Grand Frais séduit particulièrement les foyers seniors et aisés, sensibles à la qualité des produits et à la mise en avant des métiers traditionnels. Cette base de clientèle à fort pouvoir d'achat constitue un levier clé pour maintenir la croissance dans un environnement marqué par la tension sur le pouvoir d'achat.

Si la tendance se confirme, Grand Frais pourrait encore élargir son audience au-delà des 8 millions de foyers, franchissant un nouveau palier dans son développement et consolidant sa position comme acteur incontournable du marché du frais.

Grand Frais : le cap des 8 millions de foyers franchit en 2026 ?

Nombre de foyers acheteurs chez Grand Frais | Produits Frais Traditionnels
CAM P9 2025 | En millions de foyers





Stratégies commerciales : Coopérative U veut restaurer la confiance avec les industriels

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des efforts de Coopérative U pour restaurer la confiance avec les industriels. L'enseigne veut bâtir un partenariat durable fondé sur la transparence et une meilleure répartition de la valeur dans les négociations commerciales.

✨ Synthèse IA ✨

RETOUR SUR LE CONGRÈS DES STRATÉGIES COMMERCIALES (6/7). Dominique Schelcher, PDG de Coopérative U, se félicite des résultats « record » de la coopérative en septembre et depuis le début de l'année. Et compte bien participer à la consolidation du marché.

Magali Picard

20 octobre 2025 \ 07h00

2 min. de lecture



© Sylvie Humbert

Dominique Schelcher est PDG de Coopérative U.

Les leviers stratégiques

- Continuer à participer aux deuxièmes et troisièmes tours de la concentration en marche depuis deux ans en France.
- Intégrer le réseau Schiever, un chantier étalé jusqu'en 2026.

Les anniversaires ont du bon, en tout cas pour le chiffre d'affaires des magasins. Dominique Schelcher lit directement l'effet des 50 ans de Super U, fêtés tout au long du mois de septembre, dans les performances de la coopérative. « *Nous allons faire une P9 incroyable*, annonce le PDG du quatrième distributeur français. *À fin septembre, nos ventes s'affichent en hausse de 9 %, à périmètre non constant, et de 5,1 % en cumul depuis janvier.* »

Un nouveau record se profile pour Coopérative U, qui a déjà pris la tête en termes de progression de la dernière part de marché mesurée par Worldpanel by Numerator au 7 septembre (+ 0,7 point). Les performances du réseau historique, hypers et supermarchés, expliquent bien sûr cette bonne santé, mais également l'apport de trois magasins Migros passés chez U et l'intégration progressive du réseau Schiever.

Avec Schiever, U peut gagner l'équivalent de 0,7 à 1 point de part de marché supplémentaire, selon nos estimations. Lancé début mars, le chantier de transformation s'étale sur plusieurs mois. « *Chaque semaine, des Bi1 [l'enseigne de supermarchés de Schiever, NDLR] passent sous la bannière U et cela durera jusqu'en 2026* », précise Dominique Schelcher. Auparavant affiliés à Auchan, ils doivent s'habituer à la façon de faire des indépendants.

Les chiffres

- + 5,1 % : la croissance des ventes depuis le début de l'année en cumul
- 160 000 m2 en plus depuis le début de l'année

Source : Coopérative U

Nouvelle structure

Dans la bagarre pour reprendre des points de vente, Coopérative U n'est pas la dernière, loin de là, même si elle ne gagne pas toujours, la reprise de Colruyt par Intermarché et E. Leclerc en atteste. Après avoir racheté sept magasins cet été à Carrefour, suite aux exigences de l'Autorité de la concurrence, elle ne compte pas en rester là. « *Nous sommes en capacité de rachat. Nous le ferons si nous avons de belles opportunités.* »

La coopérative a engrangé 160 000 nouveaux mètres carrés depuis le début de l'année, soit plus que pour la seule année 2024 (102 000 m²). La moitié est due à Schiever, l'autre moitié à des ralliements. Cette offensive commerciale s'accompagne des premiers pas de U au sein de Concordis, nouvelle structure créée avec Carrefour en juillet dernier. Le PDG de Coopérative U ne regrette absolument pas d'être sorti d'Everest, la centrale d'achats à laquelle adhère Aura (Intermarché, Auchan et Casino) : « *Comment avons-nous pu nous embarquer là-dedans ?* »

« Nous ne nous laisserons pas faire face à la concurrence venue de l'étranger. »

Dominique Schelcher

Le fait de partager la gouvernance avec son partenaire et RTG International change tout aux yeux de Dominique Schelcher. « *Nous sommes membres fondateurs et dans la gouvernance ensemble.* » Avant d'ajouter que « *le jeu se passe au niveau européen. C'est le sens de l'histoire. Nous continuerons de nous battre pour pouvoir acheter de manière très ciblée, mais pas nos fruits et légumes* ».

Et de promettre que la date butoir et la sanctuarisation de la matière première pour certains produits seront de toute manière respectées. Le dirigeant veut aussi restaurer la confiance avec les industriels. « *Le pic inflationniste l'a beaucoup abîmée. Il faut repartir sur de bonnes bases.* » La qualité de l'approvisionnement laisse notamment à désirer. Le PDG se désole de ne pas avoir retrouvé un taux de service équivalent à celui d'avant le Covid. Or, c'est bien connu, le commerce repose sur le respect de principes de base.



Le groupement Accord Bio passe la barre des 250 magasins et s'impose en Bretagne

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la progression du groupement Accord Bio, qui franchit le cap des 250 magasins. Avec une forte implantation bretonne, l'enseigne coopérative développe une offre bio locale et militante, en opposition au bio de masse.

✨ Synthèse IA ✨

Le groupement d'indépendants Accord Bio enregistre une progression exceptionnelle avec 252 magasins adhérents en moins d'un an. Un développement rapide qui conforte sa singularité sur un marché bio en pleine recomposition.

Sylvie Lavabre

21 octobre 2025 \ 13h00

1 min. de lecture

En l'espace de dix mois, Accord Bio a réalisé une percée remarquable sur le secteur de la distribution spécialisée bio. Avec 52 nouveaux magasins intégrés depuis janvier 2025, le réseau franchit la barre des 252 points de vente, s'imposant comme le premier groupement bio d'indépendants sans centrale d'achats en France. « *Ce mouvement montre que les indépendants veulent rester libres tout en mutualisant leurs forces. C'est un tournant pour la distribution bio* », souligne Éric Natali, président d'Accord Bio.

Un modèle sans centrale ni franchise

Face à la montée en puissance des enseignes intégrées comme Biocoop ou So Bio, le réseau fait figure d'alternative. Fondé sur un modèle d'adhésion souple sans franchise ni centrale d'achats, Accord Bio séduit de plus en plus de magasins cherchant à préserver leur indépendance tout en accédant à des services mutualisés : référencement, communication, accompagnement économique, etc. Une approche que l'enseigne revendique comme « plus humaine, plus locale, plus libre », en écho à une demande croissante de différenciation et d'ancrage territorial dans le paysage bio.

Forte implantation dans l'Ouest

Parmi les régions où le réseau connaît une dynamique particulièrement forte, la Bretagne occupe une place centrale. À l'occasion de la réunion régionale Ouest, organisée le 6 octobre chez Ecodis à Brest, Accord Bio a annoncé l'arrivée de 4 nouveaux adhérents dans la région, portant à 33 le nombre de points de vente bretons. Les nouveaux venus, tels que Du Vert en Ville (Nantes, 44), Maïna (Coësmes, 35), Natur'Éléa (Hennebont, 56) ou Le Sentier (Brest, 29), illustrent la diversité et l'engagement local des magasins partenaires, chacun valorisant les producteurs de sa région, loin des standards uniformisés des grandes chaînes.

Alors que le marché bio amorce une phase de reconquête après deux années de baisse de fréquentation, Accord Bio vise entre 300 et 320 magasins en 2026, tout en renforçant son accompagnement aux adhérents existants.



Parts de marché : Coopérative U à la fête, E.Leclerc fait grise mine en septembre-octobre

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'évolution des parts de marché en septembre-octobre 2025. Coopérative U affiche de bonnes performances, tandis qu'E.Leclerc connaît un recul, malgré une dynamique globale encore favorable sur l'année.

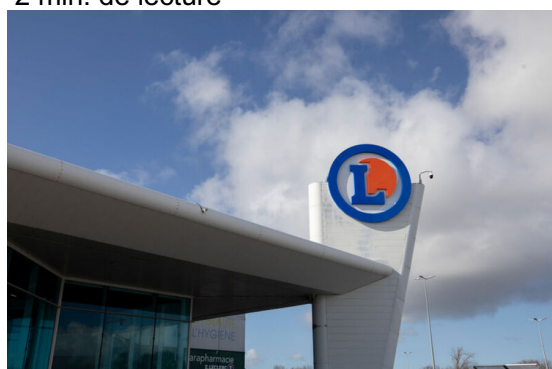
✨ Synthèse IA ✨

Dans un contexte de hausse des dépenses (+2%), les Français ont surtout fait leurs courses chez U, grand gagnant de la période qui courrait entre le 8 septembre et 5 octobre, ainsi que chez Intermarché et Carrefour. E.Leclerc et Auchan, qui enregistre la plus forte baisse, ne sourient pas.

Magali Picard

22 octobre 2025 \ 18h00

2 min. de lecture



© Laetitia Duarte

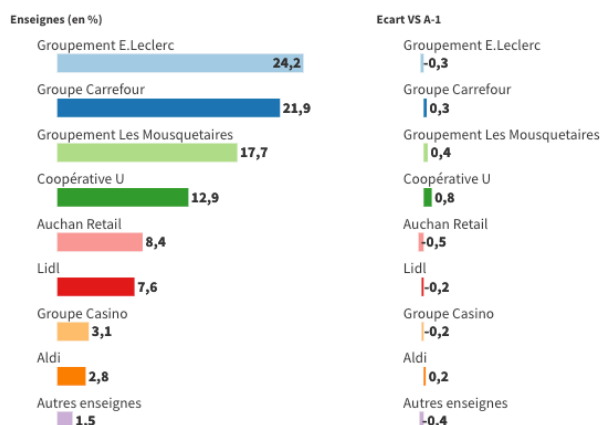
Les performances de E.Leclerc apparaissent en dents de scie depuis quelques mois.

Patatras. Après trois mois de hausse continue de sa part de marché, le numéro un français E.Leclerc rechute. Sur la P10 (du 8 septembre au 5 octobre) mesurée par Worldpanel by Numerator, ex-Kantar, l'enseigne créée par Edouard Leclerc en 1949 recule de 0,3 point, à 24,2%. Gaëlle Le Floch, directrice de la stratégie de l'institut, y voit plusieurs explications : une baisse de la fidélité (-0,7 point), non compensée par le recrutement de nouveaux foyers (+315 000). « *Le format magasin se trouve en difficulté, tandis que le canal online reste stable.* » Solide sur ses deux jambes, le mouvement a des réserves.

Auchan affiche le plus fort recul et la cote d'amour de Lidl en berne

Parmi les perdants de la période figurent aussi, et sans surprise pour le coup, Auchan et Casino. Le premier voit son format hypermarchés reculer (-0,3 point) et celui des supermarchés rester étal, ce qui donne une part de marché globale de 8,4%, en baisse de 0,5 point, soit la plus forte baisse de la période. Depuis plusieurs mois d'affilée maintenant (trois exactement), le distributeur nordiste doit faire face à un recul de sa part de marché à cause d'un effet mécanique (la vente de 10 magasins, ce qui se traduit par une perte directe de 166 000 clients selon l'ex-Kantar et le basculement des magasins Schiever vers U). La cession annoncée de 19 magasins supplémentaires à Lidl ne devrait pas arranger les choses. Quant à Casino, avec une part de marché de 3,1% (-0,2 point, dont -0,1 pour Monoprix et Franprix), la remontada se fait toujours attendre, même si, aux yeux de son directeur général, Philippe Palazzi, « *la part de marché n'est pas l'indicateur le plus important* ».

Parts de marché des groupes P10 (du 8 septembre au 5 octobre 2025)



Source : Worldpanel by Numerator

A Flourish chart

La surprise vient plutôt de Lidl (-0,2 point, à 7,6%), et ce malgré l'ouverture de 22 magasins, souligne Worldpanel by Numerator. « *La fidélité progresse, mais le budget moyen par acte d'achat diminue*, remarque Gaëlle Le Floch, qui ajoute que « *la cote d'amour de l'enseigne montre des signes d'érosion depuis six mois* ». Voilà qui ne va pas faire plaisir au patron de Lidl France, John Paul Scally, occupé à faire repartir l'enseigne en France grâce à une politique de baisse des prix et de réinvestissements dans les magasins et la logistique.

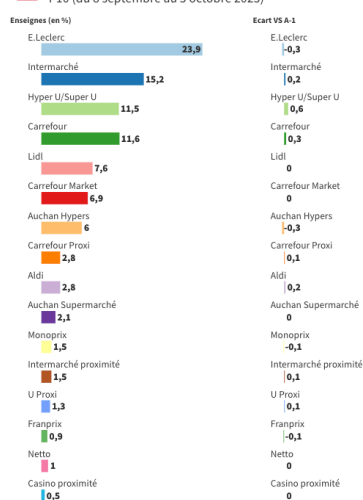
Coopérative U grand vainqueur, devant Intermarché et Carrefour

Et les gagnants alors ? Dans l'ordre, Coopérative U bat tous les records le mois dernier. Jugez plutôt : +0,8 point engrangés (12,9%). L'anniversaire des Super U (50 ans en septembre) se lit dans les investissements médias (+22% et +2,4 de part de voix prospectus !). Cela n'explique pas totalement la dynamique commerciale déjà enclenchée sur la période précédente. « *Coopérative U comptabilise plus de 750 000 foyers supplémentaires, soit une hausse de 10%* », calcule Gaëlle Le Floch. L'intégration du parc des hypermarchés, supermarchés et magasins de proximité du bourguignon Schiever y est évidemment pour quelque chose. Le PDG de Coopérative U, Dominique Schelcher, se félicite régulièrement de l'apport record de m² depuis le début de l'année (160 000).

Habitués à la croissance amplifiée par le rachat de quelques 300 magasins Casino, Intermarché et Netto continuent de délivrer de la performance (+0,4 point, à 17,7%). L'effet parc de Casino commençant à s'effacer, le groupement de Bondoufle progresse sur tous ses formats, y compris le digital. « *Sa cote d'amour et son image prix-choix est au plus haut depuis trois ans* », précise Gaëlle Le Floch.

Carrefour ne démerite pas et gagne 0,3 point (21,9%). A noter la performance de ses hypermarchés (+0,3 point, après un -0,2 point sur la période précédente) et de son canal on-line (+0,2 point). Enfin Aldi reviendrait-il dans la course ? Fluctuante ces derniers temps, sa part de marché s'affiche en positif (+0,2 point, à 2,8%).

Parts de marché des enseignes P10 (du 8 septembre au 5 octobre 2025)





Carrefour progresse doucement en France au troisième trimestre, mais confirme ses objectifs pour 2025

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des résultats trimestriels de Carrefour. L'enseigne affiche une croissance modérée en France, mais confirme ses objectifs 2025, soutenue par ses efforts sur les MDD, la digitalisation et la maîtrise des coûts.

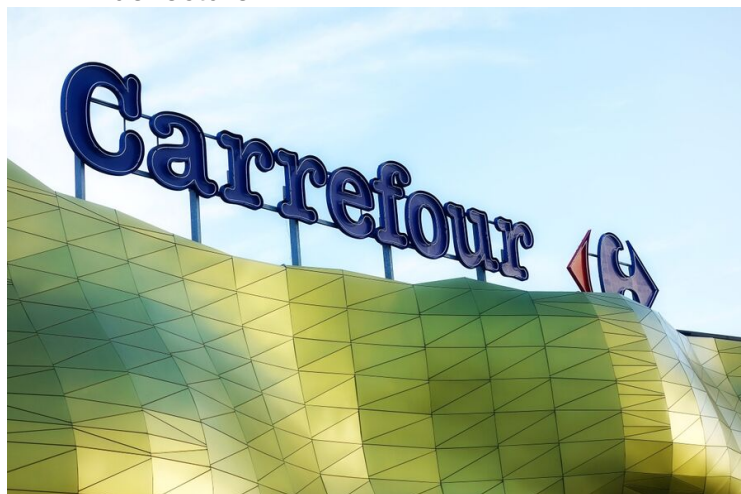
✨ Synthèse IA ✨

Au troisième trimestre, Carrefour progresse plus lentement en France qu'en Espagne ou au Brésil, ses deux moteurs. Son PDG, Alexandre Bompard, réitère ses objectifs financiers pour 2025.

Magali Picard

22 octobre 2025 \ 18h12

2 min. de lecture



© 123rf

En France, l'intégration des 60 Cora est en passe d'être achevée.

RAS, tout va bien. C'est le premier sentiment qui domine à la lecture des résultats pour le troisième trimestre de Carrefour. La progression de son chiffre d'affaires de 2,1% en comparable, à 22,6 milliards d'euros, cache cependant des disparités entre les zones du monde où le numéro deux de la distribution française est implanté. Et la France n'est pas la plus dynamique. Le chiffre d'affaires hexagonal ressort en hausse de 0,7% (11,6 milliards d'euros). Hors Cora et Match, le chiffre grimpe à +1,6%, porté par l'alimentaire (+1,7%). Les hypermarchés affichent +0,5%, les supermarchés progressent de 0,7%, grâce notamment au drive. Sans surprise, les deux formats gagnants sont l'e-commerce (+9%) et la proximité (+4,7%).

La digestion de Cora et de Match « en voie de finalisation »

Quid alors des 60 Cora et 115 Match intégrés maintenant depuis un an dans le périmètre de Carrefour ? « *Leur intégration progresse conformément à nos attentes et nous voyons d'ores et déjà les effets positifs de nos investissements dans les prix et les promotions, de notre programme de fidélité et de nos produits à marque propre* », répond Alexandre Bompard, PDG de Carrefour. Les synergies commencent à se matérialiser et se lisent dans la dernière part de marché de septembre (P10) mesurée par Worldpanel by Numerator (+0,3 point pour Carrefour, à 21,9%).

LFL	T3 2025	Hors Cora & Match
Hypermarchés	-0,9%	+0,5%
Supermarchés	+0,7%	+1,0%
Proximité/autres formats	+4,7%	+4,7%
dont Proximité	+4,8%	+4,8%
France	+0,7%	+1,6%

La musique n'est pas la même dans les deux autres pays forts du groupe, Espagne et Brésil. Avec plus de 3 milliards d'euros de chiffre d'affaires, l'Espagne reste le moteur du continent européen et enregistre une progression de 1,3%, portée notamment par l'alimentaire (+2,4%). Au Brésil, les ventes s'affichent aussi en positif (+1,1%), malgré des taux d'intérêt très élevés. Les cash & carry Atacadão, format roi au Brésil, contribuent à cette croissance (+1,3%). Bonne surprise également, la Belgique, bien que moins importante dans le chiffre d'affaires total, avec un bond de plus de 2% de ses ventes. En revanche, Roumanie et Pologne ne sont pas à la fête (+0,2% pour le premier et -1,3% pour le deuxième). Engagé dans un processus de retrait de certains pays européens, Carrefour a déjà cédé l'Italie l'été dernier, une cession effective en fin d'année, et cherche un repreneur pour la Pologne.

LFL	T3 2025
Espagne	+1,3%
Belgique	+2,1%
Roumanie	+0,2%
Pologne	-1,3%
Autres pays d'Europe	+1,0%

Fort de ces résultats, aidé par le refinancement de la dette au Brésil à hauteur de 1,4 milliard d'euros et par l'alliance aux achats Concordis dont il attend beaucoup, Alexandre Bompard maintient ses objectifs pour l'année : légère progression de l'Ebitda, du résultat opérationnel courant et du cash-flow libre net. Rendez-vous en février 2026.

CHIFFRES CLÉS DU 3^{ème} TRIMESTRE 2025

	Troisième trimestre 2025			
	Ventes TTC (M€)	Magasins comparables ¹	Variation totale	
			À changes courants	À changes constants
France	11 643	+0,7%	-0,2%	-0,2%
Europe	5 448	+1,0%	-0,7%	-0,5%
Amérique Latine (pre-IAS 29)	5 523	+5,5%	-5,0%	+5,7%
Groupe (pre-IAS 29)	22 614	+2,1%	-1,5%	+1,2%
IAS 29 ²	-151			
Groupe (post-IAS 29)	22 463			

Notes : (1) Hors essence et calendrier et à changes constants ; (2) Hyperinflation et changes en Argentine

NB : les activités de Carrefour Italie sont comptabilisées en activités destinées à être cédées, conformément à la norme IFRS 5



Consommation : les Français restent prudents dans leurs achats malgré la stabilisation des prix

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la prudence persistante des Français dans leurs achats. Malgré une stabilisation des prix, les comportements restent marqués par la recherche d'économies et une forte sélectivité dans les dépenses alimentaires.

✨ Synthèse IA ✨

Selon la dernière étude *Worldpanel by Numerator*, la consommation des produits de grande consommation ne redécalle que timidement (+0,8 % en volume) dans un contexte d'incertitude politique et géopolitique persistante. Les ménages privilégient les achats essentiels et qualitatifs, tout en maintenant un taux d'épargne record.

Nicolas Monier

23 octobre 2025 \ 11h42

1 min. de lecture



© 123rf

Consommation 2025 : entre prudence et quête de qualité, les Français resserrent leurs choix.

Alors que les prix se stabilisent depuis mars 2025, la reprise de la consommation reste fragile. Selon *Worldpanel by Numerator*, les volumes de ventes de produits de grande consommation et frais libre-service (PGC-FLS) ne progressent que de +0,8 %. Une évolution modeste, qui témoigne d'un comportement d'achat encore contraint par la prudence et le doute.

Le climat d'incertitude domine : 85 % des foyers se disent préoccupés par la situation politique nationale, un niveau rarement observé. Les tensions internationales et la montée des conflits mondiaux arrivent en tête des inquiétudes (63 %), suivies par la hausse des prix des produits de grande consommation (60 %), celle de l'énergie et des carburants (56 %), la perte de pouvoir d'achat (54 %) et les enjeux environnementaux (52 %).

Dans ce contexte, les Français préfèrent mettre de côté : le taux d'épargne atteint 18,9 % du revenu disponible, un record depuis 1978 selon l'INSEE. Un réflexe de précaution révélateur d'une défiance persistante face aux incertitudes économiques et politiques.

La prudence reste le maître mot

Cette prudence se traduit directement dans les comportements d'achat. Le nombre moyen de catégories PGC-FLS achetées recule de 141 en 2022 à 137 en 2025, et seules 52 % affichent une croissance ou stabilité en volume. L'hygiène-beauté (-5,5 %) et le traiteur frais (-9,2 %) figurent parmi les segments les plus impactés. Les ménages resserrent ainsi leurs paniers autour des produits essentiels, perçus comme des « *valeurs refuge* ».

Pour autant, le plaisir d'achat n'a pas disparu. Près d'un foyer sur deux (47 %) dit vouloir se faire plaisir dans ses achats courants, soit +4 points par rapport à 2024. Mais seuls 26 % déclarent avoir envie de dépenser, confirmant une consommation sous contrôle. Les petits paniers fréquents représentent désormais 45 % des volumes, contre 17 % pour les gros caddies, une évolution qui pénalise les hypermarchés et les enseignes à bas prix.

Des achats plus ciblés, plus réfléchis

S'ils dépensent légèrement plus qu'en 2024 (+1,8 %), les Français tendent à valoriser leurs achats : davantage de produits perçus comme plus qualitatifs, durables, sains ou à meilleur profil nutritionnel (bio, végétal, "sans", Nutriscore A ou B).

« Entre prudence économique, incertitude politique et recherche de sens, les consommateurs français montrent une résilience mesurée : ils achètent un peu plus souvent, mieux, et avec une attention accrue à la qualité et à l'impact de leurs choix », conclut Gaëlle Le Floch, directrice Insight Worldpanel by Numerator.



Viandes bio : la consommation reprend dans les circuits spécialisés mais pas en GMS

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la consommation de viandes bio, qui repart à la hausse dans les circuits spécialisés. En revanche, les grandes surfaces peinent à relancer les ventes sur ce segment, toujours freiné par les prix.

✨ Synthèse IA ✨

Dans son observatoire des viandes bio 2024, l'interprofession du bétail et de la viande (Interbev) annonce la reprise de la consommation dans les magasins spécialisés (+8,88% en volume vs 2023) et en restauration collective (+14%). Mais, avec une baisse du nombre d'abattages, la production se replie, notamment pour les ovins qui peinent à trouver des débouchés autres que le marché conventionnel.

Charlotte Barriquand

23 octobre 2025 \ 18h30

1 min. de lecture



© 123rf

En 2024, le recul des abattages est plus marqué pour les gros bovins Bio allaitants (-11 % par rapport à l'année précédente) que pour les gros bovins laitiers (-3 %).

Alors que la consommation globale de produits bio se stabilise (+0,8%), celle de la viande reprend, mais uniquement dans les magasins spécialisés et dans la restauration collective avec respectivement des hausses en volumes de 9% et 14%, d'après les données du dernier observatoire de la viande bio d'Interbev (sur les données 2024). Le bilan en GMS est, quant à lui bien différent, puisque la consommation de viande bio y a diminué de près de 30% depuis 2021, notamment sur le piécé.

ZOOM SUR LA PRODUCTION DE VIANDES BIO EN 2024



Un fort repli des abattages en 2024

Une année 2024 qui a été, malgré les quelques embellies, en demie teinte avec une baisse de la production de viande bio pour la troisième année consécutive, passant de près de 31 000 tonnes équivalent carcasse en 2023 à à peine plus de 28 000 TEC en 2024, soit une baisse de 9%. Dans le détail, les abattages sont en recul pour les bovins allaitants (-11%), et les laitiers (-3%), principalement dû "*aux prix comparables*" entre le bio et le conventionnel, peut-on lire dans l'observatoire. Mais la principale chute est pour les ovins, dont la production est de 1569 tonnes équivalent carcasse en 2024, soit une baisse 22%. En effet dans un contexte sanitaire tendu causé par la fièvre catarrhale qui a touché la quasi-totalité du cheptel ovin, la production a baissé et le peu qui restait a été réaffecté vers le conventionnel, faute de débouchées suffisante en bio.

Assurer la pérennité de la filière

Consciente des défis, la filière de la viande bio a entamé en 2024 une réflexion pour définir ses "*grandes orientations stratégiques pour les prochaines années*". Cela passe par le renforcement des liens avec les distributeurs et la restauration commerciale, ou encore en investissant dans l'innovation. Mais aussi via le soutien à la production et les efforts de promotions, essentiels pour assurer la pérennité et la croissance de la filière et ainsi offrir des débouchés pour les jeunes éleveurs qui souhaitent s'installer. Un sujet transversal par ailleurs, à toute l'agriculture en France mais aussi en Europe, avec la baisse potentielle d'environ 30% du nombre d'agriculteurs d'ici à 2035 selon les prévisions de l'INSEE.



Frais libre-service : les produits de charcuterie renouent avec les volumes

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la reprise des volumes dans le rayon charcuterie en libre-service. Après une période de repli, la demande repart grâce aux habitudes de consommation ancrées et à une meilleure adaptation de l'offre.

✨ Synthèse IA ✨



D'un côté, la célèbre marque de rillettes Bordeaux Chesnel surfe sur la tendance food du moment en revisitant ses classiques à la mode « pulled » de porc ou de poulet, afin de séduire une plus jeune catégorie de consommateurs. De l'autre côte, après le succès des Tranches végét, Fleury Michon explore d'autres saveurs pour compléter sa gamme, avec une nouveauté à base de haricots rouges au goût barbecue, déclinée en aides culinaires sous forme d'allumettes.

Les chiffres

- 7,14 Mrds € : le CA de la volaille sur un an au 29.06.2025, à - 1 %
- +1,5% : l'évolution des ventes en volume sur un an au 29.06.2025
- - 2,5 % : l'évolution du prix moyen sur un an au 29.06.2025, à 14,19 € /kg

Source : Circana

Sous l'effet de l'inflation, les entreprises de la charcuterie avaient connu des heures compliquées. Mais les consommateurs sont au rendez-vous et les volumes repartent à la hausse en 2025, dans la continuité des bons résultats de 2024. La charcuterie à réchauffer et le foie gras tirent particulièrement la catégorie vers le haut, respectivement à + 15 % et + 21,9 % en volume depuis le début de l'année. La quasi-totalité des segments progressent, excepté les pâtés et les rillettes qui enregistrent de légères baisses, en volume et en valeur. Pourtant, le prix moyen de la catégorie est plutôt en baisse.



Frais libre-service : l'ultrafrais laitier s'appuie sur la bonne santé des yaourts

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du dynamisme de l'ultrafrais laitier en libre-service, soutenu par le succès des yaourts. Ce segment bénéficie d'un attrait constant des consommateurs pour des produits accessibles et perçus comme sains.

✨ Synthèse IA ✨



D'un côté, leader du bien-être digestif depuis plus de 35 ans, Activia enrichit sa gamme de kéfir avec un nouveau format à la cuillère, décliné en deux saveurs (nature et fraise-framboise), à déguster dès le petit déjeuner. De l'autre côté, Olga élargit sa gamme bio avec un Skyr nature, un Crémeux et un Fromage blanc 4x100g, tous issus du commerce équitable et labellisés Biopartenaire.

Les chiffres

- 8,14 Mrds € : le CA de l'ultrafrais laitier sur un an 29.06.2025, à + 0,4 %
- +1% : l'évolution des ventes en volume sur un an au 29.06.2025
- - 0,5 % : l'évolution du prix moyen sur un an au 29.06.2025 (prix moyen : NC)

Source : Circana

Secteur solide et résilient, l'ultrafrais et, en son sein, les yaourts affichent une belle santé avec des produits plaisir accessibles en prix et riches en bienfaits nutritionnels. Emmenés par des poids lourds comme Yoplait et Danone, les succès des skyr, à + 20,3 % en valeur et + 30,3 % en volume (Circana, CAD à P4 2025), et des offres protéinées, à + 22,4 % en valeur et + 31,9 % en volume, participent à cette belle dynamique. L'appétence pour les yaourts sains et naturels mais gourmands est confirmée par les bonnes performances des fromages blancs et des yaourts à la grecque.



Frais libre-service : ancrée dans le quotidien, la saurisserie poursuit sa progression

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la progression continue de la saurisserie en libre-service. Produit ancré dans le quotidien, il séduit par sa praticité et sa durabilité, répondant aux attentes d'un marché en quête de simplicité et de conservation.

✨ Synthèse IA ✨



D'un côté, le roi des fêtes, Labeyrie, profite de l'engouement pour la truite fumée et joue, dans sa gamme Gourmande, sur des associations inédites avec des huiles infusées au citron et à l'aneth, ou à la truffe blanche et au poivre. De l'autre côté, le norvégien Mowi s'inspire des États-Unis cette année et propose sa nouveauté Pavé royal de saumon saveur Louisiane avec un topping de paprika, piment et curry fumé.

Les chiffres

- 3,04 Mrds € : le CA de la saurisserie sur un an au 29.06.2025, à + 0,3 %
- +2,3% : l'évolution des ventes en volume sur un an au 29.06.2025
- - 2 % : l'évolution du prix moyen sur un an au 29.06.2025, à 10,51 € /kg

Source : Circana

Reine de fêtes de fin d'année, la saurisserie s'est installée dans le quotidien des consommateurs, qui multiplient leurs achats toute l'année. Le saumon accuse légèrement le coup avec des volumes à - 0,5 % et un CA à - 2,3 %, notamment en raison de la stabilisation des prix au kilo. Les ventes de surimi continuent de chuter en valeur (- 9,2 %) et en volume (- 4,6 %). Quant aux autres produits de saurisserie (+ 4,4 % en volume) et autres poissons préparés (+ 4,6 %), ils tirent leur épingle du jeu, en particulier la truite fumée qui prend de plus en plus de place dans les linéaires des magasins.



Frais libre-service : le surgelé, salé comme sucré, retrouve des couleurs

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du regain d'intérêt pour les produits surgelés, sucrés comme salés. Ce segment profite d'un effet prix, d'une praticité recherchée et d'une offre renouvelée pour répondre à des usages quotidiens et festifs.

✦ Synthèse IA ✦



D'un côté, la marque anglaise fabriquée en Italie, Crosta Mollica veut croître sur les pizzas premium grâce à une communication stylisée et à une identité visuelle visant les jeunes actifs et familles CSP +. De l'autre côté, Les glaces du pilote de Formule 1 Charles Leclerc ont été pensées pour les amateurs de saveurs gourmandes et soucieux de bienfaits nutritionnels. La gamme comporte 5 parfums signature.

Les chiffres

- 6,51 Mrds € : le CA du surgelé sur un an au 29.06.2025, à + 1,8 %
- +3,4% : l'évolution de ventes en volume sur un an au 29.06.2025
- -1,6 % : l'évolution du prix moyen sur un an au 29.06.2025, à 6,21 € /kg

Source : Circana

Tiré par un segment des pizzas (+6 %) très innovant ainsi que la bonne performance des légumes (+ 4 %) et des pommes de terre (+ 3,1%), le surgelé salé a renoué avec la croissance en volume (+ 1,9 %). Côté sucré, c'est l'embellie pour les glaces, grâce à une météo favorable et à l'arrivée de nouveaux acteurs. À noter le virage vers des glaces plus saines, sur un segment façonné par les influences internationales et les réseaux sociaux. En témoignent le succès de l'association glace-cookie venue d'outre-Atlantique et la vague des chocolats de Dubaï née sur TikTok, qui s'est poursuivie sur les glaces.



Les parts de marché des distributeurs alimentaires

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

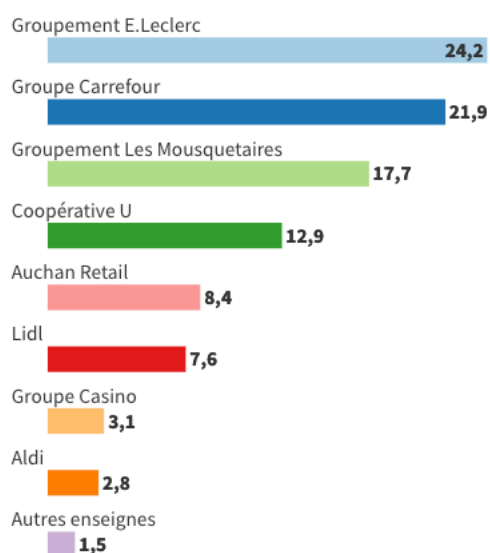
L'article traite de l'évolution des parts de marché des distributeurs alimentaires. Malgré un contexte stable, certains groupes gagnent du terrain grâce aux MDD, à l'omnicanal et à la proximité.

✨ Synthèse IA ✨

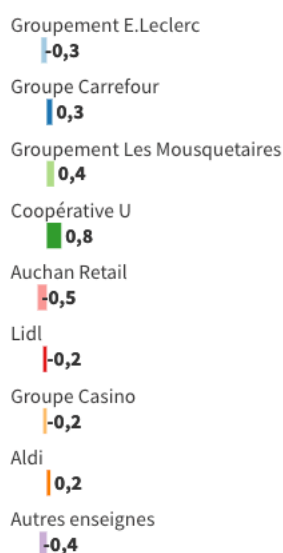
Les données Worldpanel by Numerator (ex-Kantar) pour la période du 8 septembre au 5 octobre 2025 montrent que les Français ont surtout fait leurs courses chez U, grand gagnant de la période, ainsi que chez Intermarché et Carrefour.

P10 (du 8 septembre au 5 octobre 2025)

Enseignes (en %)



Ecart VS A-1



Source: Worldpanel by numerator



* A Flourish chart



Coopérative U passe le cap des 1000 magasins de proximité

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du franchissement du cap des 1000 magasins de proximité par Coopérative U. Cette étape stratégique renforce l'ancrage local du groupe et confirme sa volonté de mailler finement les territoires.

✨ Synthèse IA ✨

Le quatrième distributeur français a ouvert sa millième supérette à Vouvray (Indre-et-Loire) le 24 octobre. Ce ralliement illustre la croissance exponentielle de la proximité pour la coopérative.

Magali Picard

27 octobre 2025 \ 13h48

1 min. de lecture



© © Gilles Piel

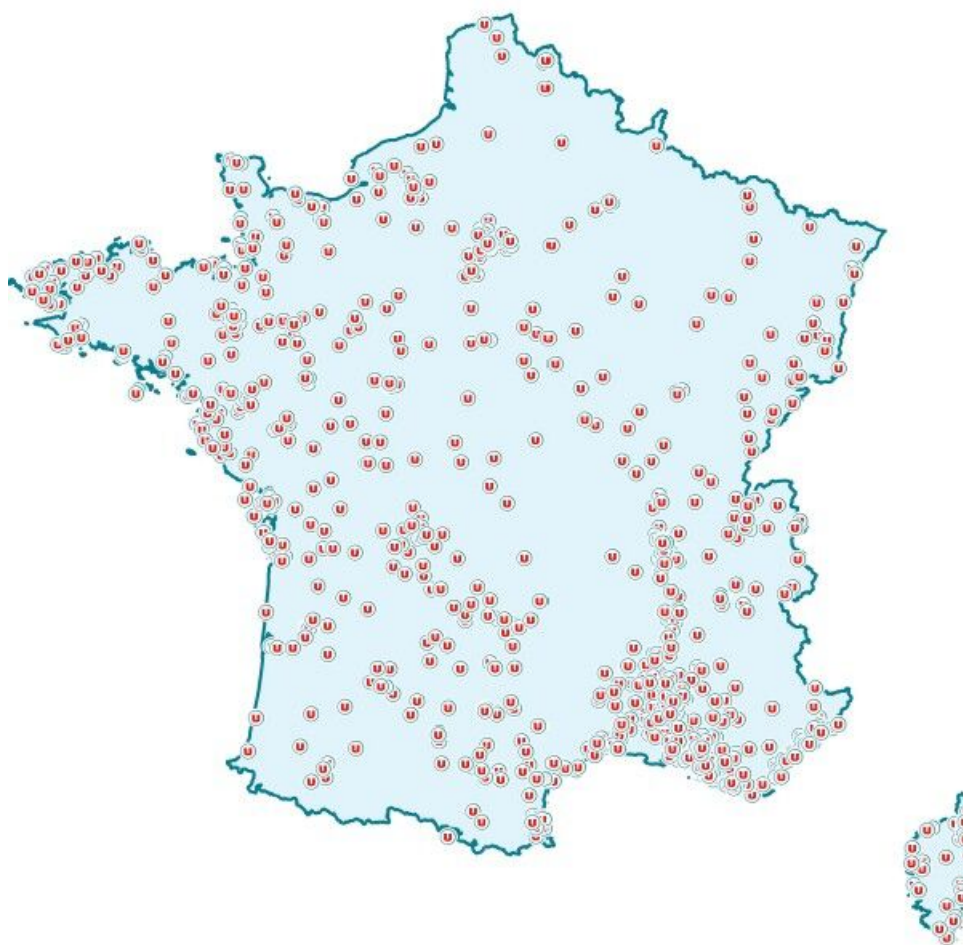
Coopérative U vise 200 ouvertures supplémentaires dans les cinq ans.

Tous les distributeurs le savent : la proximité fait partie des concepts les plus porteurs, avec l'e-commerce. La dernière période mesurée par Worldpanel by Numerator, l'ex-Kantar, du 8 septembre au 5 octobre, le montre encore. Le circuit proximité gagne 0,3 point de part de marché, tandis que les hypermarchés et supermarchés reculent. Bref, le gâteau, dominé par Carrefour et Casino, attise les convoitises. Les outsiders sur ce marché que sont Intermarché, E.Leclerc et Coopérative U y vont à marche forcée.

59 ouvertures à date, contre 48 en 2024...

A Vouvray, dans l'Indre-et-Loire donc, l'ouverture d'un U Express permet à Coopérative U de franchir le cap des 1000 points de vente, répartis en deux enseignes, U Express (900 m² de surface moyenne) et Utile (300 m²). Il ne s'agit pas d'une création ex nihilo, mais d'un ralliement. Les 1 195 m² étaient auparavant exploités par Auchan. Avec 59 nouveaux magasins de proximité ouverts depuis le début de l'année, correspondant à 56 714 m² supplémentaires, Coopérative U accélère et a d'ores et déjà dépassé le rythme de 2024 (48 ouvertures d'Express et Utile, dont trois quarts par ralliements). A date, l'enseigne compte désormais 512 magasins U Express et 488 Utile.

Les implantations des magasins de proximité, U Express et Utile, en France métropolitaine



Source : Coopérative U

...et d'autres prévues grâce à Schiever

Dans les prochains mois, d'autres ouvertures sont prévues, à commencer par le ralliement en cours des magasins de proximité du réseau Schiever, qui a rejoint U officiellement en mars dernier. Le groupe bourguignon compte en effet autour de 120 Maximarché qui ont tout intérêt à s'adosser au nouveau partenaire U. Parmi les autres régions à haut potentiel pour la proximité figurent le sud de la France et l'étranger. En ligne de mire : 1 200 magasins d'ici à 2030.

Cette offensive s'inscrit dans le plan plus global, baptisé Cap 15, comme 15% de part de marché, l'objectif fixé par le PDG Dominique Schelcher, d'ici à 2030. Sur la dernière période mesurée par l'ex-Kantar, la coopérative a gagné 0,8 point, à 12,9%. Sur la proximité, sa part de marché (1,3%) reste encore timide, juste derrière Intermarché (1,5%). En 2024, U a réalisé près de 4 milliards d'euros avec ses deux formats de proximité. « *Notre objectif est simple mais essentiel : faire vivre un commerce utile, humain et responsable au service des territoires* », précise Dominique Schelcher dans le communiqué paru ce 27 octobre. Un sujet cher au cœur du patron de U, qui doit rendre un rapport sur la question du centre-ville et des quartiers prioritaires dans les prochaines semaines aux ministres du Commerce et de la Ville.



Décryptage : comment Lidl va intégrer 19 Auchan, 500 salariés et 33 760 m²

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du projet de Lidl d'intégrer 19 magasins Auchan, 500 salariés et plus de 33 000 m². Une opération qui s'inscrit dans sa stratégie d'expansion continue sur le territoire français.

✨ Synthèse IA ✨

Annoncé le 16 juillet 2025, validé par l'Autorité de la concurrence le 22 septembre, le rachat de 19 magasins Auchan par Lidl entre dans sa phase concrète. Les 500 salariés concernés ont rejoint Lidl France officiellement depuis le 1er novembre. Contrairement à Intermarché, Auchan ou Carrefour qui avaient fermé les ex-Casino ou Cora deux ou trois semaines avant de les rouvrir, la réouverture n'est pas pour tout de suite.

28 octobre 2025 \ 14h00

2 min. de lecture



© Laetitia Duarte

Dans le quartier de la gare Montparnasse, à Paris, Lidl aura désormais deux magasins, grâce au rachat de 19 Auchan.

À chacun sa méthode. Lorsque Intermarché, Auchan et Carrefour ont dû changer les panonceaux de dizaines, voire de centaines pour le premier, de magasins rachetés à Casino ou à Cora, ils ont fermé pendant deux à trois semaines pour rouvrir par par vagues étalées sur deux mois. L'essentiel était alors d'aller vite, de troquer gondoles, produits et systèmes d'encaissement pour de nouveaux le plus vite possible. Les travaux de mise au concept du repreneur attendraient. Il n'en est rien pour Lidl.

500 salariés rejoignent les effectifs de Lidl France

Depuis le 15 octobre, les Auchan de Marquette-lez-Lille (Nord), de Gradignan, dans la banlieue bordelaise, ou de Lyon (voir liste ci-dessous) ont bien fermé leurs portes. Trois semaines auparavant, Lidl avait obtenu le feu vert de l'Autorité de la concurrence pour reprendre 19 magasins Auchan et 8 stations-service, rachat annoncé le 16 juillet. Mais ils ne rouvriront pas quinze jours ou trois semaines plus tard. « *La transition va durer quelques mois, le temps d'installer le concept Lidl, qui n'a rien à voir avec celui d'Auchan* », explique Sabine Pruvost, déléguée syndicale Force ouvrière, qui a assisté au CSE central sur le sujet les 8 et 9 octobre dernier.

Dix-neuf magasins, dont neuf anciens Casino, 33 760 m² de surface de vente et 500 salariés, voilà pour les chiffres. Ces 500 salariés rejoignent les effectifs de Lidl à partir du 1^{er} novembre. Sont-ils inquiets ? L'UNSA, syndicat majoritaire chez Lidl France, veille. « *Conformément aux engagements pris, tous les salariés repris conservent leurs contrats de travail, leurs droits et leur ancienneté* », précise son délégué, Mohamed Sylla. Puisque les travaux sont partis pour durer plusieurs semaines, voire plusieurs mois, quid de ces 500 salariés ? Ils seront affectés dans d'autres magasins Lidl, à proximité. Du moins s'ils le souhaitent. De son côté, le patron de Lidl France, John Paul Scally, se veut rassurant. « *Cette intégration est une nouvelle étape majeure dans le développement de Lidl en France. Elle reflète notre volonté d'investir durablement dans les régions, de renforcer notre proximité avec les consommateurs et de proposer notre modèle de distribution à un plus grand nombre, au meilleur prix* », explique-t-il dans un communiqué paru ce 3 novembre. Objectif du nouveau patron arrivé en août 2024 : faire en sorte que chaque Français ait un Lidl à moins de dix minutes de chez lui.

La liste des 19 magasins qui rejoignent Lidl, 9 ex-Casino, 10 Auchan :

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

Un passé mouvementé pour certains de ces magasins

Dans quel état se trouvent ces 19 magasins repris à Auchan ? Sur les 19, neuf ont un passé mouvementé : ils sont issus du groupe Casino. C'est le cas par exemple du magasin situé Palais des Congrès, à Antibes, 1611 m². Si la superficie correspond peu ou prou à la taille idéale d'un Lidl, chiffrée à 1400 m² par son patron pour la France, John Paul Scally, le magasin n'a pas fait l'objet d'investissements depuis des années. Le dernier chiffre d'affaires au m² (autour de 3 000 euros selon nos sources) est loin des standards pour un magasin de cette taille. Idem pour le seul magasin parisien de la liste, situé au 32, boulevard de Vaugirard, dans le 15^e arrondissement. Il a connu trois propriétaires en l'espace de deux ans : Casino, Auchan et maintenant Lidl.

L'essentiel pour Lidl reste de sécuriser une vingtaine d'emplacements supplémentaires et de participer à la course à la concentration. Et évidemment de permettre à la nouvelle équipe dirigeante de faire un (petit) pas de plus vers les 10 % de part de marché visés par John Paul Scally à horizon 2030. À date, elle n'atteint toujours pas 8% (7,6% au 5 octobre selon Worldpanel by Numerator).

Les chiffres de Lidl France

- 15,9 Mrds € : le CA au 28 février 2025, à -1 %
- -9 M € : le résultat net au 28 février 2025 (après -72 M € en 2023)
- 1 622 magasins au 31 décembre 2024
- 46 000 salariés

Sources : LSA, Lidl



Grande distribution : tout sur le parc des magasins et leurs surfaces commerciales en septembre 2025 [Baromètre exclusif]

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du baromètre 2025 sur le parc de magasins alimentaires. Il dresse un état des lieux détaillé des enseignes, des formats et des surfaces commerciales en France, dans un contexte de rationalisation des réseaux.

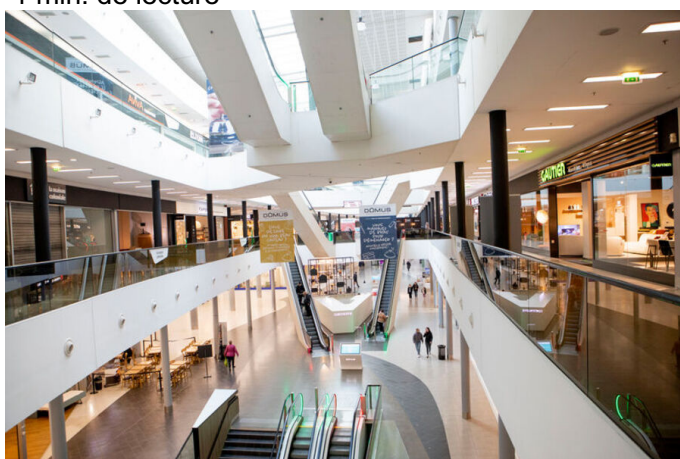
✨ Synthèse IA ✨

Tous les mois, grâce aux données de LSA Expert, LSA vous livre le panorama du parc des enseignes de distribution, de restauration et de services en France dans leurs principaux secteurs, en unités et en surfaces commerciales. Si le mois de septembre 2025 est relativement calme, les évolutions sur un an sont plus marquées notamment dans les secteurs de la mode et de la maison. Baromètre exclusif.

La Rédaction

28 octobre 2025 \ 07h00

1 min. de lecture



© Laetitia Duarte

Le parc des grandes surfaces en France (ici le centre commercial Domus à Rosny-sous-Bois) couvre près de 80 millions de m² de surfaces de vente selon LSA Expert.

LSA publie la première vague d'un baromètre mensuel conçu avec la société d'études LSA Expert (filiale comme LSA du groupe Infopro Digital) qui recense la taille et les mouvements du parc des enseignes à vocation commerciale qui exploitent un minimum de 4 points de vente en France dans 5 secteurs majeurs de la grande consommation : l'alimentaire, la maison, la personne, les services (tel, restauration), et l'automobile (centres auto, contrôle technique, location, lavage, vitrage...).

Tendances lourdes sur un an dans la mode, l'électrodomestique, la déco...

Si sur le seul mois de septembre 2025, c'est le calme plat sur le front des surfaces commerciales excepté dans la décoration et la mode. Sur un an, en revanche, des tendances lourdes se dessinent : des fermetures en cascade dans les enseignes de mode et de forts reculs de l'électro, la déco, le bio, compensés par les belles dynamiques des secteurs culture/loisirs, audition et beauté/santé.

11 000 terrains de foot

Autre enseignement, l'emprise du parc des grandes surfaces, des restaurants et des boutiques de services chainées (plus de 4 magasins) est impressionnante. Selon LSA Expert, ces enseignes exploitent plus de 128 000 magasins et couvrent près de 80 millions de m² de surfaces de vente dans les secteurs de l'alimentaire, la maison, la personne, les services (tel, restauration) et l'automobile (centres auto, contrôle technique, location, lavage, vitrage...).

80 millions de mètres carrés, à titre de comparaison, cela équivaut à plus des trois quarts de la superficie de la ville de Paris ou encore à 11 000 terrains de football alignés les uns à la suite des autres. Et encore ces chiffres ne tiennent pas compte des réserves éventuelles de ces magasins qui peuvent parfois doubler leur emprise, ni des parkings également très gourmands en m².



Univers et secteurs	Nbre de PDV en sept. 2025	Variation vs M-1	Variation vs A-1	Somme des surfaces en sept. 2025, en m ²	Variation vs M-1	Variation vs A-1
ALIMENTAIRE						
Magasins bio	1789	→ 0	↘ -81	594 317	→ 0	↘ 22 490
Cash & carry	250	→ 0	↗ +5	856 348	→ 0	↗ +2 865
Cavistes	1311	↘ -2	↘ -17	187 688	↘ -140	↗ +1 416
Drive in	4228	↘ -1	↘ -38	394 609	→ 0	↗ +2 018
Drive out	568	→ 0	↗ +5	780 037	→ 0	↗ +7 721
Grandes surfaces de frais	221	→ 0	↗ +20	86 697	→ 0	↗ +5 737
Hypermarchés	2287	↗ +2	↘ -16	11 897 937	↗ +5 000	↘ -142 382
Magasins populaires	318	→ 0	↗ +2	579 945	→ 0	↗ +3 167
Supermarchés	5812	↗ +1	↗ +5	7 124 667	↗ +2 353	↘ -42 159
Freezer centers	1388	→ 0	↗ +43	349 029	→ 0	↗ +11 064
Supérettes	8235	↘ -4	↗ +15	1 537 027	↘ -406	↗ +14 173
Hard-discount	3418	→ 0	↗ +8	3 321 675	↘ -236	↗ +85 872
Total	29 825	↘ -4	↘ -49	27 709 976	↗ +6 571	↘ -72 998

CENTRES AUTO ET FRANCHISES AUTO						
Achats et vente de véhicules	440	↘ -1	↘ -10	65 365	↘ -60	↘ 2 345
Contrôle technique	5490	→ 0	↘ -2	1 268 626	→ 0	↘ -510
Centres auto (LSA)	4288	↘ -2	↘ -23	1 787 682	↘ -1 430	↘ 6 147
Distributeurs de pièces	63	→ 0	↘ -3	13 850	→ 0	↘ -440
Équipement et entretien moto	340	↘ -2	↘ -16	159 190	↘ -650	↘ 3 575
Entretien et réparation automobile	25	→ 0	→ 0	20 200	→ 0	→ 0
Lavage/nettoyage	650	→ 0	↘ -15	400 075	→ 0	↘ 4 210
Location de Véhicules	2949	↘ -1	↘ -19	168 429	↘ -25	↘ -975
Vitrage	1806	↘ -2	↘ -14	355 988	↘ -175	↘ -510
Total	16 051	↘ -8	↘ -102	4 239 405	↘ -2 340	↘ -18 712

SERVICES						
Informatique/bureautique	939	→ 0	↘ -71	403 527	↘ -300	↘ -38 006
Restauration	11 810	↘ -5	↗ +74	3 192 164	↘ -80	↗ +40 103
Téléphonie/internet	2022	↗ +1	↘ -44	234 863	↗ +150	↘ -1 789
Total	14 771	↘ -4	↘ -41	3 830 554	↘ -230	↗ +308

SERVICES						
Informatique/bureautique	939	→ 0	↘ -71	403 527	↘ -300	↘ -38 006
Restauration	11 810	↘ -5	↗ +74	3 192 164	↘ -80	↗ +40 103
Téléphonie/internet	2022	↗ +1	↘ -44	234 863	↗ +150	↘ -1 789
Total	14 771	↘ -4	↘ -41	3 830 554	↘ -230	↗ +308

MAISON						
Animalerie	961	↗ +2	↗ +49	523 691	↗ +674	↗ +17 319
Bricolage	2270	↘ -1	↗ +23	8 602 368	↘ -2 500	↘ -6 847
Cuisines/salles de bains	2279	↘ -6	↘ -11	776 236	↘ -2 099	↘ -10 631
Décoration	1349	↘ -63	↘ -50	846 794	↘ -42 845	↘ -82 261
Électrodomestique	2710	→ 0	↘ -90	2 952 797	↗ +3 950	↘ -12 370
Matériaux	6674	↘ -1	↘ -21	4 449 464	↘ -250	↗ +135 300
Jardinierie	1723	↘ -12	↘ -24	4 633 464	↘ -65 594	↘ -109 122
Libres-services agricoles (LISA)	1341	↗ +9	↗ +5	1 106 613	↗ +6 145	↘ -2 963
Linge de maison	416	↘ -1	→ 0	50 978	↘ -100	↗ +174
Matériaux pro	15	→ 0	↘ -1	22 070	→ 0	↘ -100
Meubles	2665	↘ -1	↘ -35	2 588 405	↘ -735	↘ -2 419
Discount	4025	↗ +7	↗ +144	4 197 364	↗ +5 610	↗ +176 614
Art de la table	313	↘ -2	↘ -17	72 435	↘ -250	↘ -10 075
Total	26 741	↘ -69	↘ -28	30 822 679	↘ -97 994	↗ +92 619

PERSONNE						
Accessoires	1 209	→ 0	↘ -8	99 904	↗ +70	↗ +1 303
Audition	4 383	→ 0	↗ +204	250 950	→ 0	↗ +13 189
Bijouterie	1 885	→ 0	↘ -30	222 119	→ 0	↘ -1 709
Chaussures	1 622	→ 0	↘ -14	727 435	↗ +740	↗ +34 198
Grands magasins	97	→ 0	→ 0	696 226	→ 0	↘ -7 634
Beauté/santé	4 272	↘ -1	↗ +167	621 840	↗ +290	↗ +18 901
Jouet	1 027	→ 0	↗ +10	793 087	↘ -208	↗ +7 033
Culture/loisirs	1 727	→ 0	↗ +443	1 017 576	↘ -1 280	↗ +54 623
Lingerie	1 184	↗ +1	↘ -40	120 777	↗ +75	↘ -3 596
Optique	7 233	↘ -2	↗ +45	923 000	↘ -235	↗ +9 172
Puériculture	433	→ 0	↘ -17	186 247	→ 0	↘ -17 987
Sport	3 425	↘ -2	↘ -27	2 889 557	↗ +1 708	↘ -5 215
Mode	12 264	↘ -25	↘ -858	4 562 012	↘ -7 268	↘ -119 713
Total	40 761	↘ -29	↘ -125	13 110 730	↘ -6 108	↘ -17 435

TOTAL MAGASINS GLOBAL	128 149	↘ -345	↘ -114	79 713 344	↘ -162 18	↘ -100 101
------------------------------	----------------	---------------	---------------	-------------------	------------------	-------------------

LSA Expert recense la taille et les mouvements de parc des enseignes à vocation commerciale qui exploitent un minimum de 4 points de vente en France. Sources mobilisées : bilans annuels, centrales d'achats, sites web, décisions des CDAC, modifications de Siren/Siret, presse régionale et spécialisée, entreprises... Données complètes et détails par enseigne sur <https://expert.lsa-conso.fr>



Exclusif : la stratégie d'Intermarché et E.Leclerc pour intégrer leurs 93 magasins Colruyt rachetés

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stratégie d'Intermarché et E.Leclerc pour intégrer les 93 magasins Colruyt rachetés. Chaque groupe déploie un plan spécifique pour réaménager et relancer ces points de vente.

✨ Synthèse IA ✨

Annoncées en juin et en juillet, les cessions de 93 magasins Colruyt entrent dans une phase plus concrète : autorisations au cas par cas de l'Autorité de la concurrence, et attributions, avant des changements d'enseignes prévus au premier trimestre 2026.

Magali Picard

29 octobre 2025 \ 07h01

2 min. de lecture



© Colruyt

Dans les semaines qui viennent, l'Autorité de la concurrence va délivrer les autorisations aux adhérents d'Intermarché et de E.Leclerc pour transformer les Colruyt rachetés.

Le feuilleton de la reprise des activités françaises du belge Colruyt a passionné le Landerneau économique pendant cinq mois, entre février et juin dernier. Depuis, motus bouche cousue. Petit retour en arrière. Le 17 juin dernier, Intermarché entre en négociations exclusives pour racheter 81 magasins Colruyt dans l'est et le centre de la France, deux régions où le groupement est moins présent qu'ailleurs. Un mois après, E.Leclerc se rattrape : douze Colruyt tombent dans son escarcelle.

Les autorisations de l'Autorité de la concurrence commencent à tomber

Les deux rachats ont un point commun : aucun ne nécessite un feu vert global de l'Autorité de la concurrence. Logique puisque les reprises de magasins sont portées individuellement par des adhérents, contrairement aux rachats précédents de Casino par Intermarché, Auchan ou Carrefour ou encore de Cora par Carrefour, deux groupes intégrés qui plus est. Dans le cas d'Intermarché-Casino, le premier avait fait une offre globale. Mais au pays des indépendants, les concentrations se font à chaque fois différemment.

S'agissant de E.Leclerc, les douze magasins font l'objet de reprises par des adhérents individuellement. Le 23 octobre, l'Autorité de la concurrence a donné son feu vert pour un magasin Colruyt situé à Auxerre (Yonne) ; le 27 octobre, à celui de Hagenthal-le-Bas, dans le Haut-Rhin. Le 31 octobre, cela devrait être au tour de celui de Saint-Vallier, dans le Rhône, de recevoir une autorisation, le 6 novembre, celui de Val de Moder (Bas-Rhin) ; le 7 novembre, celui de Wiwersheim, toujours dans le Bas-Rhin ; celui de Sens (Yonne) le 12 novembre, etc.

Intermarché va transformer les Colruyt en 45 Contact et 35 Netto

Même processus pour les Mousquetaires, dont les autorisations arrivent au jour le jour. En face des 81 magasins, 81 adhérents ont déposé des offres fermes de reprise pour ces points de vente qui emploient 1300 salariés. D'après nos informations, que la direction ne souhaite pas commenter, Intermarché apposera sa bannière Netto sur 35 de ces magasins et Contact, son format de proximité rurale, sur 45 Colruyt. Un seul sera transformé en supermarché Intermarché. Le format des Colruyt (990 m²) se prête en effet aux concepts de discount et de proximité de la branche alimentaire des Mousquetaires. Objectif : aller chercher mécaniquement 0,25 point de part de marché grâce à un parc de 81 magasins (79 500 m²) et de 44 stations-service réalisant un chiffre d'affaires total de 518 millions d'euros. Une fois transformés, au cours du premier semestre 2026, ces 0,25 point de part de marché pourraient devenir 0,35 point, voire plus.

Encore des Colruyt à céder et une activité de proximité rentable

Mais le groupe Colruyt en France ne se résume pas à ces 93 magasins. Il reste trois entrepôts, situés à Dole-Choisey, Rochefort-sur-Nenon, dans le Jura, et Gondreville-Fontenoy (Meurthe-et-Moselle), ainsi que onze magasins qui n'ont pas trouvé preneur (voir liste ci-dessous). Sans oublier l'activité de gros, qui pèse autour de 200 millions d'euros de chiffre d'affaires. Via sa filiale Codifrance, il approvisionne 800 supérettes (221 Coccimarket, 208 Epi Service, 176 Panier Sympa, 120 VivEco...), qui font toutes entre 80 et 400 m². Pour le coup, cette activité ressort « *positive sur toute la ligne* » selon Colruyt. Elle dégage un bénéfice de 4,2 millions d'euros sur l'exercice 2024. Son avenir devrait être connu dans les prochains mois.

Les 11 magasins restants

- Colruyt Audincourt (Doubs)
- Colruyt Montchanin (Saône et Loire)
- Colruyt Chalindrey (Haute-Marne)
- Colruyt Carling (Moselle)
- Colruyt Faulquemont (Moselle)
- Colruyt Moyeuvre Grande (Moselle)
- Colruyt Masevaux (Haut-Rhin)
- Colruyt Saulxures (Bas-Rhin)
- Colruyt Drusenheim (Bas-Rhin)
- Colruyt Herrlisheim (Bas-Rhin)
- Colruyt Gries (Bas-Rhin)



Tous les chiffres sur la consommation et l'achat de plats cuisinés frais

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des chiffres de consommation des plats cuisinés frais. Ce segment, en croissance, séduit les consommateurs par sa praticité, notamment pour les repas du midi ou en solution de dépannage rapide.

✨ Synthèse IA ✨

LSA Data Conso | Qui achète le plus de plats cuisinés frais ? 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 des plats cuisinés frais.

La Rédaction

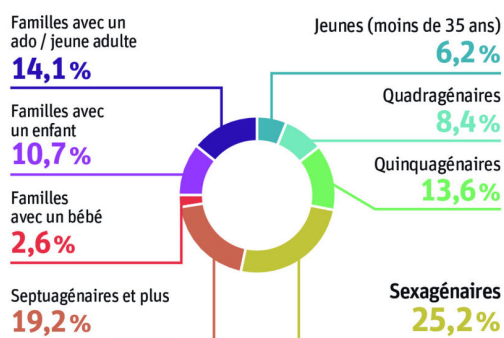
30 octobre 2025 \ 00h00

1 min. de lecture

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 Worldpanel by Numerator. Des infographies à retrouver en fin de magazine et en ligne, comme ici les plats cuisinés frais.

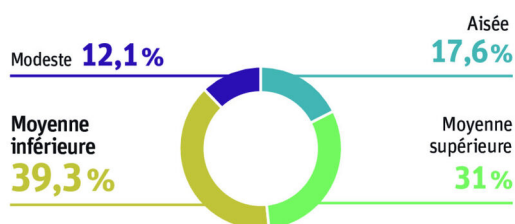
Les personnes âgées apprécient le tout-prêt

Répartition des dépenses de plats cuisinés frais par tranche d'âge et situation familiale en CAM à P8 2025, en %



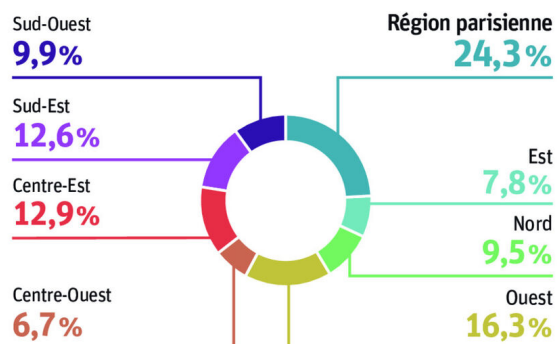
Davantage dans les foyers aisés que modestes

Répartition des dépenses de plats cuisinés frais par catégorie socioprofessionnelle en CAM à P8 2025, en %



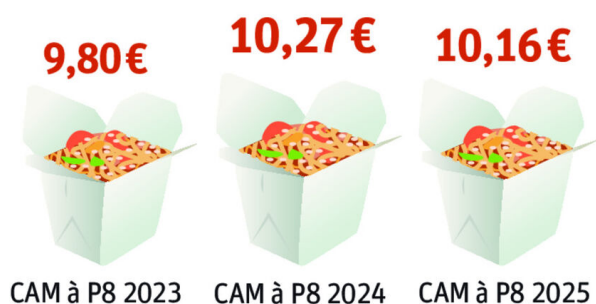
Une habitude ancrée en région parisienne

Répartition des dépenses de plats cuisinés frais par zones géographiques en CAM à P8 2025, en %

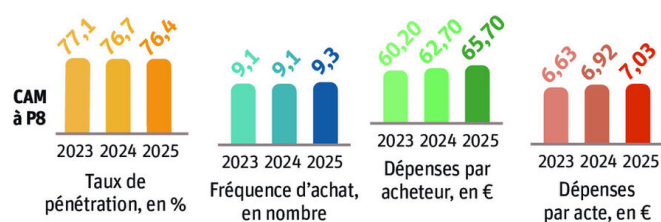


Petite décreue des prix

Prix moyen au kilo des plats cuisinés frais, en euros

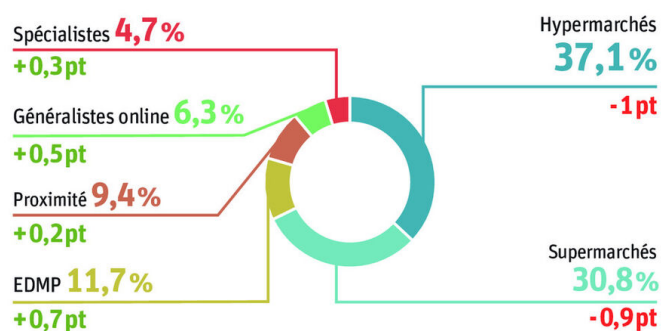


Des dépenses en légère hausse



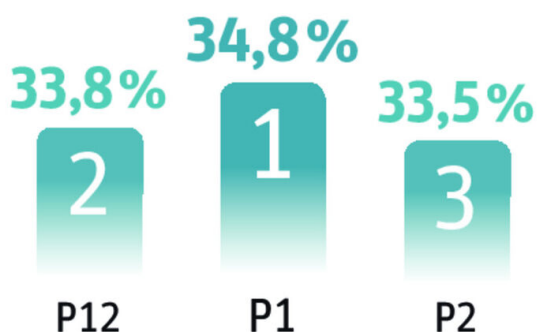
Hypers et supermarchés en retrait

Part de marché en valeur par circuits des dépenses de plats cuisinés frais en CAM à P8 2025, et évolution vs CAM à P8 2024



Bien pratiques l'hiver

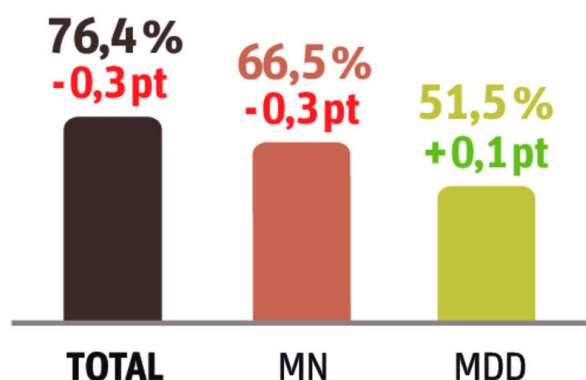
Top 3 des périodes pendant lesquelles les plats cuisinés frais ont été le plus achetés en 2024, en taux de pénétration



P1 = 25.12.2023 au 21.01.2024, P12 = 4.11 au 1.12, P2 = 22.01 au 18.02

Les marques reculent, les MDD avancent

% des foyers acheteurs de plats cuisinés frais (au moins une fois en CAM à P8 2025), % de foyers acheteurs de marques nationales et de MDD, et évolution vs CAM à P8 2024



Méthodologie

Ces données sont issues d'un échantillon de 20 000 foyers panélistes de Worlpanel by Numerator. 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.



Fort de résultats trimestriels prometteurs, Casino veut se donner du temps en prolongeant de 2 ans son plan de transformation

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la décision de Casino de prolonger son plan de transformation de deux ans. Fort de résultats encourageants, le groupe se donne du temps pour stabiliser son organisation et son offre.

✨ Synthèse IA ✨

Très attendus, les résultats du troisième trimestre confortent le directeur général Philippe Palazzi dans sa stratégie de redressement. Des renégociations avec les créanciers vont être entamées et devraient être achevées à la fin du premier semestre 2026, espère-t-il. Pour ce faire, le plan de transformation est prolongé de 2 ans, jusqu'en 2030.

Magali Picard

30 octobre 2025 \ 20h29

4 min. de lecture



Le directeur général de Casino, Philippe Palazzi, espère avoir fini les négociations avec les créanciers concernant la dette à la fin du premier semestre 2026.

L'avenir semble s'éclaircir pour le groupe Casino. Enlisé depuis deux ans dans une passe très difficile, confronté à une dette d'un montant record (1,4 milliard d'euros, qui doivent être soldés auprès des créanciers en mars 2027), Philippe Palazzi, directeur général depuis fin mars 2023, serait-il en passe de réussir son pari ? « *Nous percevons des signes tangibles de redressement*, affirme-t-il lors de la présentation des résultats pour le troisième trimestre ce 30 octobre. *Nos performances progressent sur le plan commercial, financier et opérationnel.* »

De fait, le chiffre d'affaires ressort en croissance de 0,5% en comparable (+0,6% sur les neuf premiers mois) et l'Ebitda en hausse de 13%. Monoprix, qui pèse la moitié du chiffre d'affaires et les deux tiers du résultat opérationnel du groupe, affiche une performance en progression de 0,6%, soutenue notamment par les produits frais. Naturalia se distingue avec une croissance de 10,4 % et une fréquentation en hausse de 9 %, dopée par la montée du e-commerce (+27 %) et le développement de son offre snacking bio. La proximité, qui a dû réajuster sa logistique et son offre depuis la vente des hypers et supermarchés, s'en sort très correctement (+1,9% en comparable). Seuls Franprix et Cdiscount déçoivent (-0,2% pour le premier et -2,9% pour le deuxième).

Le déploiement des nouveaux concepts est enclenché

Les nouveaux concepts et le recentrage vers la restauration à emporter commencent à porter leurs fruits, ainsi que le travail d'assainissement du parc (958 fermetures de magasins depuis le début de l'année). La Cantine chez Monoprix, La Ferme pour Naturalia, Oxygène pour Franprix, Cœur de Blé pour la proximité : sur le troisième trimestre, trois nouvelles Cantines ont ouvert, trois nouveaux concepts La Ferme, 25 Oxygène chez Franprix et 22 Cœur de Blé dans les Casino.

Les nouveaux concepts continuent d'être déployés

75 magasins au concept Oxygène chez Franprix

23 La Ferme chez Naturalia

La restauration s'accélère

6 La Cantine chez Monoprix

36 Cœur de Blé chez Casino Proximité

9 corners snacking bio chez Naturalia

Les indicateurs de rentabilité s'améliorent puisque l'Ebitda (après loyers) s'établit à 112 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année (59 sur la même période de l'année 2024) et le cash-flow libre s'améliore fortement, de 500 millions d'euros. Les liquidités s'élèvent à 1,22 milliard d'euros à fin septembre.

Le groupe se projette sur 2030 et repart sur des ouvertures et rénovations...

Fort de ces résultats prometteurs, qui lui permettent de maintenir son objectif de 500 millions d'euros d'Ebitda en 2028 pour 15 milliards d'euros de volume d'affaires, Philippe Palazzi annonce déployer son plan nommé "renouveau" jusqu'en 2030. « *Nous pouvons voir plus loin. Nous avons passé le premier test de solvabilité à fin septembre avec un ratio dette nette sur Ebitda de 7,68 et sommes confiants pour celui de décembre* », ajoute Philippe Palazzi, sans confirmer la réinjection possible de capital de 500 millions d'euros évoquée par le média *La lettre* le 28 octobre, information démentie par le groupe dès le lendemain, ni même la possibilité d'un refinancement citée par le *Financial Times* le 7 octobre.

Donc, d'ici à 2030, « *100% du parc Monoprix sera rénové*, poursuit le dirigeant. *800 magasins Franprix seront refaits au concept Oxygène et 200 nouveaux ouvriront. 70% du parc de magasins Naturalia passera à la Ferme et 20 nouveaux ouvriront.* » Enfin, côté proximité, les nouveaux concepts seront déployés dans 300 magasins et 210 magasins nouveaux sont prévus. Au passage, une nouvelle identité de marque commune aux trois enseignes Casino, Spar et Vival a été annoncée. Quant à Cdiscount, il s'agit d'enrichir l'offre en augmentant la fidélité des clients et en développant la place de marché. « *Nous visons 15% de clients B to C supplémentaires d'ici à 2030.* » Malgré cette prolongation de deux ans supplémentaires du plan de transformation, les objectifs de résultats attendus pour 2028, dans le plan initial, seront tenus, affirme le groupe. A savoir, atteindre un volume d'affaires TTC de 15 Mds€ en 2028, soit une croissance annuelle moyenne du chiffre d'affaires HT sur 2024-2028 de +0,8%, générer 600 M€ d'économies cumulées sur 2025-2028 et un EBITDA ajusté après loyers de 500 M€ en 2028 pour des Capex bruts de 1,2 Md€ sur 2025-2028 avec l'objectif de convertir 50% de l'EBITDA ajusté après loyers 2028 en cash-flow libre

...et enclenche les négociations avec ses créanciers au sujet de la dette

L'enveloppe d'investissements prévue par Daniel Kretinsky, actionnaire de Casino à hauteur de 53,7% aux côtés de Fimalac et du fonds Attestor, à savoir 300 millions d'euros par an jusqu'en 2028 suffira-t-elle ? En tout cas, l'extension du plan renouveau à 2030 vise clairement un assainissement de la structure financière du groupe, son endettement notamment. Il prévoit la création d'un comité ad hoc chargé de superviser les travaux

de réduction de la dette, de renforcement des fonds propres et donc, on l'imagine, de renégociation avec les principaux créanciers du groupe. « *L'adaptation de notre structure financière sera terminée d'ici le deuxième trimestre 2026* », espère Philippe Palazzi. En creux, on comprend qu'il s'agit d'étaler la dette en échange d'un apport supplémentaire de fonds propres, qui paraît indispensable au vu des ambitions de rénovation et d'ouverture de magasins annoncées. ce qui peut s'accompagner d'une renégociation des taux d'intérêt d'un niveau élevé (9% l'an prochain) auprès des banques... Le nouveau Casino aura franchi une première étape, celle de montrer des résultats encourageants et rassurants pour les créanciers.

CA HT par marque (en M€)	T3 2025 / 2024			9 mois 2025 / 2024		
	T3 2025	Variation		9 mois 2025	Variation	
		Comparable	Totale		Comparable	Totale
Monoprix	946	+0,6%	0,0%	2 958	+1,0%	+0,6%
Franprix ¹	352	-0,2%	-5,3%	1 131	-0,1%	-4,6%
Casino ¹	377	+1,9%	-8,6%	1 004	+0,7%	-9,8%
Naturalia	70	+10,4%	+5,8%	230	+8,4%	+3,8%
Marques de proximité	1 746	+1,1%	-2,8%	5 323	+1,1%	-2,5%
Cdiscount	235	-2,9%	-2,9%	692	-2,6%	-2,6%
Autres	21	+7,3%	-25,6%	64	+4,0%	-25,9%
GROUPE CASINO	2 002	+0,5%	-3,2%	6 080	+0,6%	-2,9%



Casino change l'identité visuelle de ses magasins de proximité et simplifie son portefeuille d'enseignes autour de Casino, Spar et Vival

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du changement d'identité visuelle de Casino pour ses magasins de proximité. L'objectif est de clarifier l'offre autour de trois enseignes : Casino, Spar et Vival, et de gagner en lisibilité.

✨ Synthèse IA ✨

A nouveau groupe, nouveau logo et nouvelle identité visuelle pour l'enseigne la plus connue de la branche proximité, Casino. Autour de 1000 sont concernés. Voici pourquoi et comment.

Magali Picard

30 octobre 2025 \ 18h45

2 min. de lecture



Nouveau groupe, nouvelle identité visuelle pour les magasins de proximité demain.

En deux ans, la configuration du groupe Casino plus que centenaire (il a été créé en 1898 !) a considérablement changé. Délesté de ses hypers et supermarchés, celui-ci fonctionne désormais suivant « *une logique de marques et non d'enseignes ou de formats* », rappelle à l'envi son directeur général, Philippe Palazzi. Monoprix, Naturalia, Franprix et donc Casino. A l'occasion de la publication de ses résultats pour le troisième trimestre, il a présenté la nouvelle identité visuelle destinée aux 650 petits Casino .

Commençons par le nom. Il faut reconnaître que la galaxie d'enseignes au sein de la branche proximité, 4 666 magasins et autour d'1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires, finissait par perdre le consommateur. Exit donc Casino Shop, Petit Casino, Casino#ToutPrès ou Casino Shopping, place à trois enseignes : Spar pour les zones touristiques, Vival pour les zones rurales et Casino pour les zones urbaines.

Vert olive et blanc, bayadère plus moderne

Ensuite, l'identité visuelle. La différence se voit dans les détails. Pensée en interne avec l'appui d'une agence, la nouvelle signature garde le fameux vert olive (et le blanc) connu de tous de l'ancien Casino, mais enlève la flamme sur le i pour y mettre un point et lie les cinq lettres entre elles, hormis le C. « *Elle n'avait pas changé depuis une dizaine d'années*, précise Magali Daubinet-Salen, directrice générale des marques Casino, Spar et Vival. *Il fallait faire vivre le meilleur du passé tout en gagnant en visibilité et en modernité.* » Une bayadère verte et blanche complète le tout, pour la signalétique et les sachets, quand il y en a. Toujours à cheval entre le passé et le futur, le petit bonhomme portant une balance et un globe terrestre, symbole du métier d'épicier et des services en magasin, a subi une cure de jouvence (voir photo ci-dessous).

Casino Proximité, c'est :

- 4844 magasins
- 850 Spar
- 1700 Vival
- 650 Casino
- 91% sont franchisés

Source : Casino

500 magasins Casino et 500 Vival concernés

Présentée aux franchisés lors d'une convention qui s'est tenue à Lyon en octobre, la nouvelle identité sera déclinée sur le terrain à partir de 2026. Un chantier de longue haleine puisque la branche proximité compte plus de 90% de franchisés, qu'il faut convaincre. Casino donnera le la en présentant un magasin...à Saint-Etienne bien sûr, berceau historique du groupe. Ouverture prévue au premier trimestre 2026. « *Nous allons travailler sur 500 magasins Casino et 500 Vival* », annonce Magali Daubinet-Salen. Chez Casino aussi, il y aura des changements d'enseigne.

Avant (le logo Casino des origines)



Après (premiers magasins début 2026)





Changements d'enseigne (Lidl, Intermarché, E.Leclerc, Coopérative U...) : les grandes transformations continuent

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des grandes manœuvres en cours dans la distribution avec les nombreux changements d'enseigne. Lidl, Intermarché, E.Leclerc ou Coopérative U redessinent leur réseau dans un marché très concurrentiel.

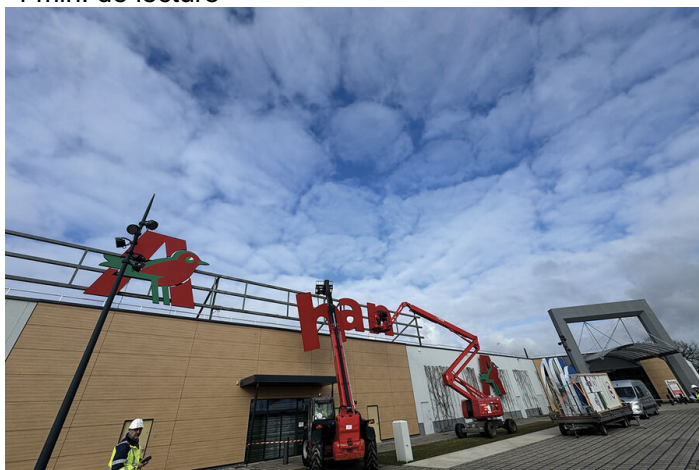
✨ Synthèse IA ✨

Une nouvelle vague de changements d'enseigne se profile dans les prochains mois à la faveur du deuxième tour de la concentration du secteur. Lidl, Intermarché, E. Leclerc et Coopérative U n'adoptent pas la même méthode.

Magali Picard

31 octobre 2025 \ 11h00

4 min. de lecture



© Schiever

Il faudra deux ans à Schiever pour passer de Auchan à U, un changement qui concerne tous ses formats.

Chaque semaine, les équipes de Schiever inaugurent un, deux, voire trois magasins qui passent sous la bannière U. Le groupe bourguignon a quitté Auchan pour Coopérative U, il y a un an et demi, et la transformation effective a débuté le 1er mars dernier. Il faudra deux ans pour changer tout le parc, composé de formats divers, des hypermarchés aux supermarchés Bi1, sans oublier les supérettes de proximité à l'enseigne Maximarché. Au 5 novembre, 5 hypermarchés, 29 Super U et 15 U Express arborent les nouvelles couleurs et d'ici à la fin de l'année, trois magasins de proximité supplémentaires et un supermarché rejoindront le peloton. Il restera encore une soixantaine de supermarchés et une grosse centaine de supérettes à rallier.

Un long chemin, les autorisations de l'ADLC au compte-gouttes pour Intermarché et E.Leclerc

Il ne suffit pas d'attirer une nouvelle enseigne (pour un indépendant) ou de racheter un réseau. Ensuite commence un long chemin d'autorisations auprès de l'Autorité de la concurrence et de transformations de magasins. C'est précisément dans ce couloir que se trouvent Intermarché et E. Leclerc. Annoncées en juin et en juillet, les rachats de 93 magasins Colruyt par les deux premiers groupes indépendants français – 81 pour le premier, 12 pour le deuxième –, entrent dans une phase plus concrète.

Les deux rachats ont un point commun : aucun ne nécessite un feu vert global de l'Autorité de la concurrence. Logique puisque les reprises sont portées individuellement par des adhérents, contrairement aux rachats précédents de Casino par Intermarché, Auchan ou Carrefour ou encore de Cora par Carrefour, deux groupes intégrés qui plus est. Au pays des indépendants, les concentrations se font souvent différemment.

280 à 300

Le nombre de magasins alimentaires qui vont encore changer d'enseigne en 2026

Source : estimation LSA

Dans le cas de E. Leclerc, les 12 magasins font l'objet de reprises par des adhérents individuellement. Le 23 octobre, l'Autorité de la concurrence a donné son feu vert pour un magasin Colruyt situé à Auxerre (Yonne) ; le 27 octobre, à celui de Hagenthal-le-Bas, dans le Haut-Rhin. Le 31 octobre, cela devait être au tour de celui de Saint-Vallier, dans le Rhône ; le 6 novembre, celui de Val-de-Moder (Bas-Rhin) ; le 7 novembre, celui de Wiwersheim, toujours dans le Bas-Rhin ; le 12 novembre celui de Sens (Yonne), etc.

Fermetures à durée variable

Même processus pour les Mousquetaires, dont les autorisations arrivent au jour le jour. En face des 81 magasins, 81 adhérents ont déposé des offres fermes pour ces points de vente qui emploient 1 300 salariés. D'après nos informations, Intermarché apposera sa bannière Netto sur 35 de ces magasins et Contact, son format de proximité rurale, sur 45 Colruyt. Un seul sera transformé en supermarché. Le format des Colruyt (990 m²) se prête en effet à ces concepts d'Intermarché. Objectif : aller chercher mécaniquement 0,25 point de part de marché grâce à 79 500 m² supplémentaires, réalisant un chiffre d'affaires total de 518 millions d'euros. Une fois transformés, au cours du premier semestre 2026, ce chiffre de 0,25 point de part de marché pourrait devenir 0,35 point, voire plus.

Tous les salariés repris conservent leurs contrats de travail, leurs droits et leur ancienneté. Mais la phase de transition pourrait s'étendre sur plusieurs mois, selon l'ampleur des travaux propres à chaque site

Mohamed Sylla, délégué syndical Unsa de Lidl France

À chacun sa méthode. Du côté de Lidl, les 19 magasins Auchan dont le rachat a été validé par l'Autorité de la concurrence le 22 septembre ont fermé le 15 octobre. Et vont le rester encore quelques semaines, voire quelques mois, là où Intermarché, Auchan et Carrefour avaient baissé le rideau seulement deux à trois semaines pour troquer gondoles, produits et caisses. « *La transition est plus longue car il faut le temps d'installer le concept Lidl, qui n'a rien à voir avec celui d'Auchan* », explique Sabine Pruvost, déléguée syndicale Force ouvrière chez Lidl France.

Lors du Comité social et économique central (CSEC) des 8 et 9 octobre, les délégués syndicaux ont eu droit à un premier tableau. 19 magasins, dont 9 anciens Casino, 33 760 m² de surface de vente et 500 salariés rejoignent Lidl France début novembre. Certes, à l'échelle de plus de 1 600 magasins et de 46 000 personnes, cela semble devoir se passer facilement. Pourtant, c'est la première opération de croissance externe de cette taille pour Lidl depuis longtemps. Pendant les travaux, les salariés seront affectés sur les points de vente les plus proches. « *Ils conservent leurs contrats de travail, leurs droits et leur ancienneté. Mais la phase de transition pourrait s'étendre sur plusieurs mois, selon l'ampleur des travaux propres à chaque site* », précise Mohamed Sylla, délégué syndical de l'Unsa, majoritaire chez Lidl.

Gros travaux

Dans quel état se trouvent ces 19 magasins repris à Auchan ? Neuf ont un passé agité : ils sont issus du groupe Casino. C'est le cas, par exemple, du magasin situé au Palais des Congrès, à Antibes, de 1 611 m². Si la superficie correspond peu ou prou à la taille idéale d'un Lidl, chiffrée à 1 400 m² par John Paul Scally, le patron pour la France, le magasin n'a pas fait l'objet d'investissements depuis des années. Le dernier chiffre d'affaires au mètre carré (autour de 3 000 euros selon nos sources) est bien loin des standards pour un magasin de cette taille.

Coopérative U a aussi bénéficié du deuxième tour des concentrations. Le 10 juillet dernier, elle a racheté sept magasins à Carrefour, obligé de s'en délester par l'Autorité de la concurrence. L'occasion de récupérer 40 000 m² supplémentaires pour un chiffre d'affaires de 265 millions d'euros. Parmi eux, trois hypermarchés, situés à Villers-Semeuse (Ardennes), Hérouville-Saint-Clair (Calvados) et Publier (Haute-Savoie). En cours d'attribution auprès d'associés, leur transformation sera un sacré défi pour U, peu habitué à ces grands formats.

Les chantiers en cours

- U-Schiever

Début novembre, 5 hypermarchés, 29 Super U et 15 U Express auront remplacé les enseignes de Schiever. Lancée en mars, la transformation prendra encore plusieurs mois. Trois U Express et un autre Super U viendront les rejoindre d'ici à la fin de l'année.

- Lidl-Auchan

Le 1er novembre, 19 magasins Auchan (33 760 m² au total) employant 500 salariés rejoignent officiellement Lidl France. Sans oublier 8 stations-service. La remise au concept bleu et jaune prendra plusieurs semaines, voire mois. Aucune date de réouverture n'est annoncée.

- Intermarché-Colruyt

Annoncée en juin, la cession de 81 magasins Colruyt dans l'est et le centre-est de la France à Intermarché fait l'objet d'autorisations accordées au fil de l'eau par l'Autorité de la concurrence. Pas de réouverture avant le premier trimestre 2026.

- E.Leclerc-Colruyt

Conclu le 16 juillet, le rachat de 12 magasins Colruyt par E.Leclerc fait aussi l'objet d'autorisations au compte-goutte délivrées aux adhérents qui reprennent.

- U-Carrefour

Dans l'escarcelle de Coopérative U, 7 magasins repris à Carrefour, à la suite d'une décision de l'Autorité de la concurrence. Ils sont en cours d'attribution aux associés candidats. Parmi eux, trois hypermarchés.

❄ Le monde du surgelé

Un collectif pour fédérer tous les maillons de la restauration

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la création d'un collectif visant à rassembler tous les acteurs de la restauration. Objectif : mieux structurer la filière et porter des revendications communes dans un secteur en tension.

✨ Synthèse IA ✨



© 123rf.com

Dix organisations professionnelles s'unissent pour peser davantage dans le débat public autour de la consommation hors domicile.

C'est une première dans l'univers de la restauration hors domicile. Dix organisations représentatives, issues à la fois de l'amont agricole, de l'industrie agroalimentaire, de la distribution et des différents segments de la restauration, ont décidé d'unir leurs voix au sein d'un collectif baptisé **“Filière des Restaurations”**. Une initiative portée conjointement par l'Umih, le GHR, le SNARR, Restau'Co, le SNRC, les Grossistes Alimentaires de France, l'ANIA, le GECO Food Service, la FNSEA et La Coopération Agricole.

Derrière cette bannière commune, les partenaires entendent rappeler le poids économique et social d'un secteur qui sert chaque jour plus de 20 millions de repas

en France, soit 7,4 milliards de repas annuels pour un chiffre d'affaires global estimé à 84,8 milliards d'euros (source : Gira by Circana Foodservice). Une réalité encore trop souvent méconnue, selon les initiateurs du collectif, alors que cette chaîne de valeur irrigue une large partie des filières agricoles et agroalimentaires françaises. « Sans nos restaurations, notre quotidien ne serait pas le même. Or, nos restaurations sont fragilisées », résument les signataires du collectif.

Mettre en vitrine une filière plurielle



Le logo du collectif

Avec la création de “Filière des Restaurations”, les organisations souhaitent mettre fin à une logique en silos qui, jusqu’ici, séparait restaurations commerciales et collectives, producteurs et distributeurs, industriels et artisans. Leur objectif : faire reconnaître l’existence d’une filière unique mais plurielle, qui relie l’ensemble des métiers “du champ à l’assiette”. Cette démarche commune se veut aussi une plateforme de concertation et d’influence. Les représentants de la filière entendent faire entendre une voix unifiée face aux pouvoirs publics, en appelant à « un cadre de confiance et de stabilité » plutôt qu’à « de nouveaux textes ou taxes ». Objectif : permettre aux entreprises d’innover, de répondre aux enjeux environnementaux et de poursuivre leurs missions de service sans freins réglementaires supplémentaires.

Des chantiers partagés pour structurer la filière

Au-delà du plaidoyer institutionnel, la Filière RestaurationS se fixe plusieurs priorités opérationnelles : mieux valoriser le savoir-faire des cuisiniers, sécuriser les approvisionnements, renforcer la pédagogie autour de l’alimentation hors domicile ou encore défendre le Titre Restaurant, perçu davantage désormais comme un « titre alimentaire » plutôt qu’une incitation à se rendre dans des points de restauration. Autre enjeu clé : améliorer l’attractivité des métiers et favoriser les passerelles entre les différents segments, dans un contexte récurrent de pénurie de main-d’œuvre.

En somme, une manière pour les professionnels du hors-domicile de se reconnaître enfin comme une filière à part entière, avec ses spécificités, ses contraintes et ses atouts.



ANIA : Jean-François LOISEAU, Président, FNSEA : Anne-Marie DENIS – Vice-Présidente Commission Chaîne alimentaire ; GECO Food Service : Michel SANSON, Président ; GHR : Catherine QUERARD Présidente ; Grossistes Alimentaires de France : Jacques DERONZIER, Président ; La Coopération Agricole : Jean-Luc DUVAL, Président section compétitivité et transitions de la coopération agricole SNARR : Frédéric LEVACHER, Membre du BUREAU ; RESTAUCO : Philippe MUSCAT – Vice-Président ; SNRC : Isabelle APRILE, Présidente ; UMIH : Franck CHAUMES, Président Branche Restauration

Les dix membres du collectif « Filière des Restaurations »

Le collectif réunit dix organisations représentatives de l'ensemble de la chaîne du hors-domicile : Umih, GHR, SNARR, Restau'Co et SNRC pour les restaurations commerciales et collectives ; Grossistes Alimentaires de France pour la distribution ; ainsi que, côté amont, ANIA, GECO Food Service, FNSEA et La Coopération Agricole.



❄ Le monde du surgelé

Agroalimentaire : Pact'Alim alerte sur un risque de décrochage des PME

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'alerte lancée par Pact'Alim sur le risque de décrochage des PME agroalimentaires, qui peinent à investir pour répondre aux défis environnementaux et concurrentiels, faute de moyens adaptés.

✨ Synthèse IA ✨



© 123rf.com

Selon une étude Roland Berger, les PME françaises de l'agroalimentaire font face à une érosion continue de leur compétitivité et de leurs marges, perdant ainsi du terrain face à la concurrence européenne.

Moins de deux ans après un premier rapport qui dressait le portrait économique des 3 000 PME et ETI de l'alimentation, Pact'Alim communique sur une nouvelle étude menée avec le cabinet Roland Berger. Celle-ci confirme la dégradation de leur situation et alerte sur un possible "décrochage industriel". Ces entreprises, qui représentent 62 % de l'emploi et 55 % du chiffre d'affaires de l'industrie agroalimentaire (soit 129 milliards d'euros et 292 000 salariés), constituent le premier débouché de l'agriculture, en transformant plus de la moitié des productions nationales.

Mais leur rentabilité continue à s'éroder sur le long terme, comme le souligne le rapport. En effet, depuis 2010, l'écart de marge d'exploitation entre le secteur de

l'agroalimentaire et l'ensemble de l'industrie manufacturière s'est creusé de 50 %. Selon les projections, la rentabilité moyenne du secteur pourrait passer sous la barre des 5 % à l'horizon 2030-2035, un seuil jugé critique pour l'investissement. En cause principale, l'état vieillissant des outils industriels, sachant que l'âge moyen des équipements atteint 23 ans chez les PME (en comparaison, il s'établit à 19 ans pour l'ensemble des industries manufacturières françaises, quand cette moyenne tombe à 9 ans chez nos voisins d'outre-Rhin). Le rapport chiffre entre 6 à 8 millions d'euros par entreprise les besoins de modernisation, soit un niveau qui serait dix fois supérieur aux investissements moyens actuels.

Un mur d'investissements à franchir

Face à cette équation jugée « intenable » pour une grande partie des PME et ETI, Pact'Alim plaide pour une mobilisation urgente des financements afin d'éviter une perte de capacité de transformation en France. L'association estime qu'un recul compromettrait à la fois la compétitivité, les débouchés agricoles et la souveraineté alimentaire.

Concrètement, l'étude propose trois axes d'action possibles : réorienter les financements existants, créer des outils financiers adaptés (prêts garantis, avances remboursables, obligations subordonnées...) et développer un programme d'accompagnement spécifique aux entreprises agroalimentaires, sur le modèle des dispositifs "Accélérateur PME". Ces leviers, précise Pact'Alim, s'inscrivent dans un cadre budgétaire constant : il s'agirait de mieux cibler les moyens publics déjà disponibles pour la modernisation et la décarbonation des sites industriels.

Un appel à rééquilibrer les relations commerciales

Pact'Alim souligne enfin que la fragilité des PME agroalimentaires tient aussi à des rapports de force « *défavorables avec la grande distribution* ». Dans ce sens, l'organisation appelle à une réforme du cadre des négociations commerciales. Notamment un renforcement des contrôles des lois Egalim, l'exclusion des PME des négociations en centrales d'achat internationales, et la mise en place de mécanismes automatiques de révision des prix.

❄️ Le monde du surgelé

Plats cuisinés : 30 ans que Picard se la joue solo

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stratégie indépendante de Picard depuis 30 ans. L'enseigne mise sur la qualité, l'innovation et la fidélité de ses clients pour se maintenir en tête du secteur du surgelé.

✨ Synthèse IA ✨



© Le Monde du Surgelé

Picard fête cette année le trentenaire de sa gamme « Formule Express ». A l'époque, l'enseigne avait révolutionné le marché des plats cuisinés surgelés individuels en sortant une formule micro-ondable.

C'est ce qui s'appelle prendre une longueur d'avance. En lançant ses plats cuisinés individuels surgelés en barquette micro-ondable au milieu des années 90, Picard a profondément changé le marché, jusqu'alors essentiellement constitué de plats familiaux à réchauffer au four pendant 30 à 45 minutes !

30 ans plus tard, le succès de la gamme « Formule Express » ne se dément pas avec pas moins de 26 millions de barquettes écoulées l'an passé, dans les magasins mais également dans les 300 distributeurs automatiques Picard présents sur les campus

ou dans les entreprises. Outre l'image qualitative de l'enseigne, Formule Express jouit aussi d'un capital évident quant à l'accessibilité tarifaire (la fourchette de prix varie de 2 à 3,65 euros pour des portions de 300 à 400 g) et la praticité. En effet, les plats surgelés peuvent être consommés de suite mais aussi être stockés facilement, ce qui leur donne un avantage par rapport aux produits frais.

Riche de 28 recettes, la gamme compte surtout des recettes traditionnelles et consensuelles mais fait également une place aux spécialités végé (5 références) et exotiques (4 références). D'ailleurs, les deux nouveautés récemment arrivées dans les bacs reflètent bien cette volonté de l'enseigne de couvrir tous les besoins des consommateurs en termes de saveurs ou de régime alimentaire. Picard a lancé les Mezzi rigatonis sauce tomate épicée (400 g) et les boulettes de poulet, sauce citron-menthe et semoule aux légumes (300 g).



© Le Monde du Surgelé

Chez Picard, 78% de Formules Express sont achetées en semaine.

4 recettes dans le Top 10

De toute évidence, Formule Express est aujourd'hui un marqueur de l'enseigne. D'ailleurs, sur les 1 300 références proposées dans les magasins, quatre plats de cette gamme se hissent dans le top 10 des meilleures ventes chez Picard. De quoi faire

prendre conscience aux enseignes de la grande distribution du potentiel que ce marché représente aujourd'hui. Un marché du plat individuel pour lequel les magasins Picard consacrent jusqu'à deux meubles bacs tout de même. Certes, Picard ne subit pas la concurrence d'autres rayons comme les supermarchés ou la proxi (traiteur LS, traiteur traditionnel, corners in-store), mais force est de reconnaître que les GMS n'ont jamais véritablement cru dans les solutions repas individuelles surgelées malgré les tentatives de certains fabricants. Pourtant, Les plats individuels surgelés cochent toutes les cases pour réussir, entre la hausse du nombre de monofoyers, le télétravail et la recherche de praticité. D'autant qu'avec un niveau de valorisation doublé par rapport à la moyenne de la catégorie des plats cuisinés, ces formats individuels ont de quoi mettre en appétit.



A l'image des deux derniers lancements dans la gamme, Formule Express entend couvrir tous les besoins des consommateurs, en termes de saveurs ou de régime alimentaire.

❄️ Le monde du surgelé

Restauration en Europe : des dépenses record, mais des visites en recul

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la restauration en Europe qui atteint un niveau record de dépenses en 2024, malgré une baisse du nombre de visites. Les clients fréquentent moins les établissements mais dépensent davantage à chaque passage.

✨ Synthèse IA ✨



© 123rf.com

Selon Circana, les dépenses en restauration ont dépassé leur niveau d'avant-crise Covid dans les cinq principaux marchés européens. Ce qui n'est pas le cas, en revanche, de la fréquentation.

Entre juin 2019 et juin 2025, les dépenses totales dans la restauration commerciale ont progressé de près de 10 % dans les cinq grands marchés européens (France, Allemagne, Royaume-Uni, Italie, Espagne), d'après l'étude Circana dévoilée lors du dernier [European Foodservice Summit Amsterdam](#), qui s'est tenu à Amsterdam du 17 au 19 septembre 2025.

Cette croissance s'explique surtout par l'inflation et par la hausse du ticket moyen, estimée à environ + 18 % depuis 2019. Le nombre de visites demeure en revanche 10

% inférieur à 2019, avec de fortes disparités selon les pays : l'écart reste très prononcé au Royaume-Uni (– 21 %), plus modéré en France (– 9 %), et limité à – 4 % en Espagne et Italie. En Allemagne, la fréquentation s'est globalement stabilisée, mais reste encore environ 7 % en dessous de son niveau d'avant-crise.

La reprise du marché est tirée par la restauration rapide, qui capte la majorité de la dépense additionnelle, tandis que la restauration à table, plus exposée aux arbitrages de fréquence, peine encore à reconstituer ses volumes d'avant-crise. Sur ce segment, les consommateurs sortent moins souvent, mais dépensent davantage à chaque visite.

Le poids croissant des repas en solo

Les analyses complémentaires de Circana mettent en lumière plusieurs tendances de fond. La première est la montée du “solo dining”, désormais à l'origine d'un repas sur six dans la restauration à table (contre moins d'un sur dix lors du dernier pointage en 2016). Une évolution rapide et significative, reflet d'un comportement de consommation de plus en plus individualisé.

Deuxième tendance majeure : la progression de la livraison et de la vente à emporter, installée durablement dans les habitudes post-pandémiques. Ces circuits représentent désormais près de 30 % des dépenses totales du secteur (contre environ 20 % en 2019). Ce levier soutient notamment la restauration rapide et, plus largement, tous les modèles hybrides à la croisée du retail et du foodservice.

Circana identifie plusieurs leviers de croissance pour les années à venir : la digitalisation accrue des parcours clients, la montée du végétal et des offres “better for you”, ou encore l'essor des formats hybrides associant commerce et restauration.

En conclusion, malgré un trafic encore en retrait, le marché européen du foodservice renoue avec une trajectoire positive, riche en opportunités pour les acteurs les plus agiles. Pour les modèles plus traditionnels, en revanche, le virage reste délicat à négocier.

Les Echos

Télétravail, inflation... les Européens vont moins souvent au restaurant, mais dépensent plus

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'impact du télétravail et de l'inflation sur la fréquentation des restaurants en Europe. Moins de sorties, mais un panier moyen en hausse, illustrant une évolution durable des habitudes de consommation.

✨ Synthèse IA ✨

Les dépenses en restauration en Europe ont progressé de 10 % entre 2019 et 2025, atteignant 340 milliards d'euros, selon Circana. Pourtant, les visites ont reculé de 10 %, reflétant des changements structurels liés au télétravail et à l'inflation. La filière française a rendez-vous à l'Elysée ce lundi pour évoquer ses difficultés.



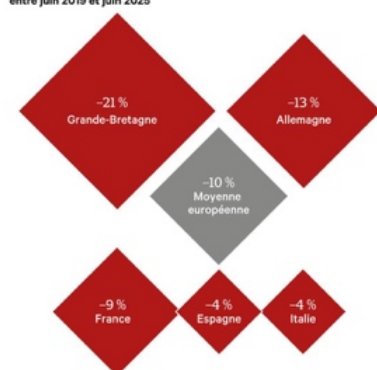
En Europe, entre juin 2019 et juin 2025, les dépenses en restauration ont augmenté de 10 %, selon Circana. Mais les visites ont, elles, reculé de 10 %. (Photo Helmut Fricke/Dpa/SIPA)

Par Clotilde Briard

Publié le 29 sept. 2025 à 07:00 Mis à jour le 29 sept. 2025 à 17:57

La fréquentation des restaurants en berne depuis la crise sanitaire

Evolution du nombre de visites, restauration hors domicile, entre juin 2019 et juin 2025



SOURCE : PANEL CREST/CIRCANA

LesEchos

Nous vous offrons la lecture de cet article, normalement réservé à nos abonnés, pour vous faire découvrir le travail de la rédaction.

Un peu moins de six ans après les coups d'arrêt à l'activité portés par le Covid et près de quatre ans après le retour de l'inflation, à quoi ressemble le paysage européen de la restauration ?

Côté pile, les comptes sont bons. Dans les cinq grandes économies que sont l'Allemagne, le Royaume-Uni, [la France](#), l'Italie et l'Espagne, les consommateurs mettent plus que jamais la main au portefeuille pour se sustenter hors domicile.

« Les habitudes ont évolué »

Entre juin 2019, avant la pandémie, et juin 2025, leurs dépenses ont augmenté de 10 %, selon le cabinet Circana. Sur cette période, les revenus annuels du secteur sont passés, dans ces pays, de 309 milliards à 340 milliards d'euros (à change constant). « C'est un record », souligne Jochen Pinsker, expert Europe de Circana dans le domaine de la restauration hors domicile.

Mais, côté face, le nombre de visites a baissé. Il est en retrait de 10 % par rapport à la période d'avant Covid, passant de 57,2 milliards en 2019 à 51,2 aujourd'hui. Et 2024 était un peu meilleure que 2025 en la matière.

« Les habitudes des consommateurs ont évolué partout en Europe. L'après Covid a induit des changements structurels pour le secteur, portés par différents facteurs. Le télétravail a ainsi nettement progressé. Tandis que [les voyages d'affaires](#) sont devenus moins nombreux », analyse Jochen Pinsker.

A ces raisons poussant à moins aller au restaurant s'ajoutent des arbitrages d'achat. « La confiance des consommateurs joue un rôle clé. En période d'incertitudes internationales, ils ont tendance à épargner plus. Leur comportement dépend moins de la somme qu'ils ont réellement dans leur porte-monnaie que de ce qu'ils sont prêts à dépenser pour sortir », souligne Jochen Pinsker.

L'inflation a aussi joué un rôle non négligeable. La hausse des prix sur les menus, freinant les sorties, pousse à guetter davantage les bons plans. En 2025, 33,7 % des repas dans les cinq principaux pays européens comprennent une promotion ou un menu, contre 29,9 % en 2022, tandis que la consommation d'eau du robinet, gratuite, a augmenté de 5 % au premier semestre de 2025.

De son côté, la plateforme de réservations TheFork note cette année en Europe une croissance à deux chiffres sur les demandes portant sur des offres spéciales et des promotions. Toutes additions confondues, le ticket moyen est globalement stable par rapport à 2024, à environ 30 euros.

L'Europe du Sud sort plus

Reste que la situation peut varier fortement d'un pays à l'autre, montre l'étude Circana. Avec un axe Nord-Sud. Au Royaume-Uni, la fréquentation se révèle, en 2025, inférieure de 21 % à celle de 2019. En Allemagne, où le retour de la TVA sur l'addition à son niveau d'avant Covid (c'est-à-dire 19 % contre 7 %)

a eu d'importantes conséquences, elle recule de 13 %. Le gouvernement a d'ailleurs annoncé qu'il allait faire marche arrière l'an prochain et revenir au taux réduit, hors boissons.

La France est plutôt dans la moyenne, avec une baisse de 9 %. Son activité est, en outre, restée à peu près stable au premier semestre 2025. Ce qui n'empêche pas les inquiétudes que la profession fait davantage entendre depuis l'été. Le président de la République, Emmanuel Macron, reçoit d'ailleurs ce lundi à déjeuner des chefs, des restaurateurs emblématiques et des représentants de la profession autour d'un déjeuner pour voir, notamment, comment répondre aux difficultés de la filière.

Finalement, ce sont les établissements du sud de l'Europe qui sont les plus favorisés. En Espagne ou en Italie, par comparaison au niveau de 2019, la baisse de fréquentation n'est que de 4 %.

Dans le cas de l'Espagne, l'une des explications avancées par Circana tient au fait que le pays a un taux assez bas de télétravail par rapport aux autres, ce qui pousse les salariés à manger davantage hors de chez eux à l'heure du déjeuner.

Le repas solo gagne du terrain

Les télétravailleurs, qui ont quand même envie de ne pas rester à leur domicile toute la journée, contribuent cependant à alimenter dans les différents pays un phénomène croissant : le repas solo. Celui-ci gagne du terrain partout en Europe. Dans la restauration à table, 15,4 % des visites aujourd'hui sont le fait d'une personne venue seule, contre seulement 9,4 % en 2016. Des tabous sont tombés. « En général, les établissements n'apprécient pas beaucoup quelqu'un qui occupe une table à lui [tout seul](#). Mais ils doivent désormais prendre en compte cette tendance et réserver un bon accueil à ces clients », estime Jochen Pinsker.

Parmi les autres changements d'habitudes que la pandémie a induit figure la montée en puissance de la livraison à domicile, avec des croissances à deux chiffres en Allemagne et en France entre l'avant Covid et maintenant. Dans deux cas sur trois, la livraison remplace des plats préparés à la maison.

Plus de livraisons

En Europe, les plateformes représentent désormais, selon Circana, 3,7 % de toutes les « visites » en restauration hors domicile. Quatre fois plus qu'en 2016. Leur place continue à grossir. Au premier trimestre 2025, le cabinet a ainsi constaté que les commandes numériques pour les livraisons et la vente à emporter se sont accrues de 7 %.

« La poursuite de la digitalisation fait partie des pistes porteuses pour les restaurants », souligne Jochen Pinsker. Il estime, en outre, qu'il leur reste « beaucoup d'opportunités », s'ils savent réellement prendre en compte les [nouveaux modes de consommation](#).

Clotilde Briard

L'insoutenable baisse des revenus du travail

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la baisse continue des revenus du travail en France. Une situation jugée préoccupante pour le pouvoir d'achat, le financement de la protection sociale et la cohésion économique.

✦ Synthèse IA ✦

En France, un euro sur deux est issu de la rente, c'est-à-dire tiré du travail des autres. Une préférence nationale qui explique un déclassement collectif, démontre Antoine Foucher.



Pour enrayer le déclassement économique, Antoine Foucher appelle à refonder le contrat social en favorisant fiscalement les revenus du travail sur ceux de la rente. (« Les Echos »)

Par **Antoine Foucher** (Président de Quintet Conseil et essayiste)

Publié le 2 oct. 2025 à 17:04 Mis à jour le 2 oct. 2025 à 17:28

En vingt ans, la part des revenus du travail dans la totalité des revenus des ménages est passée de 57 à 52 %, de sorte que la moitié de ce que les Français touchent aujourd'hui ne vient pas de leur fiche de paie. [Les revenus du patrimoine](#) (immobilier et financier) et les prestations sociales en espèces (retraites, allocations...) font désormais presque jeu égal avec le travail.

En 2000, selon la comptabilité nationale de l'Insee, les salaires des salariés, traitements des fonctionnaires et rémunérations des indépendants ont représenté 648 milliards d'euros, les revenus du patrimoine 203 milliards et les prestations sociales en espèce 282 milliards. Les revenus du travail (salariés, fonctionnaires, indépendants) constituaient donc 57 % des revenus des ménages, le patrimoine 18 % et les prestations sociales 25 %. En 2023, les revenus du travail tombent à 52 % (1.071 milliards), pendant que les revenus du patrimoine montent à 19 % (398 milliards) et surtout [les prestations sociales](#) en espèces à 29 % (595 milliards, dont 400 de pensions de retraite).

Du côté des personnes, l'ordre de grandeur est assez proche : sur les 50 millions de personnes d'au moins 18 ans et qui ne sont pas étudiants, seuls 28 millions travaillent (56 %) et financent les prestations sociales en espèces des 18 millions de retraités, 2,5 millions de bénéficiaires des minima sociaux et 1,5 million de chômeurs indemnisés (dans ces deux derniers cas, on ne retient que les personnes qui ne travaillent pas du tout).

Colère et frilosité

Qu'on aborde le sujet par les revenus ou les personnes, le calcul conduit au même ordre de grandeur : en France, un euro touché sur deux ne vient pas de son propre travail, un adulte sur deux ne vit pas de son propre travail.

D'où notre schizophrénie nationale à propos du travail : « oui, il faut revaloriser le travail, mieux rémunérer le travail, moins taxer les gens qui bossent ! » proclame le travailleur en chacun de nous. Mais « non, il ne faut pas toucher aux revenus du patrimoine immobilier (sinon plus personne n'investira dans le logement), pas toucher aux revenus des placements financiers (sinon plus personne n'investira en France), pas toucher aux revenus du patrimoine social qu'est la retraite (les retraités ont bossé toute leur vie) », dit le rentier actuel ou potentiel que chacun est.

Notre problème est qu'un pays dans lequel près d'un euro sur deux est issu de la rente (c'est-à-dire tiré du travail des autres), et près d'une personne sur deux vit structurellement ou conjoncturellement du travail des autres, devient colérique et frileux. Colérique, parce que la petite majorité qui travaille considère que les dés sont pipés et qu'elle se fait avoir. Frileux, parce que la grosse minorité qui ne travaille pas vit anxieusement sa dépendance aux autres, et cherche à protéger son patrimoine (immobilier, mobilier ou social) sans prendre de risque.

Avantager fiscalement les revenus du travail

Cette préférence nationale pour la rente est la principale cause du décrochage de notre niveau de vie collectif (5^e PIB par habitant en 1980, 26^e en 2024), tant la richesse d'un pays dépend de son travail et de son niveau d'éducation. Si nous voulons arrêter de nous appauvrir relativement aux autres pays, et nous dire sans mentir que nous vivrons mieux en France dans vingt ans, il faut refonder notre contrat social sur le travail, et lui redonner la priorité fiscale et morale sur la rente. Fiscalement, les revenus du travail doivent être avantagés sur tous les autres, de sorte que ces revenus du travail, ainsi que le nombre de personnes qui travaillent, remontent fortement. Concrètement ? Diminuer drastiquement la taxation des travailleurs, et diminuer parallèlement la rentabilité de la rente immobilière, financière et des retraites.

LES CHIFFRES CLES

52 % La part des revenus du travail en 2023 selon l'INSEE

19 % La part des revenus du patrimoine

29 % La part des prestations sociales

Antoine Foucher est essayiste et président de Quintet Conseil.

Antoine Foucher

Les Echos

Strasbourg expérimente un dispositif pour capter les particules des pneus

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite d'une expérimentation à Strasbourg pour capter les particules issues de l'usure des pneus. Ce dispositif innovant vise à améliorer la qualité de l'air, en réponse aux préoccupations environnementales croissantes.

✨ Synthèse IA ✨

La métropole s'est associée à la jeune entreprise britannique The Tyre Collective et au spécialiste des infrastructures routières Ringway pour tester un dispositif innovant qui capte les particules fines issues du freinage et de l'abrasion des pneus.



Brevetée, la technologie développée par The Tyre Collective exploite un dispositif fixé derrière la roue et doté d'un filtre électrostatique. (The Tyre Collective)

Par **Bénédictte Weiss**

Publié le 7 oct. 2025 à 09:12 Mis à jour le 9 oct. 2025 à 14:13

Les pots d'échappement ne sont pas les seuls émetteurs de polluants liés à l'automobile, les pneus en répandent aussi en s'abrasant. Cet été, l'Eurométropole de Strasbourg (EMS), dans le Bas-Rhin, et la jeune entreprise britannique The Tyre Collective ont lancé un projet pilote pour capter une partie de ces particules fines avant qu'elles ne se disséminent dans l'air et dans l'eau.

« L'abrasion des pneus constitue la deuxième source de microplastiques dans nos océans », rappelle Hanson Cheng, PDG et cofondateur de The Tyre Collective, créé en 2020. Selon lui, le problème est d'autant plus préoccupant pour les motorisations électriques, car le poids supplémentaire de la batterie, notamment, provoque une augmentation de l'usure des pneus de 30 %. C'est d'ailleurs pour

limiter ces émissions que la norme Euro7 imposera aux véhicules neufs [à partir de 2028](#) un plafond d'émissions de particules fines issues du freinage et de l'abrasion des pneus.

Brevetée, la technologie développée par The Tyre Collective exploite un dispositif fixé derrière la roue - pour l'heure de véhicules utilitaires légers - et doté d'un filtre électrostatique. Il retient les particules d'une taille allant de 0,3 à 136 microns qui viennent d'être émises et sont en suspension dans l'air, qu'elles proviennent des pneus, des freins ou de l'abrasion de la route. Il s'agit notamment de microplastiques, mais aussi parfois de particules métalliques « généralement d'une taille inférieure à 10 microns », expose Hanson Cheng. Le dirigeant indique que jusqu'à 20 % des particules de pneus en suspension sont capturées sur route et jusqu'à 80 % en laboratoire.

Résultats croisés

Le partenariat avec la métropole de Strasbourg vise à affiner l'analyse des effets du dispositif. Il a été installé pendant une semaine, au début de l'été, sur un véhicule de maintenance de la collectivité, qui parcourt chaque jour quelques centaines de kilomètres. Les particules captées ont ensuite été envoyées en laboratoire pour les analyser. Ces résultats seront ensuite croisés - fin 2025 ou début 2026 - avec ceux d'une autre démonstration réalisée cette fois à Londres par The Tyre Collective avec le spécialiste des infrastructures routières Ringway.



« L'abrasion des pneus constitue la deuxième source de microplastiques dans nos océans », rappelle Hanson Cheng, PDG et cofondateur de The Tyre Collective.

Les deux essais bénéficient du soutien de l'Institut européen d'innovation et de technologie (EIT), en particulier de son initiative EIT Urban Mobility qui vise à accélérer la transition vers un système de transport multimodal. Ils représentent selon lui un budget de 781.528 euros précisément. « Nous espérons que cette initiative incitera d'autres villes d'Europe à accélérer leurs efforts pour parvenir à une mobilité sans émissions », avance Adriana Diaz, directrice de l'innovation d'EIT Urban Mobility, dans un communiqué diffusé par l'EMS.

The Tyre Collective a précédemment conduit des expérimentations en conditions réelles avec d'autres entreprises, comme le constructeur de véhicules électriques [Rivian](#) et [Volvo Cars](#). A terme, la société voudrait intégrer sa technologie à tous les types de modèles, tablant sur l'équipement de 10.000 véhicules d'ici à 2030. Quant à l'Eurométropole de Strasbourg, elle « attend de voir s'il serait intéressant ou pas » d'équiper tout son parc, indique Françoise Schaetzel, sa vice-présidente chargée de la qualité de l'air et de la santé environnementale.

Bénédicte Weiss (Correspondante à Strasbourg)

Fermetures d'usines : l'industrie agroalimentaire en première ligne

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des nombreuses fermetures d'usines dans l'agroalimentaire, secteur le plus touché au 1er semestre 2025. Malgré cela, l'emploi reste stable grâce à des filières dynamiques comme la boulangerie ou la volaille, tandis que d'autres souffrent d'un manque d'investissement et de marges.

✨ Synthèse IA ✨

Les industries alimentaires ont connu un nombre de fermetures de sites très importants au premier semestre 2025. Malgré tout, l'emploi résiste grâce à des secteurs plus porteurs.



La boulangerie-pâtisserie est le secteur le plus dynamique, avec la création de plus de 300 emplois nets entre 2024 et 2025. (Photo Guillaume SOUVANT/AFP)

Par [Paul Turban](#)

Publié le 10 oct. 2025 à 10:32 Mis à jour le 10 oct. 2025 à 10:52

L'industrie agroalimentaire est à un tournant, entre augmentation des coûts, mutation des habitudes de consommation et concurrence internationale. Résultat, au premier semestre 2025, elle a été le premier secteur touché par des fermetures d'usines, selon une étude de Trendeo, avec 13 fermetures nettes. C'est deux fois plus que le semestre précédent (-7).

Malgré tout, « l'emploi reste positif dans l'agroalimentaire », souligne David Cousquer, créateur et gérant de Trendeo. Les dynamiques en matière de recrutements et licenciements reflètent ainsi les mutations à l'oeuvre dans le secteur.

Alors qu'on compte au 6 septembre quelque 500 postes perdus sur un an dans la préparation industrielle de produits à base de viande et la transformation et conservation de la viande de boucherie, la transformation et conservation de la viande de volaille en a, elle, créé plus de 300 sur la période. Or, on sait que [la consommation de poulets](#) connaît un vrai essor en France, alors que celle de [viande rouge](#) est en léger recul.

Succès de la boulangerie

Sur les créations d'emplois, la première marche du podium est toutefois détenue par la boulangerie-pâtisserie avec plus de 300 postes nets créés sur un an. « On remarque que c'est tout un tas de petits projets, de sites de production, d'une vingtaine de salariés un peu partout en France », précise David Cousquer.

Alors que les artisans traditionnels sont en difficulté, on assiste à un développement de chaînes avec une production centralisée. L'exportation se porte aussi bien pour ce secteur, ce que montre, par exemple, [le succès du groupe Le Duff](#).

Secteurs en difficulté

A l'inverse, les fermetures d'usines avec licenciement sont souvent liées à la pression sur les coûts, la concurrence internationale et les mutations de la consommation. La transformation du cacao et du café - deux matières premières qui ont connu une envolée des prix - ont ainsi perdu quelque 150 emplois nets en un an. [La liquidation judiciaire des cafés Legal](#), au Havre, a par exemple entraîné le licenciement de 110 personnes en décembre dernier.

L'industrie agroalimentaire souffre aussi, dans certains cas, d'un manque d'investissement chronique, lié souvent à [des marges insuffisantes](#). L'obsolescence de certaines usines pousse parfois à la cessation de l'activité. En janvier 2025, [la dernière sucrerie indépendante française, Ouvré Fils, a fermé ses portes](#), entraînant la perte de 109 emplois, dont 78 permanents.

Paul Turban

Les Echos

« Nous sommes face à un mur d'investissements » : les PME et les ETI de l'agroalimentaire risquent de décrocher

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du cri d'alarme des PME et ETI de l'agroalimentaire confrontées à des investissements massifs pour moderniser et décarboner, dans un contexte financier difficile.

✨ Synthèse IA ✨

Rentabilité en déclin, usines obsolètes... les PME et les ETI de l'agroalimentaire doivent moderniser et décarboner leurs usines. Un fonds public-privé est prévu pour 2026, mais des dispositifs spécifiques sont réclamés pour soutenir ces acteurs clés de la souveraineté alimentaire.



Les PME et les ETI de l'agroalimentaire transforment la moitié des matières premières agricoles françaises. (iStock)

Par **Dominique Chapuis**

Publié le 11 oct. 2025 à 14:00 Mis à jour le 30 oct. 2025 à 17:09

[Les PME et les ETI de l'agroalimentaire décrochent](#) dans un contexte de baisse de la consommation et de pression sur les prix de la grande distribution. Confirmant une étude du cabinet Roland Berger (en 2023)

sur ces entreprises - qui pèsent plus de la moitié du chiffre d'affaires du secteur (soit 129 milliards d'euros) et 57 % de la valeur ajoutée - un nouveau diagnostic montre que la situation s'aggrave.

Ce nouveau rapport, publié ce vendredi, souligne que l'écart de compétitivité de l'ensemble de la filière agroalimentaire avec le reste de l'industrie manufacturière se creuse, avec une chute de 50 % de la marge d'exploitation (Ebit) depuis 2010. La rentabilité du secteur pourrait passer sous la barre critique des 5 % d'ici 2030-2035.

L'âge moyen des machines

En cause, « le manque d'investissements qui se traduit par des retards de compétitivité de l'ensemble de la filière face à la concurrence européenne », indique Alain Chagnaud, senior partner chez Roland Berger. Le signal est inquiétant alors que la balance agroalimentaire pourrait se trouver dans le rouge cette année.

« Sans efforts de modernisation et de décarbonation, l'avenir de la souveraineté alimentaire est en péril », alerte Jérôme Foucault, président de Pact'Alim, la fédération patronale des PME et ETI du secteur. Ses adhérents - qui transforment la moitié de la production agricole française - [constituent le principal débouché des agriculteurs](#).

Mais leurs usines sont vieillissantes. L'âge moyen des machines atteint 23 ans, quatre de plus que le reste de l'industrie. Selon le rapport, il faudrait que chaque entreprise mobilise en moyenne 6 à 8 millions d'euros de plus qu'actuellement pour moderniser leur appareil productif. « Cela représente un niveau d'investissement dix fois supérieur » au niveau actuel, poursuit Alain Chagnaud. Souvent, elles renoncent, leur capacité d'endettement étant limitée.

Un enjeu d'autant plus complexe qu'il est double : selon Pact'Alim, les efforts doivent être menés de front contre l'obsolescence des usines, comme en matière de transition environnementale. Avec des retours sur investissement très différents : de deux à trois ans pour les premiers, et plutôt de cinq à dix pour les seconds.

« L'effort doit être collectif »

« Nous sommes face à un mur d'investissements, mais je considère que la décarbonation est un outil de compétitivité et un vrai argument commercial auprès de nos clients », souligne Jean-Xavier Lévêque, directeur général de Sodeleg. La PME, leader européen de la déshydratation d'oignons d'origine France (pour des marques comme Liebig (GBfoods), Knorr (Unilever), Maggi (Nestlé) ou des fabricants de plats cuisinés) a réduit sa consommation de gaz de 10 % en cinq ans.

Pour y parvenir, elle a mis 1,5 million d'euros sur la table dont un tiers financé par l'Ademe. « On a beaucoup hésité, car, dans notre métier, on n'a pas de visibilité de long terme, poursuit le dirigeant. Finalement, après l'envolée des cours de l'énergie, nous avons rentabilisé cet investissement en quatre ans au lieu des huit prévus. »

« L'effort doit être collectif », selon Josué Flores, chargé de mission RSE des Vergers Boiron, un fabricant de purées de fruits pour les métiers de bouche, qui exporte dans plus de 80 pays. « Toute la chaîne de

valeur de nos fournisseurs à nos clients doit être concernée, sinon on n'y arrivera pas. Nous devons servir d'exemple. »

L'entreprise a ainsi invité sur son site à Valence un producteur de framboises de Serbie et un de mangues venu d'Inde : objectif, leur parler prix des matières premières, mais aussi leur montrer ses pratiques en agroécologie et les technologies pour faire des économies en eau. Entre 2017 et 2023, la PME a réduit de 20 % sa consommation hydrique.

Fonds public et privé

Pour soutenir le secteur, l'Etat a annoncé la mise sur pied d'un fonds public et privé doté de 500 millions d'euros, qui doit être opérationnel début 2026. Pour être efficace, ce dernier doit donc, selon l'organisation patronale, [« prioriser les projets qui combinent modernisation et décarbonation »](#).

Dans un secteur où les marges sont faibles, Pact'Alim prône aussi la création de dispositifs spécifiques, comme des prêts avec garantie publique, ou des prêts à taux bonifiés, ainsi qu'un programme d'accompagnement dédié pour, par exemple, aider les PME et les ETI à lever des freins administratifs et favoriser leur croissance.

Préserver les marges reste une priorité. « Une fois la stabilité politique retrouvée, la réforme de la loi Egalim est indispensable, estime Jérôme Foucault, avec des indicateurs indiscutables tout au long de la négociation avec les distributeurs, pour couvrir nos coûts de production et amortir nos investissements. » A quelques semaines du début des négociations commerciales annuelles, l'appel est lancé.

Dominique Chapuis

Les Echos

« Il y a eu un effet d'accordéon » : en France, le nombre de fermes bio baisse pour la première fois

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du recul du nombre de fermes bio en France, une première. L'effet d'accordéon lié à la consommation en baisse, aux conversions stoppées et aux difficultés économiques fragilise la filière.

✨ Synthèse IA ✨

Le bio français voit partir ses agriculteurs. Pour la première fois, les départs de producteurs surpassent les installations. Un signal inquiétant au moment où les ventes repartent après trois ans de crise.



Le bio, en plein redémarrage commercial, fait face à une baisse inquiétante du nombre de producteurs. (Photo Xavier Popy/REA)

Par **Dominique Chapuis**

Publié le 13 oct. 2025 à 07:22 Mis à jour le 13 oct. 2025 à 07:31

Dans le bio, la cote d'alerte est atteinte. Pour la première fois, sur ce marché de 12,2 milliards d'euros, le nombre de producteurs qui ont stoppé leur activité est plus important que celui des nouveaux arrivants.

Entre janvier et août 2025, selon les données de l'Agence bio, le secteur a en effet enregistré 2.696 entrants, contre 2.861 sortants, soit un solde négatif de 165 exploitations. Cela reste peu, mais c'est une tendance inquiétante.

Retour au conventionnel

Le résultat de trois ans de crise. L'année 2021, avec l'inflation, a marqué [le retournement du secteur](#), avec la baisse des achats qui s'est répercutée dans les fermes. Ce qui a eu pour conséquence, une chute des commandes pour les exploitants, qui ont dû se séparer de salariés, vendre du matériel, ou déclasser leur production.

Ceux qui arrêtent reviennent en majorité à l'agriculture conventionnelle. En deux ans, la production bio a perdu 110.000 hectares, mais jusque-là, le solde entre déconversions et arrivées restait positif. Car les nouveaux arrivants s'installaient sur de petites surfaces, notamment des maraîchers.

Il faut en moyenne entre deux à trois ans pour convertir une exploitation en bio.

Laure Verdeau, directrice de l'Agence bio

Aujourd'hui, la pente s'inverse. D'autant que la filière subit de plein fouet, cet été encore, [les effets du changement climatique](#). « Il y a eu un effet d'accordéon, avec un décalage depuis le début de la crise, et sa répercussion auprès des producteurs. Car il faut en moyenne entre deux à trois ans, selon les cultures, pour convertir une exploitation en bio », souligne Laure Verdeau, la directrice de l'Agence bio.

Ce coup d'arrêt intervient au plus mauvais moment pour le secteur. Car le marché est en plein redémarrage. Sur le premier semestre, les ventes de produits biologiques ont progressé de 4,1 % en valeur. Signal fort, la grande distribution, jusque-là aux abonnés absents, a elle aussi enregistré une hausse de l'activité de 1,4 %.

Une première depuis 2021 qui nourrit beaucoup d'espoir. Car les enseignes pèsent encore 48 % des débouchés, malgré la suppression de nombreuses références dans leurs rayons. Dans les magasins bio, [la reprise en marche depuis l'an dernier est plus nette](#) (+6,2) sur ce début 2025, comme pour la vente directe (+8,8 %). « Il y a peut-être eu un effet des débats autour de la loi Duplomb et des pesticides, estime Laure Verdeau, qui a réorienté les consommateurs vers le bio. »

C'est le secteur des grandes cultures qui est le plus touché par ces départs. « Il y a eu une saignée en termes de surfaces. Aujourd'hui, c'est au tour des producteurs », constate amer Olivier Chaloché, coprésident de la Fédération nationale de l'agriculture biologique (FNAB), lui même céréalier.

Prix de vente crucial

Selon le baromètre de l'Agence bio, la priorité des agriculteurs est d'obtenir un meilleur prix de vente, pour pérenniser le secteur. S'ils restent très engagés pour défendre l'environnement et la santé, ils sont de plus en plus pessimistes sur l'avenir (38 %).

« Le marché est reparti, mais pas le prix payé aux producteurs, poursuit Olivier Chaloché. On ne voit pas encore cette embellie dans nos fermes. Sur le terrain, il reste les militants convertis, on a besoin de plus. » Car pour attirer des candidats, la filière doit redevenir rentable, et la « standardisation » du bio, qui offre peu de différence de prix avec les produits conventionnels, décourage.

Autre inquiétude pour le secteur, la possible réouverture, annoncée le 23 septembre par le Commissaire européen à l'agriculture, Christophe Hansen, du [règlement européen encadrant l'agriculture](#)

biologique. Un risque d'instabilité, dénoncé par la FNAB. « Nos marchés ont été fragilisés par la crise de la demande, la consommation bio repart à peine, ce n'est pas le moment de changer les règles du jeu », indique Olivier Chaloche.

Rencontre avec la Commission européenne

L'acte de base européen date de 2018, mais il a fallu attendre 2022 pour qu'il soit adapté filière par filière. « Nous avons négocié pendant près de six ans, à 27 Etats avec des pratiques agricoles différentes. On est sorti de cette révision il y a trois ans et il faudrait recommencer. Ce n'est pas possible », s'alarme la FNAB.

Ces représentants ont rencontré la Commission européenne pour faire part de leur inquiétude. La Fédération demande à la France « de monter au créneau pour défendre sa vision du bio en s'opposant à cette réouverture ». Le label biologique est le seul label environnemental de portée européenne à ce jour.

Dominique Chapuis

Grand Frais négocie avec Gifi pour lui racheter jusqu'à 30 magasins

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des négociations de Grand Frais pour racheter jusqu'à 30 magasins Gifi. L'opération vise à renforcer son réseau et diversifier ses implantations dans la distribution alimentaire.

✨ Synthèse IA ✨

Grand Frais accélère son expansion avec le rachat potentiel de 30 magasins Gifi. Une opération stratégique pour l'enseigne, qui s'engage à reprendre les salariés concernés.



Grand Frais compte 333 magasins en France, mais à terme ce chiffre pourrait « plus que doubler », selon Jean-Paul Mochet. (Photo Allili Mourad/SIPA)

Par **Julia Lemarchand**

Publié le 15 oct. 2025 à 17:30 Mis à jour le 15 oct. 2025 à 17:55

Dans le monde de la distribution, le malheur des uns fait souvent le bonheur des autres. Grand Frais, l'une des enseignes les plus dynamiques du secteur, pourrait acquérir jusqu'à 30 magasins Gifi, le précurseur du discount en France, aujourd'hui [en grande difficulté](#).

Les deux enseignes annoncent s'être rapprochées pour discuter d'une opération qui concernerait « 25 à 30 magasins » et dont la signature pourrait intervenir début 2026. Sa réalisation définitive se concrétiserait dans le courant de l'année prochaine, sous réserve de l'accomplissement des conditions suspensives usuelles et des autorisations réglementaires requises, explique le communiqué conjoint publié ce mercredi soir, confirmant l'information révélée la semaine dernière par LSA.

Reprise des magasins Gifi « avec leurs salariés »

Selon nos calculs, cette opération pourrait concerner plus ou moins 300 salariés de magasins, selon la taille du parc et des magasins concernés.

Quoi qu'il en soit, « Grand Frais s'engagera à accueillir tous les salariés de Gifi qui voudront rester avec nous, avec reprise de leur ancienneté », déclare aux « Echos » Jean-Paul Mochet, qui assure actuellement la présidence tournante de Grand Frais Gestion. Ce groupement d'intérêt économique rassemble trois sociétés : Euro Ethnic Foods pour les produits d'épicerie et les boissons, Despi pour une partie de la boucherie, et [Prosol pour l'essentiel des produits frais](#) (75 % du chiffre d'affaires), dont Jean-Paul Mochet est le PDG.

Pour le dirigeant, cette « opération exceptionnelle » dans l'histoire de Grand Frais depuis sa création en 1997 vient mettre un coup d'accélérateur à son développement déjà spectaculaire. L'enseigne a réalisé 15 % de croissance l'an dernier pour atteindre 4,5 milliards de chiffre d'affaires sur le dernier exercice. L'acquisition de ce lot de magasins Gifi permettra de « renforcer le maillage territorial de Grand Frais là où l'enseigne n'est pas encore implantée ». Aujourd'hui, l'Hexagone compte 333 magasins, mais à terme ce chiffre pourrait « plus que doubler », selon Jean-Paul Mochet.

Chez Gifi, dans l'attente du rebond

Après avoir bouclé sa [restructuration financière en début d'année](#), Gifi estime de son côté que cette opération contribue à assurer sa pérennité et préserver l'emploi. Depuis l'annonce du « [plan d'urgence](#) » en avril, les personnels sont sur les dents.

L'ancienne direction avait annoncé la fermeture de 11 de ses 570 magasins, ceux qui n'avaient « pas pu être redressés, ni repris ». Et annoncé un plan de sauvegarde de l'emploi (PSE) portant sur une réduction de 5 % des effectifs, sur un total de 6.000 employés en France.

Ce PSE devait concerner 116 employés des magasins voués à une fermeture dès cette année et 186 salariés du siège de Gifi à Villeneuve-sur-Lot (47). Mais ce PSE a été annulé cet été par la nouvelle direction emmenée par Christophe Mistou, ex-patron de Mr Bricolage, qui a pris officiellement les rennes de l'enseigne début septembre. Ce dernier n'a pas encore communiqué sur son plan pour sauver Gifi.

En attendant, les représentants du personnel ont été réunis ce mercredi après-midi par leur direction. Ce rendez-vous marque le début de la procédure d'information-consultation sur cette opération de reprise, qui s'étalera entre plusieurs semaines et plusieurs mois.

Julia Lemarchand

Budget 2026 : la suppression des avantages fiscaux fait bondir la filière des biocarburants

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des inquiétudes de la filière biocarburants face à la suppression d'avantages fiscaux dans le budget 2026. Les acteurs dénoncent un coup d'arrêt à la transition énergétique.

✨ Synthèse IA ✨

Le gouvernement propose de supprimer progressivement les avantages fiscaux du superéthanol E85 et du B100, utilisé par les professionnels. Ce qui devrait faire grimper les prix. Les producteurs et les transporteurs sont remontés.



Les prix du E85 pourraient grimper ces trois prochaines années. (Photo Shutterstock)

Par [Nicolas Rauline](#), [Denis Fainsilber](#)

Publié le 16 oct. 2025 à 07:20 Mis à jour le 16 oct. 2025 à 10:52

Le spectre des « Gilets jaunes » ressurgit. Face au projet du gouvernement de mettre fin à l'avantage fiscal des [biocarburants E85](#) et B100 dans le [projet de loi de finances](#), la filière agite la menace de la gronde populaire. « On parle d'une hausse de la fiscalité allant jusqu'à 400 % en trois ans pour le E85, immédiatement pour le B100. Et tout cela sans aucune concertation », plaide Isabelle Weber, présidente d'EsteriFrance, le syndicat français des producteurs de biodiesel.

Le sujet est sensible, reconnaît-on à Matignon. Mais ces deux biocarburants, le superéthanol E85 - produit à 85 % à partir de betterave, de canne à sucre ou d'amidon -, et le B100 - produit surtout en France à partir de colza - sont dans l'oeil des chasseurs de niches fiscales. Le premier, utilisé par un parc de 400.000 véhicules dans l'Hexagone, est taxé à hauteur de 0,1183 euro le litre, via l'accise (ex-TICPE). Soit près de six fois moins que l'essence. Ce qui lui permet d'afficher des prix à la pompe imbattables : environ 70 centimes le litre aujourd'hui, un euro de moins que le sans-plomb 95.

Le B100, vendu aux professionnels du transport routier et 100 % végétal, évolue, lui, 5 à 10 centimes sous le prix de vente du diesel. Selon les professionnels, le projet de budget revient à entériner un « triplement de la charge fiscale » de ce [biocarburant](#) qui passerait d'un coup de 12 centimes à 45 centimes du litre. Par ailleurs, certains transporteurs routiers, confiants dans cette filière, souvent des PME aux moyens limités, n'ont pas hésité à investir dans des cuves de B100, dans leurs propres garages, pour ravitailler leur flotte.

Des parts de marché minimales

Parmi les organisations professionnelles, TLF qui représente les métiers du transport et de la logistique est monté aussitôt au créneau contre « un revirement brutal du cadre fiscal qui inquiète les transporteurs ». Au-delà des conséquences économiques du surcoût direct pour les transporteurs, TLF pointe le risque d'un saut en arrière : « l'instabilité fiscale encourage les comportements d'attentisme, avec un risque de retour significatif au diesel », selon l'organisation patronale qui demande un maintien du cadre fiscal, en vue de « travailler sereinement à la planification de la transition écologique de notre secteur ».

En termes de parc en circulation en France, le B100 n'est censé être qu'un début, compatible avec plus de 7.000 véhicules routiers, contre une masse de 600.000 camions roulant au diesel, et quelque 10.000 au gaz.

Autres inquiétudes des professionnels du transport routier de marchandises ou de voyageurs : la suppression annoncée sur suramortissement des poids lourds neufs, roulant au B100 ou bien au gaz (GNV). La « déduction exceptionnelle en faveur des poids lourds et véhicules utilitaires légers qui utilisent des énergies propres » serait réservée à partir de janvier 2027 « aux seuls véhicules à émission nulle », selon le texte du PLF : soit uniquement les véhicules à batteries ou à hydrogène, les plus chers du marché.

300 millions à récupérer ?

Matignon a fait ses calculs : le soutien au superéthanol E85 coûte à l'Etat 500 millions d'euros de recettes fiscales, rien que sur le taux réduit d'accise. « Les hypothèses sont fausses, dénonce Nicolas Kurtoglou, ingénieur-responsable carburants chez Bioéthanol France, qui représente la filière. La surconsommation de 25 % du E85 par rapport à un carburant classique n'a pas été prise en compte. »

Pour le B100, les pertes seraient de 130 millions d'euros cette année pour les finances publiques, et de 160 millions l'an prochain. Le dispositif de hausse graduelle de l'accise permettrait de récupérer 300 millions dès l'année prochaine, sur les deux biocarburants.

Pour l'administration, une remontée des prix du superéthanol E85 autour de 0,90 euro le litre l'an prochain, jusqu'à 1,25 euro le litre en 2028, ne tuerait pas la filière : l'avantage économique serait préservé, même si la durée d'amortissement d'un boîtier de conversion serait très légèrement allongée : un boîtier coûte jusqu'à 1.000 euros, tandis que l'avantage fiscal actuel représenterait 13.000 euros en moyenne, sur toute la durée de vie du véhicule. Les producteurs de bioéthanol pourraient, eux, continuer d'écouler leur production via les 5 ou 10 % d'éthanol incorporés dans le SP95.

Bataille au Parlement

Pour le B100, le gouvernement n'anticipe aucune hausse des prix. Il met en avant les marges du secteur, qui tourneraient autour de 20 %. L'avantage fiscal ne serait, aujourd'hui, pas complètement répercuté sur les prix et ceux-ci suivraient le prix du diesel. Enfin, la fin de cet avantage pourrait être amortie par le marché, le prix des certificats d'acquisition de biocarburants durables Tiruert étant tiré vers le haut.

La bataille est engagée [à l'Assemblée et au Sénat](#), les deux camps cherchant désormais à convaincre les parlementaires. « Ils connaissent l'importance de notre filière pour leurs territoires, nous n'imaginons pas que ce projet puisse passer », affirme Nicolas Kurtoglou. Rendez-vous dès dimanche pour une première étape en commission des finances.

Denis Fainsilber et Nicolas Rauline

Les Echos

« On ne veut pas d'aides, on veut des vaches » : le recul de l'élevage en France déstabilise le marché européen de la viande de boeuf

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du recul de l'élevage bovin français et de ses effets sur le marché européen. Une raréfaction de l'offre qui déséquilibre l'approvisionnement et fragilise la souveraineté alimentaire.

✦ Synthèse IA ✦

La France a perdu 1,2 million de vaches en dix ans. Résultat : les prix des bovins s'envolent face à un manque de bêtes à abattre. Un soulagement pour les éleveurs, mis sous pression ces dernières années, mais une menace pour la souveraineté alimentaire du pays.



La Fédération nationale bovine estime à 300.000 le nombre de veaux manquants en raison des crises sanitaires récentes. (iStock)

Par **Paul Turban**

Publié le 17 oct. 2025 à 11:00 Mis à jour le 19 oct. 2025 à 11:38

Les cours des fermes se sont animées ces dernières semaines. Dans les campagnes, les négociants passent et repassent à la recherche d'une denrée de plus en plus rare : des veaux, des vaches, des boeufs. Inimaginable il y a une quinzaine d'années, la France - plus grand pays d'élevage d'Europe - manque de bovins.

Aussi, [les cours de la viande s'envolent](#). Le prix des « jeunes bovins » (JB dans le jargon) - les mâles âgés de 12 à 24 mois - a bondi d'environ un tiers sur un an, pour dépasser nettement 7 euros le kilo équivalent carcasse. Le prix des [vaches laitières](#) - « vaches O » pour les abatteurs, destinées notamment au marché du steak haché - a grimpé de 42,3 %.

Et cela se répercute forcément sur le marché des bêtes vivantes. Un petit veau laitier, environ 75 euros début octobre 2024, valait un an plus tard plus de 300 euros. Un boeuf charolais destiné à l'engraissement, âgé de 6 à 12 mois pour un poids de 350 kg, s'achète aujourd'hui plus de 2.100 euros, contre 1.400 euros il y a un an.

« La tendance s'est accélérée »

Le responsable de cet emballement des cours est tout trouvé : la décapitalisation. « En dix ans, la France a perdu 1,2 million de vaches laitières et allaitantes », explique Caroline Monniot, responsable du service économie des filières à l'Institut de l'élevage (Idele). « La tendance s'est accélérée, avec 760.000 vaches en moins rien que sur les cinq dernières années. »

Sur cette période, la guerre en Ukraine avait en effet fait grimper les prix des aliments pour bétail, celui des engrais pour faire pousser les céréales mais aussi celui du carburant nécessaire aux tracteurs. De quoi peser encore sur une spécialité agricole peu rentable, détaille Christophe Gouel, économiste à l'Inrae et chercheur associé au Cepii.

Si les reproductrices sont moins nombreuses, et donc avec elles l'ensemble du cheptel français, les [récentes épizooties](#) - fièvre catarrhale ovine (FCO) et maladie hémorragique épizootique (MHE) - et la sécheresse qui réduit le fourrage viennent encore aggraver la situation, puisqu'elles provoquent des avortements et réduisent la fertilité des animaux. « On estime que 300.000 veaux ne sont pas nés uniquement pour ces raisons sanitaires », indique Patrick Bénézit, président de la Fédération nationale bovine (FNB).

« Nous avons aussi eu moins d'abattages de vaches de réforme laitières [les vaches arrivées en fin de carrière, NDLR], car les prix élevés du lait ont incité les éleveurs à les garder pour produire », ajoute Caroline Monniot.

Résistance de la consommation

Or, si l'offre recule, la demande, elle, se maintient, [contrairement aux idées reçues](#). La consommation de viande en France n'a baissé que de 1,8 % l'an dernier, selon Culture Viande, le syndicat des abatteurs. Le segment particulier de [la viande hachée pur boeuf](#) était même stable (-0,5 %). La situation est identique dans les autres pays européens.

« Traditionnellement, on envoie beaucoup de broutards [bovins à engraisser, NDLR] en Italie. Depuis le début de l'année, on en a envoyé moins, parce qu'on n'en a pas. Or, une grosse partie de leur production de viande repose sur ce qu'on leur envoie », souligne Caroline Monniot. Résultat, les prix de la viande sont encore plus élevés dans les pays voisins.

Souveraineté en péril

Les abattoirs manquent de viande. « Ils reculent partout : un abattoir qui ne tourne que trois ou quatre jours par semaine n'est pas viable », alerte Yves Fantou, président de Culture Viande. [Un site d'abattage continue à fermer chaque mois en France.](#) « Mais ce n'est pas la priorité aujourd'hui, à mon avis, puisqu'on manque de marchandises : [on ne veut pas d'aides, on veut des vaches](#) », résume-t-il. Les entreprises d'abattage et de découpe doivent également faire face à une augmentation des charges industrielles - notamment l'électricité et les emballages.

« Aujourd'hui, quand vous avez de la viande qui est payée un euro moins cher qu'en Italie, les abattoirs français n'ont pas fini de manquer de bêtes », raille Patrick Bénézit. Et de rappeler que cela ne fait que quelques mois que les éleveurs ne produisent plus à perte - le coût de production est estimé à 6,5 euros le kilo équivalent carcasse en moyenne, avec pour conséquence aujourd'hui [« un retard d'investissement criant dans les élevages »](#).

Les deux hommes s'accordent toutefois sur un point : [« Soit on produit, soit on importe. »](#) La France est devenue importatrice nette de viande bovine, présentant un taux d'autosuffisance de seulement 90 %. « Tout le monde est au pied du mur : il faut que la filière s'engage pour sécuriser les éleveurs », interpelle Patrick Bénézit.

La France suspend les exportations de bovins

Après la détection de nouveau foyers de la dermatose nodulaire contagieuse (DNC) dans trois régions, le gouvernement a décidé vendredi de suspendre les exportations d'animaux vivants pendant quinze jours. En 2024, la France, premier exportateur mondial, a envoyé près de 1,3 million de jeunes bovins, surtout vers l'Espagne et en Italie. La décision est contestée par les syndicats agricoles. La FNSEA estime que « l'Etat met en danger l'élevage français qui court au-devant d'une déstabilisation des marchés ».

Paul Turban

Les Echos

Vanille, cacahuètes ou aloe vera : ces cultures exotiques qui essaient avec le réchauffement climatique

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'essor de cultures exotiques comme la vanille, les cacahuètes ou l'aloë vera en France. Le réchauffement climatique rend leur développement possible dans de nouvelles régions.

✨ Synthèse IA ✨

De la Provence à la Bretagne, les producteurs français cherchent des cultures de diversification adaptées au dérèglement climatique. Les pistes sont variées mais doivent trouver leur modèle économique.



Majoritairement produite à Madagascar, la vanille a fait son apparition en Bretagne. (Photo Damien Meyer/AFP)

Par [Léa Delpont](#)

Publié le 20 oct. 2025 à 12:00 Mis à jour le 20 oct. 2025 à 15:31

Du thé sur les contreforts pyrénéens, du gingembre dans la vallée de la Dordogne, de la vanille sous serre en Bretagne, des [cacahuètes](#) chez les céréaliers du Poitou : d'étonnantes cultures exotiques commencent à pousser dans les campagnes françaises, sous nos latitudes de moins en moins tempérées.

La production de thé, par une dizaine de passionnés, n'excède certes pas 300 kg par an, estime Jeremy Tamen, expert du sujet auprès de l'Unesco. Car si l'arbuste subtropical aime le chaud, il aime aussi l'humidité. « Il a peut-être un peu plus d'avenir en altitude, à moins de construire des serres », note l'ethnobotaniste. Mais de nombreuses innovations agronomiques ne resteront pas marginales et commencent déjà à récolter les fruits du réchauffement climatique.

Nouvelles opportunités

C'est ainsi que les Agrumes de l'Armagnac font pousser du yuzu asiatique en Lot-et-Garonne et que le Citron de l'Atlantique a vu le jour entre Saintes et Royan (Charente-Maritime), bien loin de celui de Menton (Alpes-Maritimes). La marque a été déposée par un couple de viticulteurs-maraîchers-céréaliers qui a pris soin, depuis 2017, de développer son matériel végétal à partir de la graine. Le verger sous serre ressemble à une pépinière avec ses 600 citronniers fichés dans de grands sacs de toile. Ils ont produit une tonne l'an dernier, probablement quatre ou cinq cet hiver. Selon « Sud-Ouest », les nouveaux agrumiculteurs visent 40 tonnes avec une deuxième serre et 10.000 porte-greffes sont disponibles pour les agriculteurs charentais qui voudraient tenter l'aventure.

Les arbrisseaux se plaisent, le mode de conduite est validé. Cependant, je dois construire le modèle commercial.

Laurent Maynadier, président de l'association Aloe d'Oc

Les régions méridionales, où se concentre la production fruitière, sont déjà très touchées par les effets des canicules et des sécheresses. Les rendements de la vigne s'effondrent en Languedoc-Roussillon et la [déconsommation de vin](#) s'ajoute à la crise climatique. Quant à la production de fruits, extrêmement sensible à la météo, elle a chuté de 38 % entre 2000 et 2020, victime du manque d'eau, des coups de soleil, de l'installation des ravageurs, d'épisodes de grêle et de floraisons perturbées. Mais les [projections climatiques](#) sur les températures et les précipitations, qui menacent cerisiers, abricotiers, pêchers ou pruniers, ouvrent des perspectives d'introduction de nouvelles espèces végétales. Et de nouvelles opportunités économiques.

1.300 tonnes de grenades

Laurent Maynadier, vigneron à Fitou, dans l'Aude, a arraché en cinq ans la moitié des carignans à bout de souffle du Champ des Soeurs pour planter 3.000 pieds d'aloë vera, ingrédient hydratant massivement employé par l'industrie cosmétique. L'espèce de la famille des succulentes affectionne les climats semi-arides et réclame infiniment moins d'eau que la vigne, menacée en dessous de 350 millimètres. En revanche, elle craint le gel : l'agriculteur envisage « des câbles chauffants ». « Les arbrisseaux se plaisent, le mode de conduite est validé. Cependant, je dois construire le modèle commercial », explique celui qui préside aussi l'association Aloe d'Oc. Il a monté chez lui un atelier de production de jus, « relevé d'un trait de citron », en attendant d'attirer des marques de cosmétiques séduites par l'origine France.

Le jus, c'est aussi une solution privilégiée par les nouveaux producteurs de grenades. Ils sont 85 chez France Grenade, syndicat créé en 2023 : 250 hectares de vergers en régions Sud et Occitanie, en Drôme-Ardèche et sur les coteaux agenais, 1.300 tonnes de récolte attendue en 2025. « Elle est beaucoup plus facile à consommer pressée », glisse Thomas Saleilles, exploitant de 23 hectares dans le Gard et pépiniériste attiré de la filière. Sa société La Grenattitude transforme une grande partie de la

production de ses collègues pour la [coopérative Uni-Vert](#), qui distribue les bouteilles auprès des grandes enseignes bio nationales.

Cultivée en Iran, Inde, Turquie, Israël et Espagne, « la grenade ne craint pas les 40 °C qu'on atteint de plus en plus souvent dans le Gard ou l'Hérault », souligne le pépiniériste. Il a vu les plantations « repartir à la hausse cette année, à la faveur de l'arrachage » de milliers d'hectares de vignes ces derniers mois. « L'espèce est remarquablement adaptée et le produit s'écoule sans difficulté », assure-t-il. La récolte devrait naturellement progresser à 3.000 tonnes d'ici à 2030 avec l'arrivée en pleine production des premières vagues de plantations entre 2019 et 2021.

Complément de revenu

Les adhérents de France Grenade croient au potentiel commercial de ce fruit, un antioxydant naturel, sur le créneau de l'alimentation-santé. Son jus est deux fois moins sucré que celui de pomme ou de raisin. Et la filière « partie de rien il y a dix ans » se développe en [agriculture biologique](#) à plus de 80 %, grâce à la grande résistance de l'arbre - et de la coque épaisse - aux parasites. Les producteurs en tirent 60 centimes à un euro le kilo, « un complément de revenu d'un très bon niveau », estime Thomas Saleilles. Seul inconvénient : « La cueillette est manuelle, mais on fait des essais de mécanisation. »

Autre diversification d'inspiration orientale sur la [bordure méditerranéenne](#) : la pistache. Le syndicat France Pistache créé en 2023 rassemble 120 exploitants et 500 hectares. Originaire des hauts plateaux d'Iran, le pistachier supporte bien les sécheresses et le froid. « Le marché est porteur », met en avant le syndicat, puisque la France importe 10.000 tonnes par an. La petite noix verte, riche en protéine végétale, acides gras insaturés, fibres et vitamines, a le vent en poupe pour ses qualités nutritionnelles. Cependant, la production reste symbolique : 800 kg en 2024.

Les premières récoltes ont eu lieu en Provence en 2022. La longue période de mise à fruits (six ans) reste un frein. Le syndicat travaille à la création d'unités d'écologie et de séchage et d'une marque Pistaches de France, déclinable en [snacking apéritif](#), en-cas énergétiques et ingrédients de cuisine - brisures, poudre et crème. Les nouvelles variétés d'intérêt sont nombreuses mais elles devront se structurer en filière pour prendre racine.

Léa Delpont (Correspondante à Bordeaux)

Les Echos

« Sur la corde raide », le transport routier redoute une hécatombe

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des craintes d'hécatombe dans le transport routier. Fragilisé par l'inflation, les charges et les normes, le secteur se dit "sur la corde raide" et demande des mesures d'urgence.

✦ Synthèse IA ✦

L'inflation puis le ralentissement économique ont fragilisé les transporteurs routiers de marchandises, majoritairement des petits acteurs. Les défaillances se multiplient et le projet de taxation des biocarburants obscurcit la situation.



« Le nombre de sociétés en vente est impressionnant », observe Florence Dupasquier, présidente de la Fédération nationale du transport routier. (Photo iStock)

Par [Stephane Frachet](#)

Publié le 21 oct. 2025 à 11:00 Mis à jour le 21 oct. 2025 à 16:47

En ce mois d'octobre, Séverine Michaud a failli signer l'acquisition de deux nouveaux camions roulant au B100, l'un des biocarburants disponibles sur le marché qui permet de décarboner une flotte de poids lourds de 44 tonnes sans investir dans l'électrique. Parce que l'électrique est « encore trop cher et ne convient pas à des tournées de 850 km », constate la dirigeante de ce transporteur familial spécialisé dans le transport dangereux et les biens industriels, installé sur le port Edouard-Herriot à Lyon.

Pour cette PME de 20 millions d'euros de chiffre d'affaires, le surcoût d'un véhicule au B100, qui n'est que de 4 ou 5 % par rapport au [diesel](#), est supportable, alors qu'un véhicule électrique coûte jusqu'à trois fois plus cher, « sans compter les bornes de charge », dit la dirigeante. Dans l'incertitude, elle a toutefois mis sa signature en suspens. Car le B100, comme les autres carburants alternatifs au gazole, est dans le [viseur de Bercy](#).

B100 dans le viseur de Bercy

Le gouvernement prévoit jusqu'à présent, dans le projet de loi de finances 2026, un alignement de leur fiscalité sur celle du carburant issu du pétrole, « alors que le B100 est produit en France, qu'il contribue à notre souveraineté et à la transition énergétique du transport routier », s'étrangle la dirigeante, qui préside par ailleurs la délégation Auvergne-Rhône-Alpes de la FNTR, la Fédération nationale du transport routier. La mesure risque toutefois d'être fortement amendée au Parlement. Les députés de la commission des Finances ont voté la suppression de l'article ce mardi. Le dispositif sera rediscuté en séance publique à partir de vendredi.

Comme nombre de ses consoeurs, la PME de Séverine Michaud s'est en tout cas engagée en 2021 à renouveler toute sa flotte. « Notre filiale de Fos-sur-Mer (dans les Bouches-du-Rhône) est équipée. Nous sommes à 75 % de renouvellement à Lyon, avec l'objectif d'atteindre 100 % », poursuit Séverine Michaud.

Réaction encore plus catégorique chez Voglertrans, un transporteur alsacien de moins d'un million d'euros de chiffre d'affaires. La dirigeante, Angélique Vogler, va revenir au diesel. « Pour rouler avec du B100, il faut disposer d'une cuve. Nous avons trouvé un terrain, mais la métropole de Strasbourg a doublé la taxe locale. Si bien que nous abandonnons le projet », témoigne-t-elle.

« Niveau exceptionnel »

Cette injonction contrariée à la transition énergétique des poids lourds intervient alors que la profession du transport routier de fret vit des [heures sombres](#). « Le nombre de défaillances est à un niveau exceptionnel : il atteint 1.775 sur les douze derniers mois, au même niveau que les douze mois précédents, ce qui est inédit », indique Thierry Millon, directeur des études d'Altares. A titre de comparaison, il y avait eu 600 procédures en 2021, 920 en 2022 et 1.260 en 2023. Selon Altares, les transporteurs des régions Normandie (+41 %), Centre-Val de Loire (+25 %) et Nouvelle-Aquitaine (+24 %) sont les plus touchés par la [persistance de ces défaillances](#) entre 2024 et 2025, transport de voyageurs et déménagement inclus.

Derniers exemples en date dans le fret : la liquidation fin septembre des Transports Lemaistre Hervé (TLH) à Trouville-la-Haule (Eure) puis de Buffard Logistique au Havre (Seine-Maritime) début octobre. Les deux étaient spécialisés dans les conteneurs maritimes et n'ont pas résisté à la guerre des prix de concurrents européens.

Nous avons besoin de stabilité dans une période compliquée. Les changements incessants nous fragilisent.

Florence Dupasquier, présidente de la Fédération nationale du transport routier

L'Auvergne-Rhône-Alpes (Aura), première région industrielle de France, a longtemps « fait le dos rond », selon l'expression de Fabien Chazot, patron de l'entreprise éponyme, mais elle est à son tour dans le creux de la vague (+18 %), alors que des régions frontalières comme Provence-Alpes-Côte d'Azur (-14 %) et Grand Est (-10 %) retrouvent du souffle grâce à des marchés limitrophes.

Dans la région Aura, carrefour de l'axe [Marseille-Lyon-Paris](#), on recense quelques défaillances notoires comme le drômois Chalavan et Duc, une ETI de 1.300 personnes placée en redressement judiciaire en

avril. Ou encore les transports Bonnard à Saint-Forgeux (Rhône), liquidés le mois dernier par le tribunal de commerce de Villefranche-sur-Saône. Cette filiale du groupe marseillais [Cogepart](#), acquise en 2023 au départ de la famille historique, entraîne 150 emplois dans sa sortie de route.

Recrutements « plus faciles »

« Nos métiers sont des activités à faible marge, comprise entre 1 et 3 %. Dès qu'un incident vient altérer le fonctionnement, nos TPE-PME, qui constituent l'essentiel du transport routier, sont sur la corde raide très rapidement », observe Florence Dupasquier, présidente de la FNTR et dirigeante de l'entreprise Samat à Vienne (Isère).

La période d'inflation déclenchée début 2022 par l'attaque russe en Ukraine a eu des répercussions. « Les petits acteurs n'ont pas eu les coudées franches pour ajuster leurs tarifs. Trois ans après, leurs charges ont augmenté, mais pas leurs prix », résume Florence Dupasquier, qui craint des « défaillances en chaîne ». La FNTR, qui évalue le secteur à plus de 50.000 entreprises (dont 80 % ont moins de dix salariés), appelle le législateur à stopper sa frénésie fiscale. « Nous avons besoin de stabilité dans une période compliquée. Les changements incessants nous fragilisent », poursuit-elle.

La crise a des effets secondaires. « Le nombre de sociétés en vente est impressionnant », témoigne Florence Dupasquier. Autre conséquence : « Nous étions une filière historiquement en tension, toujours à la recherche de chauffeurs. Depuis quelques mois, les recrutements sont plus faciles », reconnaît Séverine Michaud, pas vraiment rassurée par la situation.

Stéphane Frachet (Correspondant à Lyon)

L'Alsace acte les modalités de sa taxe poids lourds

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la mise en place officielle de la taxe poids lourds en Alsace, avec des modalités précises. Ce dispositif régional soulève des inquiétudes sur son impact économique.

✨ Synthèse IA ✨

Réunis en séance plénière ce lundi 20 octobre, les conseillers de la collectivité européenne d'Alsace ont adopté un rapport présentant les modalités de mise en oeuvre de sa taxe poids lourd R-Pass à compter du 1^{er} janvier 2027.



La Collectivité européenne d'Alsace a validé les modalités de la taxe poids lourds R-Pass, qui entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2027. (Shutterstock)

Par **Bénédicte Weiss**

Publié le 21 oct. 2025 à 16:50 Mis à jour le 21 oct. 2025 à 16:57

Un an après avoir [acté le principe de la taxe poids lourds](#) R-Pass, l'assemblée de la Collectivité européenne d'Alsace (CEA) a voté ce 20 octobre ses modalités de mise en oeuvre. Elle doit entrer en vigueur le 1^{er} janvier 2027.

Plusieurs classes de poids lourds de plus de 3,5 tonnes ont été retenues (notamment selon leur norme Euro) pour établir une grille tarifaire. Un dispositif d'abonnement permettra 13 % de réduction à compter de 20 trajets par mois, tandis que toutes les exonérations possibles prévues par la loi devraient être mises en oeuvre. Elles concerneront les engins agricoles et sylvicoles dans des cadres d'utilisation précis, mais aussi les camions servant des activités du bâtiment, de l'artisanat, des forains et des services d'urgence.

Les bornes du réseau taxé ont été confirmées. L'axe nord-sud visé est parallèle à l'autoroute A5 allemande, source de report de trafic depuis l'instauration de la taxe poids lourds outre-Rhin. Autre

confirmation, celle du recours à des boîtiers embarqués fournis par des [sociétés de télépéage](#) pour évaluer le dû de chaque poids lourd. Les modalités de contrôle et les montants des sanctions en cas de fraude ont aussi été votés ce 20 octobre.

« Demi-mesure »

Au sein de l'assemblée, d'aucuns auraient souhaité des mesures plus fortes, à l'instar de Michel Lorentz (SE), du canton de Bischwiller (Bas-Rhin), qui aurait préféré un alignement du tarif du R-Pass sur celui de la taxe allemande « pour avoir une unité de taxe sur tout le Rhin supérieur ». Un peu plus tôt dans le débat, Damien Fremont (Les Ecologistes) dénonçait « une demi-mesure sur le taux kilométrique » avec une traversée de l'Alsace annoncée pour 40 euros en moyenne, contre 60 euros pour emprunter sa parallèle allemande. Le même pointe un risque de report de trafic au sein même du territoire alsacien sur des routes parallèles ou au niveau des cols vosgiens alors que l'application de la nouvelle taxe sera limitée à 200 des 540 kilomètres théoriquement taxables.

Il y aura 32 tarifs différents et on nous parle de simplification ?

Franck Favre, président du Medef Alsace

Le principe de cette taxe reste décrié par les acteurs économiques du territoire, notamment les représentants des transporteurs qui sont en première ligne. Cela d'autant plus qu'un autre projet de taxe a déjà été annoncé, cette fois [par la Région Grand Est](#) côté lorrain à compter de la mi-2027. « Le contexte économique est déjà très compliqué, avec des marges actuellement inférieures à 1 % », fustige par exemple Angélique Vogler, dirigeante de la TPE Voglertrans, à Mulhausen (Bas-Rhin).

« Il y aura 32 tarifs différents et on nous parle de simplification ? », critique de son côté Franck Favre, président du Medef Alsace, tout en pointant des taxations « tous azimuts » des entreprises et un possible renchérissement des marchandises transportées par les camions taxés.

Depuis 2022, [près de 80 acteurs économiques](#) ont été reçus en plus de 200 entretiens représentant une dizaine de filières économiques, s'est félicité lundi devant l'assemblée Jean-Philippe Maurer, vice-président en charge des réseaux et mobilités : « Ces échanges ont permis de faire évoluer le projet, notamment en retenant une réduction pour les usagers fréquents du réseau taxé et en écartant la modulation horaire. » Ce dernier projet avait provoqué à la fin de l'été le départ de la table des discussions des représentants du monde économique. « Nous en avons marre qu'on nous balade », rappelle Franck Favre.

Selon le rapport adopté ce 20 octobre, les fonds collectés par la taxe serviront les infrastructures routières mais aussi le développement du fret ferroviaire et fluvial, le développement de plateformes multimodales et la construction de murs antibruit. Des mesures d'accompagnement des entreprises alsaciennes, au coeur du débat ces dernières années, restent promises mais doivent être précisées. Un comité de suivi est encore prévu, tout comme la mise en place d'un observatoire dédié.

Bénédicte Weiss (Correspondante à Strasbourg)

Produits de la mer : Réunimer s'étend en France métropolitaine

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du développement de Réunimer, spécialiste des produits de la mer, qui s'étend en France métropolitaine. L'objectif est de se rapprocher des marchés et de sécuriser ses débouchés.

✨ Synthèse IA ✨

Le groupe réunionnais a fait l'acquisition de Pêcheries des Hauts-de-France, Norsesea et Stargel Seafood, trois entreprises de Boulogne-sur-Mer à l'actionnariat commun.



Le rachat des trois entreprises permet à Réunimer de franchir le cap des 100 millions d'euros de chiffre d'affaires consolidé. (Photo Shutterstock)

Par Bernard Grollier

Publié le 22 oct. 2025 à 11:00

Le groupe réunionnais Réunimer, leader français de la pêche et des produits de la mer dans l'océan Indien, s'étend pour la première fois en France métropolitaine. Il vient d'annoncer l'acquisition de trois entreprises de Boulogne-sur-Mer (Pas-de-Calais), pour un montant non communiqué : Pêcheries des Hauts-de-France, Norsesea et Stargel Seafood. Elles avaient Gomel Level Investissement (GLI) comme principal actionnaire et réalisent, ensemble, un chiffre d'affaires de 35 millions d'euros.

Pêcheries des Hauts-de-France, la plus importante, exerce son activité de mareyage depuis 1997. Elle achète du poisson sur différentes criées françaises et européennes, le transforme et le conditionne en caisses pour le commercialiser en France et en Europe du Nord, ainsi que de la coquille Saint-Jacques décortiquée. Norsesea, entreprise de négoce de poissons qui arrivent conditionnés sur une plateforme logistique de Boulogne-sur-Mer, a pour sa part été rachetée en 2016 par GLI, qui avait créé Stargel

Seafood en 2010 pour fournir la [restauration](#), les grandes surfaces et les grossistes en produits de la mer surgelés.

« Hub halieutique »

« L'intégration du mareyage et du négoce en France hexagonale complète notre maîtrise de la filière, de la capture à la commercialisation, tout en nous ancrant dans le premier hub halieutique européen », commente Sébastien Camus, le président de Réunimer. « Cette acquisition, dit-il, fera naître des synergies commerciales et industrielles. Nous utiliserons le savoir-faire de GLI pour mieux vendre nos produits de l'océan Indien en Europe et nous lui apporterons notre connaissance des marchés asiatiques. » Le thon et l'espadon pêchés par Réunimer dans l'océan Indien pourraient notamment être mieux diffusés en France via le réseau des entreprises boulonnaises.

Stéphane Level et Yannig Gomet, fondateurs de GLI, ont cédé l'ensemble de leurs parts tout en entrant au capital de Réunimer. « Nous avons pris la décision de vendre, sans urgence, en recherchant un acheteur qui garantisse la pérennité des entreprises et partage nos valeurs. Nous l'avons trouvé à La Réunion », relatent-ils. « Nous avons prévu de ne plus participer à la gestion de nos sociétés après une période d'accompagnement. Finalement, nous restons, tout comme Grégory Fulgueiras, qui a vendu ses parts dans Norsesea. »

Le groupe réunionnais avait franchi une étape importante de sa croissance l'an passé, en [fusionnant avec son homologue malgache](#) Pêcherie du Sud et en accueillant dans son capital, à un niveau légèrement majoritaire, la société française de capital-investissement Hivest Capital Partners. Le rachat des trois entreprises boulonnaises va lui permettre de franchir le cap des 100 millions d'euros de chiffre d'affaires consolidé.

Bernard Grolier (Correspondant à La Réunion)

Procès Casino : Jean-Charles Naouri fixé sur son sort le 29 janvier

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du procès de Jean-Charles Naouri, dirigeant de Casino, dont le verdict est attendu le 29 janvier. Il est soupçonné de manipulation de cours et fausse information financière.

✨ Synthèse IA ✨

Au terme d'un procès commencé le 1^{er} octobre, les avocats de la défense, fustigeant des « réquisitions inadéquates », ont demandé la relaxe de l'ensemble des prévenus.



« Le principe d'une OPA flottait dans l'air depuis 2017. [A l'époque] Casino était une cible potentielle et Jean-Charles Naouri (photo) était convaincu qu'une telle opération se préparait », a tenté d'expliquer Nicolas Huc-Morel, l'un des avocats de Jean-Charles Naouri. (Bertrand GUAY/AFP)

Par [Valérie de Senneville](#)

Publié le 23 oct. 2025 à 16:33 Mis à jour le 24 oct. 2025 à 09:55

« Non ». Bénédicte de Perthuis, appelle les prévenus les uns après les autres et leur demande, comme il est d'usage, s'ils ont un dernier mot à ajouter. Il est 20 heures ce mercredi 22 octobre, et au terme d'une audience qui a démarré le 1^{er} octobre, avec des débats se prolongeant parfois jusqu'à 23 heures, personne n'a rien à ajouter. Les uns après les autres ils lâchent un lapidaire « non » et retournent s'asseoir sur leur chaise, exténués.

Il faudra attendre le 29 janvier pour connaître la décision de la 32^e chambre du tribunal correctionnel de Paris à l'endroit de l'ex-PDG de Casino [Jean-Charles Naouri](#), prévenu de corruption et de manipulation de cours, ainsi que de la société de grande distribution, de trois anciens cadres et du patron de presse Nicolas Miguet.

VIDEO - Spéculateurs féroces et montage financier intenable : l'affaire Casino

Vraie-fausse rumeur d'OPA

Pendant deux jours, leurs avocats sont venus plaider la relaxe et dénoncer des « réquisitions inadéquates », sur un dossier « construit sur des hypothèses ». « Les hypothèses fussent-elles vraisemblables ne font pas des infractions pénales », a fustigé l'un des avocats de Jean-Charles Naouri, Francis Teitgen.

A l'origine de l'affaire, une convention de prestation de conseil d'environ 800.000 euros, signée entre l'ex-patron de Casino et Nicolas Miguet. Pour l'accusation, celle-ci, sans contrepartie tangible, aurait servi à rétribuer le journaliste afin qu'il utilise ses différents canaux de diffusion pour défendre le cours de Bourse de l'entreprise auprès d'actionnaires individuels en faisant notamment circuler une vraie-fausse rumeur d'OPA hostile de la part de Carrefour sur Casino.

« On ne peut pas comprendre ce dossier en faisant abstraction du contexte », rappelle Antoine Vey, l'avocat de l'ex-directeur de la communication Nicolas Boudot. « Le principe d'une OPA flottait dans l'air depuis 2017. [A l'époque] Casino était une cible potentielle et Jean-Charles Naouri était convaincu qu'une telle opération se préparait », a tenté d'expliquer Nicolas Huc-Morel, l'autre avocat de Jean-Charles Naouri.

Les hypothèses, fussent-elles vraisemblables, ne font pas des infractions pénales.

Francis Teitgen, avocat de Jean-Charles Naouri

En 2018 et 2019, la direction de Casino était sous pression. Le groupe attaqué par des fonds vautours avait violemment chuté en Bourse alors que le marché s'inquiétait de son lourd endettement.

« Feuilleton manipulateur »

Lors des débats, le parquet national financier (PNF) avait pointé une manipulation de cours « orchestrée par Casino », mais aussi l'« intention frauduleuse des dirigeants et cadres de Casino ainsi que de Nicolas Miguet dans la diffusion d'un 'feuilleton manipulateur' » afin de les sortir de l'ornière.

Dans leur réquisitoire, les deux procureurs du PNF avaient requis quatre ans d'emprisonnement dont trois avec sursis et aménagement de la partie ferme, ainsi que 2 millions d'euros d'amende contre Jean-Charles Naouri. Le PNF a également réclamé 75 millions d'euros d'amende contre la [société Casino](#) en tant que personne morale.

« Le PNF veut le beurre et l'argent du beurre » s'est emporté l'avocat du groupe, Rémi Lorrain, reprenant une formule employée par le parquet « puisqu'il souhaite aggraver le sort des personnes physiques en insistant sur le fait qu'elles ont agi à l'insu de la personne morale, le tout en tentant de conserver le statut de prévenu de Casino ».

Une position il est vrai inconfortable pour le groupe dont les avocats ont tenté, en se livrant à un numéro de funambule, de défendre le « nouveau Casino », sans accabler l'ancien et son PDG de l'époque, Jean-Charles Naouri.

Caractère fictif

A l'encontre de Nicolas Miguet, une peine de quatre ans d'emprisonnement avec exécution immédiate et 850.000 euros d'amende à titre personnel ont été requis, ainsi que 1.500.000 euros d'amende pour ses diverses sociétés. Pour sa défense, son avocat Emmanuel Mercinier a évité prudemment la personnalité sulfureuse de son client, préférant s'attacher « au caractère inopérant des termes de la prévention ». Il parle donc texte, attaque le ministère public et conteste le caractère fictif de la relation entre Nicolas Miguet et Casino.

C'était sans compter l'inénarrable journaliste, qui ne peut s'empêcher à la fin de venir à la barre pour refaire les comptes au point d'exaspérer son propre avocat qui s'élance et l'interrompt : « J'ai déjà plaidé, monsieur Miguet ! »

Le parquet avait encore réclamé des peines de deux à trois ans d'emprisonnement avec sursis et des amendes de 300.000 à 500.000 euros à l'encontre de trois ex-cadres de Casino.

Valérie de Senneville

Foie gras : les producteurs alertent sur des commandes insuffisantes pour les fêtes

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des inquiétudes des producteurs de foie gras, confrontés à des commandes insuffisantes pour les fêtes. Le secteur redoute une nouvelle saison morose malgré des stocks maîtrisés.

✨ Synthèse IA ✨

Alors que la filière du foie gras se relève d'années difficiles et que la demande des Français est dynamique, les commandes réduites de la grande distribution pour les fêtes de fin d'année sont trop timides, estiment les producteurs.



Les achats de foie gras ont bondi de 55 % en volume sur les six premiers mois de 2025, selon le Cifog. (Photo Kermalo/REA)

Par **Paul Turban**

Publié le 23 oct. 2025 à 12:00 Mis à jour le 23 oct. 2025 à 12:07

Après l'épidémie de grippe aviaire, l'épidémie de frilosité ? Alors que la production et la consommation de foie gras repartent très nettement en France, les producteurs de foie gras s'inquiètent de la faiblesse des commandes de la grande distribution en vue des fêtes de fin d'année. Et craignent que, faute d'anticipation, les rayons soient clairsemés trop tôt.

« Les commandes de [la grande distribution](#) sont inférieures de 15 % à 40 % selon les entreprises par rapport à l'année dernière », alerte un acteur de la filière. « Les engagements sont timides », confirme Fabien Chevalier, président du comité interprofessionnel des palmipèdes à foie gras (Cifog) et directeur de la Maison Lafitte. « En 2025, les commandes de foie gras enregistrent une légère baisse versus 2024, mais restent alignées avec les volumes de 2023 », confirme un distributeur.

Tensions dans les rayons

Or, les hypers et supermarchés représentent les deux tiers des [ventes de foie gras en France](#), et même plus des trois quarts si l'on ajoute [les discounters](#). « On risque de ne plus avoir de foie gras dans certains rayons dès la mi-décembre », alerte un brin catastrophé Stanislas Giraud, responsable de la grande distribution au Cifog et directeur général de Labeyrie Fine Foods Premium. Car, à ce moment-là, les transformateurs ne seront plus en mesure de livrer rapidement les magasins si les stocks sont manquants.

Cette réduction des commandes s'explique par la peur des enseignes de se retrouver avec du foie gras sur les bras. L'an dernier, tous les volumes n'ont pas été écoulés pour Noël ou le Nouvel An. « Il y a eu un peu de surplus l'an dernier après les fêtes. Du foie gras est resté en rayon entre janvier et mars », indique Fabien Chevalier pour justifier le peu d'engagement des distributeurs.

Nouveaux consommateurs

Des produits qui se sont ensuite écoulés sans problème, et sans baisse de prix pour les enseignes. Ainsi, le premier semestre 2025 a vu les ventes bondir de 10,4 % par rapport à l'année précédente, grâce notamment aux stocks restés en rayon après les fêtes, et même de 104 % pour le seul mois de février, grâce à la Saint-Valentin.

De plus, « nous avons recruté cette année 600.000 nouveaux foyers acheteurs au premier semestre 2025 », souligne Stanislas Giraud. Alors que les fêtes de fin d'année concentrent plus de 80 % des ventes, la filière ne veut surtout pas rater ce rendez-vous.

Mise en avant précoce

Pour appuyer sa démonstration, le Cifog a mené une étude sur les stratégies des supermarchés avec Circana. Selon celle-ci, le chiffre d'affaires sur le foie gras des distributeurs qui ont mis en avant ce produit dès novembre est supérieur de 7 % à ceux qui ont attendu décembre.

Nous sommes sur un marché d'offre : plus il y a de références en magasin, plus les volumes et le chiffre d'affaires sont importants.

Stanislas Giraud, directeur général de Labeyrie Fine Foods Premium

La multiplication des points d'implantations (en rayon, en tête de gondole, en allée centrale, etc.) est aussi bénéfique aux ventes. Avec 4 zones de mises en avant, le chiffre d'affaires bondit de 54 %, selon ces études. « Nous sommes sur un marché d'offre : plus il y a de références en magasin, plus les volumes et

le chiffre d'affaires sont importants », défend Stanislas Giraud. Et cela compte sur un rayon à forte valeur ajoutée.

Production limitée

Alors que la production française de foie gras s'est largement reconstituée grâce à [la vaccination des canards](#), les concurrents européens - Hongrie et Bulgarie en tête - continuent de subir l'épizootie. Résultat : « La France va représenter 87 % de l'offre sur le marché français cette année », annonce Marie-Pierre Pé, directrice générale du Cifog.

Si la consommation à domicile et la consommation en restaurant se développent, des marchés internationaux restent fermés, notamment [le Japon](#), terre d'export importante pour la filière. Cela explique en partie que la production de foie gras reste 4.000 tonnes inférieures à celle de 2015, à environ 15.500 tonnes.

Une conséquence aussi des mesures de biosécurité drastiques mises en place chez les producteurs : « C'est aussi un atout qui permet de maîtriser autant que possible la grippe aviaire qui pénalise tant d'autres pays », soutient Eric Dumas, vice-président du Cifog et éleveur.

Paul Turban

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Charcuterie : Comment se portent les entreprises en 2024 ?

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la situation économique des entreprises de charcuterie en 2024. Marges serrées, coûts en hausse et consommation fluctuante pèsent sur la rentabilité du secteur.

✨ Synthèse IA ✨

Selon la Banque de France, il y a moins d'entreprises de charcuterie dans le rouge en 2024 mais la filière reste fragile.

Publié le 7 octobre 2025 - Par Virginie Pinson



Un quart d'entreprises de la charcuterie sont en déficit

© Virginie Pinson

Avec Agra

Le rapport réalisé par Banque de France pour la **Fict** (industrie charcutière) sur la **situation financière des entreprises de charcuterie** montre une légère remontée du **taux de marge nette** en 2024, mais une **trésorerie** aussi précaire qu'en 2023 et un **taux d'investissement** toujours insuffisant.

Lire aussi : « La marge nette des entreprises de charcuterie s'est effondrée »

Un quart d'entreprises de la charcuterie en déficit

Banque de France compte un quart d'entreprises déficitaires en 2024, contre un tiers en 2023. Mais ce qui inquiète la Fict dans son communiqué du 2 octobre est le **niveau moyen de résultat courant avant impôt**, qui a baissé de 30% depuis 2020, à 2% (vs 3,9% pour les IAA). « On est bien loin des 5% dont ont besoin les entreprises pour financer leur modernisation et les transitions écologiques et énergétiques », souligne la fédération, qui réitère sa demande d'un meilleur partage de valeur avec la distribution, alors que les négociations annuelles approchent. Dans le détail, le **taux de marge nette** s'élève à 1,7% en 2024, contre 1% en 2023 (et 2,7% en 2021). La **trésorerie des entreprises** représente en moyenne 13 jours de chiffre d'affaires en 2024, contre un mois en 2022. Le **taux d'investissement** de 19% en 2024 est en baisse de 20% par rapport à 2022 et de 30% par rapport à 2021.

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Viande rouge bio : la consommation se stabilise mais la production chute encore

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stabilisation de la consommation de viande rouge bio, mais avec une production en net recul. Les producteurs peinent à suivre face à la baisse des conversions et à la rentabilité incertaine.

✨ Synthèse IA ✨

La consommation de viande bio a cessé de baisser en 2024, après les déclinés enregistrés en 2021, 2022 et 2023. Mais la production continue de baisser, d'autant plus que le marché du conventionnel (bœuf et agneau), porteur en 2024, a engendré un appel d'air.

Publié le 8 octobre 2025 - Par Virginie Pinson



Avec 13 301 fermes réparties sur l'ensemble du territoire, la filière des viandes bio connaît depuis 2022 une stabilisation du nombre de ses exploitations.

© Virginie Pinson

Les magasins spécialisés et la restauration hors foyer sont les deux moteurs de la **consommation de viande bio** puisqu'ils affichent des hausses respectives de 8,9 % et 14 % entre 2023 et 2024 selon les dernières données d'Interbev Bio. À l'inverse, la GMS, qui reste le premier **débouché des viandes bio**, recule, tout comme la vente directe et la boucherie traditionnelle. Interbev Bio signale son intention d'échanger avec les enseignes sur leur besoin et les perspectives de relance.

Lire aussi : Consommation : Un nouvel équilibre sur le marché du bio ?

Une baisse de la production de bœuf bio

6 618 fermes élevaient des **vaches allaitantes bio** en 2024, c'est un effectif assez stable (-0,3 % sur un an). Pour autant, les **abattages de gros bovins allaitants bio** ont reculé de 11 % sur un an. En effet, l'envolée des **prix des gros bovins conventionnel** a créé un appel d'air sur ce marché. L'écart moyen des prix pondéré entre le bovin bio et le conventionnel est tombé à 2,7 % en septembre 2024 (7,7 % un an plus tôt). Depuis, l'écart de prix s'est de nouveau creusé (4,4 %) sur l'été 2025. Les abattages de gros bovins laitiers ont reculé de 3 % entre 2023 et 2024.

Lire aussi : Viande bovine bio : « On est moins nombreux à se partager le gâteau »

Le veau bio en net recul

La **consommation de veau bio** recule, en lien avec la chute de la production. En effet, l'envolée des prix des brouards incite les éleveurs à orienter les animaux vers ce circuit plutôt qu'**engraisser des veaux bio**. Les **abattages de veaux bio** ont ainsi reculé de 7 % l'an dernier.

Une réglementation européenne qui pénalise le veau bio

De plus, la **réglementation européenne** évolue et les éleveurs de veaux bio doivent leur donner un accès à l'extérieur ou au pâturage si les conditions météo le permettent à partir de l'âge de six semaines. Ce qui est un véritable frein pour certains éleveurs dont l'organisation de l'exploitation ne permet pas cet accès.

L'élevage ovin bio tourné vers la vente directe

En 2024, la **filière ovine allaitante bio** a enregistré une diminution de 0,6 % de son cheptel, toujours selon Interbev Bio. Pour autant, le nombre d'exploitations progresse (+3,4 %), car elles sont plus petites et davantage tournées vers la vente directe. À noter que **le manque d'agneaux conventionnels** était tel en 2024, alors que la filière a été durement touchée par la FCO, que des animaux d'élevages bio sont venus alimenter le marché conventionnel. Dans ce contexte, les abattages d'agneaux labellisés bio ont chuté de 22 %.

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

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Le nombre de fermes bio baisse pour « la première fois » en France

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la baisse du nombre de fermes bio en France, confirmée pour la première fois. Une tendance liée à des difficultés économiques et à une demande en repli.

✨ Synthèse IA ✨

Pour la première fois, les arrêts d'agriculteurs en bio dépassent les installations d'après les données de la mi-année 2025 de l'Agence bio. Alors même que la consommation est en hausse sur le territoire.

Publié le 14 octobre 2025 - Par [Lola Broyer Benoit](#)



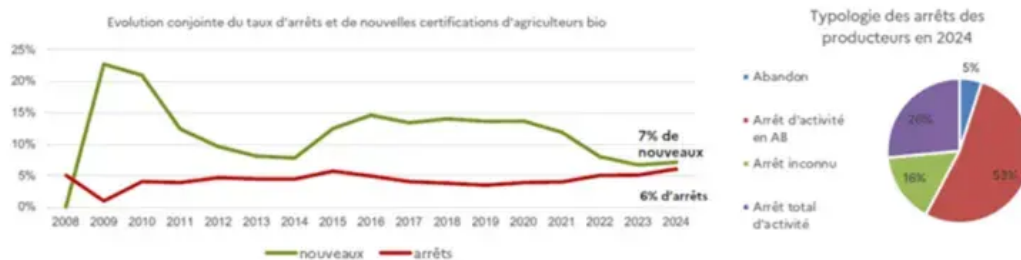
Selon les données de l'Agence bio, en août 2025, la certification biologique a enregistré comptait 2 696 entrants et 2861 sortants, soit un solde de -165 producteurs.

© Fnab Champagne

« Le **nombre d'exploitations** engagées dans la **production bio** diminue pour la première fois. » C'est ce que révèle les résultats de la deuxième édition du **baromètre** de l'Agence bio sur le **moral des agriculteurs** bio, publié fin septembre. Le rapport explore les **perspectives de production et de consommation** à la mi-année selon un communiqué du 25 septembre 2025.

Un solde négatif entre les nouveaux entrants et les sortants en 2025

Selon les données de l'Agence bio, en août 2025, la **certification** biologique a enregistré comptait 2 696 entrants et 2861 sortants, soit un solde de -165 producteurs. C'est la première fois qu'un **recul du nombre de producteurs bio** est observé en France. Et ce après une tendance de baisse du solde entre entrants et sortants depuis 2020 : +10 % en 2021, +3 % en 2022, +2 % en 2023 et +1 % en 2024. Ces résultats témoignent d'une **faible dynamique de conversion** et à l'inverse d'une dynamique de déconversion.



Source Agence Bio / OC 2024

Relire : [11 000 ha de bio sont repassés en conventionnel en Bourgogne-Franche-Comté en deux ans](#)

Comme le rappelle l'Agence, « si les **surfaces bio** ont reculé depuis deux ans, le nombre de producteurs avait augmenté jusqu'alors. » Les **surfaces agricoles conduites en agriculture biologique** ont reculé de 54 248 hectares en 2023 puis encore de 56 197 hectares en 2024. Soit une baisse de 2 % en un an et de 3,9 % en deux ans. La **SAU bio** est passée à 10,1 % de la SAU totale avec 2,711 millions d'hectares en 2024.

Lire aussi : [Agriculture biologique : surfaces, arrêts et marché du bio en 2024 les chiffres clés de l'Agence Bio](#)

Le chiffre d'affaires du bio en hausse dans la grande distribution

Pourtant dans le bilan du premier semestre 2025, la **consommation de bio** progresse de 4,1 % en chiffre d'affaires. La progression est plus forte en **vente directe** (bio et local) avec +8,8 % et en **magasins bio** avec +6,2 %. Le bio en **grande distribution** progresse également de 1,4 %, « pour la première fois depuis 2021 » d'après le communiqué.

L'Agence bio espère que la reprise de la consommation inversera les tendances sur les installations et les départs en bio afin que « les effets se produisent d'ici 2 à 3 ans » (temps de conversion des terres selon les productions).

Lire aussi : [Une proposition de résolution en faveur de l'agriculture bio signée par 127 députés de tous bords politiques](#)

Lire aussi : [Bio : après l'Europe, la reprise se confirme en France](#)

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Culture Viande : « Sans abattoir ni ateliers, il n'y a pas de valorisation de la production française »

✨ Synthèse IA ✨

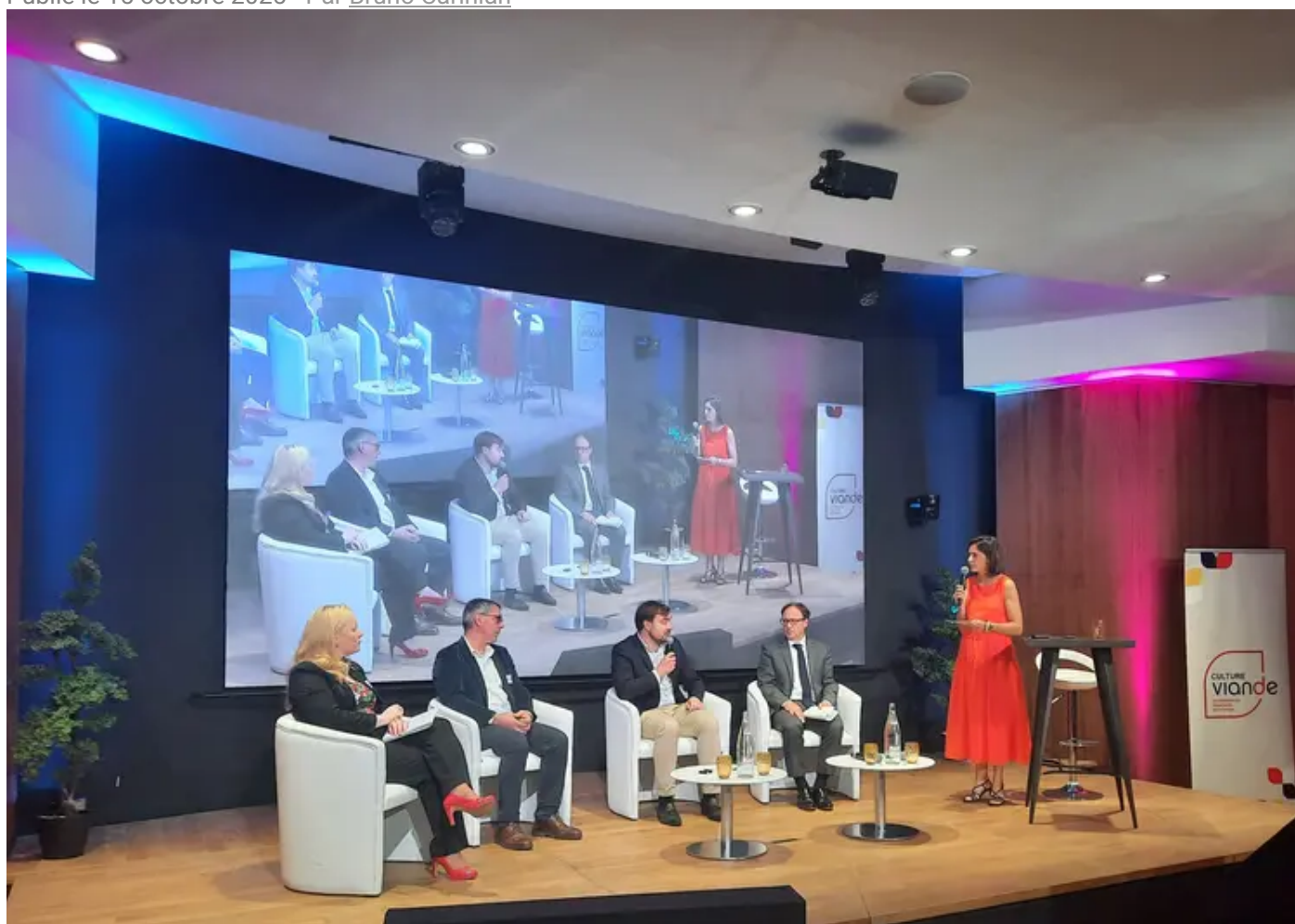
Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'importance des abattoirs et ateliers pour valoriser la production française. Culture Viande alerte sur les fermetures qui fragilisent toute la chaîne agroalimentaire.

✨ Synthèse IA ✨

Lors du congrès annuel de Culture viande, les industriels ont pointé leurs intérêts convergents avec ceux de l'élevage, en particulier en matière de viande bovine.

Publié le 15 octobre 2025 - Par [Bruno Carlhian](#)



Le congrès de Culture Viande s'est déroulé le 14 octobre dernier à Paris

© Bruno Carlhian

Sans surprise, la **baisse drastique des abattages** et l'**envolée des prix de la viande** ont dominé les débats du congrès de **Culture Viande** qui s'est tenu le 14 octobre dernier à Paris. « Notre modèle est à la croisée des

chemins », a alerté Yves Fantou, le président de la fédération des entreprises du secteur, qui a pointé du doigt les conséquences de « l'effet ciseau » actuel sur **l'équilibre économique des outils de transformation**.

« *Notre modèle est à la croisée des chemins* »

Depuis octobre 2024, 132 entreprises d'abattage, de découpe ou de transformation ont fermé leurs portes selon la Banque de France, a rappelé l'entrepreneur breton qui a appelé les élus, dans son discours de clôture, à renoncer à soutenir des projets locaux d'abattoir « *sans avenir économique* » de manière à préserver l'activité des sites existants.

Lire aussi : « En trois ans, on a perdu 617 000 agneaux ! » : comment la filière ovine veut enrayer la baisse de production

Des liens entre abattoirs et éleveurs qui se resserrent

Le congrès a ainsi montré l'évolution sensible des rapports entre le « milieu de filière » et son amont agricole. Les industriels, soucieux de faire tourner à plein leurs outils « *n'ont jamais porté autant d'intérêt à la ferme France* », relève Yves Fantou, selon qui « *les maillons de la filière se resserrent* ».

« *Nos interlocuteurs, pour se projeter dans l'avenir, ce sont prioritairement les abattoirs où partent nos animaux* »

Les éleveurs quant à eux, savent que « *sans abattoir ni ateliers, il n'y a pas de valorisation de la production française* », a souligné Ludovic Paccard, directeur général de Tradival (Sicarev) et président délégué de Culture Viande. « *Nos interlocuteurs, pour se projeter dans l'avenir, ce sont prioritairement les abattoirs où partent nos animaux* », a confirmé Emmanuel Bernard, le président de la section bovine d'Interbev.

Lire aussi : « Nous devons nous adapter industriellement au recul des cheptels » pour le DG d'Akiolis

Une implication croissante dans l'amont

Les entreprises ont ainsi tendance à s'impliquer de plus en plus dans l'élevage. « *Cela se traduit par le développement de **contrats avec des prix garantis**, notamment en **jeunes bovins**, des engagements sur la **génétique** pour répondre à la demande de nos clients ou par des initiatives innovantes sur des maternités collectives* », a détaillé Ludovic Paccard, de Tradival. De nouveaux circuits voient également le jour avec des **veaux laitiers croisés** adressés à des « sevrageurs » avant d'être engraisés, des **contrats tripartites** associant engraisseurs, abatteurs et distributeurs, de façon à lisser les abattages. « *En veaux de boucherie, des entreprises investissent également massivement dans des ateliers. Mais seules elles n'arriveront pas à relancer l'élevage. Il faut une implication des partenaires financiers* », a estimé Ludovic Paccard.

Lire aussi : La barre des 8 €/kg frôlée par le veau de boucherie rosé clair O

Renationaliser l'engraissement, garder les femelles

Mais cette logique de maintien de la production en France « *doit aller plus loin* », avait estimé la veille Yves Fantou, lors d'une conférence de presse. « *On doit cesser de se tirer une balle dans le pied et limiter les exportations de femelles vivantes qui amputent nos capacités de production futures* », avait-il exprimé.

« *On doit (...) limiter les exportations de femelles vivantes* »

Dans un contexte de prix favorable aux producteurs, « *l'équation du prix reste cependant déterminante* », a estimé Emmanuel Bernard, lui-même éleveur dans la Nièvre. « *Il faut favoriser la **contractualisation sur plusieurs années** pour conserver l'engraissement en France. En jeunes bovins à viande, cela a fonctionné.* »

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Porc : le savoir-faire de l'Ifip, soft power de la filière porcine française

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'Ifip, institut technique du porc, dont le savoir-faire contribue à l'influence de la filière française. Recherche, innovation et export sont au cœur de son action.

✨ Synthèse IA ✨

L'Institut technique du porc (IFIP) déploie son savoir-faire et son expertise un peu partout dans le monde. Une activité peu connue, essentielle pour faire briller la production porcine française dans le monde, qui dégage des retombées concrètes sur des opérateurs de l'Hexagone en génétique, équipement, nutrition animale.

Publié le 23 octobre 2025 - Par [Franck Jourdain](#)



L'Ifip a bouclé cette année une mission de trois ans sur la biosécurité en production porcine au Laos, Vietnam, Cambodge et Philippines où sévit la peste porcine africaine

© Ifip

Les missions de formation de l'**Ifip**, l'Institut du **porc** français, réalisées principalement en Afrique et en Asie restent marginales. Mais elles sont véritablement stratégiques car elles génèrent de l'activité pour les **firmes génétiques et les équipementiers français**. Il arrive bien souvent qu'à la suite de ces missions, des avions chargés de reproducteurs décollent de France pour peupler les élevages en sélection des pays clients. Ou que des équipementiers y vendent leurs matériels ou des **fabricants d'aliments** leurs prémix. L'Institut technique travaille depuis de nombreuses années en Europe avec ses homologues sur des sujets transversaux (sanitaire, transport des animaux, sécurité alimentaire, etc.).

« Nous avons apporté des connaissances sur le risque PPA et formé des vétérinaires sur place »

La France exporte son savoir-faire porcin

Ces missions d'accompagnement technique à l'international ont démarré au début des années 2000 à la demande de la Chine qui cherchait à l'époque « à moderniser sa production », explique Édouard Bienassis, en charge de ce dossier à l'IFIP. Depuis, l'IFIP a renforcé son offre d'assistance, qu'il s'agisse d'accompagner des filières ou des coopératives par la mise en place de formations de techniciens sur place ou en distanciel, la définition d'itinéraires stratégiques, ou d'accompagnements plus ciblés. Par exemple en génétique -peuplement renouvellement, schéma génétique...- ou en nutrition. Le savoir-faire français en production porcine est désormais recherché.

Lire aussi : [Porc : en Chine, la Russie profite de la guerre commerciale](#)

Un soutien de la fondation Bill et Melinda Gates

Par exemple, « nous bouclons cette année une mission de trois ans sur la biosécurité en production porcine au Laos, Vietnam, Cambodge et Philippines où sévit la peste porcine africaine, poursuit Édouard Bienassis. Avec VETAGRO-SUP, l'ENSV, le CIRAD et l'AVSF (Agronomes et vétérinaires sans frontières), nous avons apporté des connaissances sur le risque PPA et formé des vétérinaires sur place ».

Lire aussi : [Peste porcine africaine : une épizootie en France ferait chuter de 14 % le cours du porc](#)

Un autre dossier en cours (2024-2026) porte sur le **développement de la production porcine dans plusieurs États du nord-est de l'Inde** avec un soutien financier de la Fondation Bill et Melinda Gates. Là, l'IFIP dépêche sur place des ingénieurs amont et aval pour aider tout à la fois au développement de l'élevage et de l'abattage.

« Si nous n'y allions pas, ce sont les Danois ou les Hollandais qui effectueraient ces missions »

Des productions locales non concurrentes du porc français

En Afrique, l'IFIP a signé l'an passé un contrat de partenariat avec la Côte d'Ivoire pour développer une filière qui produit 13 000 tonnes de viande de porc dans un pays qui « en consomme dix fois plus ». D'autres pays seraient en passe de signer avec l'IFIP. L'Institut du Porc rechigne généralement à évoquer ces actions qui ne sont pas forcément comprises en France. Des producteurs redoutent en effet que ces filières porcines émergentes viennent un jour **concurrencer leur production**. Mais faut-il craindre l'importation de pièces de porcs du Cambodge, d'Inde ou du Cameroun ? Assurément pas. « Si nous n'y allions pas, ce sont les Danois ou les Hollandais qui effectueraient ces missions, souligne Édouard Bienassis. C'est à chaque fois l'occasion de leur rappeler la possibilité d'importer nos excellents produits porcins pour satisfaire leur demande intérieure ».

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Foie gras : « Les chiffres 2025, confirment la dynamique engagée en 2024 »

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des bons chiffres de la filière foie gras en 2025, confirmant la dynamique engagée l'année précédente. La profession reste prudente mais confiante pour la fin d'année.

✨ Synthèse IA ✨

Le foie gras poursuit sa remontée spectaculaire avec des ventes en progression sur le premier semestre 2025. Le produit retrouve sa place sur les tables françaises, porté par une offre renforcée et un regain d'intérêt des consommateurs, bien au-delà des fêtes de fin d'année.

Publié le 24 octobre 2025 - Par Catherine Takougang



Marie-pierre Pé directrice du Cifog et Fabien Chevalier président du Cifog
© Catherine Takougang

Au premier semestre 2025, les **ventes de foie gras** enregistrent une progression en grande distribution avec une hausse de 55 % en volume et de 42 % en valeur par rapport à la même période en 2024. On note une accélération de la croissance sur les premiers semestres de ces trois dernières années, sachant qu'en 2024, les volumes et la valeur du foie gras avaient progressé respectivement de 15 % et 14 % par rapport à 2023.

« Les chiffres de 2025 confirment la dynamique engagée en 2024 », se félicite Marie Laborde, directrice adjointe de l'interprofession Cifog.

Lire aussi : Foie gras, magret et confit : « le retour de l'offre est confirmé » selon le Cifog

L'offre de foie gras double en trois ans

« L'offre est de retour et solide », confirme Fabien Chevalier, président du Cifog, qui anticipe une belle saison festive malgré un contexte politique tendu « Les fêtes de fin d'année sont une parenthèse, un moment d'évasion. Nous pensons que cette année va encore le démontrer. » ajoute-t-il.

« L'offre est de retour et solide »

L'offre de foie gras a doublé en trois ans et progresse encore de 47 % par rapport à 2023. En 2024, la France comptait 29,7 millions de **canards gras** pour 15 840 tonnes de **foie gras cru**. Les prévisions pour 2025 annoncent une production stable, tandis que les abattages sur les huit premiers mois restent inchangés. La part de production française atteint désormais 87 % de l'offre, soit +1 point par rapport à 2024 et +7 points par rapport à 2023. « Les importations de Hongrie ou de Bulgarie reculent, ces pays étant eux-mêmes touchés par l'influenza aviaire », souligne Marie-Pierre Pé, directrice du Cifog.

Le foie gras, star des repas de fêtes

Le succès du foie gras dépasse désormais la seule période de Noël. En février 2025, à l'occasion de la Saint-Valentin, les ventes de foie gras en conserve ont été multipliées par 1,9 par rapport à la moyenne des cinq vendredis précédents cette fête, et par 1,4 pour le foie gras frais. Sur l'ensemble du mois de février 2025, les achats ont doublé (+104%) par rapport à février 2024.

Lire aussi : [Canard gras : retour de l'offre, innovation, guerre commerciale, 6 questions à Euralis et Maison Monfort](#)

600 000 acheteurs supplémentaires en 2025

Sur les six premiers mois de l'année, le nombre d'acheteurs de foie gras a progressé de 24 %, soit 600 000 ménages supplémentaires par rapport à 2024, année où l'on en comptait déjà 27 millions.

Les quantités achetées progressent également de 10,4 % et la fréquence d'achat de 13,5 %, preuve que la clientèle revient et que le foie gras s'ancre dans les habitudes de consommation.

Le magret performe aussi

La bonne dynamique bénéficie aussi au **magret de canard**. Entre janvier et juin 2025, 2,3 millions de Français en ont acheté, soit une hausse de 34 % du nombre d'acheteurs par rapport à 2024. Les volumes progressent de 8,3 %, portés par une forte saison estivale. Déjà l'an dernier, le taux de ménages acheteurs avait augmenté de 22,2 %, avec une consommation moyenne de 1,6 kg par foyer.

L'excédent commercial augmente en foie gras

Sur le premier semestre 2025, la **balance commerciale du foie gras** affiche un excédent de 6,2 millions d'euros, soit une progression de 2,9 millions par rapport à la même période de 2024. L'an dernier, l'excédent s'élevait déjà à 25,4 millions d'euros, contre un déficit observé de 3,5 millions en 2023.

« Nous n'avons pas réussi à rouvrir tous les marchés vers les pays tiers, notamment le Japon »

Tout n'est pas encore gagné à l'export. « Nous n'avons pas réussi à rouvrir tous les marchés vers les pays tiers, notamment le Japon », regrette Marie-Pierre Pé. « C'est un manque important, car le Japon était un grand importateur de foie gras français. »

Lire aussi : [Canard et foie gras : les envois vont reprendre vers le Royaume-Uni](#)

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Poulet : « On réduit les importations depuis l'Ukraine, même si cela reste au-dessus des niveaux d'avant-guerre »

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la réduction des importations de poulet ukrainien. Si elles baissent, elles restent au-dessus des niveaux d'avant-guerre, posant des enjeux de régulation pour la filière française.

✨ Synthèse IA ✨

Ces dernières années, l'Europe a massivement importé de la volaille ukrainienne, surtout depuis la libéralisation des échanges. La révision de l'accord d'association entre l'UE et l'Ukraine qui entre en vigueur ce 29 octobre plafonne davantage ces volumes. L'interprofession Anvol se réjouit de ces nouveaux quotas, mais s'inquiète toutefois de l'implantation en Europe du modèle de production intensif du géant MHP.

Publié le 29 octobre 2025 - Par [Catherine Takougang](#)



L'Ukraine est le sixième exportateur mondial de viande de poulet

© Armelle Puybasset

L'Union européenne a adopté, le 4 juillet dernier de **nouvelles mesures encadrant les importations ukrainiennes de viande de volaille pour l'année 2026**. Un quota d'importation de 120 000 tonnes pour la volaille sera appliqué au 1^{er} janvier 2026. « Ce quota dépasse de 30 000 tonnes celui avant-guerre » commente Yann Nédelec, le directeur de l'interprofession Anvol.

Lire aussi : [Importations ukrainiennes : la révision de l'accord d'association franchit une première étape](#)

Des importations de volailles ukrainiennes déjà encadrées

De même, plus tôt, au 22 mai, des premières mesures de limitation des importations de poulet ukrainien avaient été adoptées par la Commission européenne. Les quantités maximales d'importations venant d'Ukraine avaient été plafonnées à 52 500 tonnes pour la période du 6 juin au 31 décembre 2025 par l'UE. Ce contingent a été ajouté aux 57 000 tonnes déjà exportées par l'Ukraine du 1^{er} janvier au 05 juin, soit une quantité maximale pour l'année 2025 de 109 500 tonnes de volaille importable d'Ukraine.

Lire aussi : Volailles : l'origine France se renforce dans les rayons

Des filières volaille inquiètes

« Si on voit le verre à moitié plein, c'est plutôt positif. On réduit les importations depuis l'Ukraine, même si cela reste au-dessus des niveaux d'avant-guerre », affirme Yann Nedelec. Ce dernier commente également que « les messages portés par la filière française et européenne ont, dans une certaine mesure, été entendus. Mais nous ne sommes pas complètement satisfaits. »

« Les messages portés par la filière française et européenne ont, dans une certaine mesure, été entendus. »

En effet, la **filière volaille de chair**, avait dénoncé les **importations massives de volailles ukrainiennes** sur la période 2023 -2024, causées par une entière libéralisation depuis l'année 2022, en soutien économique au pays, en guerre contre la Russie. Ce qui a entraîné des importations qui sont montées jusqu'à 230 000 tec en 2023.

« On estime que les faveurs à l'Ukraine étaient en défaveur de la filière volaille de chair européenne, il faut un équilibre » précise le directeur d'Anvol. Alors que plus tôt en 2021, les quotas étaient de 90 000 tonnes, même si les filets et manchons n'étaient pas plafonnés.

Un modèle de production ukrainien très différent

Anvol rappelle qu'on importe des productions qui ne respectent pas **les valeurs de production française**, qui respectent le bien-être animal, et un certain nombre de réglementations environnementales et sanitaires.

L'interprofession rappelle également que la majorité des volailles importées d'Ukraine proviennent d'une seule entreprise, qui est **MHP**. Son modèle de production de type ferme usine, concentre sur un même site entre deux et trois millions de volailles, contre une moyenne de 40 000 dans les élevages français.

Les activités de MHP s'étendent désormais en Europe, avec des sites de production en **Slovaquie et bientôt en Espagne**. « Le risque d'importer un modèle de production intensif, de type ferme-usine, reste bien réel », alerte Yann Nedelec.

Lire aussi : Volaille : où l'Ukraine dirige-t-elle ses exportations en 2025 ?

Les MARCHÉS

Le média de l'alimentaire

Porc : la France assure ses débouchés au Japon, des discussions avec la Chine

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la stratégie d'export de la filière porcine française, qui sécurise ses débouchés au Japon et entame des discussions avec la Chine pour diversifier ses marchés extérieurs.

✨ Synthèse IA ✨

Un accord de régionalisation a été signé entre la France et le Japon pour les exportations de produits de porc en cas de peste porcine africaine, alors que la maladie est aux frontières de l'Hexagone. Dans le même temps, l'interprofession porcine française travaille à rétablir les flux vers la Chine, pénalisés par les droits antidumping provisoires.

Publié le 30 octobre 2025 - Par [Virginie Pinson](#)



Si la PPA arrive en France; les régions épargnées pourront toujours exporter vers le Japon

© Virginie Pinson

Avec Agra

Le ministère de l'Agriculture annonce dans un communiqué le 29 octobre avoir conclu avec le **Japon** le jour-même « **un accord de zonage** » qui permet de **sécuriser les exportations de viandes et d'abats porcins** face au risque d'introduction de la **peste porcine africaine (PPA)** sur le territoire.

Lire aussi : [Peste porcine africaine : une épizootie en France ferait chuter de 14 % le cours du porc](#)

Les zones indemnes de PPA pourraient continuer à exporter au Japon

Cet accord a été signé à l'occasion du déplacement au Japon d'une délégation du ministère et il entre en vigueur immédiatement. Concrètement, si un ou plusieurs foyers venaient à être détectés en France, des zones réglementées seraient établies autour des foyers et le reste du territoire demeurerait « zone indemne ». Les **exportations vers le Japon** pourraient reprendre à partir de cette zone indemne une fois les zones réglementées françaises définies et reconnues par la Commission européenne, et après l'adoption par le Japon de sa propre décision administrative fondée sur cette mise à jour. Le communiqué souligne que cet accord « marque l'aboutissement de sept années de négociations entre les autorités sanitaires des deux pays » et qu'il « consacre un succès collectif pour la filière porcine, fruit d'un travail conjoint entre les autorités et les professionnels français et japonais ».

Le Japon est le quatrième acheteur de produits du porc européens, avec 8,3 % des envois en 2024. Au premier semestre, les expéditions communautaires y ont chuté de 23,4 %.

En Chine, Inaporc veut se faire entendre dans l'enquête antidumping

L'interprofession du porc a informé Agra Presse le 28 octobre que le ministère chinois du commerce entendra Inaporc le 31 octobre, date de l'audition demandée par la Commission européenne et les parties pénalisées par son enquête antidumping, prolongée jusqu'au **16 décembre 2025**. Le correspondant de l'interprofession française en Chine mettra en avant la coopération entre les deux pays, indique la directrice, Anne Richard. Un exemple de cette coopération a été **l'accord sur les abats blancs et les protéines transformées de porc**, initié en 2024. Un temps de parole de 8 minutes sera accordé aux parties.

Lire aussi : Porc : le savoir-faire de l'Ifip, soft power de la filière porcine française

D'autres acteurs européens du porc à Pékin

À sa connaissance, Pékin entendra aussi l'interprofession néerlandaise, la Commission européenne, des entreprises échantillonnées en Espagne [le cas de Litera Meat] et aux Pays-Bas [Vion], l'UECBV (commerce du bétail et des métiers de la viande) ainsi que des ambassades (mais pas de France). Inaporc a par ailleurs participé, via l'UECBV, au dossier déposé par la Commission européenne, précise Anne Richard. En attendant ses conclusions, Pékin applique des **droits provisoires de 15,6 % à 32,7 % aux entreprises européennes exportatrices**, se traduisant notamment par l'engorgement du **marché des abats**.

Lire aussi : Porc : « le choix de la Chine de cibler l'agriculture européenne n'est pas anodin »

La Chine est le premier acheteur de produits du porc européens, avec 26 % des envois en 2024. Au premier semestre, nos expéditions y progressaient encore de 3,3 %.

TROISIEME PARTIE : L'ACTUALITE TECHNIQUE, JURIDIQUE & REGLEMENTAIRE



Espagne : le bilan mitigé de l'interdiction du chargement et du déchargement des marchandises

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du bilan mitigé de l'interdiction du chargement/déchargement par les conducteurs en Espagne. Si la mesure améliore les conditions de travail, elle génère aussi des tensions avec les clients et une hausse des coûts pour les transporteurs.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 07.10.2025 Par : Daniel Solano Lecture : 3 min.



Les temps d'attente, au-delà de la limite légale d'une heure instituée par le RDL, demeurent le gros point noir.

Crédit photo AdobeStock

En septembre 2022, l'interdiction du chargement et du déchargement des véhicules de plus de 7,5 tonnes par les conducteurs est entrée en vigueur. Selon une enquête récente, l'interdiction n'a pas suffi pour améliorer l'efficacité des opérations.

L'enquête sur la gestion des quais en Espagne a été réalisée par le Centre espagnol de la logistique (CEL) et la société Fieldeas auprès d'un échantillon de chargeurs et d'entreprises de transport. Elle montre que l'interdiction prévue dans le décret-loi royal (RDL selon le sigle en espagnol) 3/2022 a été globalement respectée.

Chargeurs : un impact neutre

En effet, 69,2 % des entreprises de transport interrogées affirment que c'est le cas dans au moins 90% des opérations. La moitié mentionne « une amélioration des conditions de travail » qui était l'objectif principal recherché. Un peu plus de 5% font état d'autres problèmes tels

que notamment le non-respect de l'interdiction par certains transporteurs, une forme de concurrence déloyale.

Les chargeurs, de leur côté, ont anticipé et se sont bien adaptés. Selon l'enquête, 60,5 % des chargeurs interrogés estiment que l'impact a été neutre alors qu'il a été positif pour 32,5% d'entre eux. Seuls 7 % l'évaluent de manière négative. 44,2% mentionnent cependant une augmentation modérée des coûts, comprise entre 1 % et 5 %, liée à l'embauche de personnel supplémentaire ou à des investissements dans des équipements.

Temps d'attente : absence d'amélioration

Les temps d'attente, au-delà de la limite légale d'une heure instituée par le RDL, demeurent le gros point noir. Certes, le texte instaure l'obligation d'une indemnisation au-delà d'une heure mais 38,5 % des entreprises de transport estiment qu'il n'y a pas eu de changement dans la durée des temps d'attente. En effet, 69,2 % d'entre elles dénoncent des temps d'attente compris entre une et trois heures. Plus de la moitié estiment que le délai maximal fixé par la loi est « insuffisant et irréaliste », un point de vue partagé par les chargeurs (70 %).

Quant à la réponse apportée en cas de dépassement du délai légal, 51,3% des entreprises de transport facturent le temps d'attente supplémentaire mais 30,8% préfèrent négocier directement avec le magasin et 10,3% acceptent le délai sans demander de compensation.

Tous les chargeurs indiquent la nécessité de reprogrammer les opérations de chargement et de déchargement en raison des retards (37,2% le font plus de trois fois par jour et 23,3% entre 1 et 3 fois). Cette situation impacte l'ensemble de la Supply Chain, de façon il est vrai différente selon les segments d'activité. « Les données suggèrent que le problème ne se limite pas à une question de délais, mais qu'il a un effet en cascade sur la qualité du service, la rentabilité et la viabilité opérationnelle » affirment les auteurs de l'étude.

Des relations transporteurs-chargeurs à améliorer

La question de fonds demeure celle de la relation entre les chargeurs et les entreprises de transport. 81,40 % des chargeurs et 76,93 % des transporteurs estiment que celle-ci ne s'est pas améliorée de manière substantielle depuis l'entrée en vigueur du nouveau dispositif. Pourtant elles sont d'accord pour considérer que la digitalisation et l'automatisation constituent le principal outil en vue d'améliorer l'efficacité des opérations de chargement et de déchargement. A condition que les entreprises adoptent ces technologies et que les systèmes soientinteropérables.

Si en matière de digitalisation, les transporteurs sont réputés être en retard, un chiffre mentionné dans l'étude surprend : 48,8 % des chargeurs continuent à gérer les opérations de façon manuelle. « Il reste encore un long chemin à parcourir en matière de développement technologique dans le domaine de la réservation de créneaux horaires » notent les auteurs de l'étude.



L'UE prolonge jusqu'en 2027 son accord de transport avec

l'Ukraine

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la prolongation jusqu'en 2027 de l'accord entre l'UE et l'Ukraine sur le transport routier. Ce dispositif facilite les échanges malgré la guerre, mais soulève des inquiétudes chez les transporteurs européens sur la concurrence déloyale.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 10.10.2025 Par : Gwenaëlle Ily Lecture : 1 min.



L'accord autorise les entreprises ukrainiennes et européennes à réaliser librement transit et transport bilatéral.

Crédit photo DR

L'Union européenne et l'Ukraine ont prolongé jusqu'au 31 mars 2027 leur accord de transport routier de 2022, visant à faciliter les échanges et réduire les formalités, une décision à laquelle s'oppose Varsovie, dénonçant

une concurrence déloyale pour ses transporteurs.

Signé en juin 2022, peu après l'invasion russe, l'accord de transport routier UE-Ukraine vise à garantir l'accès de Kiev aux marchés européens et internationaux en supprimant l'obligation de permis bilatéraux. Il autorise ainsi les entreprises ukrainiennes et européennes à réaliser librement transit et transport bilatéral, réduisant la charge administrative et facilitant l'acheminement de biens stratégiques comme les céréales, l'acier ou les produits énergétiques.

Importations routières en forte hausse

Selon Eurostat, les effets sont significatifs. En 2024, les importations routières de l'UE depuis l'Ukraine ont atteint 7,7 millions de tonnes (+13 % par rapport à 2021) pour une valeur de 10,1 milliards d'euros (+12 %). Les exportations vers l'Ukraine ont atteint 7,6 millions de tonnes (+11 %) et 33,4 milliards d'euros, soit une hausse de 48 %. Les pays voisins en ont le plus profité : +85 % pour la Pologne, +124 % pour la Roumanie et +106 % pour la Slovaquie.

Accord critiqué en Pologne

Malgré ces résultats, la Pologne critique l'accord. « Le soutien à l'Ukraine ne doit pas se faire au détriment des transporteurs de l'UE, et en particulier des entreprises polonaises », a déclaré Stanisław Bukowiec, secrétaire d'État au ministère des Infrastructures. Varsovie estime que les transporteurs ukrainiens bénéficient d'un accès facilité sans supporter les mêmes contraintes sociales et fiscales, ce qui accentue les difficultés des entreprises locales. L'accord prévoit bien un suivi de l'alignement progressif du droit ukrainien sur les règles européennes, avec trois étapes fixées en 2026 (30 janvier, 31 mai et 30 novembre). Mais pour Varsovie, ces mécanismes arrivent trop tard pour corriger les déséquilibres déjà constatés.



Gouvernement Lecornu II : Philippe Tabarot maintenu au ministère des Transports

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la composition du gouvernement Lecornu II, avec le maintien de Philippe Tabarot au ministère des Transports. La continuité est saluée, bien que les attentes du secteur restent fortes sur les aides à la transition et les infrastructures.

✦ Synthèse IA ✦

Publié le : 12.10.2025 Par : Gwenaëlle Ily Lecture : 1 min.



Philippe Tabarot est maintenu au ministère des Transports

Crédit photo Gwenaëlle Ily

Le Premier ministre, Sébastien Lecornu, renommé par le président Emmanuel Macron, a annoncé la composition de son gouvernement ce 12 octobre. Philippe Tabarot, déjà maintenu dans le premier gouvernement Lecornu, reste aux Transports.

Le Premier ministre Sébastien Lecornu, de retour à Matignon depuis sa nouvelle nomination le 10 octobre, a annoncé la nouvelle composition de son gouvernement. Philippe Tabarot a été maintenu au ministère des Transports. Alors que le budget 2026 doit être élaboré d'urgence, le contenu du Projet de loi de finances pourrait inclure des mesures fiscales défavorables pour les entreprises du secteur.

Rappelons que plusieurs pistes de sources de recettes avaient été évoquées lors de la Conférence Ambition France Transports afin de financer les infrastructures. Les organisations patronales ont rappelé que le secteur ne réalise que de faibles marges et que, dans un contexte économique morose, les défaillances ont frappé un grand nombre d'entreprises du TRM.

Sur l'examen du Projet de Loi de Finances (PLF) pour 2026, l'OTRE «

attendra du ministre un soutien fort et sans équivoque afin qu'aucune nouvelle fiscalité, notamment sur les énergies, ne soit envisagée. » L'Union TLF indiquait de son côté le 5 octobre qu'« avec des marges limitées à 2 à 3 %, parmi les plus faibles de l'économie, la filière ne peut plus encaisser de nouvelles taxes ni de surrèglementations franco-françaises ».

Des mesures pour la compétitivité du secteur

Les fédérations rappellent par ailleurs les mesures qu'elles défendent. L'OTRE plaide notamment pour la lutte contre les prix abusivement bas par le renforcement de la Loi, la garantie de revenus décents et stables aux transporteurs, la limitation de prestations non valorisées ou encore le renforcement de la législation sur les délais de paiement et sanctionner les pratiques abusives,

De son côté TLF soutient trois axes : la compétitivité par la réduction de la pression fiscale et normative, la simplification réglementaire en arrêtant « l'inflation normative », et apporter de la lisibilité pour investir.

Le transport routier européen pas suffisamment paré à une probable reprise en 2026

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du constat d'un manque de préparation du transport routier européen face à une potentielle reprise économique en 2026. Faiblesse des investissements, pénurie de conducteurs et tension sur les coûts freinent les perspectives.

✦ Synthèse IA ✦

Publié le : 13.10.2025 Dernière Mise à jour : 14.10.2025 Par : Nathalie Bureau du Colombier Lecture : 3 min.



Depuis avril, les taux de fret ont progressé de 6 à 8 % en Europe, sans pour autant améliorer les marges qui plafonnent toujours autour de 2 %.

Credit photo Erick Demangeon

Hausse des taux de fret, flottes vieillissantes, marges sous pression, pénurie persistante de conducteurs... En cette fin 2025, le transport routier européen traverse une période de tensions structurelles. Si les prévisions annoncent une croissance de 1,5 % du marché en 2026, portée par le redémarrage du PIB et la reconstitution des stocks, les opérateurs doivent dès maintenant se préparer à cette reprise.

C'est l'un des principaux enseignements du rapport « Le transport en Europe : perspectives clés du marché au 3e trimestre 2025 », réalisé par Trans.eu, plateforme numérique européenne de mise en relation entre chargeurs, transporteurs et logisticiens, en partenariat avec l'Institut Polonais du Transport Routier (PITD). Présentée le 9 octobre, lors d'un webinaire, cette analyse invite les entreprises à réduire les trajets à vide, optimiser les taux de remplissage des camions et digitaliser leurs process pour conserver un avantage compétitif. « Les entreprises qui investiront maintenant auront un avantage en 2026 », affirme Michał Pakulniewicz, analyste du marché au PITD.

Autre enjeu majeur : l'attractivité du secteur. La pénurie de conducteurs persiste, particulièrement marquée en Allemagne, en France et en Espagne.

Une hausse des coûts, pas des marges

Depuis avril, les taux de fret ont progressé de 6 à 8 % en Europe, sans pour autant améliorer les marges qui plafonnent toujours autour de 2 %. Cette hausse résulte surtout de l'augmentation des coûts d'exploitation (carburant, salaires, assurances, péages) et du déséquilibre croissant entre les flux import/export.

La situation varie fortement selon les pays. En France, les taux de fret augmentent de 5 à 6 %, mais les transporteurs font face à des contraintes liées à la transition écologique, notamment au maintien des ZFE, et à un modèle économique fragilisé. Le rapport évoque également une surcharge mentale des dirigeants français, accentuée par l'isolement et les difficultés d'accès au financement, en particulier pour les TPE/PME.

En Allemagne, la reprise est qualifiée de « modérée », tandis que le manque de main-d'œuvre pousse certains opérateurs à recruter à l'étranger, notamment aux Philippines. En Italie, la demande est soutenue par l'agroalimentaire, mais pénalisée par le ralentissement du secteur automobile et la concurrence des transporteurs des pays de l'Est. L'Espagne affiche une conjoncture favorable, mais souffre toujours d'un déficit de conducteurs. « 80 % des entreprises disposent de moins de cinq véhicules. Elles hésitent à investir, freinées par les incertitudes économiques et réglementaires », précise Mirko Giancola, consultant chez Trans.eu. L'étude de 18 corridors européens révèle une forte variabilité selon les axes. En juillet, 13 d'entre eux ont enregistré une baisse des recherches de fret, signe d'une contraction des capacités. Si les liaisons Allemagne-France et Italie-Allemagne restent dynamiques, d'autres reculent nettement : Allemagne-Italie (-11 %), Pays-Bas-Allemagne (-13 %).

« L'axe Belgique-France est particulièrement déséquilibré, explique Stéphane Eliasu, directeur France et Benelux de Trans.eu. Les exportations belges vers la France ont bondi de 50 à 70 %, notamment grâce à la pétrochimie, mais les retours sont faibles, ce qui entraîne de nombreux trajets à vide ». En Italie, la demande reste forte vers l'Allemagne et les Pays-Bas, mais diminue sur le segment automobile. Iban Roig, directeur commercial pour la péninsule ibérique, l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse, constate un recul des flux Allemagne-Pologne et Allemagne-Pays-Bas, en lien avec la baisse de régime de l'économie allemande. Vieillesse des flottes, pénurie de conducteurs, manque de clarté sur la transition énergétique... ces facteurs freinent les investissements. « Les transporteurs augmentent leurs prix pour survivre, pas pour se moderniser », déplore Mirko Giancola. Les petites structures, déjà peu digitalisées, sont les plus vulnérables face à la pression environnementale.

Dans un contexte de tensions croissantes sur les capacités de transport, seuls les opérateurs en mesure d'anticiper les besoins, de mutualiser les moyens et d'investir dans la modernisation de leurs outils parviendront à maintenir leur compétitivité, souligne le rapport. Encore faut-il disposer de la trésorerie nécessaire et d'un accès facilité aux capitaux.

79e congrès de la FNTR : un appel à une fiscalité raisonnée

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du 79e congrès de la FNTR, où les professionnels ont lancé un appel à une fiscalité raisonnée. Dans un contexte d'inflation, la fédération insiste sur l'importance de préserver la compétitivité du transport routier français.

✨ Synthèse IA ✨

Publié le : 14.10.2025 Par : Erick Demangeon Lecture : 3 min.



Florence Dupasquier, présidente de la FNTR : « Laissez-nous travailler »

Crédit photo FNTR

Les transporteurs routiers ont besoin de marges de manœuvre pour retrouver le moral. A la place d'une fiscalité qui assomme et une transition énergétique dirigiste, la FNTR en congrès les 7 et 8 octobre invite à rebondir sur des bases régulées et équilibrées.

Sans ministre ni directeur de cabinet ou d'une administration centrale mais pas sans boussole ! A l'attention du futur gouvernement et de ses membres, les transporteurs routiers ont adressé des messages clairs lors du 79e congrès de la FNTR, les 7 et 8 octobre à Montrouge (92). Porté par la présidente de la Fédération, Florence Dupasquier, le premier concerne la fiscalité et les règles pesant sur les entreprises du secteur : « Il faut cesser de rajouter des taxes, des normes ou des réglementations supplémentaires parfois absurdes et nous laisser travailler ». A défaut, leur mise en œuvre doit s'accompagner d'un cadre équilibré. Dans le cas de la taxe alsacienne R Pass par exemple, il pourrait s'agir « d'un accompagnement législatif rendant sa répercussion obligatoire. Notre approche du marché est une approche régulée », confirme-t-elle.

Pragmatisme énergétique

Ce raisonnement vaut aussi pour la transition énergétique à ses yeux. « Son coût doit être partagé avec nos clients. Sinon elle ne se fera pas ou avec énormément de retard ».

L'occasion de rappeler la position des transporteurs en faveur du mix énergétique et leur opposition à l'alignement de la fiscalité du carburant B100 sur celle du gazole. Cette mesure, à l'étude dans le projet de loi de Finances 2026, provoque « l'incompréhension » de Florence

Dupasquier comparée aux enjeux « d'économie circulaire et de souveraineté énergétique ». Sur la route menant à l'abandon des énergies fossiles, la présidente met en garde contre deux erreurs : « la première serait de faire la confusion entre la fin des énergies fossiles et celle des moteurs thermiques. La seconde serait d'abandonner le mix énergétique pour ne privilégier qu'une seule motorisation. Chaque énergie a aujourd'hui son domaine de pertinence ».

Vers plus d'inclusivité

Secteur à forte intensité de main d'œuvre, le transport routier est confronté structurellement à des enjeux d'attractivité et de formation professionnelle. Sous toutes ses formes, Florence Dupasquier invite à davantage d'inclusivité dans les entreprises. Des avancées sont attendues enfin dans trois dossiers : l'encadrement des technologies embarquées à bord des véhicules, les chargements et déchargements, et les conditions d'accueil des conducteurs.

Un niveau de défaillances record

Dans un contexte économique dégradé, les entreprises de transport font le dos rond. C'est ce qu'il ressort de l'analyse de la Banque de France commentée le 8 octobre par son directeur régional des Hauts-de-France, Stéphane Martinat. Premier enseignement, l'activité et la demande sont jugées « stables » sur les 2 dernières années. Quelques signaux d'alerte sont perceptibles en termes de trésorerie dont le niveau est inférieur à la moyenne de ces 2 décennies. Plus inquiétant est le niveau de défaillances. Plus de 3 000 sont recensées par la FNTR l'an passé, en hausse de 20 % par rapport à 2023, et 1 600 au 1^{er} semestre 2025. Le taux de défaillances dans le secteur s'élève à 3,8 %, selon la Banque de France, supérieur de 2 points à la moyenne nationale. Comparée à 2022, l'augmentation des chiffres d'affaires, de la valeur ajoutée et les taux de marge a fondu. En conclusion, Stéphane Martinat estime que « les structures financières restent correctes avec un niveau de fonds propres satisfaisant, à hauteur de 30,2 %, mais très dépendant des créanciers avec un taux d'endettement qui demeure important ». Ceci étant, les transporteurs n'auraient aucune difficulté à se financer et disposerait d'une capacité de rebond.

PLF 2026 : des dispositifs de soutien aux biocarburants sur la sellette

✦ Synthèse IA ✦

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite du projet de loi de finances 2026, qui menace les dispositifs fiscaux favorables aux biocarburants. Les transporteurs s'inquiètent d'un recul du soutien public à la transition énergétique, jugée déjà coûteuse.

✦ Synthèse IA ✦

Publié le : 16.10.2025 Dernière Mise à jour : 23.10.2025 Par : Gwenaëlle Ily Lecture : 1 min.



Le gouvernement envisage à travers le PLF 2026 de supprimer des dispositifs de soutien aux énergies alternatives.

Crédit photo AdobeStock

Dans sa quête de réductions budgétaires, le gouvernement envisage dans le projet de loi de finances 2026 la suppression des dispositifs de soutien aux énergies alternatives. La FNTR, TLF, l'OTRE et FNTV tirent la sonnette d'alarme.

Alors que l'activité morose et l'instabilité politique tendent à inciter les transporteurs à repousser leurs projets d'investissement, notamment en matière de transition énergétique, le gouvernement envisage à travers le PLF 2026 de supprimer des dispositifs de soutien aux énergies alternatives. Les fédérations redoutent que cette mesure compromette les efforts de décarbonation entrepris par les transporteurs et entraîne in fine un retour contraint au diesel. Par ailleurs, les entreprises, souvent des TPE et PME déjà fragilisées, qui ont massivement investi pour verdir leurs flottes (véhicules électriques, bioGNV/GNV, B100, HVO, infrastructures de recharge ou d'avitaillement, et formation des personnels), se retrouveraient sans modèle économique soutenable, entraînant des défaillances en chaîne.

Maintenir le cadre fiscal actuel pour les biocarburants

La rupture de prévisibilité des politiques publiques remettrait en cause la crédibilité même de la transition énergétique du secteur, appuient les quatre fédérations : « Ces investissements, encouragés par les politiques publiques et les objectifs européens, reposaient sur un cadre fiscal stable et lisible, garant de la viabilité économique des choix opérés. Cette stabilité et

cette lisibilité promises ne semblent désormais que des incantations et leur absence plonge tout un secteur dans le trouble. »

Elles appellent ainsi le gouvernement à « supprimer totalement ces mesures et maintenir le cadre fiscal actuel pour les biocarburants, indispensable pour sécuriser les investissements réalisés » et à « poursuivre les travaux communs sur l'électrification des flottes, notamment via l'intégration de l'installation des IRVE (1) au dépôt dans le dispositif IRICC (2), prévue dans le projet de loi DADUE (3). »

- (1) Infrastructure de Recharge de Véhicule Électrique
- (2) Incitation à la Réduction de l'Intensité Carbone des Carburants
- (3) Projet de loi portant diverses dispositions d'adaptation au droit de l'Union européenne (dans les domaines de l'économie, de la santé, du travail, des transports et de l'agriculture)

Pas de changement pour le B100 : les députés suppriment l'article 5 du PLF 2026 qui prévoyait une hausse de la fiscalité !

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de la décision des députés de supprimer une hausse de fiscalité sur le B100 dans le PLF 2026. Cette issue est perçue comme un soulagement par les transporteurs engagés dans la décarbonation de leur flotte.

✨ Synthèse IA ✨

21 octobre 2025 Marc Fressoz Politique & réglementation 0



Les transporteurs viennent de remporter un premier round au Parlement en faveur du maintien de la fiscalité avantageuse du B100 en 2026.

A l'occasion de l'examen en commission des finances du projet de loi de finances entamé le 20 octobre, les députés ont en effet supprimé **l'article 5 qui prévoyait d'aligner la fiscalité sur B100 sur celle du gazole** et de réduire les avantages dont bénéficie l'éthanol E85.

Réagissant à cette perspective de statu quo fiscal, « la FNTR salue une décision lucide, responsable et alignée avec les réalités du terrain, rendue possible grâce à la mobilisation des députés et des professionnels du secteur. »

La disparition de cet article a en effet suscité un large soutien des députés, allant de l'aile droite jusqu'au centre de la commission. Suscités par les organisations patronales du TRM (FNTR, OTRE, Union TLF) et par la filière agricole, près d'une trentaine d'amendements ont été déposés par le RN, Ensemble pour la République, Liot, LR, Horizons et les Démocrates. Soulignons que le projet de loi amendé doit encore passer devant l'hémicycle puis être adopté au Sénat dans une version identique.

Alors que les transporteurs investissent massivement depuis plusieurs années, dans des motorisations alternatives, *"le B100, carburant agricole français, est l'une des rares solutions immédiatement disponibles, éprouvées et compatibles avec les usages du transport routier de marchandises"* rappelle la FNTR.

Avec 6,1 % des immatriculations de camions de janvier à août 2025, sur les huit premiers mois de l'exercice 2025, le B100 constitue la principale solution alternative loin devant l'électrique (1,9 %) ou encore le GNV (3,7 %).

Marc Fressoz

Salaires dans le TRM : les patrons proposent + 0,8 %, FO parle de "mépris chiffré" et appelle à la mobilisation

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des négociations salariales dans le transport routier de marchandises. Les employeurs proposent une hausse de 0,8 %, jugée insuffisante par FO, qui appelle à la mobilisation face à ce qu'il qualifie de "mépris chiffré".

✨ Synthèse IA ✨

24 octobre 2025 Valérie Chrzavzez Politique & réglementation 4



[MAJ]

Les négociations annuelles obligatoires (NAO) du secteur pour 2026 ont démarré dans un climat tendu. La proposition commune des organisations patronales de revaloriser les grilles conventionnelles de +0,8 % a suscité l'indignation des syndicats.

A commencer par FO UNCP qui par l'intermédiaire de son secrétaire général, Patrice Clos, n'hésite pas à parler d'"insulte à la profession" et de "mépris chiffré" dans un communiqué.

Si les fédérations de transporteurs mettent en avant les difficultés économiques rencontrées par leurs adhérents et le nombre élevé de défaillances, le syndicaliste répond que les salariés du TRM ont déjà subi l'inflation en 2025 **sans aucune augmentation**.

Il exhorte d'ailleurs les entreprises à augmenter les rémunérations des conducteurs pour améliorer l'attractivité du métier. *"Ajoutez le 13^e mois, réclamé depuis des années, et vous verrez renaître l'envie et la vocation !"*, assure-t-il.

Prochaine réunion le 2 décembre

les organisations patronales ont pris acte des réactions de refus de la proposition par les organisations syndicales et se sont engagées à tenter de revenir avec un mandat amélioré lors de la prochaine réunion paritaire de négociation prévue le 2 décembre prochain. Les partenaires sociaux ont par ailleurs convenu d'ouvrir les négociations relatives à la revalorisation des frais de route lors de cette réunion du 2 décembre. Malgré tout, FO **rappelle déjà à une "mobilisation massive pour une semaine noire dans le transport"**.

VC



Loi-cadre, écotaxes, fiscalité... Tout ce qu'il faut retenir de la soirée anniversaire de l'OTRE

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite des prises de parole lors de la soirée anniversaire de l'OTRE. La fédération évoque la loi-cadre, les écotaxes régionales et l'avenir fiscal du secteur. L'accent est mis sur la nécessité d'un dialogue structurant avec l'État.

✨ Synthèse IA ✨

30 octobre 2025 Valérie Chrzavzez Politique & réglementation 0



À l'occasion de la soirée célébrant ses 25 ans, l'OTRE a balayé tous les sujets chauds de la profession. Un anniversaire qui s'est déroulé en présence du ministre des Transports, Philippe Tabarot, entouré de quatre de ses prédécesseurs : Anne-Marie Idrac, Dominique Bussereau, Clément Beaune et François Durovray.

La soirée d'anniversaire de l'OTRE qui s'est déroulée, le 29 octobre, à Paris, a tout d'abord mis en évidence **les conclusions de la conférence Ambition France Transports** lors d'une table ronde dédiée. Selon un des participants, **David Valence**, président du Conseil d'orientation des infrastructures (COI), il faudra mobiliser 4,9 milliards d'euros supplémentaires par an entre 2026 et 2031.

Un montant qui garantirait la maintenance et la rénovation des réseaux d'infrastructure sachant que 50% du réseau routier non concédé se trouve en mauvais état et 23% en très mauvais état. Un constat partagé par Jean-Pierre Paseri, président de Routes de France, qui a rappelé : *"un euro non investi en préventif coûtera, à terme, six euros en curatif."*

"Pas de nouvelles taxes, mais de la stabilité"

Pour trouver les fonds nécessaires, l'OTRE a réaffirmé le rejet de toute fiscalité additionnelle. *"Nous n'avons pas besoin de nouvelles taxes, mais de stabilité, de visibilité et de confiance"*, a ainsi martelé son président **Alexis Gibergues**, estimant que la route contribue déjà largement au financement public.

Un argument appuyé par Louis Nègre, président du Gart (groupement des autorités responsables de transport), qui a souligné que les recettes liées à la mobilité atteignent 60 milliards d'euros alors que les dépenses correspondantes ne dépassent pas 38 milliards.



Du lourd pour l'anniversaire de l'OTRE. Philippe Tabarot et Alexis Gibergues entourent les anciens ministres des Transports Dominique Bussereau, François Durovray et Anne-Marie Idrac.

De son côté, Dominique Bussereau, président d'Ambition France Transports, a insisté sur la nécessité de trouver d'autres leviers que les budgets publics. *"Il ne faut rien attendre de l'État ni des collectivités assure-t-il. Il faudra explorer d'autres voies : concessions, partenariat public-privé, contribution des usagers plutôt que des contribuables et meilleure affectation de la taxe transport."*

Dominique Bussereau favorable aux écotaxes régionales

L'ancien ministre des Transports est également revenu sur **l'écotaxe**, enterrée par Ségolène Royal, rappelant qu'elle aurait eu l'avantage d'être payée par les chargeurs « en pied de facture ». Il note qu'en Allemagne, un dispositif similaire rapporte 8 milliards d'euros par an.

S'il juge improbable un retour d'une écotaxe nationale, Dominique Bussereau se dit favorable à des dispositifs locaux ciblés, pour faire contribuer les camions étrangers, à l'image de ce qui se prépare dans le Grand Est.



Soulignons qu'un autre ancien locataire de l'hôtel de Roquelaure, Clément Beaune, désormais haut-commissaire à la Stratégie et au Plan, a confié au préfet Michel Cadot la mission de proposer, d'ici mi-décembre, des mesures de simplification pour accélérer la réalisation des grands projets d'infrastructures.

Philippe Tabarot se déclare “allié du transport routier”

En clôture de la soirée, Philippe Tabarot, conscient de la précarité de son poste, a tenu à rassurer la profession : *“je veux faire du temps qui m’est donné un temps utile pour le transport”*. Il affirme avoir mis en garde Bercy contre toute tentation de nouvelle taxe qui pourrait fragiliser les entreprises du secteur et confirmé la présentation en décembre d'une loi-cadre issue de la conférence de financement.

“Ce ne sera pas un texte d'intention sans lendemain promet-il. Cette loi devra permettre d'investir davantage dans les transports sans lever d'impôt en assurant un meilleur fléchage des ressources. Vous avez avec moi un allié du transport routier. Je ne serai pas le ministre qui mettra à mal votre compétitivité”.

VC

L'AFTRIE en première ligne

✨ Synthèse IA ✨

Synthèse de l'article par notre IA :

L'article traite de l'engagement de l'AFTRIE pour défendre les transporteurs frigorifiques. Lors de son congrès, elle appelle à étendre en Europe les mesures sociales espagnoles comme l'interdiction du chargement par les chauffeurs et l'indexation carburant.

✨ Synthèse IA ✨

ACTUALITÉ



L'organisation patronale des entreprises du transport frigorifique espagnol est aux avant-postes de conquêtes sociales importantes qui préservent à la fois les intérêts des transporteurs, la santé et le respect de leurs chauffeurs.

» ESPAGNE

L'AFTRIE EN PREMIÈRE LIGNE

Les transporteurs frigorifiques espagnols poursuivent leurs actions pour atteindre des objectifs de conquêtes économiques et sociales. Au fait, les organisations patronales françaises auraient-elles pris du retard ?

Depuis le 1^{er} septembre 2022, le décret royal s'est appliqué avec la plus grande fermeté : les conducteurs travaillant sur le territoire espagnol n'ont, en effet, plus le droit d'intervenir sur les opérations de chargement et de déchargement. Il est également prévu une indemnisation au bénéfice de l'entreprise de transport pour les temps d'attente au-delà d'une heure. En outre, le décret-royal rend l'indexation

gazole obligatoire. « Il est urgent d'étendre ces accords à tous les États membres de l'Union européenne, a déclaré Pedro Conejero Gandia, vice-président de l'AFTRIE, l'association des transports frigorifiques espagnols au 8^e congrès de l'organisation patronale espagnole, près de Valence. Le respect des fondamentaux du règlement et de la directive européenne en faveur de la santé et de l'amélioration des conditions de travail des chauffeurs, sont aussi des

impératifs qui prônent l'interdiction de ces activités offensantes pour la dignité des professionnels de la conduite. » Le ton était donné pour ce congrès annuel de l'AFTRIE qui a réuni, une fois encore, un bel aréopage de transporteurs-logisticiens, fournisseurs et représentants de l'administration. Au menu de ces entretiens, la pérennité des entreprises de transport sous froid dans un secteur très fragmenté puisque 53 % des entreprises n'ont qu'un seul véhicule. « L'AFTRIE travaille également sur l'obtention de garanties concernant la viabilité sociale, économique et environnementale d'un secteur d'activité qui représente 2 % du PIB », a poursuivi Pedro Conejero qui a rappelé quelques-uns des principaux accords obtenus lors de précédentes négociations. Le document détaille les propositions négociées entre le comité national et l'administration. Citons, le paiement à 30 jours assorti d'un barème de sanctions à partir de 60 jours. L'indexation du carburant à partir de 5 % d'augmentation du prix. La facturation à partir de la première heure pour le temps d'attente ➤➤➤

ACTUALITÉ

» en ramasse et livraison. Le contrôle pour lutter contre la fraude par les sociétés « boîte à lettres ». Et surtout : l'interdiction du chargement et du déchargement par les chauffeurs et les échanges palettes en raison des conditions de pénibilité de ces activités épuisantes. « Nous sommes très satisfaits de ces accords sur le pooling qui présentent dix avantages significatifs pour la profession », se félicite le vice-président. Des avantages énumérés, ci-après :

1. Garantie de l'hygiène, traçabilité et élimination des risques alimentaires et de la contamination par des palettes assainies par des sociétés autorisées.
2. Élimination du poids des palettes et des supports (de 1,2 tonne), résultant de la réduction de la consommation du carburant et de la pollution.
3. Élimination d'un travail pénible (25 kg x 33 palettes = 825 kg) pour les conducteurs d'une moyenne d'âge avancée, spécialement en transport de longue distance ou international.
4. Meilleure sécurité routière en éliminant l'effort physique des conducteurs pour ce travail.
5. Élimination importante des coûts salariaux liés aux heures de travail des conducteurs et aux besoins du contrôle administratif inhérent.
6. Meilleur être et attractivité du poste du conducteur en réduisant les problèmes tels que les TMS, en diminuant les arrêts de travail et en facilitant l'accès des femmes au métier de conductrice.
7. Élimination des dangereux risques de vols et d'atteinte à l'intégrité physique des conducteurs (certains décès sont à regretter).
8. Amélioration de la sécurité des conducteurs, sur des aspects physiques et psychologiques.
9. Élimination des désaccords dans les contrôles lors de la réception des palettes d'échange vides en évitant des retards dans le paiement des services de transport dus à des non-conformités.
10. Réduction des heures supplémentaires de pénibilité pour les chauffeurs.

Toutes ces conquêtes des professionnels espagnols indiquent peut-être une voie que leurs homologues français peinent à

ÉTUDE CNR

Suivant la convention collective appliquée, les écarts salariaux sont très importants d'une province à l'autre en Espagne (2023) : de 12 244 € bruts par an dans la province d'Orense (Galice) à 30 153 € bruts par an dans les Asturies. En Catalogne et au Pays basque (proximité géographique avec la France et forte intensité concurrentielle avec le pavillon français), l'étude indique des écarts significatifs des coûts d'exploitation : le coût conducteur a augmenté en Catalogne depuis 2020, passant de 41 565 € par an à 44 736 € par an, soit une inflation de +7,6 % en 3 ans. Ceci s'explique par une augmentation des minima légaux tant sur le brut que sur les indemnités de déplacement. Au Pays-Basque (province de Biscaye), le coût est de 51 310 € par an.

Le poste carburant a augmenté de près de 59 % en 2023 par rapport à 2020, principalement en raison d'une flambée des prix de l'énergie due à la crise en Ukraine. Les pneumatiques sont aussi concernés, +47 %, et le coût de détention d'un véhicule, +22 % par rapport à 2020. Au final, selon les calculs du CNR, le coût kilométrique d'un ensemble routier espagnol exploité par un transporteur catalan affecté en longue distance à l'international se situe à 1,10 €/km, contre 1,25 €/km pour un transport basque.

(Sources CNR).



« NOUS SOMMES TRÈS SATISFAITS DE CES ACCORDS SUR LE POOLING QUI PRÉSENTENT DES AVANTAGES SIGNIFICATIFS. »

PEDRO CONEJERO GANDIA,
VICE-PRÉSIDENT DE L'ATFRIE.



Rencontre au sommet : (de g. à d.) Pedro Conejero, Nicolas Olano et José Esteban Conesa, président de Primafrío.

défricher. Il est vrai que la succession de 5 ministres des transports en deux mandats présidentiels, n'est pas de nature à

favoriser le maintien d'une ligne directrice pour un dialogue apaisé et constructif. ■

Pierre Besomi