

SNCF  
GNTC  
AFME

**SCHEMA DIRECTEUR NATIONAL  
DES RELATIONS DE FERROUTAGE**

**VOLUME 1**

**SYNTHESE**

**OCTOBRE 1990**



86, rue Regnault - 75640 Paris Cedex 13  
Tél.: 33 (1) 45.70.50.00 - Télex: 250640 Seret  
Télécopie: 33 (1) 45.70.52.99

Observatoire économique  
et Statistique des Transports

DOCUMENTATION

no. n°

**CDAT**

**8669**

## 1. INTRODUCTION

Le développement continu des échanges de marchandises, qu'il soit national ou international, s'est réalisé jusqu'à aujourd'hui au bénéfice principal du mode routier puisque sa part du marché intérieur atteignait plus de 65 % en 1988 (en t-km, d'après l'OEST).

Toutefois, la saturation probable à moyen terme des grandes infrastructures routières alliée à la mise en oeuvre d'offres alternatives de transport devrait permettre au rail de retrouver des positions commerciales avantageuses, notamment par le développement des techniques de transport combiné (TC).

Ce développement passe bien entendu par la mise en oeuvre d'un réseau européen de transport combiné, actuellement à l'ordre du jour, qui servirait de support et d'ossature aux réseaux nationaux.

C'est dans ce cadre que la SNCF en liaison étroite avec le GNTC et l'AFME, souhaite adopter une politique résolument volontariste et élaborer en particulier un schéma directeur des relations de ferroutage en France à l'horizon 1995. Des prestations répondant aux exigences des transporteurs routiers pourraient alors être mises en oeuvre, en particulier au travers de NOVATRANS qui aujourd'hui assure l'interface entre la route et le rail.

La SNCF, le GNTC et l'AFME entendent, en effet, par une meilleure accessibilité de l'ensemble de la profession routière au Transport Combiné, accroître de manière significative la part de marché du ferroutage dans le transport routier.

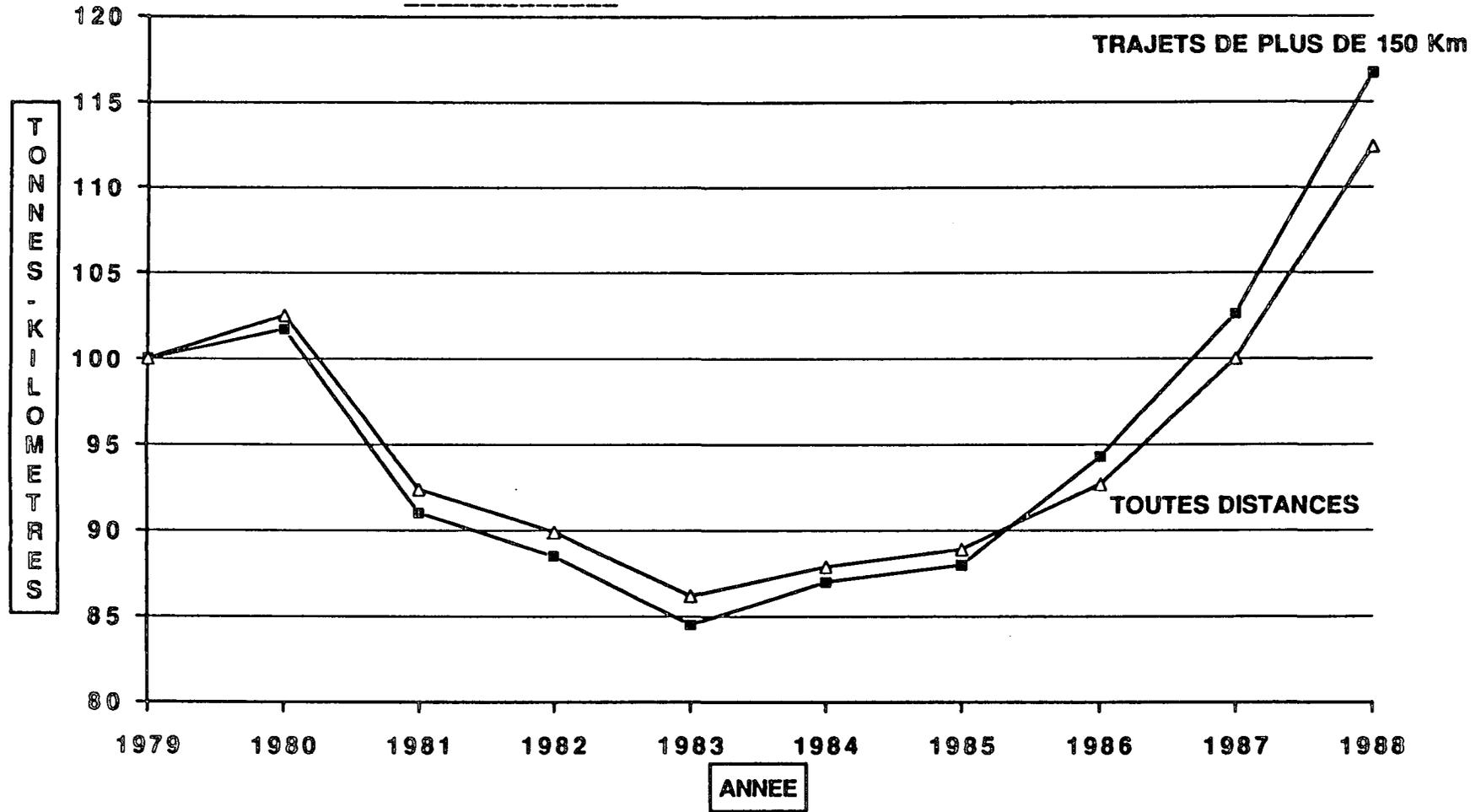
Il reste toutefois bien entendu que le plan de transport issu de cette étude ne constitue qu'une hypothèse de travail qui ne tient pas compte des éventuels problèmes techniques et financiers que pourraient rencontrer les divers acteurs du ferroutage (SNCF et NOVATRANS notamment) pour le mettre en oeuvre. En effet, l'objectif fixé à SERETE Constructions était de procéder à une analyse des besoins et des attentes des transporteurs routiers en matière de ferroutage sans s'attacher particulièrement à la faisabilité des diverses mesures proposées.

Le point de vue adopté au cours de la mission a donc été principalement un point de vue commercial, afin de bâtir un produit susceptible de satisfaire la clientèle du ferroutage.

Le présent document constitue la synthèse de cette étude ; il est accompagné d'un rapport d'étude (volume 2) et d'un volume d'annexes (volume 3).

# EVOLUTION DU TRAFIC INTERIEUR ROUTIER DE MARCHANDISES

BASE 100 : 1979



(S.9)

## 2. DONNEES GENERALES SUR LE TRANSPORT ROUTIER

Le ferroutage est un produit de transport destiné prioritairement aux entreprises effectuant du transport routier. En ce sens, son positionnement nécessite en premier lieu d'avoir une vision globale de l'activité, notamment à partir des statistiques disponibles.

### 2.1. Une croissance de la production et des parts de marché

Les entreprises routières ont durement ressenti le second choc pétrolier : augmentation du coût des carburants et ralentissement de l'activité économique ont ainsi causé une diminution de quelque 15 % de la production routière entre 1980 et 1983.

La reprise observée après 1985 résulte d'une part de la croissance globale de l'activité économique française et d'autre part de gains de parts de marché de la route au détriment des autres modes (fer et voie d'eau) :

Parts de marché de la route :

	<u>en tonnes</u>	<u>en tonnes kilomètres</u>
1984	84,1 %	57,1 %
1988	87,6 %	65,2 %

La route a donc su s'adapter aux changements de structures du marché du transport (allégement des produits, rapidité des acheminements ...) et se positionner fortement sur les distances longues où la concurrence avec les autres modes est effective.

## 2.2. Les entreprises du secteur

L'externalisation de la fonction logistique chez les chargeurs a largement profité aux entreprises de transport routier puisque celles-ci avaient assuré en 1988 quelque 77 % des transports routiers en zone longue (trajets de plus de 150 km, en tonnes).

3 255 entreprises se partageaient d'après l'INSEE ce marché (APE 6911 Transport routier en zone longue) avec toutefois une concentration des trafics dans les mains de quelques grosses entreprises, soit directement, soit indirectement par le jeu des rachats de petites et moyennes sociétés.

Cette phase de décantation du marché est aujourd'hui en cours avec l'apparition de grands groupes de transport réalisant des chiffres d'affaires supérieurs au milliard de francs et gérant des flottes de plusieurs milliers de véhicules.

### 3. LE FERROUTAGE ET LES TRANSPORTEURS ROUTIERS

L'organisation des routiers et l'analyse de leurs besoins en matière de ferroutage n'ayant à notre connaissance jamais fait l'objet d'études exhaustives, il a été décidé de réaliser une enquête de grande ampleur sur le sujet avec :

- 47 contacts directs auprès d'entreprises de transport,
- un mailing avec relance téléphonique systématique auprès d'un échantillon de 512 entreprises permettant d'obtenir des informations sur 184 d'entre elles (taux de réponse de 36 %).

Les grandes tendances ressortant de l'ensemble des enquêtes sont les suivantes :

#### 3.1. Messagerie et transports de lots : des métiers spécifiques

Si les frontières entre les différents métiers du transport routier restent floues, les différents intervenants s'accordent à considérer qu'il existe deux grandes activités de transport, la messagerie de détail et le transport de lots :

- La messagerie consiste à expédier des petits colis (500 kg ou plus) dans un délai court et généralement garanti. Cette activité, dominée par quelques groupes spécialisés, nécessite des moyens de traitement de l'information performants et une couverture géographique du territoire quasi totale (agences, plates formes de transit).

Les besoins de transports de ces entreprises restent toutefois très spécifiques puisque :

- Ils doivent impérativement être effectués "en saut de nuit" afin que la marchandise puisse être intégrée dans les tournées de livraison ;

- L'activité entre les différentes plates formes est régulière et s'intègre dans un plan de transport où tous les mouvements de véhicules sont programmés.
  - Il 'existe pas de "culture routière" forte puisque tous les moyens de transports fiables et rapides (mode aérien notamment) pourraient être pris en compte.
- Le transport de lots consiste, quant à lui, à transporter prioritairement des charges complètes entre un chargeur et un destinataire, saturant les capacités du véhicule (semi-remorque généralement).

Cette technique de transport reste toutefois très différente de la messagerie puisque :

- Il n'existe pas de plan de transport régissant le mouvement des véhicules, aussi l'adéquation à la demande s'effectue-t-elle souvent en faisant appel à la sous-traitance (affrètement de tractionnaires et de louageurs) ou en réalisant des trajets triangulaires, voire quadrangulaires.
- La "culture routière" reste très prononcée, induisant un comportement des acteurs relativement individualiste dont la première conséquence est de rendre le marché extrêmement concurrentiel.
- La maîtrise du portefeuille commercial (et donc des marges) constitue un objectif prioritaire pour les entreprises et l'on constate qu'il se crée aujourd'hui une structure de production à deux niveaux où les entreprises de taille importante contrôlent une partie significative des ressources de fret qu'elles sous-traitent à bas prix à des petits transporteurs n'ayant aucune autonomie commerciale.

### 3.2. Des attentes peu novatrices en matière de ferroutage

Les entreprises routières ont l'habitude de juger un produit de transport sur trois critères principaux que sont le prix, le délai et la fiabilité.

Peu ont dérogé à cette règle au cours des entretiens et des enquêtes, réalisés il est vrai au cours d'une période où les problèmes de tarification et de fiabilité du système de ferroutage étaient particulièrement prégnants.

Si les délais d'acheminement actuels ne sont globalement pas remis en cause, à l'exception de quelques relations où le "saut de nuit" n'est pas proposé, la structure et le niveau de tarification ainsi que la fiabilité du produit ferroutage actuel semblent beaucoup plus contestés.

Ainsi les messagers sont-ils demandeurs d'une fiabilité totale qui seule leur permet d'optimiser la gestion de leur plan de transport alors que le secteur du transport à la demande, moins strict sur le plan des délais et de la fiabilité est-il surtout demandeur d'une tarification compétitive.

Hormis ces revendications connues de l'ensemble des acteurs du ferroutage, peu de transporteurs ont une vision large du devenir de ce système de transport. Ce relatif attentisme de la profession n'est somme toute pas surprenant car la profession routière ne considère pas encore le ferroutage comme un mode de transport majeur mais plutôt comme une offre circonscrite à des cas particuliers où :

- Le trafic de l'entreprise est globalement équilibré sur la relation.
- Le trafic de l'entreprise est suffisant pour optimiser les tractions terminales (plusieurs passages en clientèle au départ et à l'arrivée des chantiers).
- L'entreprise est implantée aux deux extrémités de la relation, permettant ainsi de gérer de façon autonome l'ensemble des trafics et dans une moindre mesure de maintenir un contact direct avec sa clientèle.

### 3.3. L'image du ferroutage : un outil complexe dominé par le groupe ferroviaire

L'enquête a permis de constater une certaine perméabilité du milieu routier aux grands thèmes véhiculés par la politique de communication actuelle, puisque la plupart des entreprises connaissent les objectifs de développement annoncés par le groupe ferroviaire (issus du rapport A.T. Kearney) et reprenant à leur compte les créneaux de pertinence (distances supérieures à 600 voire 700 km) que l'on trouve dans la presse professionnelle.

L'image du ferroutage reste toutefois assez floue, notamment par le fait de ceux qui n'utilisent pas la technique, mais globalement les transporteurs estiment que :

- Le ferroutage reste un outil ferroviaire : accusée des dysfonctionnements du système, mise en cause par sa politique commerciale (concurrence directe par la CNC et Chronofroid), la SNCF joue souvent le rôle de "bouc-émissaire" dans les analyses des transporteurs routiers.
- C'est une technique complexe à maîtriser, tant sur le plan commercial (équilibre des flux) que sur le plan technique (gestion performante de l'ensemble des maillons). Dans ce contexte, le ferroutage n'est qu'une simple opération de manutention mais qui génère de sérieuses contraintes d'exploitation, obligeant le transporteur à quasiment changer de métier.
- Le ferroutage est un investissement du long terme qui s'inscrit mal dans la stratégie des transporteurs qui, aujourd'hui du moins, gèrent pour la plupart leur activité à court terme (cette stratégie est par ailleurs dictée par les difficultés financières du secteur).

Enfin, on notera que la politique de communication actuelle, basée sur la médiatisation du ferroutage, peut parfois avoir un impact négatif sur l'image de la technique, d'une part parce qu'elle est globalement prise en charge par la SNCF (renforcement de l'image ferroviaire du ferroutage) et d'autre part parce qu'il existe une distorsion nette entre le message de modernité et les espoirs de développement associés au ferroutage et la réalité "quotidienne" où la technique est perçue comme vieillissante et peu performante.

#### 4. LE FERROUTAGE ET LES CHARGEURS

En matière de logistique, la politique des chargeurs a tendu ces dernières années à externaliser la fonction transport de leur entreprise, expliquant ainsi le développement statistique du régime de transport pour compte d'autrui.

Ce relatif abandon du compte propre s'explique d'ailleurs aisément :

- soit par des considérations stratégiques qui dictent à l'industriel un recentrage sur son savoir faire, l'élaboration d'un produit ;
- soit par des considérations d'ordre économique qui font que les transports pour compte propre sont souvent plus onéreux qu'en compte d'autrui (frais salariaux supérieurs, flux internes déséquilibrés ...).

Toutefois, le recours au compte propre s'est maintenu dans deux cas :

- le suivi des coûts routiers, qui permet à l'industriel de négocier ses contrats de transport en position de force ;
- des flux inter-usines (ou plates formes) équilibrés, permettant de maximiser le coefficient de remplissage des véhicules.

Dans ce contexte, le ferroutage est globalement perçu par les chargeurs comme une offre alternative de transport qui ne peut que renforcer à leur avantage la concurrence entre les différents modes.

Il n'existe donc aucun frein spécifique de la part des chargeurs au développement du ferroutage ; on pourra d'ailleurs remarquer en corrolaire que nombre d'entre eux utilisent le ferroutage sans le savoir puisque, si le contrat de transport définit prix et délais, le transporteur reste maître de l'organisation pratique de l'acheminement (1).

---

(1) Sauf les chargeurs très importants et les chimistes qui sont généralement plus impliqués dans le choix de la chaîne de transport.

## 5. QUELLE MESURE DE PERFORMANCE POUR LE FERROUTAGE ?

La mesure de la performance du ferroutage est un exercice complexe et subjectif car elle nécessite une définition et une quantification du marché accessible au ferroutage.

L'offre en ferroutage est en effet discrète, au sens où elle n'est pas géographiquement homogène et où elle n'est composée que d'un nombre limité de relations. De plus, la zone d'attraction d'un chantier n'est pas fixe et définie puisqu'elle varie selon les conditions économiques du moment et de la position du chantier par rapport à celle des chargeurs se situant dans son aire d'influence.

Dans un premier temps, l'étude s'est donc attachée à identifier le marché accessible au ferroutage sur la base d'une définition aussi précise que possible de celui-ci.

### 5.1. Marché accessible au ferroutage

Le marché potentiel du ferroutage a été défini selon trois critères :

- a) Distance de traction : supérieure à 500 km.
- b) Mode de transport : la cible principale du ferroutage est le transport routier qu'il soit effectué en régime compte propre ou compte d'autrui.
- c) Technique de transport : tous les véhicules routiers effectuant du transport longue distance ne sont pas ferroutables tels les véhicules monocorps, les transports exceptionnels ou les carrosseries de type bennes, fourgons à bestiaux, plateaux ...

Ont donc été sélectionnées comme constituant le marché potentiel, les carrosseries routières de type :

- bâche (y compris parois coulissantes)
- fourgon ordinaire
- fourgon température dirigée
- savoyarde
- citerne liquide
- citerne pulvérulent

montées sur des véhicules de type camion-remorque (train routier) ou semi-remorque.

Une interrogation particulière de la banque de données SITRAM de l'OEST a donc été effectuée sur ces critères, faisant ressortir pour l'année 1988, dernière année statistique disponible, une somme de flux interdépartementaux de 23,5 millions de tonnes (à comparer à un flux net (1) de ferroutage pour cette même année de 2,4 millions de tonnes).

## 5.2. Pénétration du ferroutage

L'offre en ferroutage étant extrêmement diversifiée, il semble difficile de proposer une mesure globale de la performance du ferroutage. L'analyse doit donc être effectuée relation par relation en considérant que le marché accessible au ferroutage est de fait le flux d'échange entre les hinterlands des deux chantiers extrémités de la relation.

---

(1) Non compris les tares des véhicules, traditionnellement incluses dans les statistiques de trafic de ferroutage.

L'hinterland d'un chantier reste toutefois délicat à déterminer sur un plan théorique car le calcul économique nous montre que celui-ci peut varier pour chaque expédition en fonction de la distance de traction ferroviaire et de la masse brute de la caisse (sur laquelle s'appuie la tarification du ferroutage).

Dans la réalité, l'hinterland théorique peut être encore "déformé" par des phénomènes parasites tels le déséquilibre des flux (le transporteur cherchant à optimiser le remplissage des caisses peut capter des trafics éloignés du chantier) ou tout simplement l'attitude des transporteurs qui n'ont pas tous une gestion performante des tractions terminales.

Dans notre cas, l'hinterland du chantier a donc été considéré comme la zone comprise dans un rayon de 150 km autour du chantier correspondant à la première couronne de département autour du chantier, à l'exception du ou des départements situés en rebroussement par rapport à l'axe de traction.

Cette approche a permis de déterminer pour chaque relation une pénétration du ferroutage qui en 1988 se situait au-delà de 50 % pour les meilleures relations, à savoir :

- Paris-Toulouse
- Paris-Bordeaux
- Paris-Avignon.

L'explication de ces différentes pénétrations reste toutefois très délicate d'une part parce qu'il est quasiment impossible de s'appuyer sur un trafic type où seraient définis un poids moyen de caisses, des distances moyennes d'approche, un mode de gestion type des trafics terminaux ... mais également parce que la pénétration semble largement influencée par des phénomènes difficilement quantifiables tels :

- le jeu des rabais et avantages commerciaux consentis aux gros opérateurs d'une ligne ;
- l'ancienneté de la relation qui a permis à la clientèle potentielle de maîtriser la technique et de s'équiper en matériels ;
- la qualité des horaires de départ et d'arrivée des trains ;
- les cas particuliers (tels Toulouse-Paris) où la liaison routière n'est pas optimale.

Enfin, et cette remarque est peut être prépondérante, le comportement d'achat des transporteurs routiers n'est sans doute pas toujours rationnel. Face à une technique dont les créneaux de pertinence restent difficiles à cerner, la décision de faire ou de ne pas faire du ferroutage peut parfois être intuitive ou dictée par des appréciations relativement subjectives.

Dans ce cas, on retrouverait alors une population de "leaders d'opinion" que sont les gros utilisateurs du ferroutage entraînant une population de "suiveurs" agissant en quelque sorte par mimétisme.

Cette approche plus commerciale que technique pourrait alors expliquer, au moins partiellement, la réussite du ferroutage sur certaines relations.

## 6. LE SCHEMA DIRECTEUR NATIONAL DU FERROUTAGE A L'HORIZON 1995

Ce schéma directeur comprend trois volets distincts :

- un plan de transport basé sur un trafic prévisionnel ;
- une nouvelle conception du produit ferroutage ;
- une définition de la politique commerciale et d'image qu'il serait nécessaire de mettre en oeuvre.

Conçu comme un ensemble cohérent, ce schéma directeur reste toutefois basé sur un certain nombre d'hypothèses et devrait donc être plutôt considéré comme un objectif, voire un cadre de réflexion.

### 6.1. Le plan de transport

Sur un marché en croissance prévisionnelle de 3,5 %/an (d'après OEST) (1), le nouveau produit ferroutage pourrait connaître deux logiques de développement :

- Un scénario pessimiste où 30 % du transport à la demande et 80 % des flux de la messagerie pourraient être convertis au ferroutage (cf annexe 1).

Dans ce cadre, la pénétration médiane atteindrait 34 % soit environ la moyenne constatée aujourd'hui sur les meilleures relations.

50 relations seraient alors mises en oeuvre, permettant de drainer 3 450 000 tonnes, soit un trafic en augmentation de 47 % par rapport à l'année de référence 1988.

L'offre s'enrichirait en outre de deux nouveaux chantiers, Caen et Rennes, compensant l'abandon de Perpignan (sauf s'il y a une promotion du trafic international) et de Nice.

-----  
 (1) Il a été tenu compte ici d'une croissance globale des flux de marchandises, sans différenciation par axe. Cette approximation se justifie par l'impossibilité technique qu'il y a à modéliser une évolution différenciée des flux au regard du nombre de paramètres qui devraient être pris en compte et surtout de l'incertitude qui pèse sur chacun d'eux (évolution démographique, aménagement prospectif du territoire, modification des techniques de transport ...).

- ▣ Un scénario optimiste où la pénétration du marché du transport à la demande atteindrait cette fois 50 %, soit une mise au niveau de l'ensemble des relations sur les relations les plus performantes (cf annexe 2).

5 millions de tonnes seraient alors transportées par ferroutage (croissance de 110 %) au moyen de 70 relations qui nécessiteraient, en outre du scénario précédent, l'ouverture de chantiers à Clermont Ferrand, Le Mans, Nancy et Reims.

L'ensemble de ces trafics pourrait être effectué par trains directs (60 % du trafic), charge revenant à des systèmes de correspondance rapide d'optimiser les caractéristiques d'acheminement du trafic de lotissement.

Bien entendu, les plans de transport associés à ces deux hypothèses de croissance du marché restent indicatifs dans la mesure où ils ne sont basés que sur un potentiel de marché et ne prennent pas en compte des critères techniques (le "saut de nuit" serait-il faisable sur toutes ces relations à l'horizon 1995 ?) ou des critères économiques (le compte d'exploitation de chaque relation et de chaque chantier sera-t'il positif ?).

En ce sens, ils devraient être considérés comme des hypothèses de travail ou comme des objectifs commerciaux, à replacer dans un contexte élargi qui tiendrait compte des aspects techniques et financiers liés à leur mise en oeuvre.

## 6.2. Une prestation étendue

La réalisation des objectifs du schéma directeur de développement reste toutefois conditionnée par la mise en oeuvre d'un nouveau produit ferroutage où l'ensemble des caractéristiques du transport et l'étendue de la prestation devraient être repensés.

En effet, dans un secteur routier où les entreprises performantes sont fortement intégrées, le ferroutage, parce qu'il propose une prestation de transport basique, est en voie de marginalisation ou du moins rencontre des problèmes du développement qui s'apparentent à ceux du tractionariat.

Une logique de gamme doit donc être mise en oeuvre, d'une part pour tendre vers une prestation logistique complète et d'autre part pour proposer des produits adaptés à chaque segment de clientèle.

Cette gamme de produits ferroutage pourrait alors comprendre :

- des trains cadencés : sur les relations de gros volume où l'acheminement est effectué par plusieurs trains, les départs pourraient être étagés entre 17h et 22h pour tenir compte des besoins spécifiques à chaque profession (messagerie et transport de lots).

En corollaire, la tarification devrait être modulée (structure de tarif "bleu-blanc-rouge" par exemple) en fonction de la rapidité de l'acheminement.

- une aide à la gestion des matériels de ferroutage : NOVATRANS et CNC devraient être en mesure de proposer à la clientèle toute une gamme de modalités d'acquisition des matériels avec :
  - le développement de la location (qui existe déjà à l'heure actuelle)
  - des formules d'acquisition sur catalogue (au moyen d'une coopération avec une société de location-vente par exemple)
  - une bourse au matériel d'occasion.
- une conception des chantiers en plate-forme logistique : dans ce cas, le concept serait de rapprocher le ferroutage du monde routier avec :
  - dans un premier temps un aménagement des chantiers actuels en centres routiers avec une mise à la disposition des entreprises de surfaces locatives de bureaux et une amélioration de l'accueil aux chauffeurs (sanitaires, salles de détente, moyens de communication avec l'extérieur ...)
  - dans un deuxième temps, un positionnement des chantiers sur des plates formes routières existantes ou en création (la promotion de telles plates formes pourrait d'ailleurs être conduite par l'opérateur de ferroutage). Outre les avantages liés à l'appropriation de la technique par le monde routier, cette phase d'investissement aurait l'avantage de pouvoir relocaliser les chantiers à l'extérieur des centres urbains denses en optimisant les zones d'attraction (minimisation des trafics de rebroussement).

- une possibilité de prise en charge des tractions terminales : les tractions terminales représentent aujourd'hui l'un des principaux gisements de productivité du ferroutage et une gestion centralisée de ces tractions aurait probablement de nombreux avantages. Le statut de NOVATRANS devrait donc être réactualisé, en remarquant que ces tractions ne concurrenceraient pas la profession d'une part parce qu'elles seraient optionnelles et d'autre part parce que la concurrence se situe aujourd'hui au niveau de la maîtrise commerciale du fret et non pas au niveau de la traction.
  
- une refonte de la structure tarifaire : partie intégrante du produit, la structure tarifaire doit aujourd'hui être adaptée aux pratiques routières en abandonnant, au moins partiellement, le système de tarification au poids pour tendre vers une tarification "à la caisse".

A ce titre, la complexité du calcul de la compétitivité du ferroutage pourrait justifier un partenariat entre vendeur et acheteur, puisque la force commerciale de NOVATRANS et CNC pourrait alors assurer une véritable prestation de conseil aux entreprises routières, en fournissant à la clientèle des logiciels d'optimisation de traction terminale ou de calcul de prix de revient (1).

### 6.3. Une gestion fine de l'image du ferroutage

La complexité du ferroutage devra être convertie à terme en atout en basant toute la politique de communication sur un concept fort :

"Le ferroutage est un produit de transport technologique qui ne peut être accessible à tous".

-----  
(1) Cette prestation pourrait être accompagnée de la mise en oeuvre d'un système télématique gérant la réservation des trains, les informations sur les retards éventuels, les informations pratiques, etc ...

L'idée sous-jacente réside dans une volonté de sélection de la clientèle pour ne conserver que les transporteurs les plus performants qui seront susceptibles :

- d'une part de faire fructifier la technique grâce à leur organisation et à leur savoir-faire ;
- d'autre part d'être les "leaders d'opinion" routiers vers qui les autres entreprises se tourneront pour rechercher un modèle ou une référence.

Ce concept devra alors être ensuite décliné en une série de messages clairs:

- Le ferroutage est une avancée sociale pour la profession routière : cette perspective est importante pour les chauffeurs, à la recherche d'une considération et d'une assise sociale.
- Le ferroutage n'est plus une simple opération de manutention : moyen de transport à part entière, le ferroutage est un produit technologique et performant. Dans ce contexte, quelques mesures simples pourraient être envisagées comme la suppression de la couleur jaune des portiques (assimilée aux engins de manutention), l'introduction du design industriel et la suppression totale du logo "Kangourou", daté des origines de la technique.
- attribution d'un label ferroutage aux entreprises routières : basé sur un principe de communication au deuxième degré ou le fournisseur cherche à valoriser son client (ici le transporteur routier) auprès du prescripteur (ici le chargeur), ce label devra être attribué aux entreprises "capables de maîtriser une technique complexe" et visera à renforcer l'image élitiste de produit.

Enfin, on notera que l'ensemble du plan de communication tend à estomper l'image ferroviaire associée au ferroutage puisque la conception du produit et sa communication garderont une optique strictement routière. Toutefois, la SNCF, fournisseur exclusif du ferroutage, devra garantir une qualité de service satisfaisante car la tentation de l'accuser de tous les dysfonctionnements du système est grande.

## 7. CONCLUSION

Dans un secteur du transport routier en pleine évolution, le ferroutage peut rester un moyen de transport attractif et performant si tous les acteurs prennent conscience de ses limites :

- sur le plan géographique en premier lieu, l'offre en ferroutage ne peut être que spécifique. Le ferroutage utilise en effet une technologie ferroviaire qui nécessite une massification des flux et il existe en conséquence des phénomènes de seuil en dessous duquel il n'est pas envisageable de le mettre en oeuvre.
- sur le plan économique, il existera toujours une dualité entre le mode routier où les lois du marché sont susceptibles de faire évoluer les prix très rapidement et le ferroutage où la tarification reste guidée par des tendances très lourdes.

Quoi qu'il en soit, utiliser le ferroutage restera toujours pour sa clientèle une sorte de pari sur le long terme, pari qu'aucune action de communication ne pourra sérieusement occulter.

L'avenir du ferroutage reste donc étroitement lié à l'évolution du mode routier mais il ne doit pas rester dans une position passive car il possède quelques atouts :

- le ferroutage est capable de structurer la profession, en favorisant les entreprises techniquement les plus performantes et en modifiant les flux de marchandises à son avantage ;
- il peut être un outil de reconstruction de la profession en offrant des conditions de travail améliorées et en revalorisant l'image du transport comme système de production technologique.

En effet l'ensemble de la profession souffre aujourd'hui d'une part de son éclatement et d'autre part de sa transparence qui permet au chargeur de rester maître de la situation. Le ferroutage, parce qu'il réintroduirait au transport routier une notion de savoir-faire qui fait aujourd'hui souvent défaut, devrait devenir un outil essentiel du monde routier.

Le futur réseau national du ferroutage devrait dans ce cadre être en premier lieu une action volontariste autour de laquelle devraient être fédérés les transporteurs routiers, les sociétés de ferroutage, la SNCF et les pouvoirs publics.

Il devrait être basé sur une hypothèse de doublement du trafic à l'horizon 1995 et être assorti d'un élargissement notable de la prestation qui devrait intégrer :

- une offre de transport différenciée tant sur le plan des vitesses d'acheminement que sur le plan de la tarification ;
- une notion de service complet à la clientèle (conseil aux entreprises, facilités de financement des matériels, intégration ou conception des chantiers en plate forme logistique ...)

et être promu par une force de vente performante et un plan de communication globale adapté.

Le coût de l'ensemble de ces mesures n'est sans doute pas négligeable mais il devra tôt ou tard être mis en regard du coût des infrastructures routières nécessaires pour faire face à la croissance des trafics de marchandises et des économies d'énergie (estimées à environ 10 000 tonnes-équivalent-pétrole par an) générées par le ferroutage.

ANNEXE 1

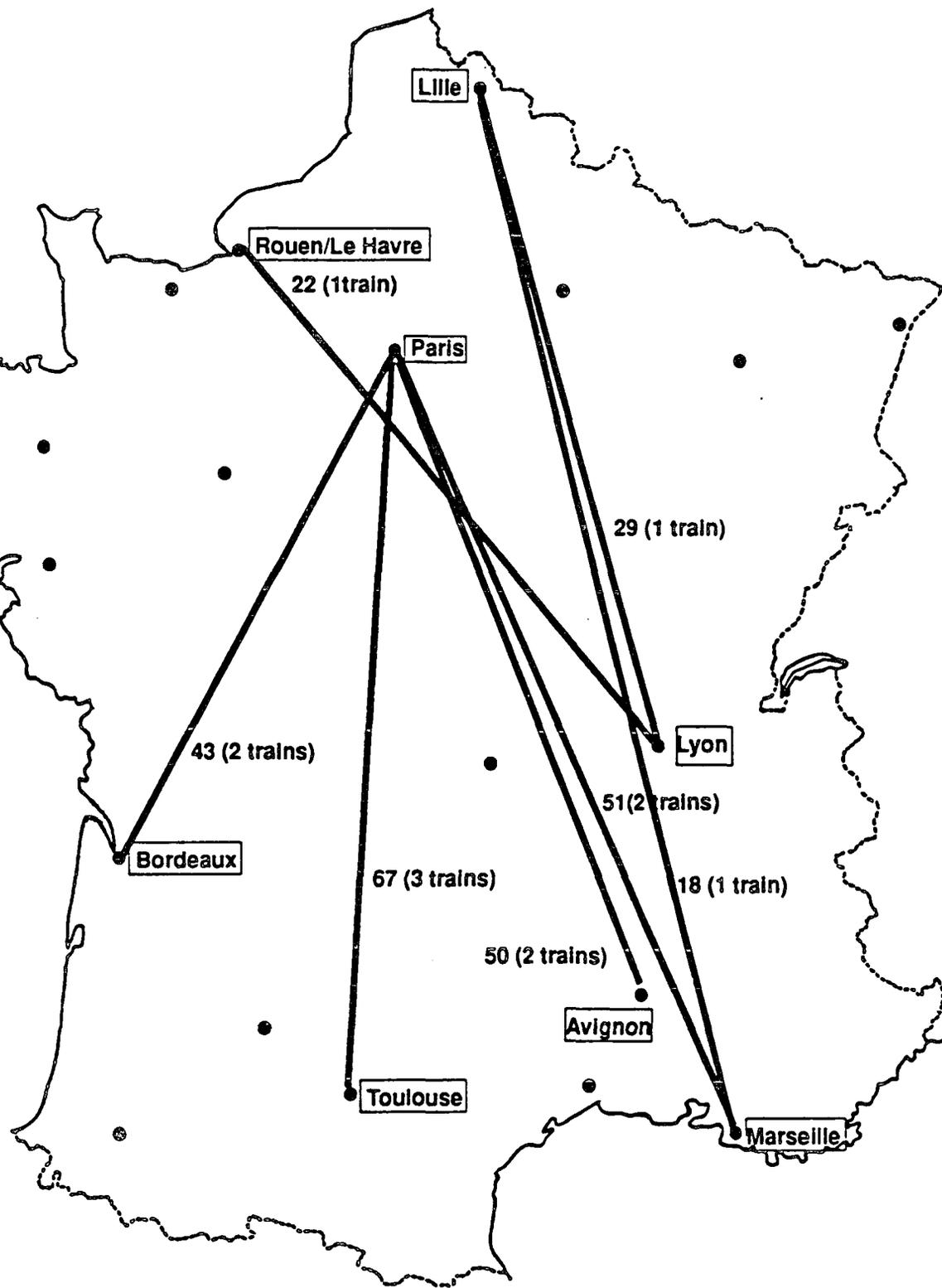
CARTOGRAPHIE DU PLAN DE TRANSPORT  
SCENARIO A (pessimiste)

# SCENARIO A (Pessimiste)

21

## SCHEMA DES TRAINS DIRECTS

Trafic moyen (en wagons/jour - 1 sens)

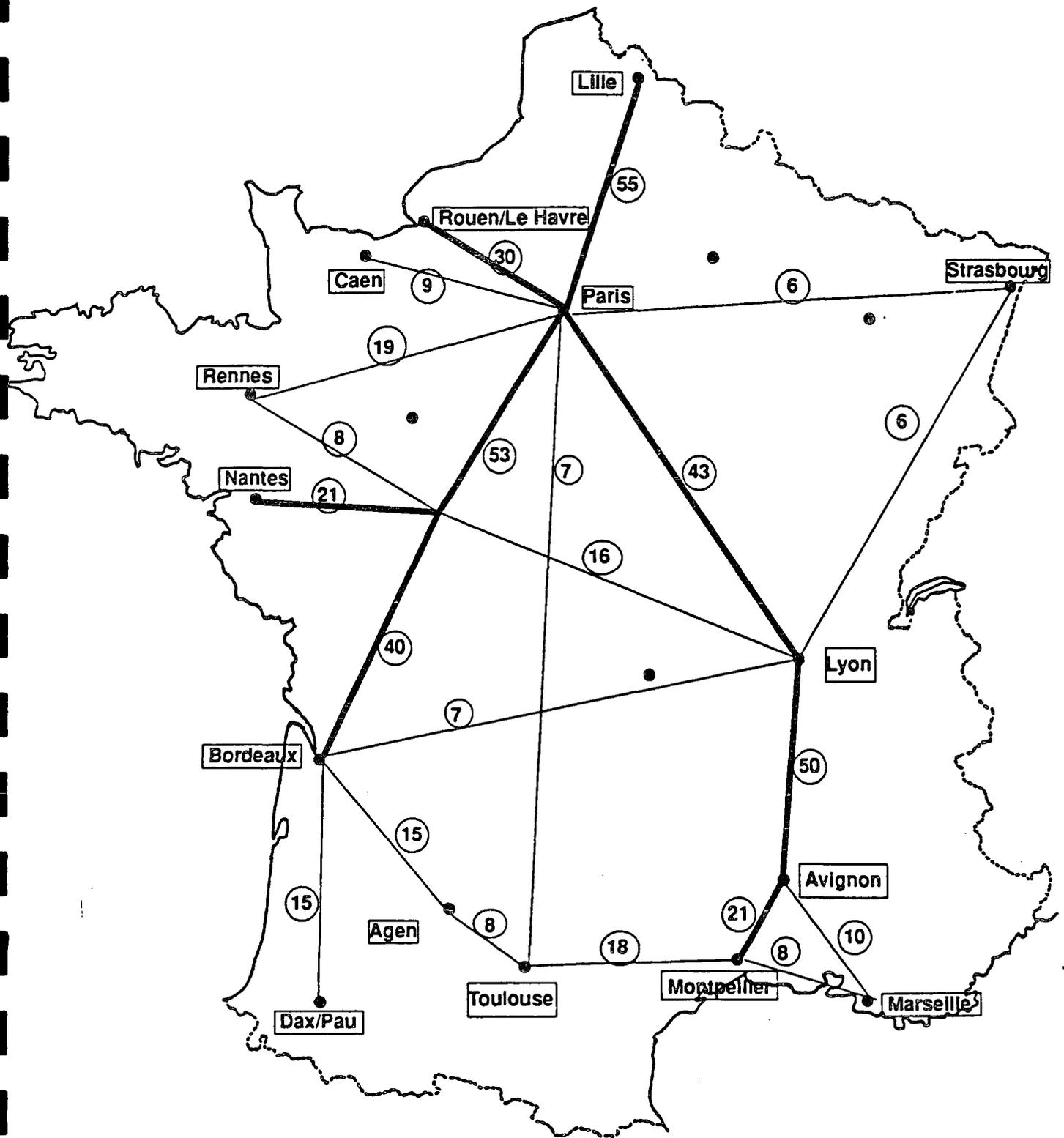


# SCENARIO A (Pessimiste)

22

## SCHEMA DES TRAINS DU LOTISSEMENT

Trafic moyen (en wagons/jour - 1 sens)



— : Lignes dégageant plus de 20 wagons/jour

CHANTIERS

ANNEXE 2

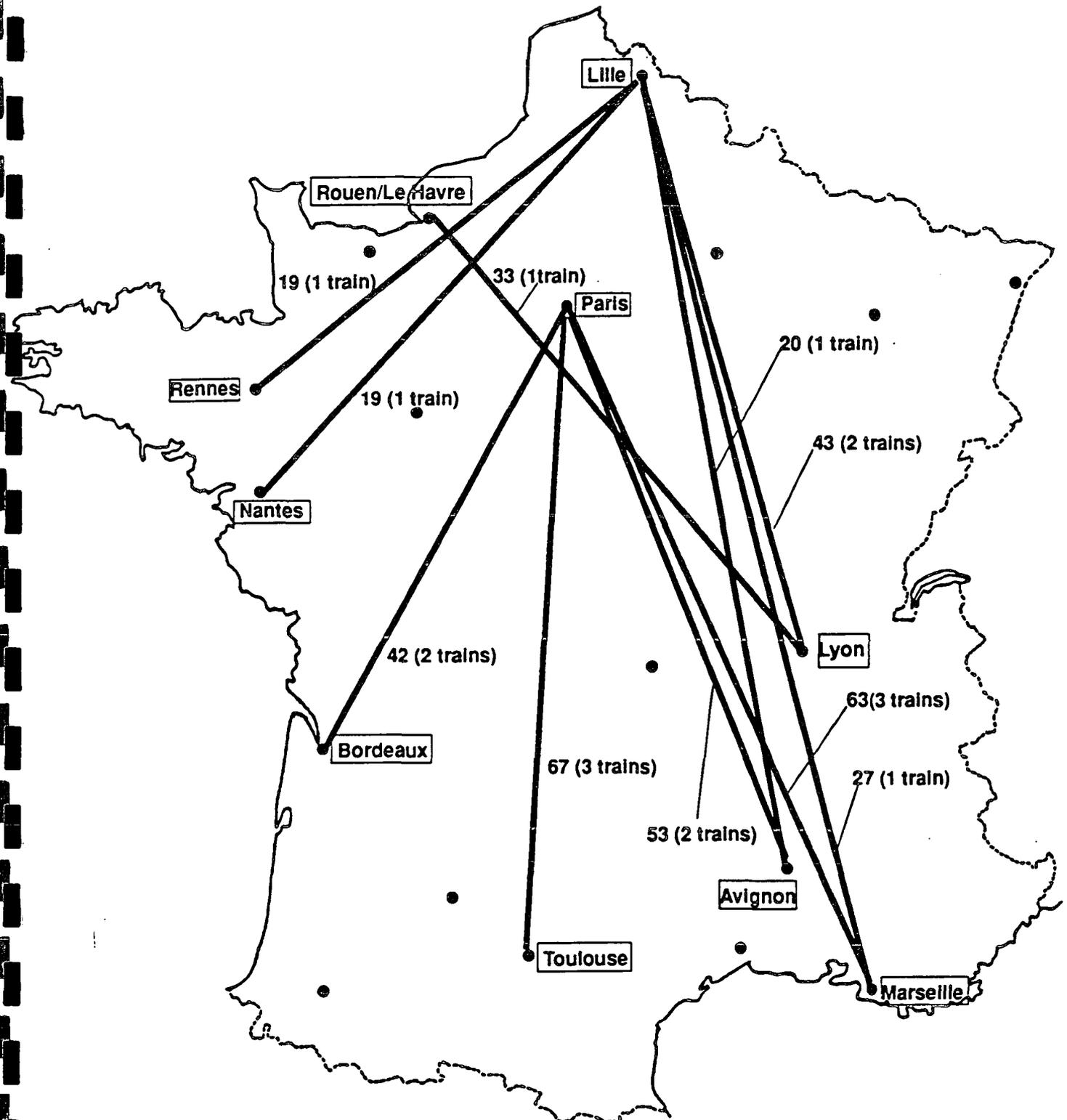
CARTOGRAPHIE DU PLAN DE TRANSPORT  
SCENARIO B (optimiste)

# SCENARIO B (optimiste)

24

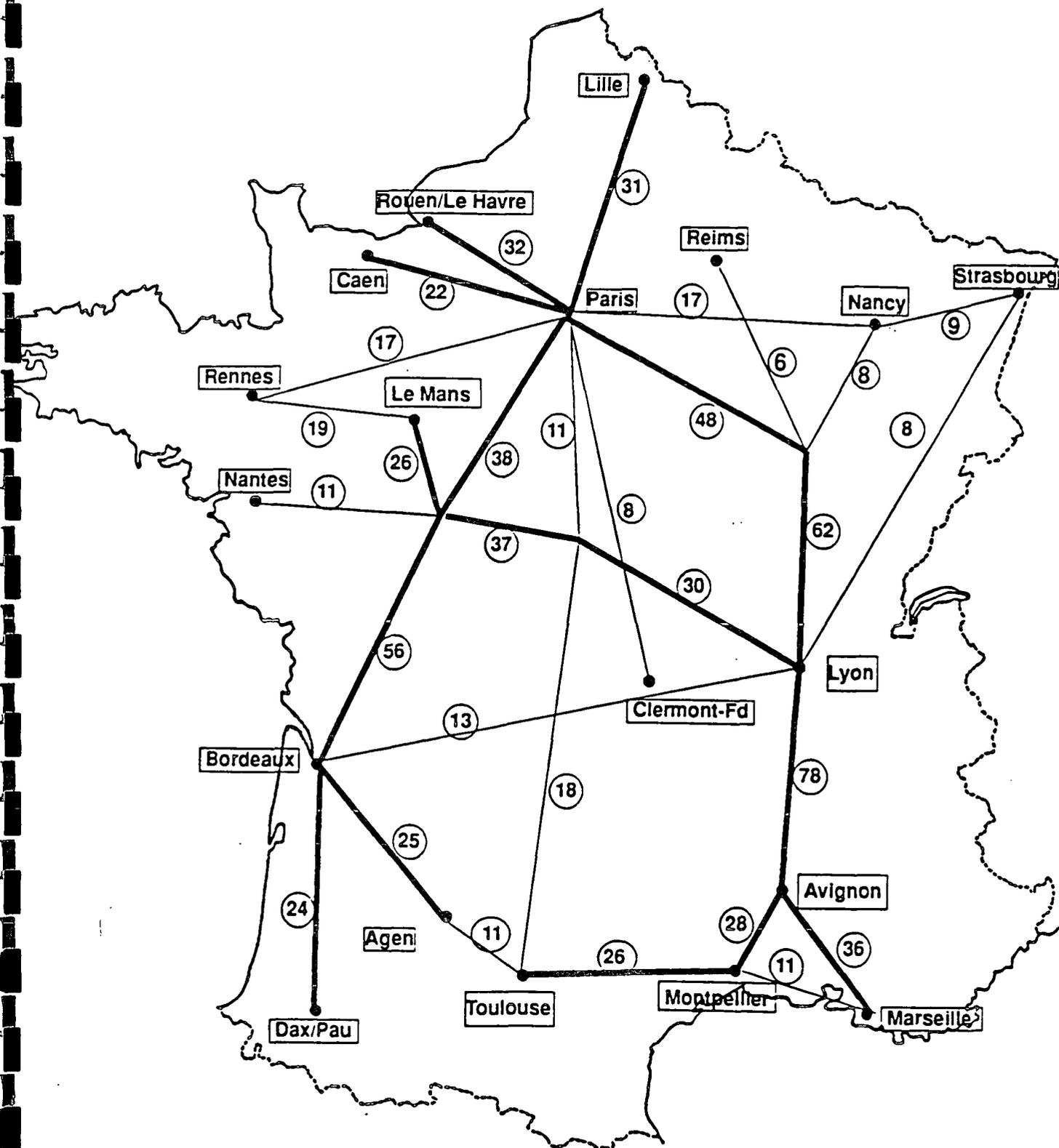
## SCHEMA DES TRAINS DIRECTS

Trafic moyen (en wagons/jour - 1 sens)



SCHEMA DES TRAINS DU LOTISSEMENT

Trafic moyen (en wagons/jour - 1 sens)



**—** : Lignes dégageant plus de 20 wagons/jour

**CHANTIERS**