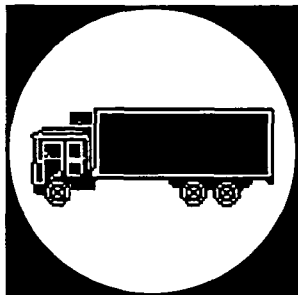


## LE MARCHE DU TRANSPORT FRIGORIFIQUE

Patrice SALINI - Sylvie DRUELLE - Michèle LAVIGNE



L'appareil statistique ne permet pas encore de produire des analyses détaillées de certains segments de marchés spécialisés. Ainsi en est-il du transport frigorifique. Si la connaissance des entreprises de ce segment n'est pas possible directement à partir de l'enquête annuelle d'entreprise, les données de trafics sont importantes même si elles sont légèrement sous-évaluées en raison de la saisie du code carrosserie au seul stade de l'immatriculation. Pour autant, l'enquête TRM nous permet de fournir une image assez précise du transport frigorifique.

Le transport frigorifique représente aujourd'hui (hors navettes et circuits) : 5,4 milliards de tonnes kilomètres dont 3,7 en transport public ( 68 %)

Les transports publics ont une position

### Forces et faiblesses

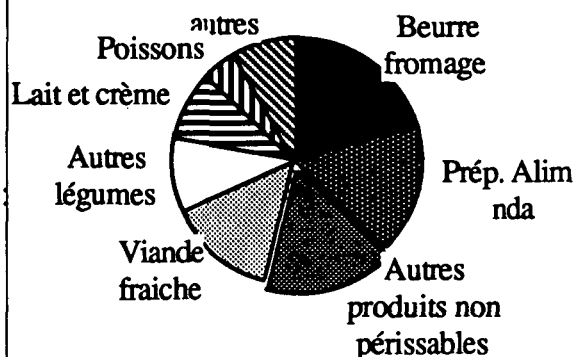
- forte à longue distance et pour le transport de :

- chocolat
- confiserie
- lait / crème
- margarine
- poisson surgelé

- faible à courte distance et pour :

- la viande
- le poisson

### Tonnage chargé (plus de 100 km)



### La pénétration encore faible

La pénétration du transport frigorifique est encore faible sur son marché potentiel ( le chiffre de 36 %, probablement un peu sous évalué, met en lumière une marge de progression importante). Cette faiblesse relative se doit d'être soulignée lorsque l'on sait que seulement 0,6 milliards de tonnes kilomètres de produits non périssables sont transportés en frigo (fret de retour essentiellement).

Les principaux marchés du transport public sont les suivants :

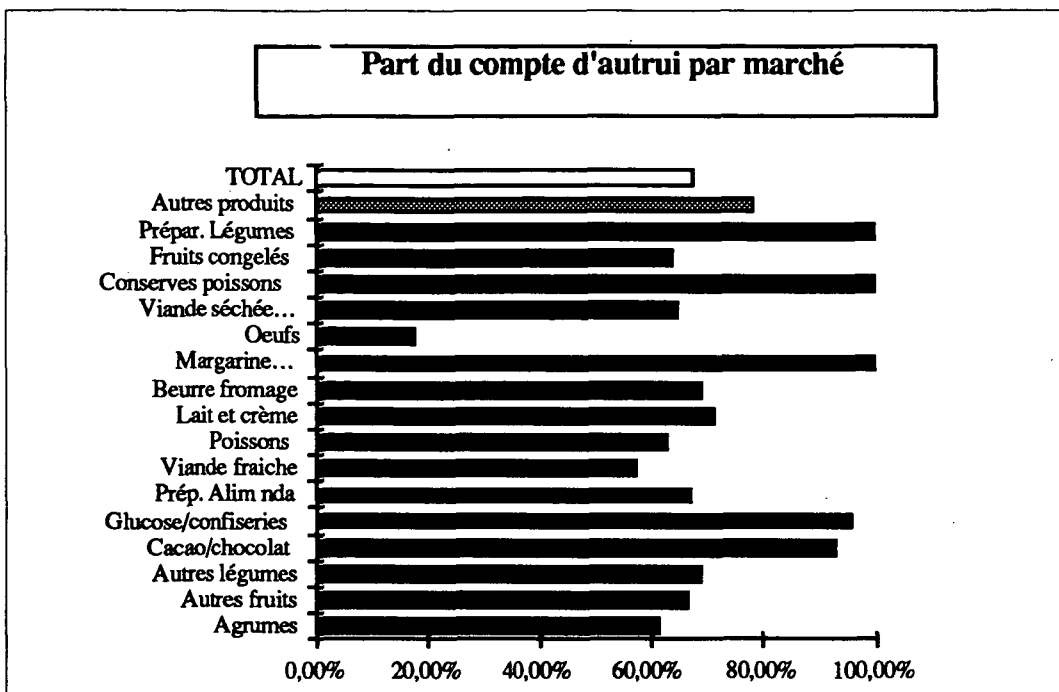
- beurre et fromage
- préparations alimentaires
- produits non périssables divers
- viande fraîche

viennent ensuite :

- légumes
- lait et crème
- poissons
- fruits

2/3 du tonnage chargé à plus de 100 Km

8 produits représentent 95 % du trafic et 8 millions de tonnes.



**Les grandes destinations en France**

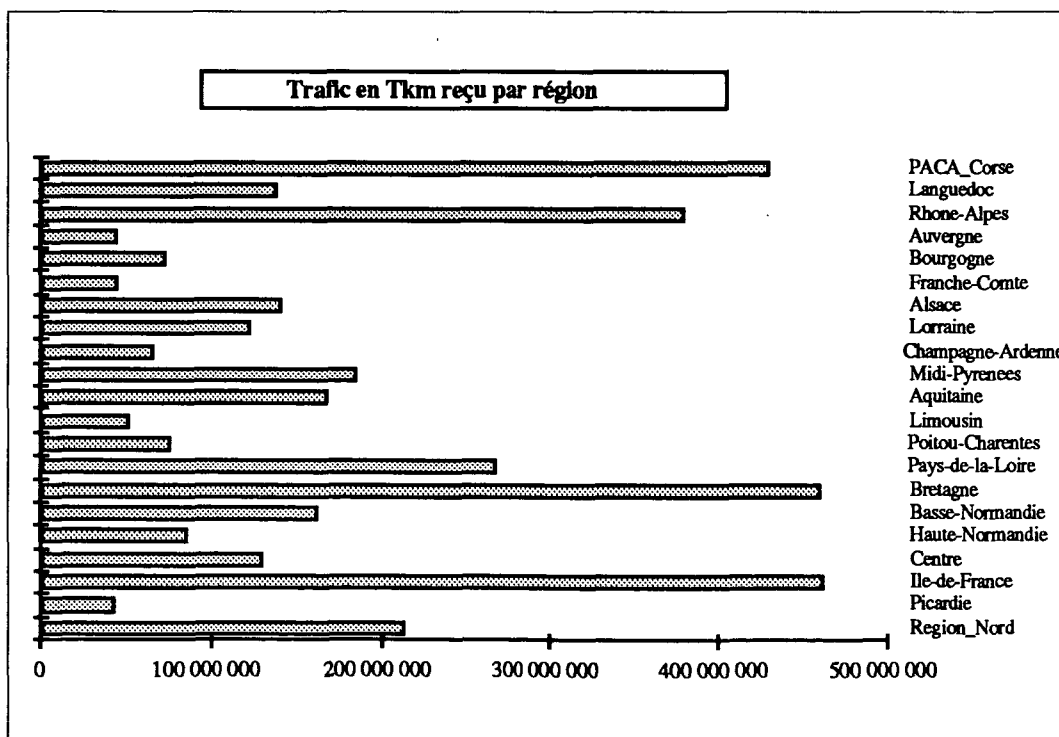
Les grands marchés de consommation prédominent naturellement :

L'île de France, Provence-Alpes-Côte d'Azur-Corse et Rhône-Alpes représentent entre 350 et 500 millions de tonnes kilomètres chacune. La Bretagne représente un volume de trafic comparable en raison de son fort potentiel d'émission.

Nord-Pas-de-Calais, Pays de Loire, Midi Pyrénées, Basse Normandie, Aquitaine, Centre, Lorraine, Alsace et Languedoc représentent plus de 100 millions de tonnes kilomètres chacune.

Mais de nombreuses destinations sont spécifiques :

Bretagne (45 %), Pays de Loire ( 30 %), Centre( plus du quart), Limousin ( moins du quart)reçoivent en frigo beaucoup de fret de retour non périssable en frigo.



**Les marchés frigo sont plutôt à longue distance**

En moyenne, ils se situent (si l'on exclut la desserte locale à moins de 100 km) à plus de 400 km.

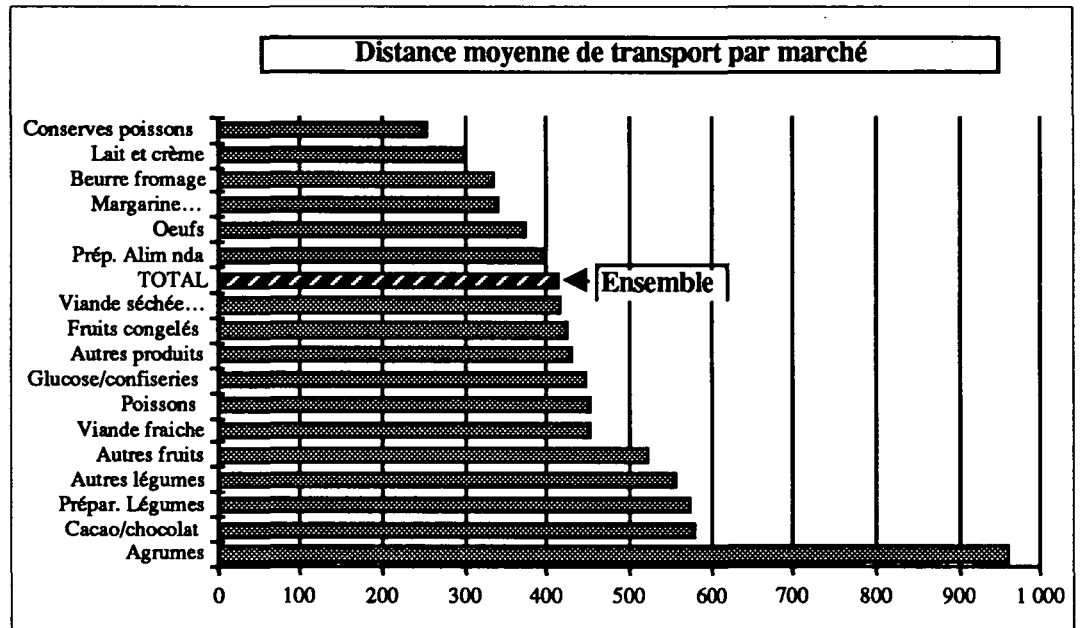
Ces distances sont beaucoup moins longues pour :

- poissons surgelés
- lait
- beurre et fromage

Elles le sont beaucoup plus pour :

- chocolat
- légumes et préparation
- fruits

qui sont des produits moins captifs et pour lesquels le frigo, moins indispensable, ne se justifie qu'à très longue distance.



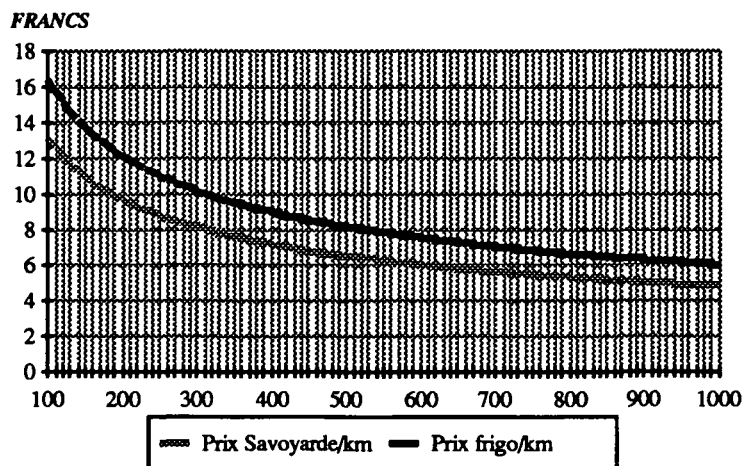
**Les prix pratiqués**

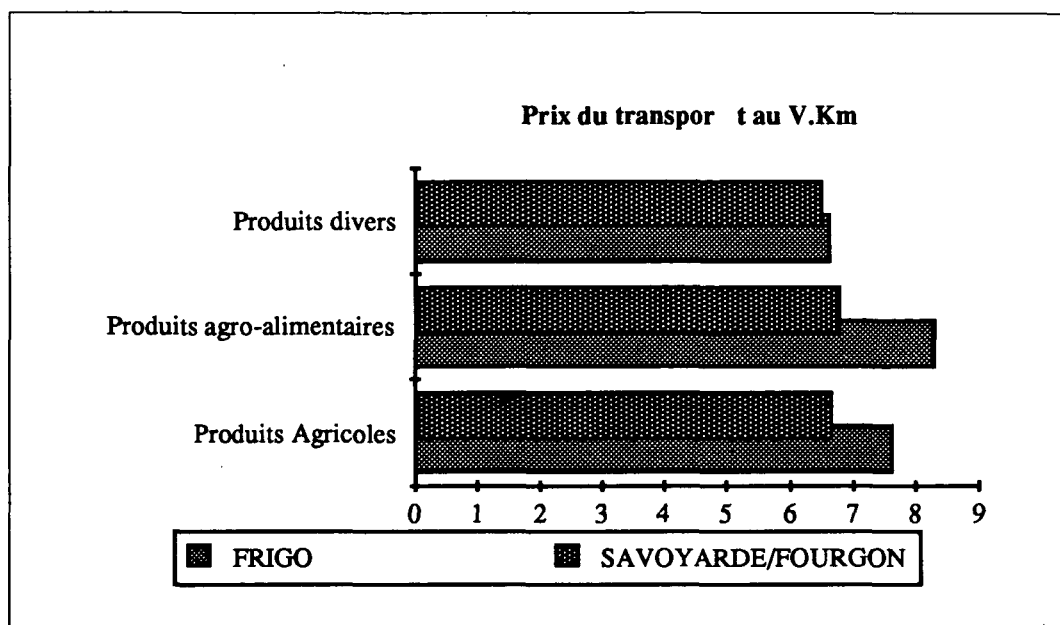
Les prix pratiqués en véhicules frigorifiques, observés par notre enquête, sont supérieurs aux prix en savoyarde ou en fourgon :

- lorsque le frigo est sur son marché (15 à 25 % plus cher)
- mais en retour il s'aligne sur le prix moyen des véhicules standard.
- les prix sont plus rémunérateurs pour les produits alimentaires que pour les fruits et légumes, moins captifs du frigorifique
- enfin, les prix suivent les mêmes logiques de formation que les prix standard, mais incorporent une prise en charge plus forte.

A titre d'exemple le prix kilométrique du frigo à 500 km est celui de la savoyarde à 300 km.

COURBE ESTIMEE DU PRIX AU KILOMETRE





## Quel marché ?

Les statistiques ne savent pas encore décrire convenablement la segmentation du marché et la distinction entre transport de lots et messagerie. Elles ne mesurent pas l'offre de services logistiques (chaîne du froid, entreposage, etc), or ce secteur pratique depuis longtemps les flux tendus et le pilotage par l'aval.

Par ailleurs le poids des groupes de transport, de l'agroalimentaire et de la distribution, et leurs stratégies, comme ont pu le montrer nos enquêtes (marché de la viande et des fruits et légumes dans plusieurs pays d'Europe-novembre 1988) jouent un rôle majeur.

Au total, toute analyse du transport frigorifique se doit de considérer des données essentielles :

- le transport frigorifique est une activité plus capitalistique que le transport "banal".

Il requiert une organisation industrielle. Les facteurs de concentration y sont donc plus forts.

- le marché intérieur se développe plus au niveau des produits non captifs et il est globalement faiblement croissant.

Le potentiel de croissance est international et plus fort sur les produits non captifs, non traditionnels.

- le service frigorifique est un critère d'accessibilité aux marchés étrangers mais c'est au stade du négoce et du positionnement qualitatif des produits que se situe le choix déterminant.

Le rôle des grands marchés de commercialisation - Min (en France), Mercasa (en Espagne) - peut être structurant dans les chaînes de transport. Il peut être déterminant pour la définition des stratégies d'implantation et d'alliance entre opérateurs ; par exemple les espagnols et les catalans français ont développé le transport frigorifique en s'appuyant sur l'axe Valence-Perpignan-Rungis, au sein duquel le pôle du marché Saint Charles a joué un rôle considérable. ■