



TRANSFRIGOROUTE FRANCE

LE TRANSPORT SOUS TEMPERATURE DIRIGEE

**TRANSFRIGOROUTE
FRANCE**

36, rue de Laborde
75008 PARIS

Tél.: 01 53 04 16 80
Fax : 01 53 04 16 82

info@transfrigoroute.fr
www.transfrigoroute.fr

QUE REPRÉSENTE EXACTEMENT LE SECTEUR DU TRANSPORT FRIGORIFIQUE ?

En termes de parc de véhicules

En France, selon les analyses de parcs fournies par le ministère des transports, près de 110 000 véhicules utilitaires sont dotés d'un équipement spécifique permettant le transport de produits sous température dirigée :

- 45 500 camionnettes sont dotées d'un fourgon en température dirigée
- 28 000 porteurs sont dotés d'un fourgon sous température dirigée (10,3% de l'ensemble du parc de porteurs en France). Près des deux tiers sont détenus par des entreprises du compte propre (artisans, industriels, distribution, grossistes, etc.)
- 33 000 semi remorques sont sous température dirigée (10,3% de l'ensemble du parc des semis en France). En revanche, plus de 80% du parc est détenu par des prestataires pour compte d'autrui (les transporteurs routiers sous température dirigée).

Les régions où l'on trouve le plus de véhicules : l'Île de France (25 000 véhicules, surtout des camionnettes et des porteurs), la Bretagne (10 700, surtout des semis et des porteurs) et le Rhône Alpes (10 400, surtout des semis et des camionnettes).

En termes d'entreprises

Environ un millier d'entreprises de transport routier dispose d'au moins un véhicule frigorifique. Mais on estime que seules 400 d'entre elles sont véritablement spécialisées en transport sous température dirigée (avec un parc véhicule et une exploitation tournée majoritairement vers la température dirigée). Sur ces 400, plus de 200 sont des filiales de groupe. Ces entreprises gèrent environ 15 000 véhicules affectés à la température dirigée (porteurs et ensembles tracteurs + semis), pour 17 000 licences communautaires détenues.

Le nombre de salariés employés, toutes activités confondues est de 41000. Environ 32000 sont affectés à des postes liés au transport en France. Le reste des effectifs (9000) opère soit en entreposage-préparation de commandes, soit à l'étranger.

La représentation régionale du transport frigorifique (compte d'autrui)



TRANSFRIGOROUTE FRANCE

36, rue de Laborde
75008 PARIS

Tél.: 01 53 04 16 80

Fax : 01 53 04 16 82

info@transfrigoroute.fr
www.transfrigoroute.fr

Une représentation territoriale du transport frigorifique fait apparaître quelques tendances fortes :

- **Le grand ouest** (regroupant les régions Bretagne, Pays de Loire et Normandie) est incontestablement la zone phare. Elle regroupe à elle seule le quart des entreprises, le tiers des salariés et 30% du chiffre d'affaires du secteur.

- la seconde région phare du transport frigorifique est **l'arc méditerranéen** (Languedoc Roussillon et Provence), avec un parc et des effectifs supérieurs à ceux constatés en Ile de France, en Rhône Alpes et dans le Sud Ouest. Une soixantaine d'opérateurs sont recensés. En revanche, c'est dans cette région que la structure des entreprises est la plus faible : la taille moyenne est d'environ 12 millions d'euros pour 70 salariés environ.

- **L'Ile de France** s'affirme comme une région très importante en termes de « business » (avec près de 900 millions d'euros de CA). En revanche, en termes de parcs et de salariés, elle joue un rôle moindre. L'explication tient au fait qu'en Ile de France, les activités de commission de transport, de groupage et dégroupage y sont plus importantes qu'ailleurs. A noter enfin que c'est en Ile de France que le parc des véhicules porteurs est le plus élevé (un quart du parc français). C'est également en Ile de France que l'activité pour compte propre est la plus élevée.

Les contraintes du transport sous température dirigée

- Il faut aller vite...

Tous les produits frais sont livrés dans un délai de J+1, voire J0, entre le départ de l'usine de production et la livraison au point de vente. Certains types de produits (viande préparée) ont une durée de vie de quelques jours seulement... C'est ce qui explique que la logistique des produits frais bénéficie d'avantages en matière d'exploitation, avec notamment la possibilité de circuler le dimanche.

- Il faut livrer avant 7 heures du matin...

La contrainte majeure des magasins et de la restauration hors domicile est de pouvoir mettre en rayon ou préparer les produits en tout début de matinée. Les livraisons sont donc concentrées sur la plage horaire 5h-11h du matin. C'est ce qui explique qu'une grande partie de la logistique des produits frais s'effectue la nuit, aussi bien dans les entrepôts que sur la route.

- Il faut maintenir la chaîne du froid

A l'exception des fruits et légumes, tous les produits frais doivent être transportés, en application de réglementations françaises et européennes, dans des plages de température bien précises : <-18° pour les produits surgelés et les crèmes glacées, glace fondante pour le poisson, 0°C - +2° pour la viande hachée, +2° - +4° pour les produits laitiers, etc. Pour les fruits et légumes, comme pour les produits chocolatés, le maintien en température vise surtout à protéger la durée de vie, son goût et l'apparence du produit.

- Il faut respecter les contraintes de dates limites de consommation

Les produits frais, notamment tout ce qui touche à la viande et aux produits laitiers, ont une durée de vie extrêmement limitée, entre le moment de leur



production et leur consommation. C'est ce que l'on appelle la DLC (date limite de consommation) ou la DLUO (date limite d'utilisation optimale, pour les surgelés). Cette DLC est bien souvent un critère de choix du consommateur qui va privilégier les produits dont la date de « péremption » est lointaine. Le logisticien du frais doit donc veiller à ce que le cadencement des livraisons respecte les DLC : hors de question de livrer le 15 novembre un produit dont la DLC est le 6 décembre et de livrer le 18 novembre le même produit avec une DLC du 4 décembre.

**TRANSFRIGOROUTE
FRANCE**

36, rue de Laborde
75008 PARIS

Tél.: 01 53 04 16 80

Fax : 01 53 04 16 82

info@transfrigoroute.fr

www.transfrigoroute.fr

- Il faut respecter l'environnement marketing du produit

L'emballage ne joue pas seulement un rôle de protection, c'est également un outil marketing. Or la présence de températures basses fragilise les emballages, notamment ceux qui sont en carton. Une exigence qui nécessite tout au long de la chaîne une manutention délicate.