

Favoriser la transition énergétique

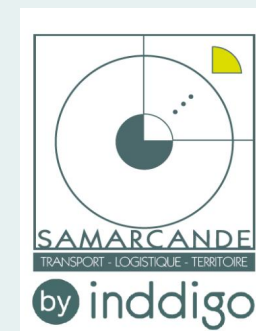
Comment accélérer la transition énergétique dans la fonction logistique (flotte de véhicules, entrepôts, équipements logistiques, gestion/exploitation, plan de mobilités employeurs, etc...)

Restitution des ateliers du 24 mars 2022

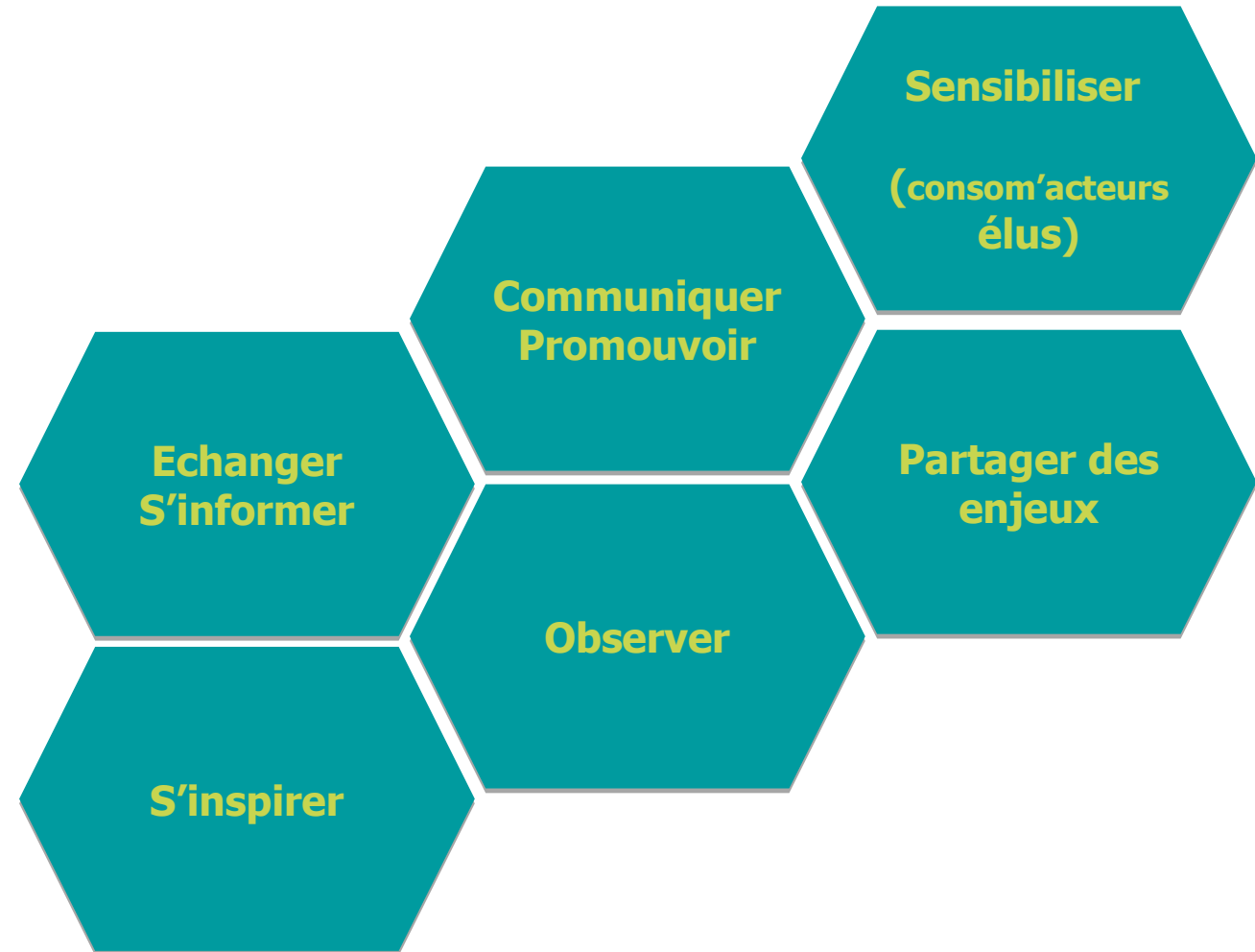
VOTRE INTERLOCUTEUR :

Nathalie MATTIUZZO - n.mattiuzzo@inddigo.com

Christophe RENARD – c.renard@inddigo.com



UNE DEMARCHE GLOBALE



UNE DEMARCHE GLOBALE



ATTIRER –
FORMER -
RECRUTER

IDENTITÉ
LOGISTIQUE
RÉGIONALE

1^{ER} DÉCEMBRE 2021

INNOVATIONS

MULTIMODALITE

24 FÉVRIER 2022

TRANSITION
ENERGETIQUE

AMENAGEMENT
LOGISTIQUE

24 MARS 2022

TROIS TEMPS D'ATELIER

1

Quels enjeux ?

2

De quoi a-t-on
besoin ?

3

Quelle
prochaine
étape ?



Un temps de partage



Un temps de construction



Un temps d'action

| Atelier 1 | |
|-----------------------|--|
| Yann BERLIZON | Eco CO2 – Chargé de mission |
| Christophe BLANCHARD | Schiever Distribution – Directeur logistique France |
| Jean-Michel COLLE | FNTR Franche-Comté – Délégué Régional |
| Bertrand COUTURIER | France Qualité Performance BFC – Vice-Président |
| Sébastien DESROQUES | Logistic Low Carbon – chargé de mission logistique urbaine durable |
| Alain FROMONT | INOVYN – Logistics Manager Europe OCD |
| Catherine MONTCOUYOUX | DREAL BFC – Chargée de l'ORT |
| Sébastien RAVET | Syndicat mixte de la Bresse bourguignonne – Chef de projet |
| Christophe RENARD | Samarcande by INDDIGO – Chargé d'études |

| Atelier 2 | |
|--------------------|---|
| Blandine AUBERT | ADEME Agence de la transition écologique – Directrice régionale |
| Jacques CORBET | DREAL BFC – Chef du département intermodalité déplacements |
| Philippe DEMONTEIX | FNTR Bourgogne – Délégué régional |
| Bernard ECHALIER | CESER Bourgogne-Franche-Comté – Conseiller |
| Adélaïde ESTEVE | Vitagora – Responsable activité filière agroalimentaire |
| Manuel LARGE | Pomona Passionfroid – Directeur logistique |
| Manon ORINEL | CA du Grand Dole – Chargée de mission transition écologique |
| Edmée RUSSAC | INDDIGO – Chargée d'études |
| Anne VOLATIER | Dijon Métropole – Responsable observatoire et prospective |

LES PARTICIPANTS

Atelier 1 : animateurs

- **Christophe RENARD : Samarcande by Inddigo – chargé d'études**
- **Yann BERLIZON : Eco CO2 – chargé de mission**

A la prise de notes :

- **Catherine MONTCOUYOUX : DREAL BFC – chargée de l'ORT**

Atelier 2 : animateurs

- **Edmée RUSSAC : Inddigo**
- **Blandine AUBERT : ADEME – cheffe du département Intermodalité Déplacements**

A la prise de notes :

- **Jacques CORBET : DREAL BFC – chef du département Intermodalité Déplacements**

Atelier 3 : animateurs

- **Bruno NOUVEAU : DREAL BFC – chef de département accompagnement des transitions territoriales**
- **Sylvain BAUDRY : FNTR Bourgogne - Président**

A la prise de notes :

- **Mélanie Maheu : DREAL BFC – chargée des relations institutionnelles**

| Atelier 3 | |
|-------------------|--|
| Sylvain BAUDRY | FNTR Bourgogne – Président |
| Rémi BONDUELLE | PETR VDSV – Chargé de mission SCOT |
| Aurélien COIRAL | Dijon Métropole – Directrice commande publique / logistique, directrice de projet logistique urbaine |
| Thomas DURUPT | IUT Besançon-Vesoul – Directeur des études et enseignant |
| Sébastien HUMBERT | Pôle véhicule du futur – Directeur de programmes véhicule connecté et autonome mobilité servicielle |
| Pascal LAUDE | Enedis – Délégué innovation et transition écologique |
| Mélanie MAHEU | DREAL BFC – Chargée des relations institutionnelles |
| Céline MALET | VNF – Chargée de mission partenariat |
| Bruno NOUVEAU | DREAL BFC – Chef de département accompagnement des transitions territoriales |
| Charlotte ROUPLY | CA Beaune Côte et Sud – Chargée de mission PCAET |

LA MÉTHODE

La méthode a été co-élaborée en amont avec la DREAL Bourgogne-France-Comté et a associé les co-animateurs.

Le principe adopté est le suivant :

- *Un premier temps visait à recueillir la parole des participants autour de questions permettant d'identifier les enjeux et les besoins sur le territoire*
- *Un second temps visait à faire émerger des propositions d'actions concrètes pouvant constituer une feuille de route et un point de départ à la constitution de groupes de travail voire à l'émergence de pilotes. Les participants étaient invités à consigner leurs propositions sur des post-it (1 proposition par Post-it) organisés ensuite par grands groupes d'idées.*
- ***Un troisième temps devait permettre de proposer collectivement des étapes pour construire une feuille de route et la mettre en œuvre. Ce temps a été en partie écourté pour laisser plus de place à la co-construction d'actions.***
- *Ce document retrace les échanges qui se sont tenus lors des ateliers. Une première version de ce compte-rendu a été soumise à contribution en ligne. Les éléments complémentaires ainsi apportés apparaissent en bleu dans le document.*

TROIS TEMPS D'ATELIER

1. Quels enjeux ?



Un temps de partage



SITUATION & ENJEUX

Parcs/flottes

Adapter (*retrofit*)
Renouveler
Partager

Formation à la transition

Former à l'éco-conduite

Organisations

Mutualiser
Limiter les flux (*re-emploi*)

Entrepôts

Réseaux – Infrastructures

BESOINS & MANQUES

Equiper

Faciliter

Inciter

Aider

▮ QUELS ENJEUX ? L'ACCÈS AUX ÉNERGIES ALTERNATIVES

Un accord sur :

- ▣ Une conscience d'une évolution inéluctable. Les coûts des énergies fossiles ne cessent de croître, le diesel est appelé à décliner, l'hydrogène et le biogaz apparaissent parmi les meilleures solutions à court terme.
- ▣ L'hydrogène pour l'instant a un faible rendement énergétique, mais cette source d'énergie est plus facile à stocker que l'énergie éolienne ou hydraulique (plus saisonnières).

▣ Des énergies alternatives encore peu accessibles

- ▣ Une offre de véhicules à énergie alternative encore limitée. Ceci est notamment le cas sur les véhicules électriques. Le nombre et la variété des modèles proposés par les constructeurs sont jugés trop faibles.
- ▣ Des aides financières pour compenser les surcoûts toujours nécessaires. Un véhicule roulant au gaz est estimé 30% plus cher qu'un véhicule classique. Mais il nécessite également de revoir l'organisation des tournées pour ne pas tomber en panne.
- ▣ Un trop petit nombre de stations aux énergies alternatives et un besoin de développer les stations multi-énergies. Encore en phase de développement, le recours aux carburants alternatifs est difficile : de nombreuses difficultés sont rencontrées, tant techniques qu'opérationnelles : rareté des stations délivrant les carburants, des stations spécifiques à chaque énergie (nécessité de mutualisation pour une meilleure répartition sur le territoire), une demande de puissance importante pour maintenir la chaîne du froid incompatible avec les capacités de stockage des batteries électriques...
- ▣ Pour favoriser la transition, il faut commencer là où l'activité logistique est la plus dense. Placer les stations sur les nœuds autoroutiers par exemple pour être accessibles aux transporteurs longue distance.

▪ En 2021, Passion Froid (Groupe Pomona) a testé pendant 15 jours des véhicules roulant au gaz. Le retour d'expérience est mitigé. De nombreux problèmes ont été rencontrés : un maillage de station insuffisant (1 seule station à Besançon), des temps d'attente importants, des pannes trop fréquentes des stations et des coûts supérieurs (véhicules 30% plus cher).

▪ Vitagora (agro-alimentaire) s'est emparé du sujet et va travailler avec ses 400 adhérents dans le cadre de leur club « Entreprises responsables ».

▪ L'ADEME ne soutient que la filière de production d'hydrogène à base d'énergie renouvelable.

▮ QUELS ENJEUX ? LES TRANSPORTEURS ET LE CHOIX DES MOTORISATIONS

Un accord sur :

- ▣ Les transporteurs sont à la croisée des chemins. Ils sont tributaires des demandes des clients, mais aussi de l'offre des constructeurs et équipementiers. Entre les deux, ils ont le sentiment de ne pas avoir beaucoup de pouvoir sur la transition. Ils aimeraient être associés plus en amont de la recherche.
- ▣ En outre, bon nombre de transporteurs ne perçoivent pas suffisamment bien les stratégies nationales. Selon eux, il manque une « feuille de route » nationale, un balisage compréhensible de la stratégie de l'État, une vision à long terme qui les aiderait à se lancer. Tout repose sur des actions entrepreneuriales.

- La Région Bourgogne-Franche-Comté accompagne les bénéficiaires (collectivités locales, société de transport, SEM, SA,...) dans la création de stations d'avitaillement en gaz naturel véhicule (GNV et BioGNV), afin de promouvoir la pratique des mobilités alternatives, et en cohérence avec les axes identifiés dans le Réseau Routier d'Intérêt Régional (RRIR), document conforme au SRADDET pour le volet routier.

- <https://www.bourgognefranchecomte.fr/node/2849>

- Le Grand Dole travaille sur l'écosystème autour de l'hydrogène, avec les transporteurs et les collectivités.

- Le CESER travaille sur toutes les questions liées à la transition énergétique, celle des industriels, des transports, de la production des énergies renouvelables, des bâtiments, etc.

▮ QUELS ENJEUX ? DES ENJEUX ORGANISATIONNELS

Un accord sur :

Des enjeux organisationnels au service de la sobriété énergétique

- ❑ L'optimisation des taux de chargement, qui peut être difficile dans un contexte de livraisons toujours plus rapides. Plus la livraison est rapide moins il est facile de l'optimiser.
- ❑ Les flux retours complexifient davantage cette gestion des flux mais permettent d'offrir une solution à des trajets à vide. La logistique urbaine génère en particulier des flux retours (invendus, retours produit pour cause d'insatisfaction, expédition de colis de particuliers...). Un même camion peut à la fois livrer et dans le même temps récupérer des colis à expédier.
- ❑ La rupture de charge a aussi un impact énergétique. Cet impact est tout de même moindre quand il s'agit de manipuler des contenants (de type conteneur, caisse mobile ou remorque routière), dans une chaîne intermodale, que quand il s'agit de décharger et recharger les produits eux-mêmes.
- ❑ Les circuits courts sont un moyen de réduire la consommation énergétique. Le circuit court alimentaire est en plein essor sous l'impulsion de la demande en produits locaux valorisant les productions agricoles locales. Avantages : suppression des intermédiaires, moindre opacité sur le travail et les marges prises par ces intermédiaires transporteurs logisticiens ou centrales d'achat, relation directe producteur-consommateur qui favorise l'économie locale, moindres coûts de transport, valorisation du travail du producteur...
- ❑ La transition passe par une multiplicité d'approche : la R&D, mais aussi les comportements. Les transporteurs participent à l'engagement pour la transition en sensibilisant leur personnel : écoconduite, limitation de la vitesse...
- ❑ Les industriels aussi se sentent concernés et cherchent les solutions les plus adaptées : à la fois pour leur activité de production mais aussi pour le transport : report modal en particulier (autoroute ferroviaire, remorques P400...).

Témoignage : « Bien souvent à l'intérieur de la semi-remorque ou des remorques articulées, plusieurs clients ont acheté une zone de transport (1/3 ; 1/4 ...), ce qui engendre un « cabotage » pour récupérer les marchandises ou productions au sein des entreprises puis un nouveau « cabotage » pour les livraisons. Bilan carbone en hausse depuis plus d'une décennie. »

Un accord sur :

La sensibilisation des consommateurs

- ❑ Des professionnels concernés, mais face aux contradictions du consommateur-citoyen. Le consommateur final réclame des livraisons toujours plus rapides, le plus souvent « gratuites », et au plus près de chez lui. Mais il est souvent le premier à subir les désagréments du transport routier et à exprimer son mécontentement.
- ❑ En outre, le coût réel du transport n'est pas répercuté sur le client, si bien que le consommateur n'a pas toujours conscience que son acte d'achat a un impact automatique sur les transports. On dit souvent que le consommateur est « schizophrène ». La « conscientisation » du consommateur face à la rapidité des livraisons et à l'empreinte carbone est donc un enjeu important.

La sensibilisation des autres acteurs de la logistique

- ❑ L'exemple doit aussi venir des collectivités. La multiplication de la mutation des flottes des services publics (en particulier dans le cadre d'InterLUD, via la collecte des déchets, les flottes des interco, ...) doit permettre de lancer le processus. Ce sont aussi les intercommunalités qui peuvent avoir un rôle important à jouer pour la sensibilisation des citoyens. Elles peuvent et doivent donner l'exemple, ce qu'elles font déjà (achats de véhicules municipaux électriques, GNV ou hydrogène). Ces actions sont à poursuivre et peut être à accentuer.
- ❑ Plus globalement, l'information doit mieux circuler : tout le monde cherche des informations, des exemples de bonnes pratiques sur lesquelles s'appuyer, s'inspirer, comment calculer un bilan carbone, etc.
- ❑ L'élu a un rôle primordial car il est décideur. Le travail de sensibilisation doit probablement être notablement orienté vers lui.

QUELS ENJEUX ? LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE DES ENTREPÔTS

Un accord sur :

- ❑ **Il est fréquent de parler de « verdissement des entrepôts ».** Mais ce terme est parfois vu péjorativement car il peut être réduit à un verdissement de surface, seulement de façade, et n'ayant que peu d'impact réel en termes de sobriété énergétique.
- ❑ **La transition énergétique des entrepôts est un ensemble de solutions** permettant une meilleure insertion de l'entrepôt dans son environnement, généralement périurbain ou rural, et une meilleure acceptabilité. Les entrepôts construits aujourd'hui suivent une logique d'écoresponsabilité, permettant de limiter leurs empreintes écologiques et leurs impacts environnementaux.
- ❑ **Un important travail de végétalisation des entrepôts** est engagé par les architectes. Parmi les exemples d'intégration paysagère : merlon autour des entrepôts (ou barrières végétalisées qui cache l'entrepôt), toiture végétalisée, bardage de la couleur du ciel (entrepôt à identité visuelle développée par exemple par Gazeley avec un dégradé bleu ciel vers gris clair) ...
- ❑ **Le sujet de l'isolation thermique des entrepôts est également important**, permettant de réduire les déperditions énergétiques vers l'extérieur mais aussi de garantir des températures intérieures stables, ne permettant pas à l'humidité de pénétrer et préservant mieux les marchandises stockées.
- ❑ **La question est aussi foncière, celle notamment de la réutilisation des friches industrielles** ou d'autres infrastructures inutilisées (certaines bases aériennes par exemple). La difficulté est ici de réduire le surcoût de la construction sur un site existant par rapport à un site ex-nihilo (surcoûts de destruction, de dépollution, ...).
- ❑ D'autres solutions indirectes permettent de réduire l'impact énergétique des entrepôts, comme **l'adoption de Plan de Déplacement** pour les salariés ou de proposer **des services sur zone** (restauration, ...) limitant les déplacements des employés.

▪ Un **dispositif législatif** a été mis en place pour inciter et accompagner ce verdissement, notamment ; la loi ELAN de 2018 fixe des objectifs de réduction de consommation énergétique pour les bâtiments ou parties de bâtiment à usage tertiaire (les entrepôts sont concernés). La Loi Energie Climat de 2019 impose à tous les bâtiments de plus de 1 000 m² (bureau, commerce, entrepôt...) à faire « 30% d'énergie renouvelable », ce qui signifie soit une toiture végétalisée soit des cellules photovoltaïques. Mais la toiture végétalisée est structurellement presque impossible pour un entrepôt. Les panneaux solaires sont donc la solution adoptée.

▪ Ces « entrepôts verts » obtiennent **des certifications environnementales** de plus en plus fréquentes et recherchées. La certification est un enjeu clé de calcul de l'investissement et du risque immobilier qui fonde le prix de sortie à la revente hypothétique pour un actif immobilier. Parmi les certifications environnementales les plus fréquentes : HQE (Hautes Qualité Environnementale), certification la plus connue et dominante en Europe. Breeam (Building Research Establishment Environmental Assessment Method), certification la plus répandue en nombre de pays. LEED, également dénommé DGNB (du nom de la société allemande qui l'accorde). Tous les acteurs de l'immobilier logistique sont engagés dans une démarche de certification systématique de leurs entrepôts

▪ En juillet 2021, **une charte de l'immobilier logistique** est signée par l'Etat et par plusieurs acteurs de l'immobilier logistique membre de l'AFILOG. Les acteurs immobiliers s'engagent sur des actions concrètes (panneaux photovoltaïques, certification des nouveaux entrepôts, plantation de barrières végétales, ...). En contrepartie l'Etat s'engage notamment à accélérer les procédures d'instruction des dossiers et à initier des Conférences Régionales de la logistique pour identifier les friches réutilisables.

2.1. QUELLES ACTIONS ? ATELIER 1

Faciliter le potentiel énergétique : H2, électrique, GNV... à l'échelle départemental avec les EPCI et les transporteurs.
Mutualiser - Investissement

Animer Ecologie industrielle et territoriale

Uniformiser la volonté des élus

Pédagogie envers les collectivités (techniciens et élus) pour mettre en lumière les bonnes pratiques dans le transport de marchandises

Diffuser les droits des entreprises du TRM en termes de mixte énergétique. Problématique : cadre fiscal stable, avitaillement, ...

Sensibilisation des élus

Encourager les verdissements des entrepôts (végétalisation des bâtiments, aménagement extérieurs, ...)

Encourager les entrepôts à être autonomes en énergie (panneaux solaires). Passer par des mesures législatives.

Produire des énergies renouvelables (ombrières ...)

Promotion valorisation des actions

Promotion valorisation via l'ORT

Sortir des énergies fossiles (véhicules, stations de recharges, ...)

Valoriser via l'ORT les initiatives des entreprises et territoriales

Davantage de synergie entre les entreprises de la région Bourgogne-Franche-Comté

Nécessité d'un accompagnement dans la durée pour le changement de motorisation (aides).

Améliorer et accélérer les subvention / aides diverses permettant de mettre en place des projets CONCRETS de carburants alternatifs (hydrogène, etc., ...)

Mailler le territoire de stations de fourniture d'énergie (station service) en carburant alternatifs (qui permettent en général un rayon d'action plus court).

Accompagner les entreprises pour l'investissement (le coût d'un camion à hydrogène est 4 fois supérieur par exemple)

Fixer des objectifs concertés et réalistes et non dogmatiques

Mettre en place un guichet unique

Simplifier les ressources à la disposition des entreprises pour faciliter les prises de décision

Centraliser l'information sur les aides disponibles pour le verdissement de la flotte.

Mettre en place un « Guichet unique »

2.2. TROIS ACTIONS PRIORITAIRES ET LEURS OUTILS : ATELIER 1

1

« Mettre en place une stratégie industrielle territoriale en faveur des carburants alternatifs »

Ancrer dans la durée une stratégie territoriale en Bourgogne-Franche-Comté

Fonctionner en mode projet pour obtenir une transversalité et sensibiliser les élus



- Permet d'enclencher un processus impliquant plusieurs partenaires et dans la durée
- Le « mode projet » impose une méthodologie : objectifs, jalons, réunions, résultats, REX (retour d'expérience)
- Sensibiliser les élus



- Un travail « au long court »

2

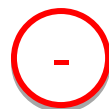
« Mettre en place un guichet unique »

Simplifier les ressources à la disposition des entreprises

Centraliser l'information sur les aides disponibles pour le verdissement de la flotte par exemple



- Valoriser l'existant (« le guichet unique, c'est le réseau »)
- Mieux informer les décideurs, notamment les chefs d'entreprise, impulseurs de projets



- Un enjeu de simplification de dispositifs parfois mal connus et complexes

3

« Promotion valorisation des actions »

Relayer les bonnes pratiques de « verdissement » (flotte, entrepôts, ...)

Promouvoir l'ORT en tant qu'outil de valorisation en faveur de la transition énergétique



- Redonner à l'ORT les moyens de ses ambitions
- Mettre en avant les entreprises vertueuses (liste d'entreprises)

2.1. QUELLES ACTIONS ? ATELIER 2

Information, échanges, veille

Plus de travail et de partenariats avec les chercheurs pour des innovations plus adaptées aux besoins

Inciter les clients « destinataires » à réduire l'emprunte carbone (exemple des marchés publics)

Information et veille sur les solutions logistiques

Envisager un ECO SCORE spécifique au transport : initiative régionale

Information et sensibilisation aux enjeux de la logistique urbaine durable des consommateurs, via l'école, des associations, etc.

Diffuser l'information sur les aides locales pour basculer vers des véhicules plus « propres »

Information pour les transporteurs : comparaison des différentes motorisations : quel carburant est le plus adapté à mon besoin ?

Sensibiliser les donneurs d'ordre publics (fréquence des livraisons, produits frais, ...) => accompagnement à la rédaction des marchés publics

Pour éclairer les choix des chargeurs et transporteurs sur la pertinence de telle ou telle carburant : Proposer des échanges réguliers inter-filières

Action prioritaire :
Des suites à la conférence

Des actions à destination des professionnels, mais aussi des consommateurs

Mutualiser les pratiques, les outils, entre acteurs à la bonne échelle (Région / territoires)

Avoir des lieux d'échange sur les territoires pour déployer des projets nouveaux

Mutualisation d'espaces de stockage : location, prêt, connaître où est la disponibilité

Quel moyen pour favoriser les synergies entre entreprises ? Mutualisation des flottes, mutualisation des trajets, massification des commandes pour baisse des coûts

Lien entre les laboratoires de recherche sur les sujets des « carburants durables » et les acteurs

Action prioritaire :
Aides aux investissements pour les flottes et les infrastructures

Favoriser la multimodalité

Aller vers plus de multimodalité

Action prioritaire :
Pas d'action associée

Il y a peu de laboratoire de recherche ou de centre de formation en BFC spécifiquement orienté vers le transport et la logistique

2.1. QUELLES ACTIONS ? ATELIER 2

Maillage du territoire, infrastructures vertes

« Verdir » les plateformes multimodales

Mailler le territoire de stations multi-énergies

Maillage du territoire en station gaz

Action prioritaire :
Aides aux investissements pour les flottes et les infrastructures

Aides financières aux études et aux investissements

Lancer des études sur les potentiels de mutualisation

Prévoir des aides pour les diagnostics et l'optimisation logistique

Aider les entreprises pour leurs investissements pour la transition énergétique, par exemple subvention régionale pour l'achat de véhicules au gaz

Relancer un dispositif régional d'aides pour accompagner le secteur dans leurs investissements (flotte, bâti logistique, et bonus par rapport aux ambitions vis-à-vis de la transition écologique)

Action prioritaire :
Faire réaliser des diagnostics collectifs et individuels

Des aides collectives, pour soutenir les filières, ou individuelles (diagnostics, études, achats véhicules, ...)

2.2. TROIS ACTIONS PRIORITAIRES ET LEURS OUTILS : ATELIER 2

1 « Mettre en place un bon outil d'information, de sensibilisation et de veille, avec des échanges réguliers »

Diffuser la connaissance, partager l'expérience

Garantir une suite aux échanges qui ont eu lieu dans le cadre de la Conférence



- S'adresser aux élus, et aux services des collectivités
- Sensibiliser le grand public et les consommateurs
- Informer et apporter de l'aide aux professionnels

2 « Lancer des études, des diagnostics collectifs et individuels par filières et des outils de mutualisation »

Connaître les besoins, individuels et collectifs

Contribuer à la transition énergétique des entreprises



- À travers les besoins individuels, définir des potentiels collectifs
- Aider les entreprises à optimiser leurs services



- Difficultés de généralisation, en fonction des spécificités des filières ou des territoires
- Limites du collectif dans un secteur hyperconcurrentiel (la logistique)

3 « Mettre en place des aides régionales aux investissements »

Mettre en place des outils pratiques et ciblés

Accroître le maillage régional en stations multi-énergies et aides individuelles sur les flottes



- Apporter des aides à des évolutions concrètes, ciblées et adaptées territorialisées



- Ne pas faire de saupoudrage des investissements
- Faire attention à ne pas créer de distorsions de concurrence entre acteurs / secteurs (cibles des aides)

2.1. QUELLES ACTIONS ? ATELIER 3

Parcs et flottes de véhicules

Prendre en compte le coût carbone de la flotte de véhicules.
Comment et où sont construites ces flottes ?
Possibilités de relocalisation ?

Expérimentation / aides aux choix. Mix énergétique

Mettre en place une application / un flyer / un outil pour aider aux choix de mix énergétique (le plus adapté)

Côté OEM* véhicules électriques :
📁 ➡️ la production verte
📁 ➡️ les ventes H2
Côté Etat : ➡️ les subventions (maintien)

Stratégie française / européenne sur le développement de nouvelles énergies (soutenues par l'État dans le temps)

Expérimenter les nouvelles technologies

Retours d'expérience commun

* OEM : Original Equipment Manufacturer ou fabricant de l'équipement d'origine
Ce terme désigne un fabricant de pièces détachées. Dans le secteur automobile, il peut désigner un sous-traitant, un équipementier, ou encore un systémier.

Formation et sensibilisation à la transition de tous les acteurs

Sensibilisation communication des consommateurs

Formation / organisation
Outil : traçabilité des coûts de livraison à chaque achat

Communiquer
Conscientiser

Sensibiliser, Eduquer
⇒ Economie circulaire
⇒ Sobriété
⇒ GES

Informé le consommateur sur l'impact de ses achats

Formation des utilisateurs aux nouvelles énergies

Communiquer sur les impacts du transport :
- Environnementaux
- Sociaux

Vulgariser la transition énergétique pour mieux sensibiliser les acteurs logistiques et le grand public

Organisation

Retarder les flux

Mutualisation

Sur les flottes propres, mutualisation des moyens entre prestataires, voire de l'offre de services de transport

Mutualiser les transports (fret / voyageurs)

Actions de communication / sensibilisation Évènement grand public

Mutualiser l'existant (méthanisation + entrepôt) avant de penser création en termes d'infrastructure

Utiliser et améliorer les flux existants

2.1. QUELLES ACTIONS ? ATELIER 3

Entrepôts

Organisation des déplacements des salariés : comment inciter les entreprises à y réfléchir ?

Entrepôts : PDE (Plan de déplacement entreprise) et inter-entreprises

Plans de mobilité inter-entreprises par bassins d'emplois

Faciliter les déplacements domicile-travail décarbonés

Généraliser les ombrières photovoltaïques sur les parkings salariés

Réseaux et infrastructures

Infrastructures
Application de covoiturage local
≠ Blablacar

Augmenter les infrastructures pour véhicules électriques (2025)
⇒ H2 : 2030

Flottes / infrastructures
Foncier > développement territorial station

Développer les réseaux d'avitaillement

Autres actions

Permettre l'expérimentation de façon simplifiée

Éliminer l'emballage
→ 0 emballage

2.2. TROIS ACTIONS PRIORITAIRES ET LEURS OUTILS : ATELIER 3

1 « Formation / sensibilisation de tous les acteurs »

Prise de conscience des enjeux du secteur logistique et des leviers d'innovation

Pour que les différents acteurs agissent, il est d'abord nécessaire qu'ils soient sensibilisés, qu'ils aient conscience et connaissance de l'enjeu et des solutions

+

- Permet d'inscrire une stratégie sur le long terme
- Sensibilisation à tous les niveaux, du consommateur au décisionnaire (élus, ...)

Observations, risques :

- Cette action ne doit pas omettre d'être objective et de prendre en compte les externalités négatives de la filière logistique

2 « Mieux organiser les déplacements de salariés »

Besoin d'accompagnement des entreprises via des PDE ou PDIE (Plan de Déplacement Inter-Entreprises)

+

- La transition énergétique passe aussi par l'optimisation des déplacements des salariés
- Cette question de l'accès aux salariés à leurs locaux de travail est importante : tendance à l'éloignement des entrepôts, horaires parfois décalés imposant l'usage individuel de l'automobile (1 voiture = 1 salarié), ...

3 « Développement de l'avitaillement en énergie alternative »

Favoriser, impulser le développement des stations d'avitaillement

Il apparaît nécessaire de déployer les infrastructures adéquates pour faciliter et favoriser l'utilisation de nouvelles énergies

+

- La présence d'un réseau maillé et relativement dense de stations d'avitaillement en énergie alternative est un prérequis pour la transition énergétique

-

- Quelle(s) énergie(s) et quel(s) réseau(x) développer ?
- D'autres paramètres impactent sur la transition énergétique : disponibilité en véhicule, coût fluctuants de l'énergie, ...

2.2. QUELLES ACTIONS : SYNTHÈSE

Les propositions des participants ont été organisées par thématique lors des ateliers. Ce travail a permis une phase d'enrichissement et d'échanges sur ce qui pourrait constituer les éléments d'une feuille de route. Les propositions peuvent être classées par groupe.

MIEUX COMMUNIQUER SUR LES BESOINS ET SUR LES OFFRES (1)

□ Une transition énergétique encore floue pour de nombreuses entreprises

L'objectif de décarbonation des transports et plus généralement de l'activité économique est partagée par la plupart des acteurs de la logistique, cet objectif rentrant de plus en plus dans des politiques RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) que ces entreprises mettent en avant dans des plans de communication. Dans le milieu des transports de marchandises, beaucoup d'entreprises sont engagées dans la transition énergétique et ont un label Objectif CO2. Mais elles souhaitent sécuriser la transition énergétique. Concrètement, les entreprises qui sont passés au GNV se trouvent aujourd'hui très pénalisées. C'est un sujet global, qui engage des stratégies nationales, d'ordre fiscal et réglementaire. Par exemple ; il serait intéressant que les fédérations de transporteurs sondent leurs adhérents pour savoir qui serait prêts à investir dans une énergie alternative. Il y a un besoin d'identification des entreprises prêtes à se lancer.

Il serait intéressant de mieux valoriser les entreprises de la filière qui sont labellisées, par exemple Objectif CO2. Il existe des référentiels environnementaux et énergétiques et il serait envisageable de publier une liste de ces entreprises vertueuses. Par exemple : la certification ISO 50001, adoptée par plusieurs transporteurs, atteste que l'entreprise a mis en place un système de management de l'énergie efficace, lequel conforte ses engagements antérieurs en matière de maîtrise de l'énergie.

□ Des acteurs décisionnaires et utilisateurs à convaincre : dirigeants, salariés, élus

Le facteur déclencheur d'une politique environnementale est aussi la prise de conscience du dirigeant. C'est au patron d'impulser la démarche, mais en y associant les salariés. C'est un impératif ; si les salariés ne sont pas associés ils pourront trouver tous les arguments pour dire que le camion GNV, hydrogène ou électrique ne fonctionne pas. Ensuite, les salariés doivent pérenniser ces pratiques, et « être fier de rouler vert ».

A l'autre bout de la chaîne décisionnaire, l'élu doit être sensibilisé aux enjeux de la décarbonation car il est le garant de la mise en place de la politique publique.

2.2. QUELLES ACTIONS : SYNTHÈSE

MIEUX COMMUNIQUER SUR LES BESOINS ET SUR LES OFFRES (2)

□ La mise en place d'un guichet unique pour mieux orienter

Il s'agit de centraliser l'information sur les aides disponibles pour le verdissement de la flotte et de simplifier les ressources à la disposition des entreprises pour faciliter les prises de décision.

□ La mutualisation des pratiques et des outils entre les acteurs

Mieux communiquer c'est aussi communiquer entre les acteurs de la logistique et du transport sur le territoire, afin de favoriser des synergies inter-entreprises, des partages non seulement d'expérience mais plus concrètement de moyens et d'outils : bourse de stockage par exemple.

□ Impliquer le consommateur et le considérer comme un acteur de la logistique

La question de la sensibilisation du consommateur à ses pratiques d'achat, et les conséquences de ses pratiques, apparaît comme une problématique centrale. Le consommateur-citoyen a un rôle à jouer car c'est lui qui impulse le besoin en logistique et en transport. Il convient de sensibiliser le consommateur au coût de la logistique, particulièrement quand elle est rapide (livraison J+1 voire H+1) ; faire payer les logistiques rapides.

2.2. QUELLES ACTIONS : SYNTHÈSE

MIEUX VALORIER LES DISPOSITIFS ET ORGANISMES EXISTANTS

❑ **L'ORT à promouvoir**

L'ORT Bourgogne-Franche-Comté est la vitrine de la politique de l'Etat en région. Cette politique est connue, elle doit trouver son relais à l'échelle régionale. Mais il ressort des débats que les moyens (humains, financiers, techniques) qui ont été donné à l'ORT ces dernières années n'ont pas été à la hauteur des enjeux, notamment de la transition énergétique. La promotion de l'ORT Bourgogne-Franche-Comté apparaît nécessaire aujourd'hui.

De la même manière l'absence de structure d'échange de type club logistique ou cluster est préjudiciable.

❑ **Une somme de dispositifs et d'aides existantes à faire connaître**

Exemple : l'association France Qualité Performance (120 adhérents en Bourgogne-Franche-Comté et des consultants qui interviennent sur des demandes spécifiques) a pour mission de sensibiliser les acteurs économiques aux enjeux de transitions sociétales et écologiques. France Qualité Performance travaille avec les territoires et les filières.

TRAVAILLER EN « MODE PROJET » DANS LE CADRE D'UNE STRATEGIE REGIONALE

❑ **Des ambitions, des partenaires, des jalons, un objectif...**

L'enjeu est d'apporter des solutions concrètes à des objectifs qui sont déjà plus ou moins partagés. Pour cela, il serait nécessaire de davantage travailler en « mode projet » : partager un objectif précis sur la base d'un état des lieux, réunir tous les décisionnaires, planifier réunions et jalons, mettre en place un plan d'action le plus concret possible et avec des échéances et de la cohérence.

❑ **... dans le cadre d'une stratégie industrielle territoriale en faveur des carburants alternatifs...**

Ancrer dans la durée une stratégie territoriale en Bourgogne-Franche-Comté est un préalable nécessaire aux actions concrètes. Ceci permettra une cohérence d'ensemble et la pérennité des actions.

❑ **... animé par un club logistique régional**

Cette stratégie peut être incarnée par un organisme de type cluster ou club logistique régional qui sera le garant d'une continuité dans les politiques régionales en faveur de la transition énergétique.

2.2. QUELLES ACTIONS : SYNTHÈSE

CONTINUER A AGIR POUR LE REPORT MODAL (1/2)

□ Construire une stratégie multimodale raisonnée et concertée

Il n'est pas vain de rappeler que l'un des meilleurs moyens d'agir pour la transition énergétique reste de favoriser le report vers les modes de transport massifiés, qui émettent nettement moins de gaz à effet de serre que le transport routier. Un train entier correspond à près de 45 camions et une barge de 4 500 tonnes (barge de grande capacité) est l'équivalent de 220 camions de 20 t. La Bourgogne-Franche-Comté est une région multimodale, disposant de réseaux ferroviaires et fluviaux et d'accès à ces réseaux (ports fluviaux, chantier combiné rail-route) de bonne réputation et en croissance. La plupart des acteurs économiques interrogés lors de l'étude sur les attentes et enjeux perçus des professionnels privés de la logistique, réalisée en 2020, ont exprimé une volonté de report modal.

□ Les actions pour favoriser le report modal en Bourgogne-Franche-Comté

Les ateliers du 24 février 2022 intitulés « favoriser la multimodalité » ont permis l'émergence de plusieurs axes de travail, notamment : mieux connaître, mieux diffuser l'information sur les offres massifiées existantes et mieux les expliciter (gains environnementaux à valoriser dans des stratégies RSE par exemple) / identifier les besoins des entreprises et les animer (rôle important des acteurs institutionnels, mais aussi de clubs logistiques ou d'un cluster, en lien avec les opérateurs de transport) / intégrer les réflexions multimodales dans les stratégies d'aménagement, en particulier de création de zones d'activités logistiques (pourquoi ne pas, par exemple, obliger à réaliser une étude d'usage ferroviaire ou fluvial lors de projets de création de ZA ?) / disposer d'un espace d'échange de type club logistique ou cluster.

▮ 2.2. QUELLES ACTIONS : SYNTHÈSE

CONTINUER A AGIR POUR LE REPORT MODAL (2/2)

▮ Réorganiser la logistique autour de modes plus verts

Des centres de logistique bi ou trimodaux au cœur des zones d'entreprises et de production, ou des entreprises d'une même catégorie de production (plastique, chimie, agricole, acier, automobile, batterie ...) regroupées, installées autour d'un centre de logistique dédié bi ou trimodal.

1^{er} temps : ne plus construire de centre logistique n'importe où et sans au moins 2 modes de transport – légiférer et contraindre

2^{ème} temps : favoriser et aider le transfert des entreprises qui sont éloignées des centres de logistique vers ceux-ci
expliquer, aider et contraindre

3^{ème} temps : développer les outils de transport des derniers ou 100 derniers kilomètres avec des énergies alternatives (électricité, hydrogène) – accélérer la mise en place de Zones à Faibles Émissions au-delà des métropoles et grandes villes.

2.2. QUELLES ACTIONS : SYNTHÈSE

PRENDRE EN COMPTE LA QUESTION DE L'ACCESSIBILITE DES SALARIES AUX SITES LOGISTIQUES

□ Faire du bassin d'emploi un critère d'implantation pour les zones d'activités logistiqu

Contrairement à une idée encore parfois répandue, une zone d'activité logistique est génératrice d'emplois (en moyenne 30 à 50 à l'ha bâti). Ces emplois sont générateurs de flux de véhicules légers ; en effet, la plupart des zones ne sont pas bien connectées aux transports en commun, et les emplois sont souvent en horaires décalés. Agir sur la transition énergétique c'est aussi envisager les zones logistiques du futur, plus proches des bassins d'emploi, mieux connectées à des réseaux de transport en commun adaptés et disposant de solutions d'accès aux salariés à leurs lieux de travail.

□ Une gamme de solutions à adapter au site

Si la question du bassin d'emploi est aujourd'hui mieux appréhendée qu'il y a quelques années par le secteur de l'immobilier logistique et par les entreprises occupantes, elle reste une préoccupation récurrente exprimée par les acteurs logistiques. Des actions sont prises, notamment dans le cadre de Plans de Déplacement Entreprise ou interentreprises. Mais la prise en compte de la problématique de l'éloignement des ZA et de l'accessibilité pour les salariés doit aussi être faite non pas à posteriori, mais également dans les documents d'orientation (SRADDET, SCOT, ...).

DEVELOPPER L'AVITAILLEMENT EN ENERGIE ALTERNATIVE

□ Un réseau à développer

Il apparaît nécessaire de déployer les infrastructures adéquates pour faciliter et favoriser l'utilisation de nouvelles énergies. La présence d'un réseau maillé et relativement dense de stations d'avitaillement en énergie alternative est un prérequis pour la transition énergétique

MIEUX INTEGRER LES ENTREPOTS DANS LEURS ENVIRONNEMENTS

□ Un enjeu dans les mains des entreprises, des obligations

L'obligation d'équipement des toitures en installations de production d'énergies renouvelables (EnR) ou par des systèmes de végétalisation entrera en vigueur le 1er janvier 2023. Cette obligation s'applique aux surfaces commerciales, industrielles ou artisanales, aux entrepôts et aux hangars dès 500 mètres carrés (m²) d'emprise au sol. Les parcs de stationnement extérieurs de plus de 500 m² doivent aussi intégrer de tels équipements ou des ombrières sur au moins la moitié de leur surface.

TROIS TEMPS D'ATELIER

3. Quelles prochaines étapes



Un temps d'action

3. QUELLE PROCHAINE ÉTAPE

Cette partie des ateliers n'a été réalisée que partiellement. Les éléments inscrits dans cette diapo relèvent de remarques faites et consignées dans les autres temps de l'atelier

□ Etablir en préambule un état des lieux de l'existant (trafics, offres)

Les participants des ateliers ont adhéré au principe de l'action mais ont mis en avant la nécessité – en préalable – de disposer d'un état des lieux de ce qui existe et de la réalité de l'intermodalité sur le terrain. Cet état des lieux est également un préalable à la diffusion d'informations sur les offres et à la promotion des offres existantes.

□ Identifier des besoins réels

Dans le même ordre d'idée, les participants ont adhéré à la nécessité de développer l'offre et les parts de marché des modes alternatifs. Mais ils notent cependant la nécessité d'assoir les projets sur des besoins réels, identifiés, ciblant notamment des filières clés. Ce travail est un préalable à la construction d'actions et de projets qui ne peuvent pas être « décidés » sans partage préalable des enjeux, sans concertation avec le tissu économique, sans assurance que le besoin existe.

□ Etablir un état des lieux des dispositifs de valorisation, d'aides, de diffusion de l'information

L'identification de ce qui existe est également nécessaire pour les systèmes d'aides, les labels, la valorisation de l'usage du fer et de la voie d'eau et sur les dispositifs d'information existant (réfèrent du réseau MedLink par exemple).

□ Etablir un benchmark des clubs logistiques, clusters,... existants dans d'autres régions permettrait de s'en inspirer