

# Section 11 – Commerce de gros et grande distribution

Pour les maillons commerce en gros de produits alimentaires, hypermarchés et supermarchés sont présentés ici les résultats de 2021, faute de données plus récentes. Toutefois, pour la grande distribution est en outre proposée ici une synthèse des résultats des comptes par rayons des GMS de 2022 issus de l'enquête de l'Observatoire.

## 1. ÉVOLUTION DES COÛTS DANS LE SECTEUR COMMERCIAL

Les résultats issus de la base de données É sane (Insee) sont présentés pour les deux dernières années disponibles. En l'occurrence, pour le rapport 2024, les tableaux ne présentent plus que 2020 (méthode 2021) et 2021. Notons que les résultats des années 2020 surtout et 2021 peuvent être considérés comme exceptionnels du fait de la pandémie de Covid-19. Cependant, il est toujours possible de se référer aux précédents rapports pour prendre connaissance des résultats des années précédentes.

### 1.1. Les comptes du commerce de gros en produits alimentaires, de boissons et de tabac

Ce secteur regroupe les entreprises situées dans la chaîne agroalimentaire entre l'industrie (pour les produits transformés) ou l'agriculture (pour les produits alimentaires non transformés: fruits et légumes frais, par exemple) et la demande alimentaire finale (consommation finale domestique et exportation). Certaines entreprises classées dans ce secteur appartiennent à des groupes de l'industrie agroalimentaire dont elles commercialisent les produits<sup>1</sup>.

Tableau 26

#### Chiffre d'affaires, frais de personnel et excédent brut d'exploitation du commerce en gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac

	2020		2021	
	M€	% CA	M€	% CA
Chiffre d'affaires	107 410	100,0 %	115 054	100,0 %
Valeur ajoutée	13 001	12,1 %	13 846	12,0 %
Frais de personnel	8 203	7,6 %	8 576	7,5 %
Excédent brut d'exploitation	3 718	3,5 %	4 540	3,9 %
Résultat courant avant impôt	3 200	3,0 %	4 063	3,5 %

Source : É sane (Insee)

<sup>1</sup> Jusqu'en 2015. Après 2016, la publication des données É sane, élaborées par l'Insee, par « entreprises » et non plus par « unités légales » a pu entraîner le reclassement de certaines d'entre elles.

## 1.2. Les comptes de la grande distribution

### 1.2.1. Comptes des hypermarchés et des supermarchés

Le secteur des hypermarchés et des supermarchés regroupe des entreprises (au sens d'« unités légales » ou bien au sens nouvellement défini par l'Insee – voir Chapitre 1 – Méthode générale, encadré 1) qui ont des formes très différentes, du fait de la diversité des modes d'organisation. Ainsi, à côté des entreprises constituées d'un seul magasin (ou d'un ensemble de quelques magasins) détenu par un adhérent d'un réseau d'enseigne d'indépendants franchisés, figurent les entreprises du commerce intégré constituées d'un grand nombre de points de vente et incluant la fonction d'achat centralisé.

Les éléments de cadrage présentés pour ce secteur portent sur les entreprises de commerce de type hypermarchés et supermarchés, à l'exclusion des supérettes, magasins multi-commerces et des commerces d'alimentation générale afin de rester homogène avec le champ de l'enquête de l'Observatoire sur les comptes des rayons.

Tableau 27

#### Chiffre d'affaires, frais de personnel et excédent brut d'exploitation des hypermarchés et supermarchés

	2020		2021	
	M€	% CA	M€	% CA
Chiffre d'affaires	220 357	100,0 %	226 232	100,0 %
Valeur ajoutée	33 326	15,1 %	33 289	14,7 %
Frais de personnel	23 282	10,6 %	23 488	10,4 %
Excédent brut d'exploitation	7 244	3,3 %	7 391	3,3 %
Résultat courant avant impôt	2 717	1,2 %	2 480	1,1 %

Source : Ésane (Insee)

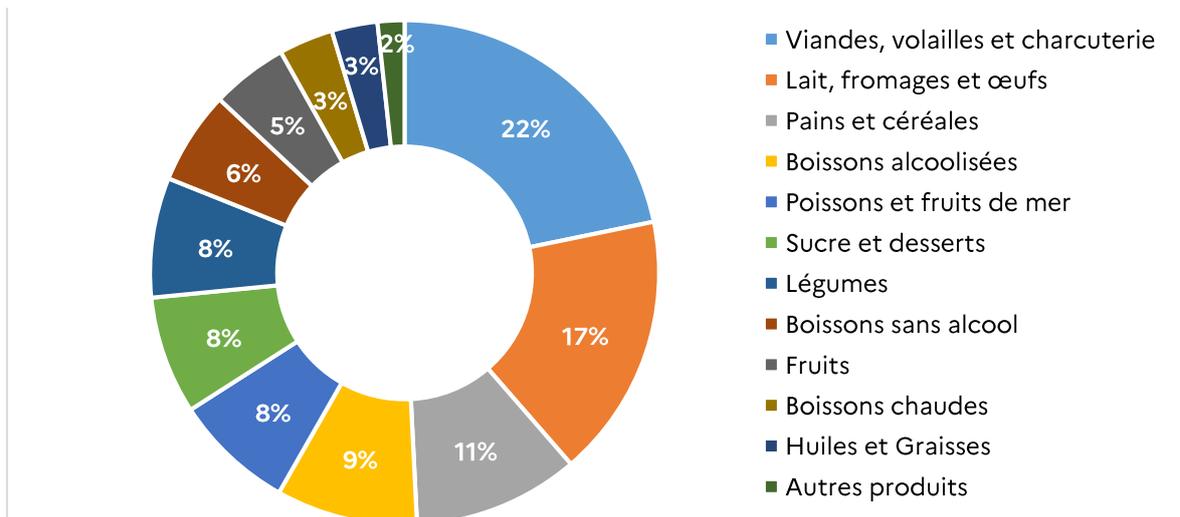
### 1.2.2. Ventes des grandes surfaces alimentaires et dépenses en produits alimentaires et boissons en supermarchés et hypermarchés

D'après l'Insee, « en 2021, les ventes des grande surface d'alimentation générale (hors carburant) se replient (- 2 %), après une année 2020 exceptionnelle (+ 2 %) dans le contexte de crise sanitaire avec restriction d'accès aux magasins de détail. Les conditions de marché restent plus favorables aux supermarchés (stable en volume en 2021, après + 5 % en 2020) qu'aux hypermarchés (- 4 % après - 1 %) qui poursuivent leur baisse d'activité depuis 2017. Selon l'enquête mensuelle (Emagsa), les ventes en valeur de produits alimentaires dans les grandes surfaces alimentaires fléchissent légèrement (- 0,2 % par rapport à 2020), tandis que les ventes de produits non alimentaires progressent (+ 1 %). »

Il est également intéressant de noter que « en 2021, les grandes surfaces d'alimentation générale commercialisent 62 % des produits alimentaires (hors tabac). Leur part de marché recule de 3,5 points par rapport à 2016 en raison du repli des hypermarchés (- 3 points) et dans une moindre mesure des supermarchés (- 0,4 point) ».

Graphique 259

#### Répartition des dépenses en produits alimentaires en supermarchés et hypermarchés en 2022



Source : FranceAgriMer pour OFPM d'après Kantar Worldpanel

## 1.2.3. Comptes du commerce de détail en magasin non spécialisé

Le secteur du « commerce de détail en magasin non spécialisé » comprend les hypermarchés, les supermarchés, les supérettes, les commerces de détail de produits surgelés, les commerces d'alimentation générale et les magasins multi-commerces.

Tableau 28

**Chiffre d'affaires, frais de personnel et excédent brut d'exploitation du commerce de détail en magasin non spécialisé**

	2020		2021	
	M€	% CA	M€	% CA
Chiffre d'affaires	251 972	100,0 %	261 250	100,0 %
Valeur ajoutée	39 193	15,6 %	39 688	15,2 %
Frais de personnel	27 553	10,9 %	28 119	10,8 %
Excédent brut d'exploitation	8 504	2,4 %	8 971	3,4 %
Résultat courant avant impôt	3 043	1,2 %	3 637	1,4 %

Source : Ésane (Insee)

### 1.2.4. Comptes des centrales d'achats des réseaux d'indépendants de la grande distribution

Les centrales d'achats des réseaux d'indépendants de la grande distribution constituent généralement des entreprises distinctes qui sont classées par l'Insee dans un sous-secteur spécifique (centrales d'achats alimentaires) du commerce interentreprises. Ces entreprises, dont l'activité principale est à prédominance alimentaire, peuvent également commercialiser d'autres produits de grande consommation non alimentaire (droguerie, bazar léger...).

Tableau 29

#### Chiffre d'affaires, frais de personnel et excédent brut d'exploitation des centrales d'achats alimentaires

	2020		2021	
	M€	% CA	M€	% CA
Chiffre d'affaires	82 387	100,0 %	85 501	100,0 %
Valeur ajoutée	7 306	8,9 %	7 917	9,3 %
Frais de personnel	2 309	2,8 %	2 377	2,8 %
Excédent brut d'exploitation	878	1,1 %	892	1,0 %
Résultat courant avant impôt	208	0,3 %	537	0,6 %

Source : Ésane (Insee)

Ainsi, le compte de résultat global du secteur fait apparaître :

- un résultat courant rapporté au produit total légèrement positif, car les grosses unités du secteur sont des entreprises à forme coopérative (à but non lucratif) au service de réseaux de distributeurs indépendants (les centrales d'achats régionales des enseignes Système U et E. Leclerc, par exemple) ;
- un faible poids des frais de personnel, certaines fonctions (logistique des entrepôts) pouvant être confiées à des prestataires extérieurs à la centrale d'achats et au groupe de distributeur qui la détient, ou remplies par d'autres entreprises du groupe relevant d'autres secteurs économiques (transports, services logistiques...).

## 2. COMPTES DES RAYONS ALIMENTAIRES FRAIS DES GMS ÉTABLIS PAR L'OBSERVATOIRE

### 2.1. Synthèse des comptes des rayons alimentaires frais des GMS établis par l'Observatoire

Sont ici présentés les résultats issus de l'enquête réalisée directement par l'Observatoire auprès de sept enseignes (Auchan, Carrefour, Casino, Cora, E. Leclerc, Intermarché et Système U) pour sept rayons dans lesquels sont majoritairement vendus les produits et filières suivis par l'Observatoire (boucherie, charcuterie, volailles, produits laitiers, fruits et légumes frais, marée et boulangerie-pâtisserie).

Les résultats moyens toutes enseignes (chiffre d'affaires, marges brute et nette, charges par rayon) sont exprimés en pourcentage du chiffre d'affaires moyen du rayon. Par exemple, le calcul est le suivant pour la marge brute moyenne du rayon des produits laitiers :

$$\begin{aligned} & \text{Marge brute moyenne du rayon produits laitiers (en \% du CA du rayon)} \\ = & \frac{\sum \text{marges brutes des rayons produits laitiers}}{\sum \text{chiffres d'affaires des rayons produits laitiers de toutes les enseignes}} \text{ exprimé en \%} \end{aligned}$$

La marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés (IS) est, par convention, calculée en appliquant un taux moyen d'IS à la marge nette avant répartition de l'IS, que ce solde avant IS soit positif (auquel cas, une part d'IS vient s'ajouter aux charges du rayon) ou négatif (auquel cas, la répartition de l'IS sur ce rayon se traduit par une correction qui vient diminuer les charges totales du rayon). Cette convention assure que la somme des IS affectés à chaque rayon est égale à l'IS tous rayons.

Les sept rayons pour les sept enseignes représentent un chiffre d'affaires global de 41 Md €, en baisse de 0,7 % en 2022, bien que l'inflation alimentaire soit de 5 %. Le rayon des produits laitiers est le premier contributeur au chiffre d'affaires, suivi par les fruits et légumes pour les sept rayons étudiés.

Dans le Tableau 30, sont présentés les résultats pour l'année 2022 et dans le Tableau 31, les variations entre 2021 et 2022.

Entre 2021 et 2022, la marge brute de l'ensemble des rayons étudiés par l'Observatoire a diminué de 0,5 € pour 100 € de chiffre d'affaires, résultant d'une augmentation des coûts d'achat de 0,5 €. Sur les sept rayons étudiés, la part des coûts d'achat augmente dans tous les rayons à l'exception des produits laitiers: - 0,4 € pour 100 € de chiffre d'affaires. La hausse est de 3,6 € pour 100 € de chiffre d'affaires pour la boulangerie-pâtisserie, 1,3 € pour le rayon marée, 1,1 € pour les fruits et légumes, 0,8 € pour 100 € de chiffre d'affaires pour les rayons boucherie et volaille ; enfin la hausse est de 0,4 € pour 100 € de chiffre d'affaires pour la charcuterie.

Les frais de personnel dédié aux différents rayons augmentent de 0,3 € pour 100 € de chiffre d'affaires entre 2021 et 2022 et pour la deuxième année consécutive. Cette hausse se constate dans tous les rayons sauf dans les rayons volaille et boulangerie-pâtisserie pour lesquels ils diminuent. Notons également que les frais de personnel restent quasi-stables dans le rayon fruits et légumes (+ 0,1 €).

Les autres charges directes du rayon sont stables, ainsi que les charges communes réparties.

Au final, la marge nette avant impôt sur les sociétés est en diminution quel que soit le rayon suivi. Pour l'ensemble des rayons, la baisse est de 1,0 € pour 100 € de chiffre d'affaires. La plus forte baisse est observée dans le rayon marée (- 3,1 € pour 100 € de CA), alors qu'elle est la plus contenue dans le rayon produits laitiers (- 0,4 € pour 100 € de chiffre d'affaires).

Tableau 30

## Comptes moyens des rayons alimentaires en GMS en 2022 pour 100 € de chiffre d'affaires

		Boucherie	Charcuterie	Volailles	Produits laitiers	Fruits et légumes	Marée	Boulangerie Pâtisserie	Ensemble des rayons étudiés
Chiffre d'affaires		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Coût d'achat des ventes		73,6	66,5	71,8	76,3	70,0	74,1	48,0	70,7
<b>Marge brute (marge commerciale)</b>		<b>26,4</b>	<b>33,5</b>	<b>28,2</b>	<b>23,7</b>	<b>30,0</b>	<b>25,9</b>	<b>52,0</b>	<b>29,3</b>
CHARGES DIRECTES DU RAYON	<b>Frais de personnel dédié du rayon</b>	<b>12,7</b>	<b>7,6</b>	<b>3,1</b>	<b>4,4</b>	<b>7,3</b>	<b>13,8</b>	<b>30,1</b>	<b>9,1</b>
	<b>Marge semi-nette</b>	<b>13,8</b>	<b>25,9</b>	<b>25,0</b>	<b>19,3</b>	<b>22,7</b>	<b>12,1</b>	<b>21,8</b>	<b>20,2</b>
	Approvisionnements et fournitures	0,4	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,9	0,2
	Eau, gaz, électricité	0,7	0,5	0,8	0,5	0,4	0,9	1,5	0,6
	Frais sur matériels et équipements	0,7	1,1	0,8	0,9	1,0	1,1	2,0	1,0
	Taxes, cotisations et redevances	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4
	Autres charges du rayon	0,5	0,5	0,4	0,6	1,0	0,9	0,5	0,7
	<b>Sous-total : autres charges directes</b>	<b>2,8</b>	<b>2,7</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>	<b>3,1</b>	<b>3,7</b>	<b>5,4</b>	<b>3,0</b>
CHARGES COMMUNES REPARTIES	Immobilier	1,6	1,5	1,3	1,6	1,9	1,6	2,4	1,7
	Frais de personnel hors rayon	5,9	5,5	4,5	5,4	5,3	6,5	9,6	5,8
	Frais financiers	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1
	Autres charges communes	6,6	7,9	8,6	9,2	8,4	6,9	9,8	8,2
	<b>Sous-total : charges communes</b>	<b>14,2</b>	<b>15,0</b>	<b>14,5</b>	<b>16,3</b>	<b>15,8</b>	<b>15,1</b>	<b>21,9</b>	<b>15,8</b>
	<b>Marge nette avant répartition de l'IS</b>	<b>-3,3</b>	<b>8,2</b>	<b>8,1</b>	<b>0,5</b>	<b>3,7</b>	<b>-6,6</b>	<b>-5,4</b>	<b>1,4</b>
Répartition de l'impôt sur les sociétés		-1,1	2,7	2,7	0,2	1,2	-2,2	-1,8	0,5
<b>Marge nette après répartition de l'IS</b>		<b>-2,2</b>	<b>5,5</b>	<b>5,4</b>	<b>0,3</b>	<b>2,5</b>	<b>-4,4</b>	<b>-3,6</b>	<b>0,9</b>

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

La grande distribution est « multi-produit », et son approche de la rentabilité globale tous rayons. Cette approche en termes de marge nette ne devrait pas être interprétée en termes de « rentabilité » absolue du rayon : un rayon donné, même à marge nette négative, peut contribuer à l'attractivité du magasin et à la fréquentation des autres rayons, donc à la marge nette de l'ensemble (cf. point 2.2.1. Chapitre 1. Méthode générale).

Tableau 31

**Variations annuelles des comptes moyens des rayons alimentaires en GMS**

En € pour 100 € de chiffre d'affaires

		Boucherie	Charcuterie	Volailles	Produits laitiers	Fruits et légumes	Marée	Boulangerie Pâtisserie	Ensemble des rayons étudiés
Coût d'achat des ventes		0,8	0,4	0,8	-0,4	1,1	1,3	3,6	0,5
<b>Marge brute (marge commerciale)</b>		<b>-0,8</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,8</b>	<b>0,4</b>	<b>-1,1</b>	<b>-1,3</b>	<b>-3,6</b>	<b>-0,5</b>
CHARGES DIRECTES DU RAYON	Frais de personnel dédié du rayon	0,3	0,6	-0,4	0,2	0,1	1,2	-1,7	0,3
	<b>Marge semi-nette</b>	<b>-1,1</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,1</b>	<b>-1,2</b>	<b>-2,4</b>	<b>-1,9</b>	<b>-0,8</b>
	Autres charges directes du rayon	0,2	0,0	0,1	0,1	0,0	0,3	0,5	0,1
CHARGES COMMUNES REPARTIES	Charges communes réparties	0,0	0,4	0,3	0,5	-0,5	0,3	-1,0	0,1
	<b>Marge nette avant répartition de l'IS</b>	<b>-1,2</b>	<b>-1,4</b>	<b>-0,8</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,6</b>	<b>-3,1</b>	<b>-1,4</b>	<b>-1,0</b>

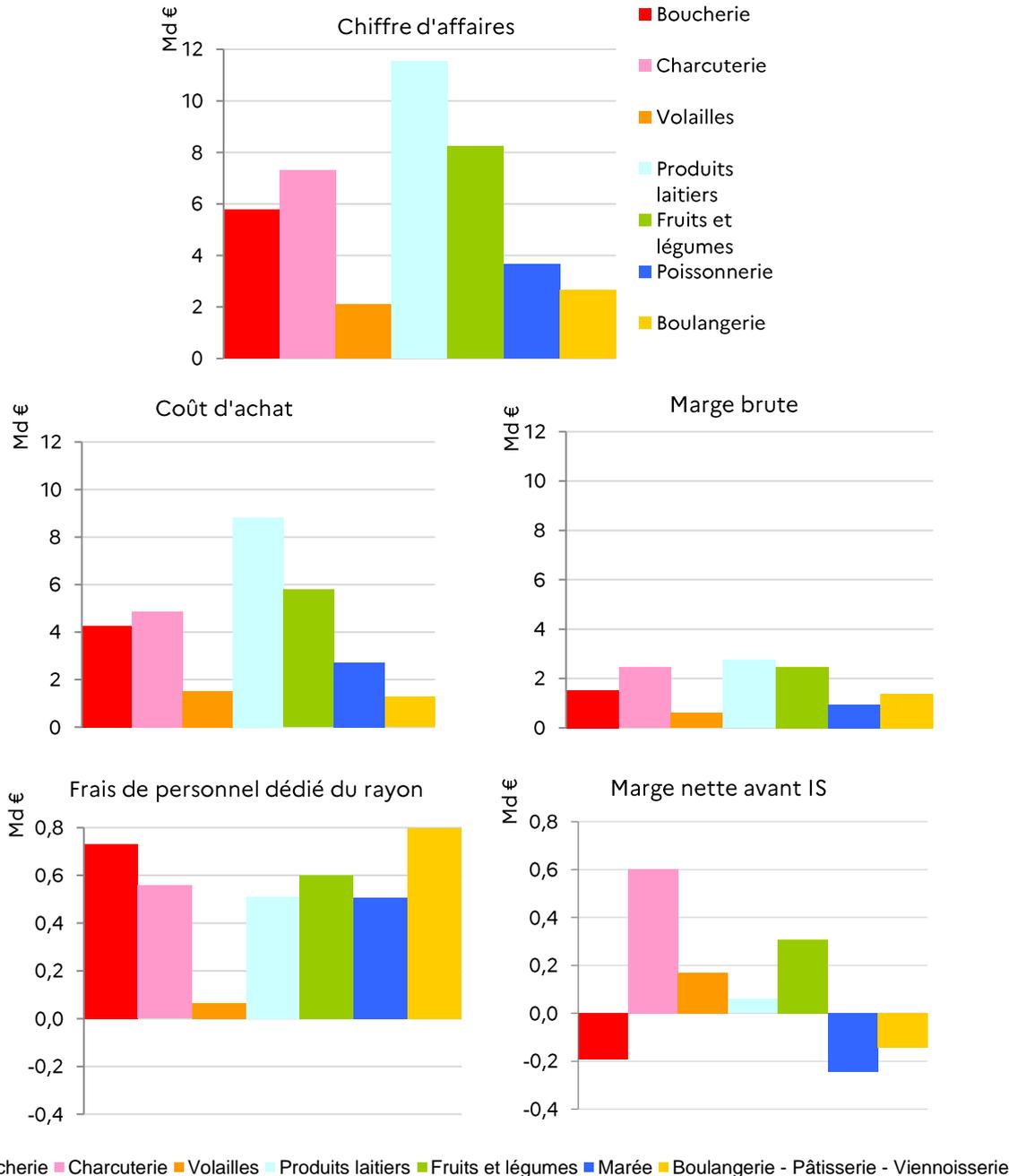
Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Le Graphique 260 donne la contribution, en valeur, de chacun des rayons étudiés pour le chiffre d'affaires, les coûts d'achats, la marge brute, les frais de personnel dédié au rayon et la marge nette.

En valeur, le premier contributeur au chiffre d'affaires est le rayon des produits laitiers, suivi par les fruits et légumes, puis la charcuterie et la boucherie. La hiérarchie est la même au niveau des quatre premiers rayons pour les coûts d'achat et la marge brute. Toutefois, le poids des achats supérieur dans la boucherie entraîne une marge brute sensiblement inférieure aux trois autres. Les frais de personnel dédiés au rayon, plus élevés dans les rayons dits traditionnels (boucherie, boulangerie et marée), entraînent des marges nettes négatives, une fois toutes les charges déduites, dans ces trois rayons. Quant à lui, le rayon charcuterie, qui comprend également des produits élaborés de volaille, est le premier contributeur à la marge nette, suivi par les fruits et légumes.

Graphique 260

**Contribution des rayons étudiés dans les enseignes en 2022**  
(en milliards d'euros)



Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

La grande distribution est « multi-produit », et son approche de la rentabilité globale tous rayons. Cette approche en termes de marge nette ne devrait pas être interprétée en termes de « rentabilité » absolue du rayon : un rayon donné, même à marge nette négative, peut contribuer à l'attractivité du magasin et à la fréquentation des autres rayons, donc à la marge nette de l'ensemble.

## 2.2. Détails des comptes des rayons alimentaires frais des GMS établis par l'Observatoire de 2012 à 2022

Tableau 32

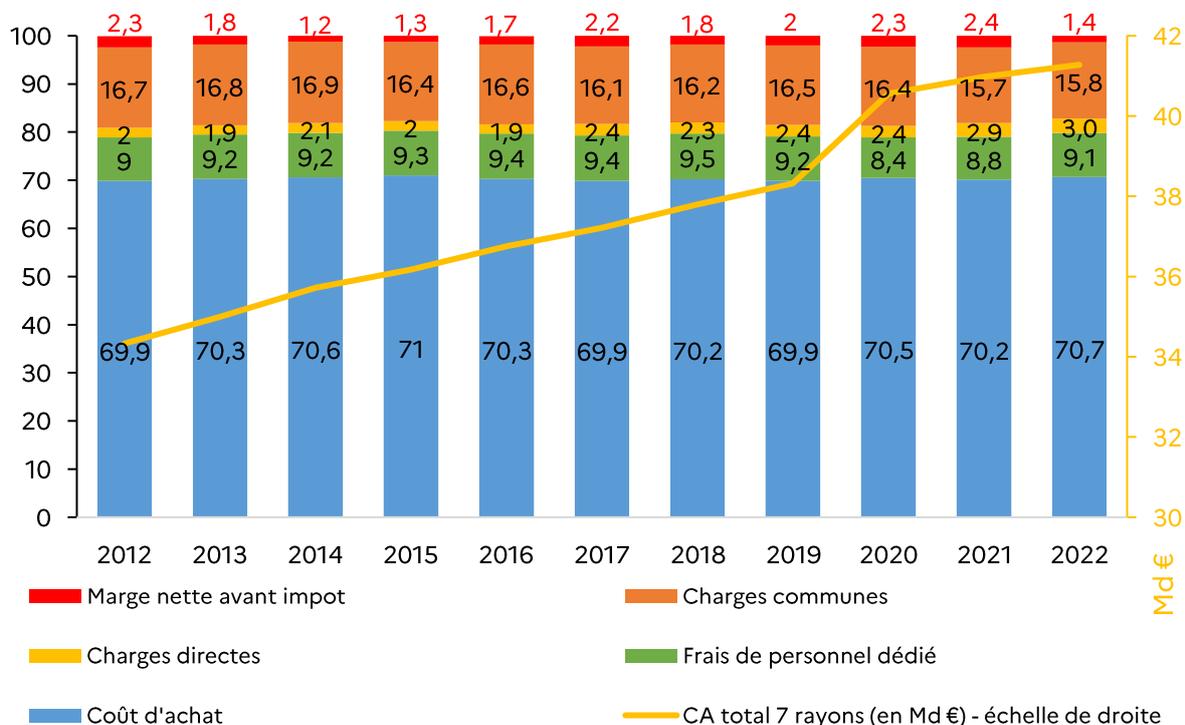
### Comptes moyens des rayons alimentaires en GMS de 2012 à 2022 pour 100 € de chiffre d'affaires Pour l'ensemble des rayons étudiés

	Ensemble des rayons étudiés										
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Chiffre d'affaires	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Coût d'achat des ventes	69,9	70,3	70,6	71,0	70,3	69,9	70,2	69,9	70,5	70,2	70,7
<b>Marge brute (marge commerciale)</b>	<b>30,1</b>	<b>29,7</b>	<b>29,4</b>	<b>29,0</b>	<b>29,7</b>	<b>30,1</b>	<b>29,8</b>	<b>30,1</b>	<b>29,5</b>	<b>29,8</b>	<b>29,3</b>
Frais de personnel dédié du rayon	9,0	9,2	9,2	9,3	9,4	9,4	9,5	9,2	8,4	8,8	9,1
<b>Marge semi-nette</b>	<b>21,1</b>	<b>20,5</b>	<b>20,2</b>	<b>19,7</b>	<b>20,3</b>	<b>20,7</b>	<b>20,3</b>	<b>20,9</b>	<b>21,1</b>	<b>21,0</b>	<b>20,2</b>
Autres charges réparties	18,7	18,7	19,0	18,9	18,5	18,5	18,5	18,9	18,8	18,6	18,8
<b>Marge nette avant répartition de l'IS</b>	<b>2,3</b>	<b>1,8</b>	<b>1,2</b>	<b>1,3</b>	<b>1,7</b>	<b>2,2</b>	<b>1,8</b>	<b>2,0</b>	<b>2,3</b>	<b>2,4</b>	<b>1,4</b>
Impôt sur les sociétés	0,8	0,7	0,4	0,5	0,6	0,7	0,6	0,7	0,7	0,8	0,5
<b>Marge nette après répartition de l'IS</b>	<b>1,5</b>	<b>1,1</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>1,1</b>	<b>1,5</b>	<b>1,2</b>	<b>1,3</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>0,9</b>

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 261

### Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon de 2012 à 2022 Moyenne toutes enseignes pour l'ensemble des rayons étudiés pour 100 € de chiffre d'affaires



Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

### **3. COMPTES PAR RAYONS ALIMENTAIRES FRAIS DES GMS ÉTABLIS PAR L'OBSERVATOIRE**

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon est présentée dans le chapitre 1. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes utilisés.

#### **3.1. Comptes du rayon boucherie des GMS**

##### **3.1.1. Le rayon boucherie par rapport aux autres rayons étudiés**

Le rayon boucherie comprend la viande fraîche, hors volaille, crue ou peu élaborée, vendue en libre-service (UVCI et UVCM) ou à la coupe.

Il fait partie des trois rayons ayant une marge nette négative (avec la boulangerie et la marée). La marge nette du rayon après affectation des charges communes est négative.

##### **3.1.2. De la marge brute à la marge nette du rayon boucherie**

Le rayon boucherie présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 26,4%. Ce taux est inférieur de 2,9 points à la moyenne des rayons étudiés. C'est, avec les produits laitiers et la marée, un des trois rayons ayant la plus grande part de coût d'achats dans le chiffre d'affaires. Cela s'explique en partie, probablement, en raison des pertes ou freintes en rayon, dues à la préparation des produits et à leur périssabilité. S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié assez importants, relativement au chiffre d'affaires. Ils s'élèvent à 12,7 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Ces frais sont liés à la préparation des articles pour la vente: découpe, l'élaboration de portions préemballées pour le libre-service ainsi qu'à la pratique de la vente assistée traditionnelle dans certains hypermarchés. Dans l'ordre décroissant de ce critère, le rayon se classe au 3<sup>e</sup> rang après les rayons marée et boulangerie-pâtisserie-viennoiserie.

La marge nette avant impôt est négative, de - 3,3 %.

##### **3.1.3. Détail des charges du rayon boucherie**

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte directement 15,5 € de charges spécifiques, contre 12,1 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon boucherie comprennent 12,7 € de frais de personnel dédié (contre 9,1 € en moyenne tous rayons) et 2,8 € d'autres coûts directs, équivalents à la moyenne des rayons étudiés. Ils recouvrent les approvisionnements spécifiques (emballages), les fluides (poste important pour un rayon réfrigéré), les frais sur les matériels et équipements spécifiques (réfrigération). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties (hors répartition de l'impôt sur les sociétés), dont le poids dans le chiffre d'affaires (14,2 €) est inférieur à la moyenne tous rayons étudiés (15,8 €).

Au total, le rayon supporte 29,7 € de charges (avant répartition de l'IS et en sus du coût d'achat des produits) pour 100 € de CA, soit un poids supérieur à la moyenne tous rayons (27,9 €) pour 100 € de chiffre d'affaires, mais elles s'imputent sur une marge brute plus faible.

Tableau 33

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 :  
Moyennes toutes enseignes pour le rayon boucherie**

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Boucherie		Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne (*)
	2022	2021	
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	73,6	72,8	
<b>Marge brute</b>	<b>26,4</b>	<b>27,2</b>	Sensiblement dispersées
Frais de personnel du rayon	12,7	12,4	Sensiblement Dispersées
<b>Marge semi-nette</b>	<b>13,8</b>	<b>14,8</b>	
Autres charges	17,1	16,9	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>- 3,3</b>	<b>- 2,1</b>	
Impôt sur les sociétés	- 1,1	- 0,7	
<b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>- 2,2</b>	<b>- 1,4</b>	Extrêmement dispersés, +/- 5 €

(\*) ce nombre est « l'écart moyen absolu », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « en valeur absolue », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « l'écart moyen absolu ».

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Tableau 34

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 :  
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie pour 100 € de CA**

	Boucherie		
	2022	2021	
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	12,7	12,4
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,4	0,4
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,7	0,6
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,7	0,8
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,5	0,4
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,5	0,4
	<b>Sous-total : charges directes du rayon</b>	<b>15,5</b>	<b>15,0</b>
Charges communes réparties	Immobilier	1,6	1,7
	Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins)	5,9	5,9
	Frais financiers	0,1	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	5,9	5,8
	Impôts et taxes hors IS	0,8	0,8
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	- 1,1	- 0,7
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>	<b>13,1</b>	<b>13,6</b>
<b>Total des charges imputées au rayon</b>	<b>28,7</b>	<b>28,6</b>	

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes communes plus précises. On y trouve notamment les cotisations des magasins de réseaux indépendants destinées à financer le fonctionnement et les investissements de leurs structures centrales (lorsque la répartition par type de charge et la réaffectation dans les autres lignes n'a pas été possible), des frais de publicité, des dépenses de sous-traitance (sécurité et entretien des magasins, par exemple)...

## 3.1.4. Détail des comptes du rayon boucherie des GMS établis par l'Observatoire de 2012 à 2022

Tableau 35

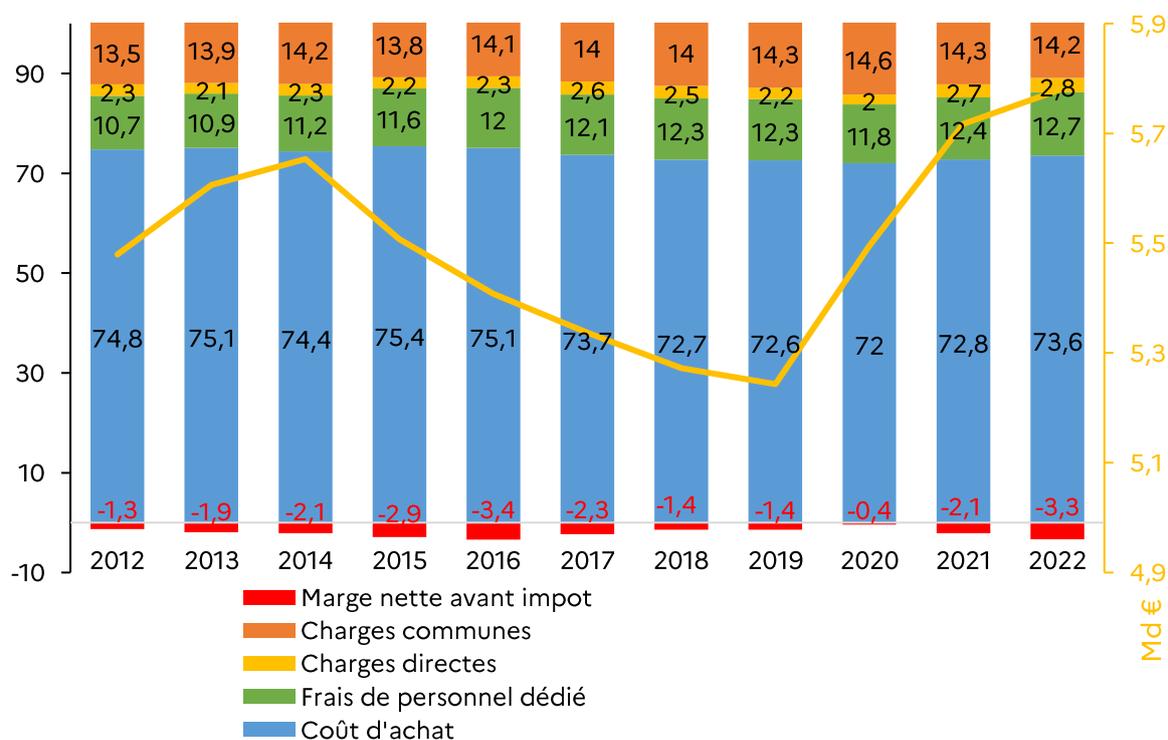
Comptes moyens du rayon boucherie de 2012 à 2022  
pour 100 € de chiffre d'affaires

	Boucherie										
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Chiffre d'affaires	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Coût d'achat des ventes	74,8	75,1	74,4	75,4	75,1	73,7	72,7	72,6	72,0*	72,8	73,6
<b>Marge brute (marge commerciale)</b>	<b>25,2</b>	<b>24,9</b>	<b>25,6</b>	<b>24,6</b>	<b>24,9</b>	<b>26,3</b>	<b>27,3</b>	<b>27,4</b>	<b>28,0</b>	<b>27,2</b>	<b>26,4</b>
Frais de personnel dédié du rayon	10,7	10,9	11,2	11,6	12,0	12,1	12,3	12,3	11,8	12,4	12,7
<b>Marge semi-nette</b>	<b>14,5</b>	<b>14,0</b>	<b>14,4</b>	<b>13</b>	<b>12,9</b>	<b>14,2</b>	<b>15,0</b>	<b>15,1</b>	<b>16,2</b>	<b>14,8</b>	<b>13,8</b>
Autres charges réparties	15,8	15,9	16,5	16	16,4	16,6	16,5	16,5	16,6	16,9	17,1
<b>Marge nette avant répartition de l'IS</b>	<b>-1,3</b>	<b>-1,9</b>	<b>-2,1</b>	<b>-2,9</b>	<b>-3,4</b>	<b>-2,3</b>	<b>-1,4</b>	<b>-1,4</b>	<b>-0,4</b>	<b>-2,1</b>	<b>-3,3</b>
Impôt sur les sociétés	-0,5	-0,7	-0,8	-1,1	-1,2	-0,8	-0,5	-0,5	-0,1	-0,7	-1,1
<b>Marge nette après répartition de l'IS</b>	<b>-0,8</b>	<b>-1,2</b>	<b>-1,3</b>	<b>-1,8</b>	<b>-2,2</b>	<b>-1,5</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,3</b>	<b>-1,4</b>	<b>-2,2</b>

\* : donnée estimée par l'OFPM pour une enseigne en 2020

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 262

Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon boucherie de 2012 à 2022  
Moyenne toutes enseignes pour le rayon boucherie pour 100 € de chiffre d'affaires

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

## 3.2. Comptes du rayon charcuterie des GMS

### 3.2.1. Les rayons charcuterie par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon charcuterie comprend les jambons cuits (de porc ou de volaille) et les épaules vendus en libre-service (UVCI et UVCM) ou à la coupe, ainsi que les produits élaborés à base de porc ou de volaille.

Il vient au 1<sup>er</sup> rang des rayons étudiés classés dans l'ordre décroissant du taux de marge nette (devant le rayon volailles).

### 3.2.2. De la marge brute à la marge nette dans les rayons charcuterie

Le rayon charcuterie présente un taux de marge brute élevé, 33,5 % du chiffre d'affaires, soit 4,2 points de plus que celle de la moyenne des rayons étudiés. L'activité de préparation des produits concerne le rayon charcuterie à la coupe, qui représente 23 % des volumes vendus, contre 77 % pour le libre-service (respectivement 27 % et 73 % en valeur) selon les données du panel Kantar (2022), une partie du libre-service peut être approvisionnée en portions-consommateur élaborées par le rayon à la coupe. Il en résulte que les frais de personnel dédié à ce rayon, rapportés à son chiffre d'affaires, bien que plus faibles qu'en boucherie, représentent néanmoins en moyenne 7,6 € pour 100 € de CA en 2022.

La marge semi-nette est ainsi de 25,9 € en moyenne pour 100 € de CA, supérieure aux autres charges (17,7 €). La répartition des charges communes laisse donc une marge nette de 8,2 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires (avant réaffectation de l'IS).

Tableau 36

#### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 : Moyennes toutes enseignes pour les rayons charcuterie

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Charcuterie		
	2022	2021	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne (*)
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	66,5	66,1	
<b>Marge brute</b>	<b>33,5</b>	<b>33,9</b>	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	7,6	7,0	Dispersées
<b>Marge semi-nette</b>	<b>25,9</b>	<b>26,9</b>	
Autres charges	17,7	17,2	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>8,2</b>	<b>9,7</b>	
Impôt sur les sociétés	2,7	3,2	
<b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>5,5</b>	<b>6,4</b>	Fortement dispersées, +/- 2,8 €

(\*) ce nombre est « l'écart moyen absolu », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « en valeur absolue », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « l'écart moyen absolu ».

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

### 3.2.3. Détail des charges par rayon charcuterie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon charcuterie supporte 10,3 € de charges directes contre 12,1 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques comprennent 7,6 € de frais de personnel dédié (contre 9,1 € en moyenne tous rayons étudiés) et 2,7 € d'autres coûts directs. Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, d'un poids dans le chiffre d'affaires (15,0 %) inférieure à la moyenne tous rayons (15,8 %).

Au total, le rayon supporte 25,3 € de charges (avant répartition de l'IS et en sus du coût d'achat des produits) pour 100 € de CA, soit un poids inférieur à la moyenne tous rayons (27,9 € pour 100 € de chiffre d'affaires), et s'impute sur une marge brute nettement plus élevée.

Tableau 37

#### Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 : Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie et charcuterie pour 100 € de CA

		Charcuterie	
		2022	2021
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	7,6	7,0
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,1	0,1
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,5	0,5
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	1,1	1,1
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,4	0,4
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,5	0,5
	<b>Sous-total : charges directes du rayon</b>	<b>10,3</b>	<b>9,7</b>
Charges communes réparties	Immobilier	1,5	1,5
	Personnel hors rayon	5,5	5,4
	Frais financiers	0,1	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	7,3	6,9
	Impôts et taxes hors IS	0,6	0,6
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	2,7	3,2
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>	<b>17,7</b>	<b>17,8</b>
<b>Total des charges imputées au rayon</b>	<b>28,0</b>	<b>27,5</b>	

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes communes plus précises. On y trouve notamment les cotisations des magasins de réseaux indépendants destinées à financer le fonctionnement et les investissements de leurs structures centrales (lorsque la répartition par type de charge et la réaffectation dans les autres lignes n'a pas été possible), des frais de publicité, des dépenses de sous-traitance (sécurité et entretien des magasins, par exemple)...

### 3.2.4. Détail des comptes du rayon charcuterie des GMS établis par l'Observatoire de 2012 à 2022

Tableau 38

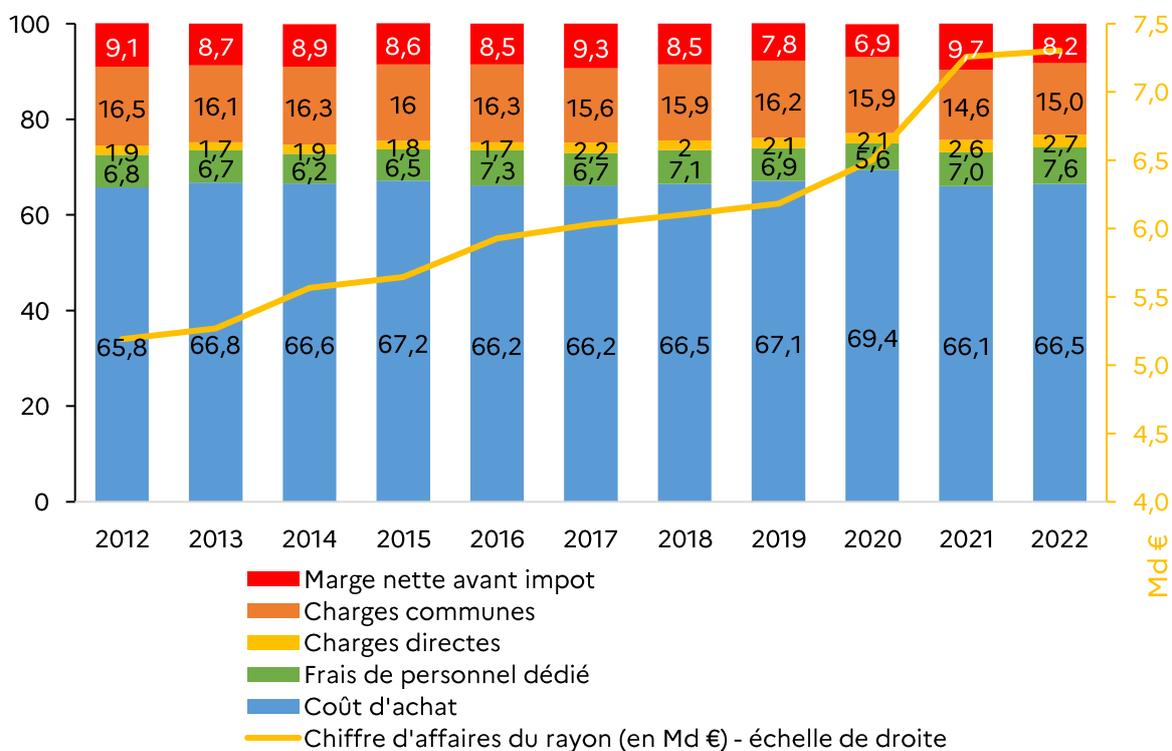
#### Comptes moyens du rayon charcuterie de 2012 à 2021 pour 100 € de chiffre d'affaires

	Charcuterie									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Chiffre d'affaires	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Coût d'achat des ventes	65,8	66,8	66,6	67,2	66,2	66,2	66,5	67,1	69,4	66,1
<b>Marge brute (marge commerciale)</b>	<b>34,2</b>	<b>33,2</b>	<b>33,4</b>	<b>32,8</b>	<b>33,8</b>	<b>33,8</b>	<b>33,5</b>	<b>32,9</b>	<b>30,6</b>	<b>33,9</b>
Frais de personnel dédié du rayon	6,8	6,7	6,2	6,5	7,3	6,7	7,1	6,9	5,6	7,0
<b>Marge semi-nette</b>	<b>27,4</b>	<b>26,5</b>	<b>27,2</b>	<b>26,3</b>	<b>26,5</b>	<b>27,1</b>	<b>26,4</b>	<b>26,0</b>	<b>25,0</b>	<b>26,9</b>
Autres charges réparties	18,4	17,8	18,2	17,8	18,0	17,8	17,9	18,2	18,1	17,2
<b>Marge nette avant répartition de l'IS</b>	<b>9,1</b>	<b>8,7</b>	<b>8,9</b>	<b>8,6</b>	<b>8,5</b>	<b>9,3</b>	<b>8,5</b>	<b>7,8</b>	<b>6,9</b>	<b>9,7</b>
Impôt sur les sociétés	3,3	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	2,9	2,6	2,3	3,2
<b>Marge nette après répartition de l'IS</b>	<b>5,8</b>	<b>5,5</b>	<b>5,7</b>	<b>5,5</b>	<b>5,4</b>	<b>6,2</b>	<b>5,6</b>	<b>5,2</b>	<b>4,6</b>	<b>6,4</b>

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 263

#### Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon charcuterie de 2012 à 2022 Moyenne toutes enseignes pour le rayon charcuterie pour 100 € de chiffre d'affaires



Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

### 3.3. Comptes du rayon volailles des GMS

#### 3.3.1. Le rayon volailles par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon volailles comprend la volaille fraîche et le lapin, crus ou peu élaborés, vendus en libre-service (UVCI et UVCM), à la coupe ou en rôtisserie. Les produits élaborés, vendus en charcuterie, ne sont pas compris dans ce rayon. C'est le plus « petit » des rayons étudiés en termes de chiffre d'affaires.

Ce rayon contribue à 15 % de la marge nette avant IS positive totale.

#### 3.3.2. De la marge brute à la marge nette du rayon volailles

Le rayon volailles présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 28,2 %. Ce taux est légèrement inférieur à la moyenne des rayons étudiés (-1,1 points). S'imputent sur cette marge brute des frais de personnel dédié peu importants. Ils sont relativement faibles du fait que ce rayon est principalement en libre-service d'UVCI.

La marge semi-nette est ainsi de 25,0 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires, nettement supérieure aux autres charges (17,0 €). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette positive, de 8,1 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés.

Tableau 39

#### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon volailles

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Volailles		Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne (*)
	2022	2021	
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	71,8	71,1	
<b>Marge brute</b>	<b>28,2</b>	<b>28,9</b>	sensiblement dispersées
Frais de personnel du rayon	3,1	3,5	dispersées
<b>Marge semi-nette</b>	<b>25,0</b>	<b>25,4</b>	
Autres charges	17,0	16,6	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>8,1</b>	<b>8,8</b>	
Impôt sur les sociétés	2,7	2,9	
<b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>5,4</b>	<b>5,9</b>	dispersées, +/- 2,5 €

(\*) ce nombre est « l'écart moyen absolu », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « en valeur absolue », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « l'écart moyen absolu ».

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

### 3.3.3. Détail des charges du rayon volailles

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon volailles supporte 5,6 € de charges spécifiques, contre 12,1 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, dont le poids dans le chiffre d'affaires (14,5 €) est inférieur à la moyenne tous rayons étudiés (15,8 €).

Au total, le rayon supporte 20,1 € de charges pour 100 € de chiffre d'affaires (avant répartition de l'impôt sur les sociétés et hors achat des produits), rapport faible plaçant le rayon volailles au premier rang des rayons étudiés dans l'ordre croissant pour ce critère. Ces charges s'imputent sur une marge brute (28,2 €) légèrement inférieure de près d'un euro pour 100 € de chiffre d'affaires à la moyenne tous rayons.

Tableau 40

#### Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon volailles pour 100 € de CA

		Volailles	
		2022	2021
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	3,1	3,5
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,1	0,1
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,8	0,8
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,8	0,8
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,4	0,4
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,4	0,4
	<b>Sous-total : charges directes du rayon</b>	<b>5,6</b>	<b>6,0</b>
Charges communes réparties	Immobilier	1,3	1,2
	Personnel hors rayon (en magasin)	4,5	4,6
	Frais financiers	0,1	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	8,0	7,6
	Impôts et taxes hors IS	0,6	0,6
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	2,7	2,9
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>	<b>17,2</b>	<b>17,1</b>
<b>Total des charges imputées au rayon</b>		<b>22,8</b>	<b>23,1</b>

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes communes plus précises. On y trouve notamment les cotisations des magasins de réseaux indépendants destinées à financer le fonctionnement et les investissements de leurs structures centrales (lorsque la répartition par type de charge et la réaffectation dans les autres lignes n'a pas été possible), des frais de publicité, des dépenses de sous-traitance (sécurité et entretien des magasins, par exemple)...

## 3.3.4. Détail des comptes du rayon volaille des GMS établis par l'Observatoire de 2012 à 2022

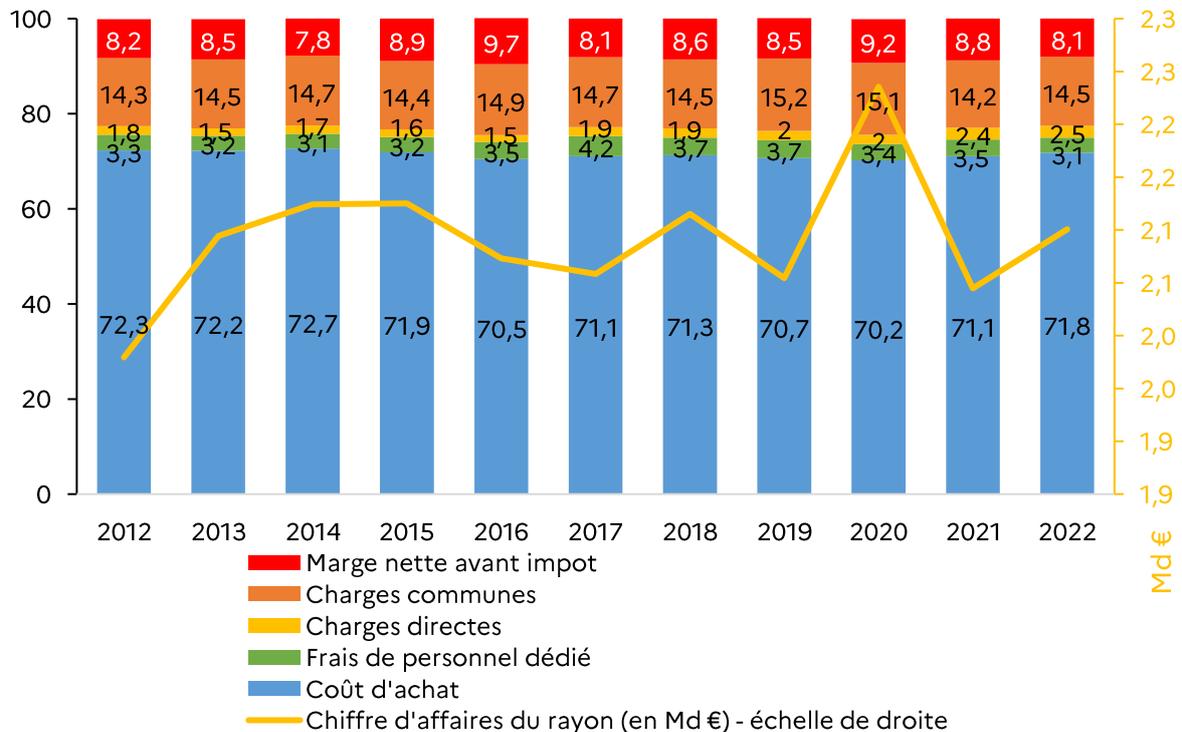
Tableau 41

Comptes moyens du rayon volaille de 2012 à 2022  
pour 100 € de chiffre d'affaires

	Volaille										
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Chiffre d'affaires	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Coût d'achat des ventes	72,3	72,2	72,7	71,9	70,5	71,1	71,3	70,7	70,2	71,1	71,8
<b>Marge brute (marge commerciale)</b>	<b>27,7</b>	<b>27,8</b>	<b>27,3</b>	<b>28,1</b>	<b>29,5</b>	<b>28,9</b>	<b>28,7</b>	<b>29,3</b>	<b>29,8</b>	<b>28,9</b>	<b>28,2</b>
Frais de personnel dédié du rayon	3,3	3,2	3,1	3,2	3,5	4,2	3,7	3,7	3,4	3,5	3,1
<b>Marge semi-nette</b>	<b>24,4</b>	<b>24,6</b>	<b>24,2</b>	<b>24,9</b>	<b>26,0</b>	<b>24,7</b>	<b>25,0</b>	<b>25,6</b>	<b>26,4</b>	<b>25,4</b>	<b>25,0</b>
Autres charges réparties	16,1	16,1	16,4	16,0	16,4	16,6	16,4	17,2	17,1	16,6	17,0
<b>Marge nette avant répartition de l'IS</b>	<b>8,2</b>	<b>8,5</b>	<b>7,8</b>	<b>8,9</b>	<b>9,7</b>	<b>8,1</b>	<b>8,6</b>	<b>8,5</b>	<b>9,2</b>	<b>8,8</b>	<b>8,1</b>
Impôt sur les sociétés	2,9	3,1	2,8	3,2	3,5	2,7	2,9	2,8	3,1	2,9	2,7
<b>Marge nette après répartition de l'IS</b>	<b>5,3</b>	<b>5,4</b>	<b>5,0</b>	<b>5,7</b>	<b>6,2</b>	<b>5,4</b>	<b>5,7</b>	<b>5,7</b>	<b>6,1</b>	<b>5,9</b>	<b>5,4</b>

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 264

Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon volaille de 2012 à 2022  
Moyenne toutes enseignes pour le rayon volaille pour 100 € de chiffre d'affaires

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

### 3.4. Comptes du rayon produits laitiers des GMS

#### 3.4.1. Le rayon des produits laitiers par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon produits laitiers comprends les produits laitiers frais vendus en libre-service (UVCI et UVCM) ou à la coupe. Ce sont des produits à base de lait de vache, de chèvre et de brebis, mais aussi à base de soja commercialisés dans le rayon des produits laitiers frais.

C'est le plus important des rayons étudiés en termes de chiffre d'affaires. Il contribue à 5 % de la marge nette positive.

#### 3.4.2. De la marge brute à la marge nette du rayon des produits laitiers

Le rayon des produits laitiers présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 23,7 % en 2022, inférieure à la moyenne. S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié rapportés au chiffre d'affaires inférieurs à la moyenne. Ils s'élèvent à 4,4 € pour 100 € de chiffre d'affaires (9,1 € tous rayons étudiés confondus). Dans l'ordre croissant de ce critère, le rayon se classe au deuxième rang, juste après le rayon volailles. Ainsi, la marge semi-nette est de 19,3 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires. S'y imputent les autres charges du rayon à hauteur de 2,5 € (3,0 € tous rayons confondus) ainsi que les charges communes répartis pour 16,3 € (légèrement supérieures à la moyenne tous rayons confondus). Ce qui conduit donc à une marge nette de 0,5 € avant impôt sur les sociétés.

Tableau 42

#### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon des produits laitiers

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Produits laitiers		
	2022	2021	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne (*)
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	76,3	76,6	
<b>Marge brute</b>	<b>23,7</b>	<b>23,4</b>	Sensiblement dispersées
Frais de personnel du rayon	4,4	4,2	Sensiblement dispersées
<b>Marge semi-nette</b>	<b>19,3</b>	<b>19,1</b>	
Autres charges	18,8	18,2	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>0,5</b>	<b>0,9</b>	
Impôt sur les sociétés	0,2	0,3	
<b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>0,3</b>	<b>0,6</b>	Extrêmement dispersées, +/- 2,4 €

(\*) ce nombre est « l'écart moyen absolu », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « en valeur absolue », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « l'écart moyen absolu ».

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

## 3.4.3. Détail des charges du rayon des produits laitiers

Pour 100€ de chiffre d'affaires, le rayon des produits laitiers supporte directement 6,9€ de charges spécifiques, contre 12,1€ pour la moyenne tous rayons étudiées. Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, dont le poids dans le chiffre d'affaires (16,3€) est supérieur à la moyenne tous rayons étudiés (15,8€).

Au total, le rayon supporte 23,2€ de charges pour 100€ de chiffre d'affaires (avant répartition de l'IS et hors achat des produits), rapport assez faible, plaçant le rayon des produits laitiers deuxième des rayons étudiés dans l'ordre croissant de ce critère, après le rayon volailles.

Tableau 43

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 :  
Moyennes toutes enseignes du rayon produits laitiers pour 100 € de CA**

		Produits laitiers	
		2022	2021
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	4,4	4,2
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,1	0,1
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,5	0,4
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,9	0,9
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,4	0,4
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,6	0,6
	<b>Sous-total : charges directes du rayon</b>	<b>6,9</b>	<b>6,6</b>
Charges communes réparties	Immobilier	1,6	1,6
	Personnel hors rayon (en magasin)	5,4	5,2
	Frais financiers	0,1	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	8,5	8,2
	Impôts et taxes hors IS	0,7	0,7
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	0,2	0,3
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>	<b>16,5</b>	<b>16,1</b>
<b>Total des charges imputées au rayon</b>		<b>23,4</b>	<b>22,8</b>

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes communes plus précises. On y trouve notamment les cotisations des magasins de réseaux indépendants destinées à financer le fonctionnement et les investissements de leurs structures centrales (lorsque la répartition par type de charge et la réaffectation dans les autres lignes n'a pas été possible), des frais de publicité, des dépenses de sous-traitance (sécurité et entretien des magasins, par exemple)...

## 3.4.4. Détail des comptes du rayon produits laitiers des GMS établis par l'Observatoire de 2012 à 2022

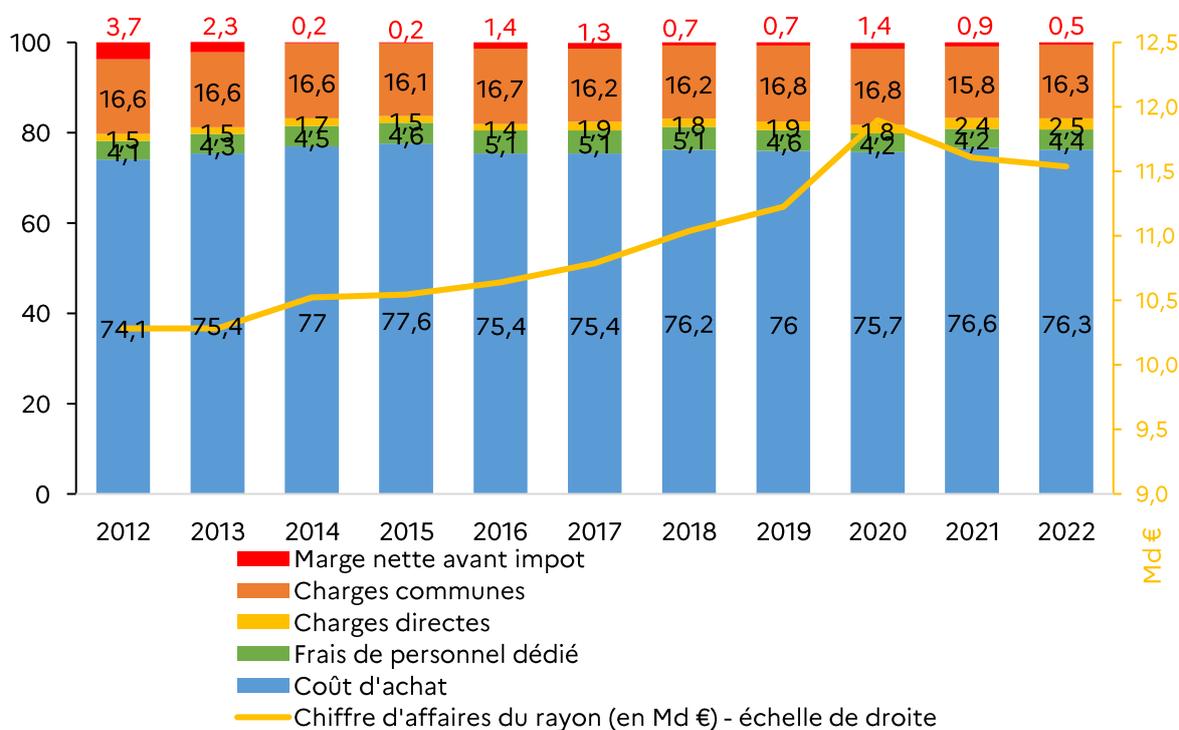
Tableau 44

**Comptes moyens du rayon produits laitiers de 2012 à 2022**  
 pour 100 € de chiffre d'affaires

	Produits laitiers										
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Chiffre d'affaires	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Coût d'achat des ventes	74,1	75,4	77,0	77,6	75,4	75,4	76,2	76,0	75,7	76,6	76,3
<b>Marge brute (marge commerciale)</b>	<b>25,9</b>	<b>24,6</b>	<b>23,0</b>	<b>22,4</b>	<b>24,6</b>	<b>24,6</b>	<b>23,8</b>	<b>24,0</b>	<b>24,3</b>	<b>23,4</b>	<b>23,7</b>
Frais de personnel dédié du rayon	4,1	4,3	4,5	4,6	5,1	5,1	5,1	4,6	4,2	4,2	4,4
<b>Marge semi-nette</b>	<b>21,8</b>	<b>20,3</b>	<b>18,5</b>	<b>17,8</b>	<b>19,5</b>	<b>19,5</b>	<b>18,7</b>	<b>19,4</b>	<b>20,1</b>	<b>19,1</b>	<b>19,3</b>
Autres charges réparties	18,1	17,7	18,3	17,6	18,1	18,1	18,0	18,7	18,6	18,3	18,8
<b>Marge nette avant répartition de l'IS</b>	<b>3,7</b>	<b>2,3</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>1,4</b>	<b>1,3</b>	<b>0,7</b>	<b>0,7</b>	<b>1,4</b>	<b>0,9</b>	<b>0,5</b>
Impôt sur les sociétés	1,3	0,9	0,1	0,1	0,5	0,4	0,2	0,3	0,5	0,3	0,2
<b>Marge nette après répartition de l'IS</b>	<b>2,4</b>	<b>1,4</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>0,3</b>

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 265

**Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon produits laitiers de 2012 à 2022**  
 Moyenne toutes enseignes pour le rayon produits laitiers pour 100 € de chiffre d'affaires


Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

### 3.5. Comptes du rayon fruits et légumes des GMS

#### 3.5.1. Le rayon fruits et légumes par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon fruits et légumes comprends les fruits et légumes frais, fruits secs, produits des 4<sup>ème</sup> et 5<sup>ème</sup> gammes ainsi que les fruits ou légumes vendus prédécoupés, hors fleurs.

Ce rayon vient au deuxième rang en termes de chiffre d'affaires, mais assez loin derrière le rayon des produits laitiers : il contribue pour 20 % du chiffre d'affaires total des rayons étudiés (contre 28 % pour les produits laitiers).

#### 3.5.2. De la marge brute à la marge nette du rayon fruits et légumes

Le rayon des fruits et légumes présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 30,0 % en 2022. Ce taux est supérieur à la moyenne des rayons étudiés (29,3 %). S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié rapportés au chiffre d'affaires inférieurs de la moyenne. Ils s'élèvent à 7,3 € pour 100 € de chiffre d'affaires (9,1 € tous rayons confondus). Dans l'ordre croissant de ce critère, le rayon se classe au troisième rang.

La marge semi-nette est ainsi en 2022 de 22,7 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires. Elle est supérieure à la moyenne tous rayons étudiés (20,2 €). Elle est supérieure aux autres charges du rayon (18,9 €). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette positive de 3,7 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés.

Tableau 45

#### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Fruits et légumes		
	2022	2021	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne (*)
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	70,0	68,9	
<b>Marge brute</b>	<b>30,0</b>	<b>31,1</b>	Sensiblement dispersées
Frais de personnel du rayon	7,3	7,2	Sensiblement dispersées
<b>Marge semi-nette</b>	<b>22,7</b>	<b>23,8</b>	
Autres charges	18,9	19,4	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>3,7</b>	<b>4,4</b>	
Impôt sur les sociétés	1,2	1,5	
<b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>2,5</b>	<b>2,9</b>	Fortement dispersées, +/- 2,8 €

(\*) ce nombre est « l'écart moyen absolu », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « en valeur absolue », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « l'écart moyen absolu ».

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

### 3.5.3. Détail des charges du rayon fruits et légumes

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon des fruits et légumes supporte 10,4 € de charges spécifiques, contre 12,1 € pour la moyenne. Ces charges spécifiques du rayon des fruits et légumes comprennent 7,3 € de frais de personnel dédié (9,1 € pour la moyenne tous rayons) et 3,1 € d'autres coûts directs. Ils recouvrent des coûts en fluides (bien que le rayon ne soit que partiellement réfrigéré), des taxes (ventilées au prorata du CA ou de la surface du rayon) et des frais sur les matériels et équipements spécifiques, liés, selon les informations recueillies lors des entretiens, à des évolutions de concepts de rayon. À ces charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties – notamment, en fonction de la surface et du CA - dont le poids dans le chiffre d'affaires (15,8 €) est égal à la moyenne du fait de la densité moindre du rayon des fruits et légumes.

Au total, le rayon supporte 26,2 € de charges (avant IS et hors achat des produits) pour 100 € de chiffre d'affaires. La moyenne est à 27,9 €. Le rayon des fruits et légumes se situe au quatrième rang des rayons étudiés dans l'ordre croissant de ce critère. Les charges s'imputent en 2022 sur une marge brute plus élevée que la moyenne, d'où un résultat du rayon (3,7 €) supérieur à la moyenne (1,4 € pour 100 € de chiffre d'affaires).

Tableau 46

#### Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes pour 100 € de CA

		<i>Fruits et légumes</i>	
		2022	2021
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	7,3	7,2
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,2	0,3
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,4	0,4
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	1,0	1,0
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,4	0,4
	Autres charges liées à l'activité du rayon	1,0	1,0
	<b>Sous-total : charges spécifiques du rayon</b>		<b>10,4</b>
Charges communes réparties	Immobilier	1,9	1,9
	Personnel hors rayon	5,3	5,6
	Frais financiers	0,2	0,1
	Autres charges générales réparties (1)	7,6	7,8
	Impôts et taxes hors IS	0,8	0,8
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	1,2	1,5
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>		<b>17,1</b>
<b>Total des charges imputées au rayon</b>		<b>27,5</b>	<b>28,2</b>

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

*Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes communes plus précises. On y trouve notamment les cotisations des magasins de réseaux indépendants destinées à financer le fonctionnement et les investissements de leurs structures centrales (lorsque la répartition par type de charge et la réaffectation dans les autres lignes n'a pas été possible), des frais de publicité, des dépenses de sous-traitance (sécurité et entretien des magasins, par exemple)...

## 3.5.4. Détail des comptes du rayon fruits et légumes des GMS établis par l'Observatoire de 2012 à 2022

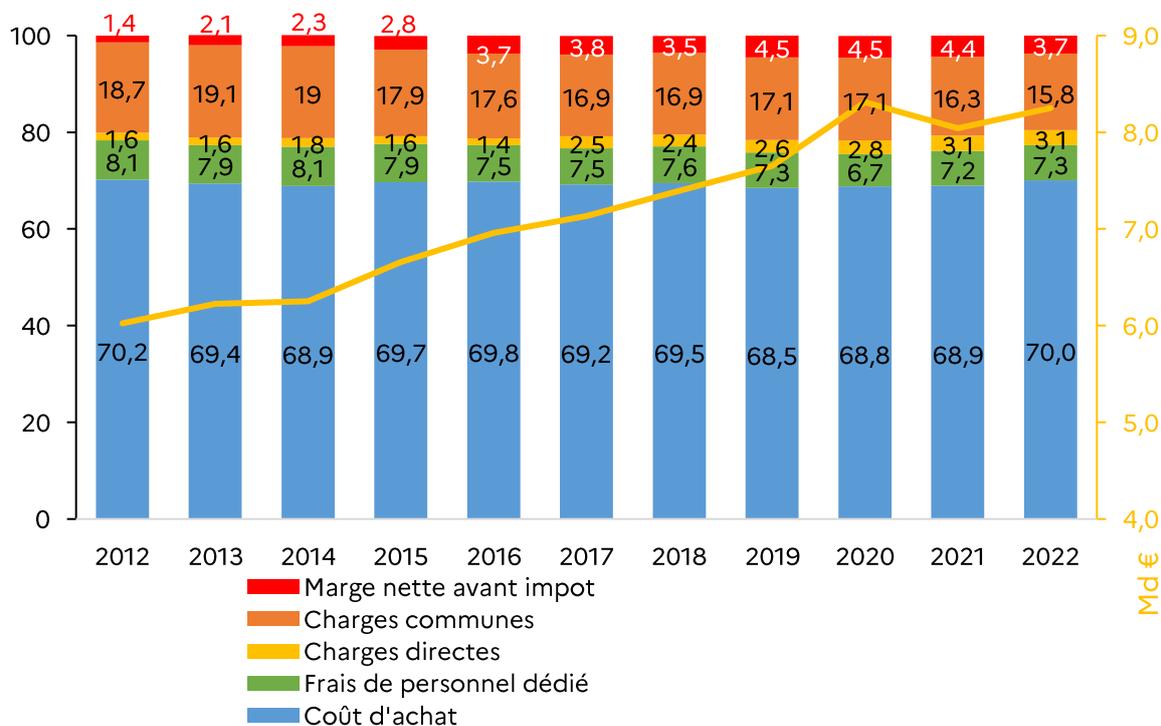
Tableau 47

Comptes moyens du rayon fruits et légumes en GMS de 2012 à 2022  
pour 100 € de chiffre d'affaires

	Fruits et légumes										
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Chiffre d'affaires	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Coût d'achat des ventes	70,2	69,4	68,9	69,7	69,8	69,2	69,5	68,5	68,8	68,9	70,0
<b>Marge brute (marge commerciale)</b>	<b>29,8</b>	<b>30,6</b>	<b>31,1</b>	<b>30,3</b>	<b>30,2</b>	<b>30,8</b>	<b>30,5</b>	<b>31,5</b>	<b>31,2</b>	<b>31,1</b>	<b>30,0</b>
Frais de personnel dédié du rayon	8,1	7,9	8,1	7,9	7,5	7,5	7,6	7,3	6,7	7,2	7,3
<b>Marge semi-nette</b>	<b>21,7</b>	<b>22,7</b>	<b>23,0</b>	<b>22,4</b>	<b>22,7</b>	<b>23,3</b>	<b>22,9</b>	<b>24,2</b>	<b>24,5</b>	<b>23,8</b>	<b>22,7</b>
Autres charges réparties	20,3	20,7	20,8	20,5	19,0	19,4	19,3	19,7	19,9	19,5	18,9
<b>Marge nette avant répartition de l'IS</b>	<b>1,4</b>	<b>2,1</b>	<b>2,3</b>	<b>2,8</b>	<b>3,7</b>	<b>3,8</b>	<b>3,5</b>	<b>4,5</b>	<b>4,5</b>	<b>4,4</b>	<b>3,7</b>
Impôt sur les sociétés	0,5	0,8	0,9	1,0	1,4	1,2	1,2	1,5	1,5	1,5	1,2
<b>Marge nette après répartition de l'IS</b>	<b>0,9</b>	<b>1,3</b>	<b>1,4</b>	<b>1,8</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>	<b>2,3</b>	<b>3,0</b>	<b>3,0</b>	<b>2,9</b>	<b>2,5</b>

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 266

Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon fruits et légumes de 2012 à 2022  
Moyenne toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes pour 100 € de chiffre d'affaires

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

### 3.6. Comptes du rayon Poissonnerie

#### 3.6.1. Le rayon poissonnerie des GMS par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon poissonnerie comprend un rayon « traditionnel » (soit le rayon avec un poissonnier) commercialisant des poissons, crustacés, entiers ou à la coupe, des coquillages, fruits de mer et saurisserie (produits « traiteur de la mer », surimis, tartinables et blinis). Sont également compris les produits en libre-service UVCI et UVCM (poissons, crustacés, coquillages, fruits de mer et saurisserie).

Il contribue pour 9 % au chiffre d'affaires total des rayons étudiés, pour 8 % à la marge brute. La marge nette du rayon après affectation des charges communes est négative, comme pour la boucherie et la boulangerie.

#### 3.6.2. De la marge brute à la marge nette du rayon poissonnerie des GMS

Le rayon marée présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 25,9 %. Ce taux est inférieur de 3,4 points à la moyenne des rayons étudiés, du fait du prix relativement élevé des approvisionnements et des pertes ou freintes en rayon, dues à la préparation des produits et à leur périssabilité.

La marge nette est négative, de -6,6 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de -4,4 € après.

Tableau 48

#### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon poissonnerie

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Poissonnerie		Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne (*)
	2022	2021	
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	74,1	72,8	
<b>Marge brute</b>	<b>25,9</b>	<b>27,2</b>	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	13,8	12,6	Sensiblement dispersées
<b>Marge semi-nette</b>	<b>12,1</b>	<b>14,5</b>	
Autres charges	18,7	18,1	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>-6,6</b>	<b>-3,6</b>	
Impôt sur les sociétés	-2,2	-1,2	
<b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>-4,4</b>	<b>-2,4</b>	extrêmement dispersées ; +/- 3,6 €

(\*) Ce nombre est « l'écart moyen absolu », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « en valeur absolue », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « l'écart moyen absolu ».

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

## 3.6.3. Détail des charges du rayon poissonnerie des GMS

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon poissonnerie supporte 17,5 € de charges spécifiques, contre 12,1 € pour la moyenne tous rayons étudiées. Ces charges spécifiques du rayon marée comprennent 13,8 € de frais de personnel dédié (9,1 € pour la moyenne tous rayons) et 3,7 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également plus élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que ceux de la moyenne des rayons étudiés (3,0 €). Ils recouvrent les approvisionnements spécifiques (emballages), les fluides (poste important pour un rayon réfrigéré et consommateur d'eau), les frais sur les matériels et équipements spécifiques (réfrigération). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, dont le poids dans le chiffre d'affaires (15,1 €) est légèrement inférieur à la moyenne (15,8 €).

Au total, le rayon supporte 32,5 € de charges (avant IS et hors achat des produits) pour 100 € de chiffre d'affaires, il se place au deuxième rang des rayons étudiés dans l'ordre décroissant de ce critère après la boulangerie-pâtisserie-viennoiserie.

Tableau 49

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 :  
Moyennes toutes enseignes du rayon poissonnerie pour 100 € de CA**

		Poissonnerie	
		2022	2021
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	13,8	12,6
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,2	0,2
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,9	0,8
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	1,1	1,1
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,5	0,5
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,9	0,8
	<b>Sous-total : charges directes du rayon</b>	<b>17,5</b>	<b>16,0</b>
Charges communes réparties	Immobilier	1,6	1,6
	Personnel hors rayon	6,5	6,3
	Frais financiers	0,1	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	6,1	6,0
	Impôts et taxes hors IS	0,7	0,7
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-2,2	-1,2
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>	<b>12,9</b>	<b>13,5</b>
<b>Total des charges imputées au rayon</b>		<b>30,3</b>	<b>29,6</b>

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Autres charges communes réparties : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes communes plus précises. On y trouve notamment les cotisations des magasins de réseaux indépendants destinées à financer le fonctionnement et les investissements de leurs structures centrales (lorsque la répartition par type de charge et la réaffectation dans les autres lignes n'a pas été possible), des frais de publicité, des dépenses de sous-traitance (sécurité et entretien des magasins, par exemple)...

## 3.6.4. Détail des comptes du rayon poissonnerie des GMS établis par l'Observatoire de 2012 à 2022

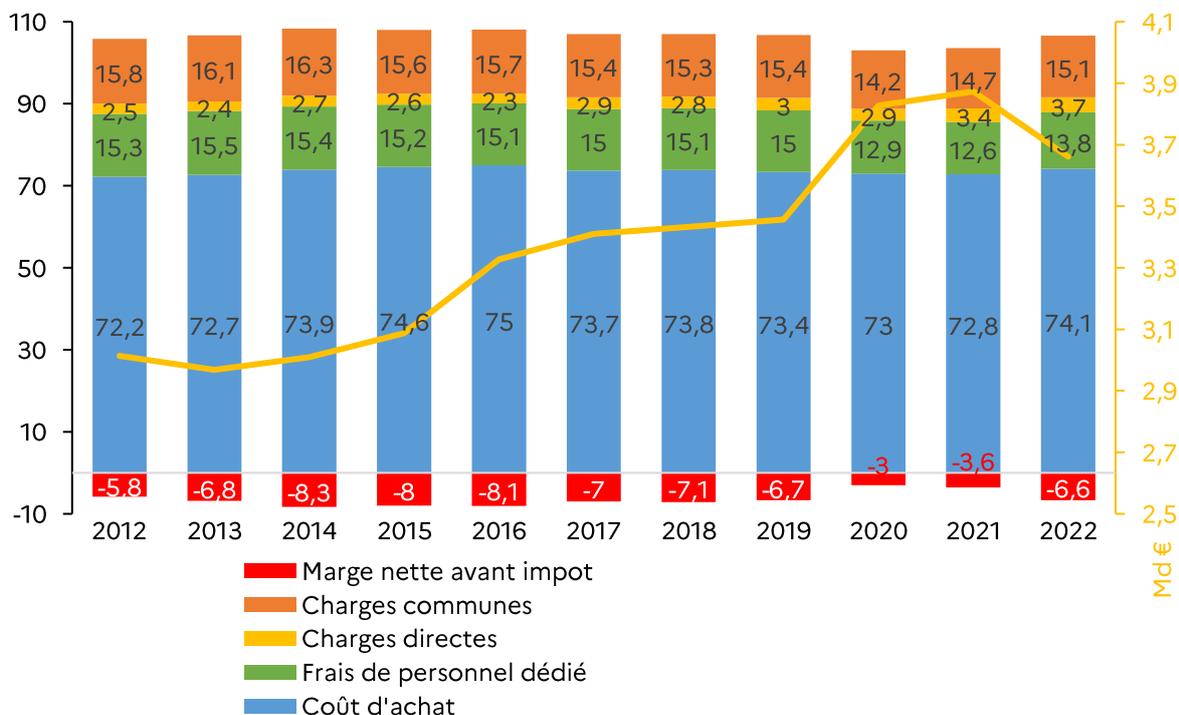
Tableau 50

**Comptes moyens du rayon marée de 2012 à 2022**  
 pour 100 € de chiffre d'affaires

	Poissonnerie										
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Chiffre d'affaires	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Coût d'achat des ventes	72,2	72,7	73,9	74,6	75,0	73,7	73,8	73,4	73,0	72,8	74,1
<b>Marge brute (marge commerciale)</b>	<b>27,8</b>	<b>27,3</b>	<b>26,1</b>	<b>25,4</b>	<b>25,0</b>	<b>26,3</b>	<b>26,2</b>	<b>26,6</b>	<b>27,0</b>	<b>27,2</b>	<b>25,9</b>
Frais de personnel dédié du rayon	15,3	15,5	15,4	15,2	15,1	15	15,1	15,0	12,9	12,6	13,8
<b>Marge semi-nette</b>	<b>12,5</b>	<b>11,8</b>	<b>10,7</b>	<b>10,2</b>	<b>9,9</b>	<b>11,3</b>	<b>11,1</b>	<b>11,6</b>	<b>14,1</b>	<b>14,5</b>	<b>12,1</b>
Autres charges réparties	18,3	18,5	19,0	18,2	18,0	18,3	18,1	18,4	17,1	18,1	18,7
<b>Marge nette avant répartition de l'IS</b>	<b>-5,8</b>	<b>-6,8</b>	<b>-8,3</b>	<b>-8</b>	<b>-8,1</b>	<b>-7,0</b>	<b>-7,1</b>	<b>-6,7</b>	<b>-3,0</b>	<b>-3,6</b>	<b>-6,6</b>
Impôt sur les sociétés	-2,1	-2,4	-3,0	-2,9	-2,9	-2,3	-2,4	-2,2	-1,0	-1,2	-2,2
<b>Marge nette après répartition de l'IS</b>	<b>-3,7</b>	<b>-4,4</b>	<b>-5,3</b>	<b>-5,1</b>	<b>-5,2</b>	<b>-4,7</b>	<b>-4,7</b>	<b>-4,5</b>	<b>-2,0</b>	<b>-2,4</b>	<b>-4,4</b>

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 267

**Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon marée de 2012 à 2022**  
 Moyenne toutes enseignes pour le rayon marée pour 100 € de chiffre d'affaires


Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

### 3.7. Comptes du rayon boulangerie des GMS

#### 3.7.1. Le rayon boulangerie des GMS par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon boulangerie-pâtisserie comprend les pains, pâtisseries et viennoiseries fabriqués, décongelés, assemblés ou cuits dans le magasin ou dans une plate-forme de l'enseigne.

Le rayon boulangerie-pâtisserie contribue pour 6 % au chiffre d'affaires total des rayons étudiés. Il vient à l'avant dernier rang des rayons étudiés en termes de chiffre d'affaires, juste devant le rayon volailles. La marge nette du rayon après affectation des charges communes et avant affectation de l'impôt sur les sociétés est négative (comme pour la boucherie et la marée), - 5,4 € pour 100 € de chiffre d'affaires.

#### 3.7.2. De la marge brute à la marge nette du rayon boulangerie des GMS

Le rayon boulangerie-pâtisserie présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 52,0 %. Ce taux est nettement supérieur à celui de n'importe quel autre des rayons étudiés (de 23,7 % à 33,5 %). Il découle de la forte valeur ajoutée créée par le rayon (achat de farine et fabrication de pain, pâtisseries et viennoiserie). Mais s'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié rapportés au chiffre d'affaires également très supérieurs à la moyenne. Ils s'élèvent à 30,1 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre croissant de ce critère, le rayon se classe au dernier rang des rayons étudiés.

La marge semi-nette est supérieure à la moyenne tous rayons étudiés (21,8 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires contre 20,2 €). Mais les autres charges directes imputables au rayon sont plus importantes qu'ailleurs (5,4 € contre 3,0 €), du fait du poids, dans un rayon de fabrication, des approvisionnements, de la consommation d'énergie (pour la cuisson) et des frais de matériels et d'équipements (fours). Les charges communes pèsent aussi très fortement dans le chiffre d'affaires (21,9 € contre 15,8 €), le rayon étant notamment « pénalisé » par des affectations de coûts immobiliers et d'autres charges générales au prorata de la superficie du rayon (surface occupée par la fabrication). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette négative, de - 5,4 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de - 3,6 € après.

Tableau 51

#### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Boulangerie - Pâtisserie - Viennoiserie		
	2022	2021	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne (*)
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	48,0	44,4	
<b>Marge brute</b>	<b>52,0</b>	<b>55,6</b>	Sensiblement dispersées
Frais de personnel du rayon	30,1	31,8	Dispersées
<b>Marge semi-nette</b>	<b>21,8</b>	<b>23,7</b>	
Autres charges	27,3	27,8	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>- 5,4</b>	<b>- 4,1</b>	
Impôt sur les sociétés	- 1,8	- 1,4	
<b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>- 3,6</b>	<b>- 2,7</b>	Extrêmement dispersées ; +/- 9,0 €

(\*) Ce nombre est « l'écart moyen absolu », indicateur usuel de la concentration ou de la dispersion des résultats autour de la moyenne. Il est calculé comme suit : 1) on calcule la moyenne des marges nettes des 7 enseignes ; 2) on calcule ensuite, pour chaque enseigne, la différence entre sa propre marge nette et la marge nette moyenne, différence qu'on considère « en valeur absolue », c'est-à-dire toujours positive ; 3) on calcule la moyenne des 7 différences : cette distance moyenne autour de la marge nette moyenne est « l'écart moyen absolu ».

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

### 3.7.3. Détail des charges du rayon boulangerie des GMS

Pour 100€ de chiffre d'affaires, le rayon boulangerie-pâtisserie supporte 35,5€ de charges spécifiques, contre 12,1€ pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon boulangerie-pâtisserie comprennent 30,1€ de frais de personnel dédié (9,1€ pour la moyenne tous rayons). A ces charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties – notamment, en fonction de la surface et du CA - dont le poids dans le chiffre d'affaires (21,9€ hors IS) est supérieur à la moyenne (15,8€ hors IS) du fait de la densité moindre du rayon boulangerie-pâtisserie.

Au total, le rayon supporte 57,4€ de charges (avant IS et hors achat des produits) pour 100€ de chiffre d'affaires, rapport nettement supérieur à la moyenne (27,9€), plaçant le rayon boulangerie-pâtisserie au premier rang des rayons étudiés dans l'ordre décroissant de ce critère.

Tableau 52

#### Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2021 et en 2022 : Moyennes toutes enseignes du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie pour 100 € de CA

		Boulangerie-Pâtisserie Viennoiserie	
		2022	2021
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	30,1	31,8
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,9	0,9
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	1,5	1,1
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	2,0	2,1
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,4	0,4
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,5	0,4
	<b>Sous-total : charges directes du rayon</b>	<b>35,5</b>	<b>36,7</b>
Charges communes réparties	Immobilier	2,4	2,6
	Personnel hors rayon	9,6	10,3
	Frais financiers	0,1	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	8,9	9,0
	Impôts et taxes hors IS	0,9	0,9
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-1,8	-1,4
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>	<b>20,1</b>	<b>22,6</b>
<b>Total des charges imputées au rayon</b>		<b>55,6</b>	<b>58,3</b>

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Autres charges communes réparties : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes communes plus précises. On y trouve notamment les cotisations des magasins de réseaux indépendants destinées à financer le fonctionnement et les investissements de leurs structures centrales (lorsque la répartition par type de charge et la réaffectation dans les autres lignes n'a pas été possible), des frais de publicité, des dépenses de sous-traitance (sécurité et entretien des magasins, par exemple)...

### 3.7.4. Détail des comptes du rayon boulangerie-pâtisserie des GMS établis par l'Observatoire de 2012 à 2022

Tableau 53

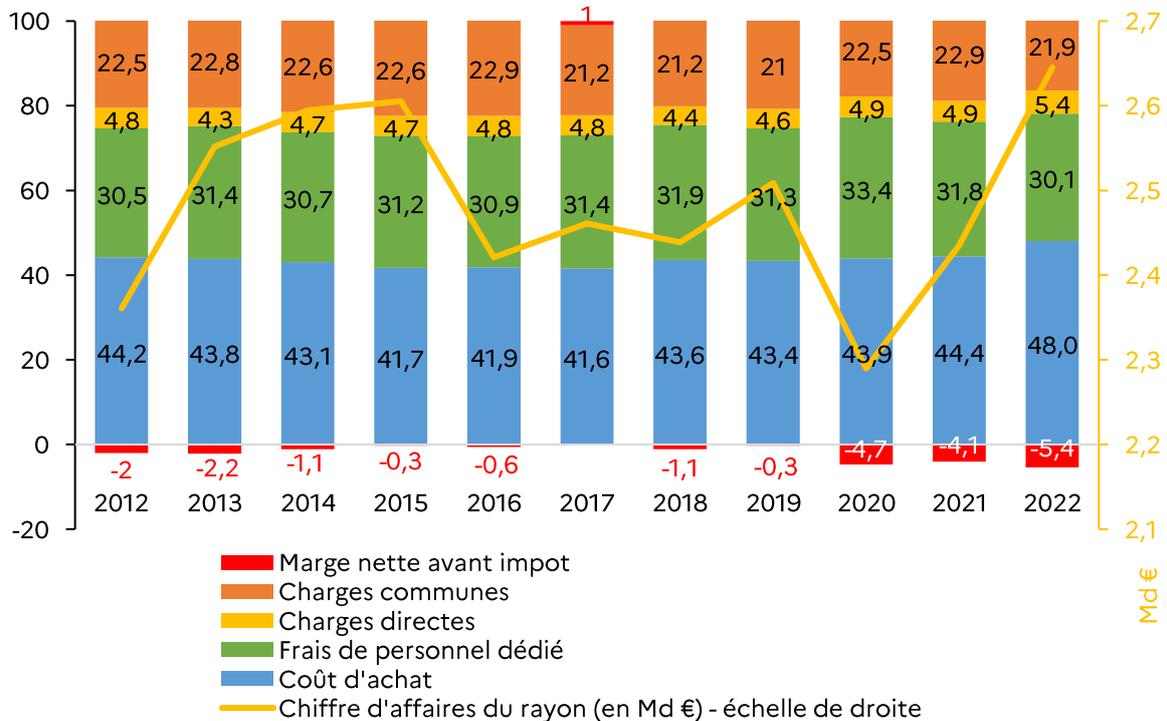
#### Comptes moyens du rayon boulangerie-pâtisserie en GMS de 2012 à 2022 pour 100 € de chiffre d'affaires

	Boulangerie-Pâtisserie										
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Chiffre d'affaires	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Coût d'achat des ventes	44,2	43,8	43,1	41,7	41,9	41,6	43,6	43,4	43,9	44,4	48,0
<b>Marge brute (marge commerciale)</b>	<b>55,8</b>	<b>56,2</b>	<b>56,9</b>	<b>58,3</b>	<b>58,1</b>	<b>58,4</b>	<b>56,4</b>	<b>56,6</b>	<b>56,1</b>	<b>55,6</b>	<b>52,0</b>
Frais de personnel dédié du rayon	30,5	31,4	30,7	31,2	30,9	31,4	31,9	31,3	33,4	31,8	30,1
<b>Marge semi-nette</b>	<b>25,3</b>	<b>24,8</b>	<b>26,2</b>	<b>27,1</b>	<b>27,2</b>	<b>27,0</b>	<b>24,5</b>	<b>25,3</b>	<b>22,7</b>	<b>23,7</b>	<b>21,8</b>
Autres charges réparties	27,3	27,1	27,3	27,3	27,7	26,0	25,6	25,6	27,4	27,8	27,3
<b>Marge nette avant répartition de l'IS</b>	<b>-2,0</b>	<b>-2,2</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,6</b>	<b>1,0</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>-4,7</b>	<b>-4,1</b>	<b>-5,4</b>
Impôt sur les sociétés	-0,7	-0,8	-0,4	-0,1	-0,2	0,3	-0,4	-0,1	-1,6	-1,4	-1,8
<b>Marge nette après répartition de l'IS</b>	<b>-1,3</b>	<b>-1,4</b>	<b>-0,7</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,7</b>	<b>-0,7</b>	<b>-0,2</b>	<b>-3,1</b>	<b>-2,7</b>	<b>-3,6</b>

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 268

#### Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon boulangerie-pâtisserie de 2012 à 2022 Moyenne toutes enseignes pour le rayon boulangerie-pâtisserie pour 100 € de chiffre d'affaires



Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

