

Section 11 – Commerce de gros et grande distribution

Il est recommandé de commencer par lire la méthode générale de l'Observatoire décrite dans le Chapitre 1.

1. ÉVOLUTION DES COÛTS DANS LE SECTEUR COMMERCIAL

Les résultats issus de la base de données Ésane (Insee) sont présentés pour les deux dernières années disponibles.

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 vente alimentaire finale (consommation finale domestique et exportation).

Le tableau suivant montre une baisse du résultat courant total de 55% entre 2022 et 2023 pour le commerce de gros, malgré un chiffre d'affaires en augmentation d'environ 7%.

Tableau 28

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

	2023		2022	
	M€	% CA	M€	% CA
Chiffre d'affaires	141 717	100,0 %	132 519	100,0 %
Valeur ajoutée	16 639	11,7 %	15 901	12,0 %
Frais de personnel	10 067	7,1 %	9 593	7,2 %
Excédent brut d'exploitation	5 537	3,9 %	5 212	3,9 %
Résultat courant avant impôt	3 141	2,2 %	6 939	5,2 %

Source : Ésane (Insee)

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 d'« entreprise » adopté par l'Insee en 2017 – 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.

Le tableau suivant montre un résultat courant avant impôt des hyper et supermarchés qui chute drastiquement jusqu’à devenir négatif, alors que le chiffre d’affaires est en hausse de 5 %.

Tableau 29

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

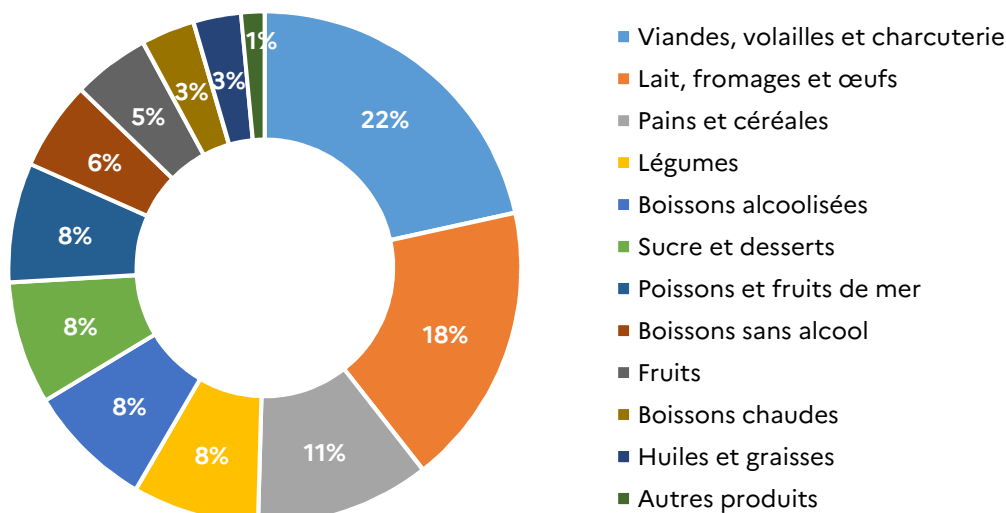
	2023		2022	
	M€	% CA	M€	% CA
Chiffre d'affaires	256 119	100,0 %	244 860	100,0 %
Valeur ajoutée	33 940	13,3%	33 149	13,5%
Frais de personnel	24 926	9,7%	23 802	9,7%
Excédent brut d'exploitation	6 610	2,6%	7 066	2,9%
Résultat courant avant impôt	- 11 040	- 4,3%	1 164	0,5%

Source : Ésane (Insee)

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

La figure 265 montre la répartition des dépenses des ménages pour leurs achats en hyper et supermarchés en 2024. Les produits « viandes, volailles et charcuterie » et « lait, fromages et œufs » pèsent le plus dans les achats. Les produits animaux (terrestres) sont ainsi les plus coûteux, ce qui est cohérent avec les coûts associés à leur production.

Graphique 271

Répartition des dépenses en produits alimentaires en supermarchés et hypermarchés en 2024

Source : FranceAgriMer pour OFPM d'après Worldpanel by Numerator

1.2.3. Comptes du commerce de détail en magasin non spécialisé

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

Le tableau suivant montre une forte diminution du résultat courant avant impôt du commerce de détail en magasin non spécialisé, qui devient négatif, alors que le chiffre d'affaires est en hausse d'environ 5 %.

Tableau 30

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

	2023		2022	
	M€	% CA	M€	% CA
Chiffre d'affaires	295 210	100,0%	280 738	100,0 %
Valeur ajoutée	40 988	13,9%	39 765	14,2%
Frais de personnel	29 831	10,1%	28 240	10,1%
Excédent brut d'exploitation	8 012	2,7%	8 453	3,0%
Résultat courant avant impôt	- 10 548	- 3,6%	1 851	0,7%

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...).

Le tableau suivant montre un résultat avant impôt des centrales d'achats alimentaires qui s'effondre jusqu'à devenir négatif, malgré une hausse de 10 % du chiffre d'affaires.

Tableau 31

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

	2023		2022	
	M€	% CA	M€	% CA
Chiffre d'affaires	98 000	100,0%	89 102	100,0%
Valeur ajoutée	8 379	8,6%	7 041	7,9%
Frais de personnel	2 559	2,6%	2 366	2,7%
Excédent brut d'exploitation	991	1,0%	765	0,9%
Résultat courant avant impôt	- 554	- 0,6%	139	0,2%

Source : Ésane (Insee)

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

- un résultat courant rapporté au produit total légèrement négatif. 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 Coopérative 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. Évolution du périmètre de l'enquête grande distribution de l'Observatoire

Le secteur de la distribution alimentaire français a connu d'importants mouvements de cessions-acquisitions au cours des années 2023 et 2024. Ces opérations, présentées succinctement ci-dessous, n'ont eu qu'un impact très limité sur le périmètre de l'étude de l'OFPM pour le rapport 2024.

- Acquisition par Carrefour des magasins Cora et Match : Carrefour annonce, au cours de l'été 2023, avoir conclu un accord avec le groupe Louis Delhaize (Cora, Match) pour le rachat des 60 hypermarchés Cora et 115 supermarchés Match. L'accord est finalisé au cours de l'été 2024, et les changements d'enseigne des hypermarchés Cora en Carrefour interviennent à partir du 30 septembre 2024.

Seuls les hypermarchés Cora font partis du périmètre de l'enquête OFPM. Les comptes de résultat des ex-Cora ont été remontés séparément de ceux des magasins Carrefour pour l'année 2024, ce qui a permis de travailler à périmètre constant.

- Cession d'un ensemble de magasins du groupe Casino au groupement les Mousquetaires (Intermarché) et à Auchan : le 30 septembre 2023, 61 magasins (hypermarchés, supermarchés et proximités) sont cédés au groupement les Mousquetaires, dont 5 seront finalement cédés au groupe Carrefour. Le 24 janvier 2024, Casino annonce avoir signé un accord avec le groupement les Mousquetaires et Auchan pour la cession de 288 supermarchés et hypermarchés supplémentaires. Au total, 285 magasins seront finalement cédés en 3 vagues au cours de l'année 2024 (avril, mai et juillet).

Les magasins cédés par Casino étant dits « intégrés », leurs comptes de résultat ont été intégrés dans les résultats remontés par Intermarché et Auchan pour l'année 2024. Ainsi, si le nombre de groupes de distribution a diminué d'un acteur en 2024 par rapport aux années passées (i.e., Casino), le nombre de magasins est resté à l'identique.

2.2. 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 six enseignes (Auchan, Carrefour, Cora, E. Leclerc, Intermarché et Coopérative 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 :

Marge brute moyenne du rayon produits laitiers (en % du CA du rayon)

$$= \frac{\sum \text{marges brutes des rayons produits laitiers de toutes les enseignes}}{\sum \text{chiffres d'affaires des rayons produits laitiers de toutes les enseignes}} \text{ exprimé en \%}$$

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 six enseignes représentent un chiffre d'affaires global de 43 Md €, en léger recul, de 1 %, en 2024. Cette quasi stabilité du chiffre d'affaires peut être mise en parallèle avec le retour à une inflation alimentaire plus modérée (+ 1 % en 2024) après la période de forte inflation observée en 2023 (+ 12 %). Le rayon des produits laitiers est le premier contributeur au chiffre d'affaires, suivi par le rayon fruits et légumes, puis la charcuterie.

Dans le Tableau 32, sont présentés les résultats pour l'année 2024 et dans le tableau 34, les variations entre 2024 et 2023 (données 2023 comme base de comparaison).

Entre 2023 et 2024, la marge brute de l'ensemble des sept rayons est en légère augmentation (+ 0,3 € pour 100 € de chiffre d'affaires). Cette hausse s'observe sur tous les rayons sauf le rayon des produits laitiers (- 0,1 € pour 100€ de chiffre d'affaires). La part des coûts d'achat diminue dans tous les rayons à l'exception des rayons produits laitiers.

Les frais de personnel dédié au rayon baissent entre 2023 et 2024 dans trois des sept rayons : volailles, fruits et légumes et marée. Ils restent stables dans deux rayons : boulangerie-pâtisserie et produits laitiers. Les frais de personnel restent stables pour 100 € de chiffre d'affaires pour l'ensemble des sept rayons.

Les autres charges directes du rayon et les charges communes réparties sont en baisse en 2024.

Au final, la marge nette avant impôt sur les sociétés augmente pour l'agrégat constitué de l'ensemble des rayons étudiés. Cependant, alors que la marge nette de chacun des rayons avait diminué en 2022 (cf. rapport 2024 p 466), l'évolution a été plus contrastée en 2023 (graphique 272, en bas à droite), avec une baisse de la marge nette dans quatre rayons (boucherie, charcuterie, fruits et légumes, marée) et une hausse dans trois rayons (volaille, produits laitiers et boulangerie). En 2024, la marge nette a augmenté dans tous les rayons sauf dans le rayon boucherie (- 0,4 € pour 100 € de CA par rapport à 2023). La plus forte hausse a été observée dans le rayon boulangerie-pâtisserie (+ 2,2 € pour 100 € de CA) devant le rayon marée (+ 1,8 € pour 100 € de CA).

Tableau 32

Comptes moyens des rayons alimentaires en GMS en 2024 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		72,5	66,7	69,6	76,7	69,9	73,5	45,6	70,6
Marge brute (marge commerciale)		27,5	33,3	30,4	23,3	30,1	26,5	54,4	29,4
CHARGES DIRECTES DU RAYON	Frais de personnel dédié du rayon	13,6	8,2	3,5	3,7	7,8	13,6	29,2	8,9
	Marge semi-nette	13,9	25,1	26,8	19,6	22,3	12,8	25,3	20,4
	Approvisionnements et fournitures	0,5	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,8	0,2
	Eau, gaz, électricité	0,8	0,6	1,0	0,5	0,5	1,1	1,6	0,7
	Frais sur matériels et équipements	0,7	1,0	0,8	0,9	0,9	1,0	1,8	1,0
	Taxes, cotisations et redevances	0,5	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
	Autres charges du rayon	0,4	0,6	0,4	0,6	1,1	1,0	0,5	0,7
	Sous-total : autres charges directes	2,9	2,7	2,7	2,6	3,2	3,9	5,3	3,1
CHARGES COMMUNES REPARTIES	Immobilier	1,4	1,2	1,2	1,3	1,6	1,4	1,9	1,4
	Frais de personnel hors rayon	7,6	6,4	4,7	5,0	6,6	7,6	10,9	6,5
	Frais financiers	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
	Autres charges communes	6,3	7,0	8,0	8,6	8,2	6,6	9,6	7,8
	Sous-total : charges communes	15,4	14,8	13,9	15,0	16,6	15,8	22,5	15,8
	Marge nette avant répartition de l'IS	- 4,4	7,6	10,1	2,0	2,5	- 6,9	- 2,6	1,6
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	- 1,5	2,5	3,4	0,7	0,8	- 2,3	- 0,9	0,5
	Marge nette après répartition de l'IS	- 2,9	5,1	6,8	1,3	1,7	- 4,6	- 1,7	1,1

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Lors des échanges avec les enseignes dans l'élaboration des données transmises à l'Observatoire de la formation des prix et des marges, une enseigne a remonté une erreur de reporting pour l'année 2023 sur les données de chiffre d'affaires et de coûts d'achat des marchandises. Ces données modifient également la marge nette du rayon charcuterie et, de facto, celle de l'ensemble des sept rayons, mais ne modifient pas les conclusions du précédent rapport. Il a été décidé de présenter les nouvelles données qui correspondent au périmètre du rayon tel que défini par l'enquête. Ainsi, les chiffres présentés dans le tableau 33 prennent en compte ces modifications.

Tableau 33

Comptes moyens des rayons alimentaires en GMS en 2023 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	72,8	66,8	70,6	76,6	70,4	73,6	47,2	70,9
	Marge brute (marge commerciale)	27,2	33,2	29,4	23,4	29,6	26,4	52,8	29,1
CHARGES DIRECTES DU RAYON	Frais de personnel dédié du rayon	13,1	7,8	3,6	3,7	8,0	14,7	29,2	9,0
	Marge semi-nette	14,1	25,3	25,8	19,7	21,6	11,7	23,7	20,1
	Approvisionnements et fournitures	0,5	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,9	0,2
	Eau, gaz, électricité	1,1	0,7	1,1	0,7	0,6	1,3	2,2	0,9
	Frais sur matériels et équipements	0,7	1,1	0,8	0,9	0,9	1,1	1,9	1,0
	Taxes, cotisations et redevances	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4
	Autres charges du rayon	0,5	0,6	0,5	0,6	1,1	0,9	0,5	0,7
	Sous-total : autres charges directes	3,1	2,8	2,7	2,6	3,3	4,1	6,0	3,2
CHARGES COMMUNES REPARTIES	Immobilier	1,5	1,3	1,1	1,4	1,9	1,6	2,3	1,5
	Frais de personnel hors rayon	6,9	6,2	4,8	4,6	6,4	7,7	10,3	6,1
	Frais financiers	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1
	Autres charges communes	6,5	7,8	8,1	9,3	8,6	6,9	9,8	8,3
	Sous-total : charges communes	15,0	15,4	14,2	15,4	17,0	16,3	22,5	16,1
	Marge nette avant répartition de l'IS	- 4,0	7,1	8,9	1,7	1,3	- 8,7	- 4,8	0,9
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	- 1,3	2,4	3,0	0,6	0,4	- 2,9	- 1,6	0,3
	Marge nette après répartition de l'IS	- 2,7	4,8	5,9	1,1	0,9	- 5,8	- 3,2	0,6

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Pour les comparaisons de résultats entre 2023 et 2024, les données modifiées de 2023 sont prises comme base de comparaison.

Tableau 34

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		- 0,3	- 0,2	- 1,0	0,1	- 0,5	- 0,1	- 1,6	- 0,3
Marge brute (marge commerciale)		0,3	0,2	1,0	- 0,1	0,5	0,1	1,6	0,3
CHARGES DIRECTES DU RAYON	Frais de personnel dédié du rayon	0,5	0,3	- 0,1	0,0	- 0,2	- 1,1	0,0	0,0
	Marge semi-nette	- 0,2	0,2	1,0	0,0	0,7	1,2	1,6	0,2
	Autres charges directes du rayon	- 0,2	- 0,1	0,0	0,0	0,0	- 0,2	- 0,7	- 0,1
CHARGES COMMUNES RÉPARTIES	Charges communes réparties	0,4	- 0,5	- 0,2	- 0,3	- 0,4	- 0,5	0,0	- 0,3
	Marge nette avant répartition de l'IS	- 0,4	0,5	1,3	0,3	1,2	1,8	2,2	0,7

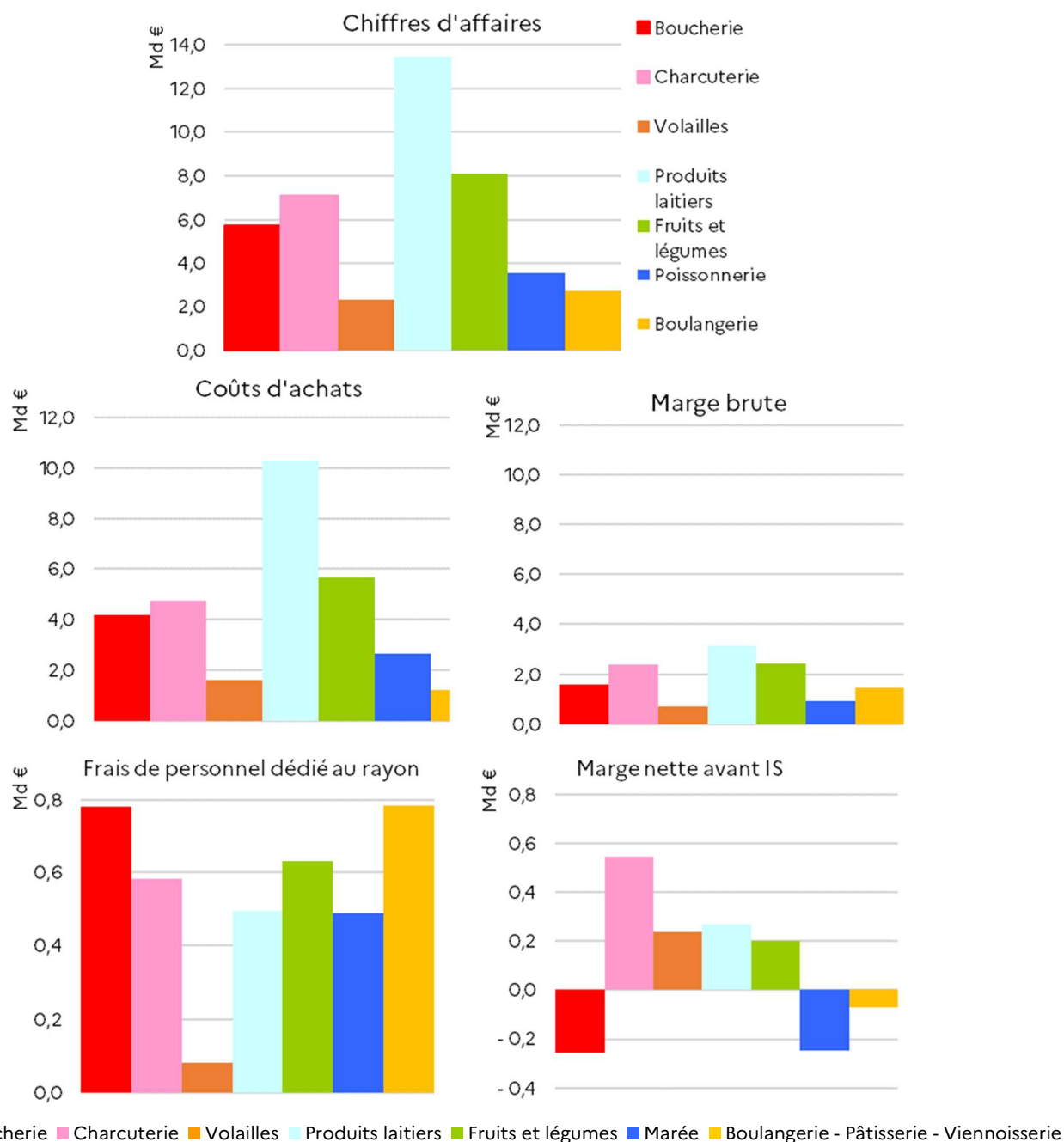
Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Le Graphique 272 donne la contribution, en valeur, de chacun des rayons étudiés pour le chiffre d'affaires, les coûts d'achat, 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. Pour la marge brute, le rayon des produits laitiers reste le premier contributeur, suivi par la charcuterie qui devance les fruits et légumes et la boucherie. Toutefois, le poids important des achats dans la boucherie, conjugué à des frais de personnel élevés, entraînent 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 produits laitiers.

Graphique 272

Contribution des rayons étudiés dans les enseignes en 2024
(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.

2.3. Détails des comptes des rayons alimentaires frais des GMS de 2012 à 2024

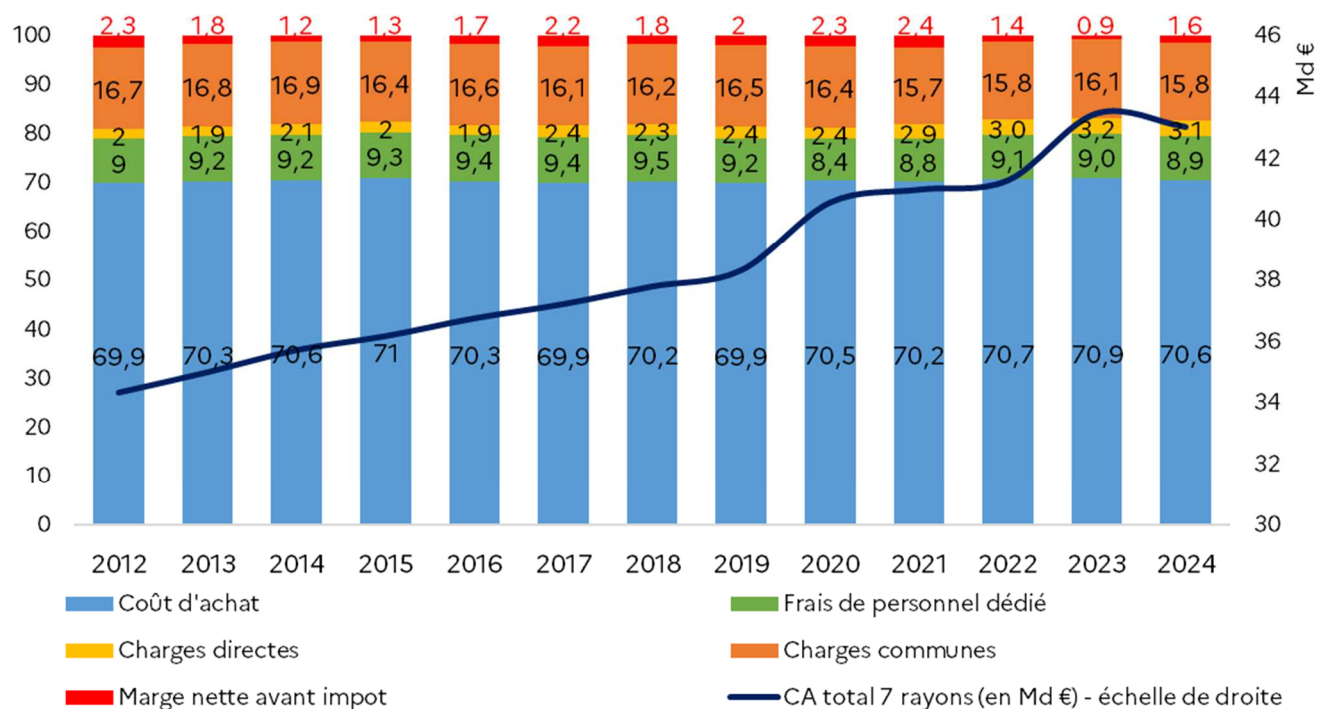
Tableau 35

Comptes moyens des rayons alimentaires en GMS de 2012 à 2024 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	2023	2024
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	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	70,9	70,6
Marge brute (marge commerciale)	30,1	29,7	29,4	29,0	29,7	30,1	29,8	30,1	29,5	29,8	29,3	29,1	29,4
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	9,0	8,9
Marge semi-nette	21,1	20,5	20,2	19,7	20,3	20,7	20,3	20,9	21,1	21,0	20,2	20,1	20,4
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	19,2	18,9
Marge nette avant répartition de l'IS	2,3	1,8	1,2	1,3	1,7	2,2	1,8	2,0	2,3	2,4	1,4	0,9	1,6
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	0,3	0,5
Marge nette après répartition de l'IS	1,5	1,1	0,8	0,8	1,1	1,5	1,2	1,3	1,6	1,6	0,9	0,6	1,1

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 273

Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon de 2012 à 2024
Moyenne toutes enseignes pour l'ensemble des rayons étudiés pour 100 € de chiffre d'affaires

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

3. COMPTES PAR RAYON ALIMENTAIRE FRAIS DES GMS ÉTABLIS PAR L'OBSERVATOIRE

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon est présentée dans la partie 2.3 du 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).

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 27,5 %. Ce taux est inférieur de 1,9 points de pourcentage 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'achat dans le chiffre d'affaires. Cela s'expliquerait par 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 (13,6 € 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 2^e rang, à égalité avec le rayon marée, après le boulangerie-pâtisserie-viennoiserie.

La marge nette avant impôt est négative en 2024, de -4,4 %, taux le plus bas sur la période observée.

3.1.3. Détail des charges du rayon boucherie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte directement 16,5 € de charges spécifiques, contre 12,0 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon boucherie comprennent 13,6 € de frais de personnel dédié (contre 8,9 € en moyenne tous rayons) et 2,9 € d'autres coûts directs, légèrement inférieurs à la moyenne des rayons étudiés (3,1 €). 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 (15,4 €) est inférieur à la moyenne tous rayons étudiés (15,8 €).

Au total, le rayon supporte 31,9 € 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 (27,8 €) pour 100 € de chiffre d'affaires, mais elles s'imputent sur une marge brute plus faible.

Tableau 36

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon boucherie**

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Boucherie		
	2024	2023	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	72,5	72,8	
Marge brute	27,5	27,2	Sensiblement dispersées
Frais de personnel du rayon	13,6	13,1	Sensiblement Dispersées
Marge semi-nette	13,9	14,1	
Autres charges	18,3	18,1	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	- 4,4	- 4,0	
Impôt sur les sociétés	- 1,5	- 1,3	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	- 2,9	- 2,7	Extrêmement dispersés, +/- 4,5 €

(*) 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 37

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 :
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie pour 100 € de CA**

		Boucherie	
		2024	2023
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	13,6	13,1
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,5	0,5
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,8	1,1
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,7	0,7
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,5	0,5
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,4	0,5
	Sous-total : charges directes du rayon	16,5	16,2
Charges communes réparties	Immobilier	1,4	1,5
	Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins)	7,6	6,9
	Frais financiers	0,1	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	5,6	5,8
	Impôts et taxes hors IS	0,7	0,7
	Répartition de l'impôt sur les sociétés (IS)s	- 1,5	- 1,3
	Sous-total : charges communes réparties (Impôt sur les sociétés inclus)	13,9	13,6
Total des charges imputées au rayon		30,4	29,9

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 de 2012 à 2024

Tableau 38

Comptes moyens du rayon boucherie de 2012 à 2024
pour 100 € de chiffre d'affaires

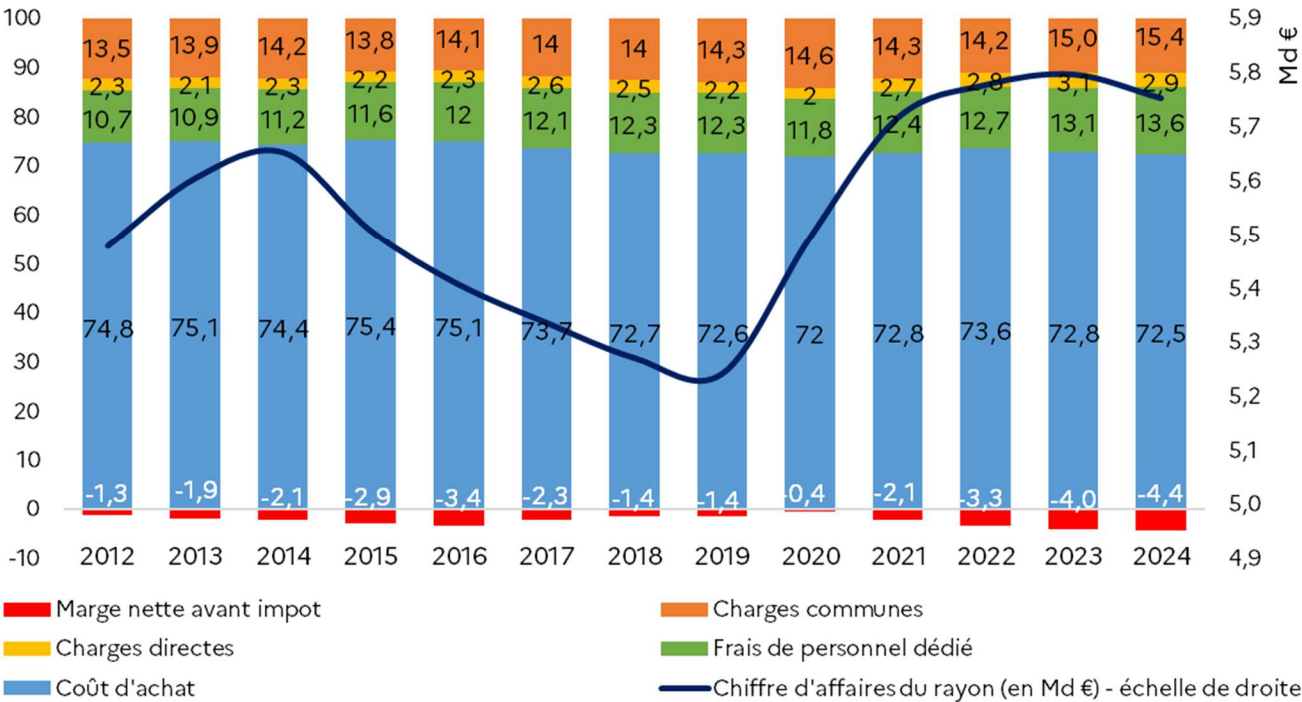
	Boucherie												
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Chiffre d'affaires	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Coût d'achat des ventes	74,8	75,1	74,4	75,4	75,1	73,7	72,7	72,6	72,0*	72,8	73,6	72,8	72,5
Marge brute (marge commerciale)	25,2	24,9	25,6	24,6	24,9	26,3	27,3	27,4	28,0	27,2	26,4	27,2	27,5
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	13,1	13,6
Marge semi-nette	14,5	14,0	14,4	13	12,9	14,2	15,0	15,1	16,2	14,8	13,8	14,1	13,9
Autres charges réparties	15,8	15,9	16,5	16	16,4	16,6	16,5	16,5	16,6	16,9	17,1	18,1	18,3
Marge nette avant répartition de l'IS	-1,3	-1,9	-2,1	-2,9	-3,4	-2,3	-1,4	-1,4	-0,4	-2,1	-3,3	-4,0	-4,4
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	-1,3	-1,5
Marge nette après répartition de l'IS	-0,8	-1,2	-1,3	-1,8	-2,2	-1,5	-0,9	-0,9	-0,3	-1,4	-2,2	-2,7	-2,9

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

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 274

Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon boucherie de 2012 à 2024
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. Le rayon 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 UVCN) ou à la coupe, ainsi que les produits élaborés à base de porc ou de volaille.

Il vient au 1^{er} rang des rayons étudiés classés dans l'ordre décroissant de la marge nette (devant le rayon produits laitiers).

3.2.2. De la marge brute à la marge nette du rayon charcuterie

Le rayon charcuterie présente un taux de marge brute élevé, 33,3 % du chiffre d'affaires, soit 3,9 points de pourcentage de plus que 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 26 % et 74 % en valeur) selon les données du panel Worldpanel, by Numerator (2023). 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 dédiés à ce rayon, rapportés à son chiffre d'affaires, bien que plus faibles qu'en boucherie, représentent néanmoins en moyenne 8,2 € pour 100 € de CA en 2024.

La marge semi-nette est ainsi de 25,1 € en moyenne pour 100 € de CA, supérieure aux autres charges (17,5 €). La répartition des charges communes laisse donc une marge nette de 7,6 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires (avant réaffectation de l'IS).

Tableau 39

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 :
Moyennes toutes enseignes pour les rayons charcuterie**

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Charcuterie		
	2024	2023	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	66,7	66,8	
Marge brute	33,3	33,2	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	8,2	7,8	Dispersées
Marge semi-nette	25,1	25,3	
Autres charges	17,5	18,2	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	7,6	7,1	
Impôt sur les sociétés	2,5	2,4	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	5,1	4,8	Fortement dispersées, +/- 3,5 €

(*) 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

3.2.3. Détail des charges du rayon charcuterie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon charcuterie supporte 10,8 € de charges directes contre 12,0 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques comprennent 8,2 € de frais de personnel dédié (contre 8,9 € 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 (14,8 %) inférieure à la moyenne tous rayons (15,8 %).

Au total, le rayon supporte 25,7 € 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 (27,8 € pour 100 € de chiffre d'affaires), et s'impute sur une marge brute nettement plus élevée.

Tableau 40

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 :
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie et charcuterie pour 100 € de CA**

		Charcuterie	
		2024	2023
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	8,2	7,8
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,1	0,1
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,6	0,7
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	1,0	1,1
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,4	0,4
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,6	0,6
	Sous-total : charges directes du rayon	10,8	10,7
Charges communes réparties	Immobilier	1,2	1,3
	Personnel hors rayon	6,4	6,2
	Frais financiers	0,1	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	6,5	7,2
	Impôts et taxes hors IS	0,5	0,6
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	2,5	2,4
	Sous-total : charges communes réparties (impôt sur les sociétés inclus)	17,4	17,8
Total des charges imputées au rayon		28,2	28,4

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 de 2012 à 2024

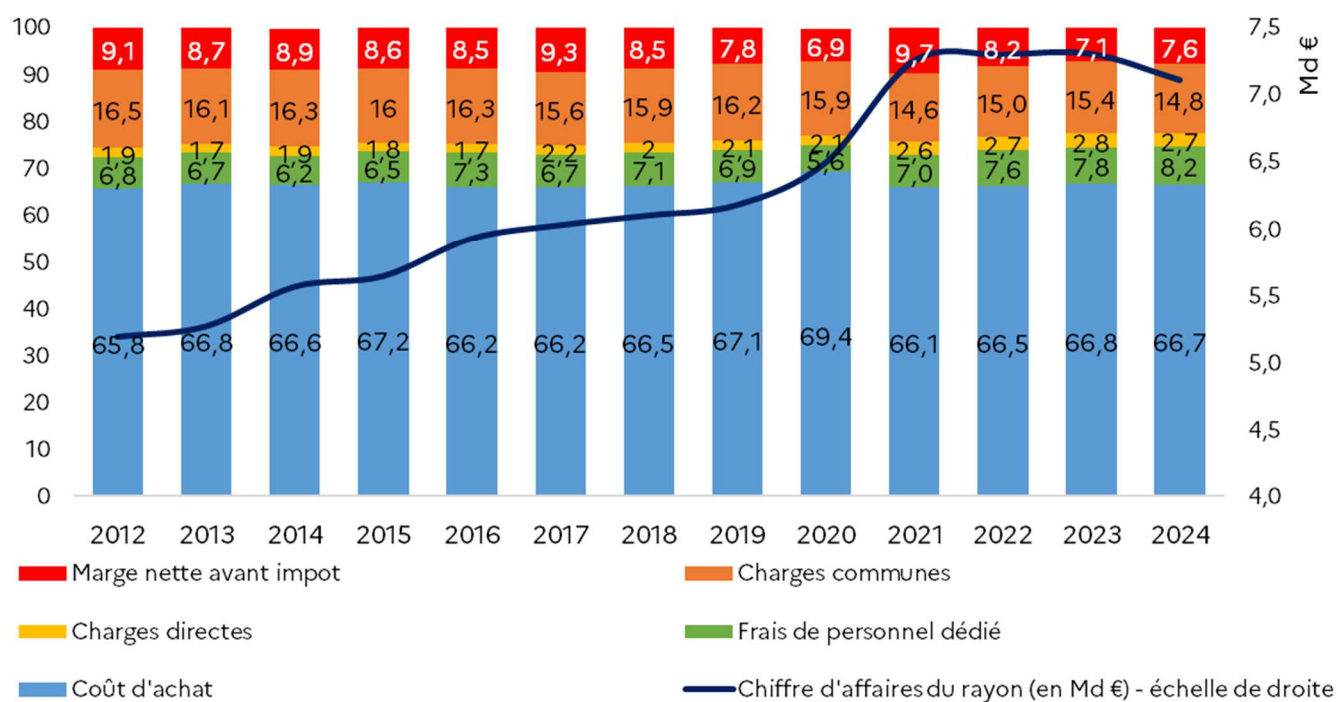
Tableau 41

Comptes moyens du rayon charcuterie de 2012 à 2024
pour 100 € de chiffre d'affaires

	Charcuterie												
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
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	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	66,5	66,1	66,7
Marge brute (marge commerciale)	34,2	33,2	33,4	32,8	33,8	33,8	33,5	32,9	30,6	33,9	33,5	33,9	33,3
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	7,6	7,4	8,2
Marge semi-nette	27,4	26,5	27,2	26,3	26,5	27,1	26,4	26,0	25,0	26,9	25,9	25,3	25,1
Autres charges réparties	18,4	17,8	18,2	17,8	18,0	17,8	17,9	18,2	18,1	17,2	17,7	18,2	17,5
Marge nette avant répartition de l'IS	9,1	8,7	8,9	8,6	8,5	9,3	8,5	7,8	6,9	9,7	8,2	7,1	7,6
Impôt sur les sociétés	3,3	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	2,9	2,6	2,3	3,2	2,7	2,4	2,5
Marge nette après répartition de l'IS	5,8	5,5	5,7	5,5	5,4	6,2	5,6	5,2	4,6	6,4	5,5	4,8	5,1

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 275

Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon charcuterie de 2012 à 2024
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 des 7 rayons avant IS.

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 30,4 %. Ce taux est supérieur à la moyenne des rayons étudiés (+ 1 point). S’imputent sur cette marge brute des frais de personnel dédié peu importants : ce rayon est en effet principalement en libre-service d’UVCi, les charges de personnel dédié à la mise en barquette des produits sont principalement supportées par le maillon industriel.

La marge semi-nette est ainsi de 26,8 € en moyenne pour 100 € de chiffre d’affaires, nettement supérieure aux autres charges (16,6 €). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette positive, de 10,1 € avant réaffectation de l’impôt sur les sociétés.

Tableau 42

Charges et marges rapportées au chiffre d’affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon volailles

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Volailles		
	2024	2023	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	69,6	70,6	
Marge brute	30,4	29,4	sensiblement dispersées
Frais de personnel du rayon	3,5	3,6	dispersées
Marge semi-nette	26,8	25,8	
Autres charges	16,6	16,9	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	10,1	8,9	
Impôt sur les sociétés	3,4	3,0	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	6,8	5,9	Fortement dispersées, +/- 3,9 €

(*) 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 6,3 € de charges spécifiques, contre 12,0 € 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 (13,9 €) est inférieur à la moyenne tous rayons étudiés (15,8 €).

Au total, le rayon supporte 20,2 € 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 (30,4 €) supérieure à la moyenne tous rayons (+ 1 € pour 100 € de chiffre d'affaires).

Tableau 43

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon volailles pour 100 € de CA**

		Volailles	
		2024	2023
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	3,5	3,6
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,1	0,1
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	1,0	1,1
	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	0,5
	Sous-total : charges directes du rayon	6,3	6,4
Charges communes réparties	Immobilier	1,2	1,1
	Personnel hors rayon (en magasin)	4,7	4,8
	Frais financiers	0,1	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	7,4	7,6
	Impôts et taxes hors IS	0,5	0,5
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	3,4	3,0
	Sous-total : charges communes réparties (impôt sur les sociétés inclus)	17,3	17,1
Total des charges imputées au rayon		23,6	23,5

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 volailles des GMS de 2012 à 2024

Tableau 44

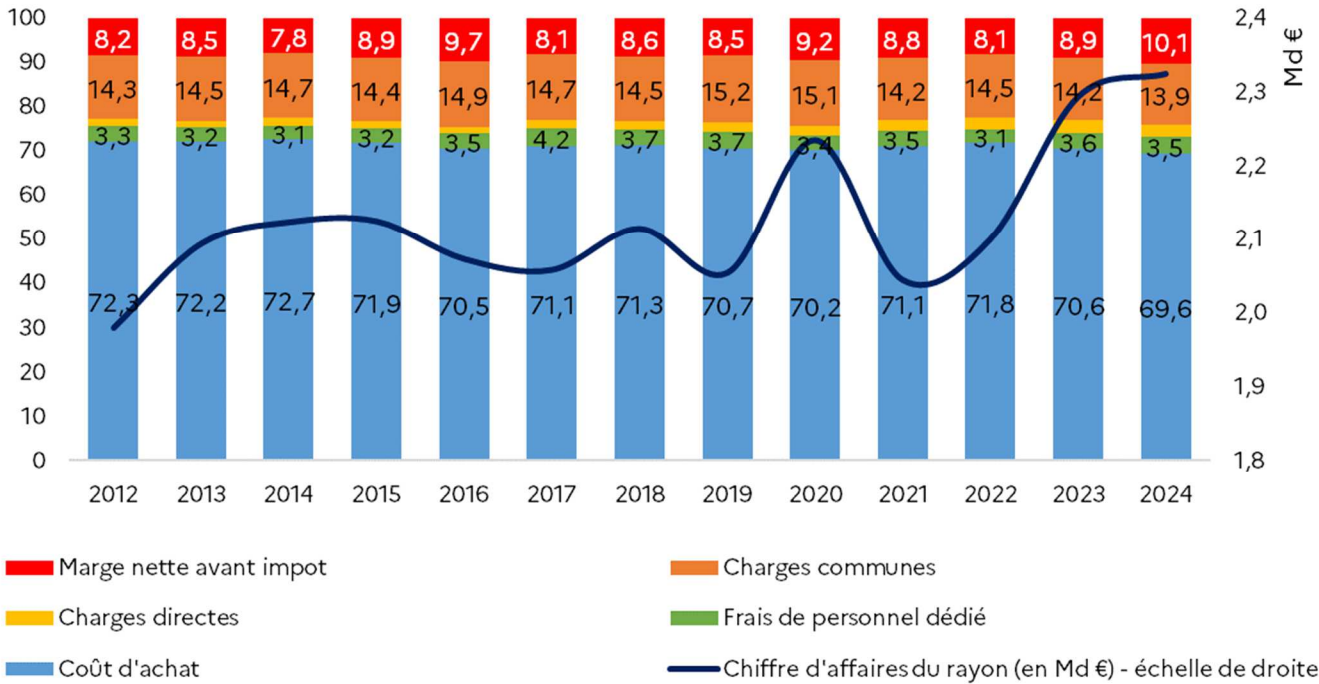
Comptes moyens du rayon volailles de 2012 à 2024
pour 100 € de chiffre d'affaires

	Volaille												
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
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	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	70,6	69,6
Marge brute (marge commerciale)	27,7	27,8	27,3	28,1	29,5	28,9	28,7	29,3	29,8	28,9	28,2	29,4	30,4
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	3,6	3,5
Marge semi-nette	24,4	24,6	24,2	24,9	26,0	24,7	25,0	25,6	26,4	25,4	25,0	25,8	26,8
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	16,9	16,6
Marge nette avant répartition de l'IS	8,2	8,5	7,8	8,9	9,7	8,1	8,6	8,5	9,2	8,8	8,1	8,9	10,1
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	3,0	3,4
Marge nette après répartition de l'IS	5,3	5,4	5,0	5,7	6,2	5,4	5,7	5,7	6,1	5,9	5,4	5,9	6,8

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 276

Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon volailles de 2012 à 2024
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 comprend 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 21 % de la marge nette du total des 7 rayons.

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 23,3 % en 2024, 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 3,7 € pour 100 € de chiffre d'affaires (contre 8,9 € 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 19,6 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires. S'y imputent les autres charges du rayon à hauteur de 2,6 € (3,1 € tous rayons confondus) ainsi que les charges communes répartis pour 15,0 € (légèrement inférieure à la moyenne tous rayons confondus). Ce qui conduit donc à une marge nette de 2,0 € avant impôt sur les sociétés.

Tableau 45

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon des produits laitiers**

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Produits laitiers		
	2024	2023	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	76,7	76,6	
Marge brute	23,3	23,4	Sensiblement dispersées
Frais de personnel du rayon	3,7	3,7	dispersées
Marge semi-nette	19,6	19,7	
Autres charges	17,6	18,0	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	2,0	1,7	
Impôt sur les sociétés	0,7	0,6	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	1,3	1,1	Extrêmement 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

3.4.3. Détail des charges du rayon des produits laitiers

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon des produits laitiers supporte directement 6,3 € de charges spécifiques, contre 12,0 € 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 (15,0 €) est inférieur à la moyenne tous rayons étudiés (15,8 €).

Au total, le rayon supporte 21,3 € 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 46

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 :
Moyennes toutes enseignes du rayon produits laitiers pour 100 € de CA**

		Produits laitiers	
		2024	2023
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	3,7	3,7
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,1	0,1
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,5	0,7
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,9	0,9
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,5	0,4
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,6	0,6
	Sous-total : charges directes du rayon	6,3	6,3
Charges communes réparties	Immobilier	1,3	1,4
	Personnel hors rayon (en magasin)	5,0	4,6
	Frais financiers	0,1	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	8,0	8,6
	Impôts et taxes hors IS	0,6	0,6
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	0,7	0,6
	Sous-total : charges communes réparties (impôt sur les sociétés inclus)	15,7	15,9
Total des charges imputées au rayon		22,0	22,3

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 de 2012 à 2024

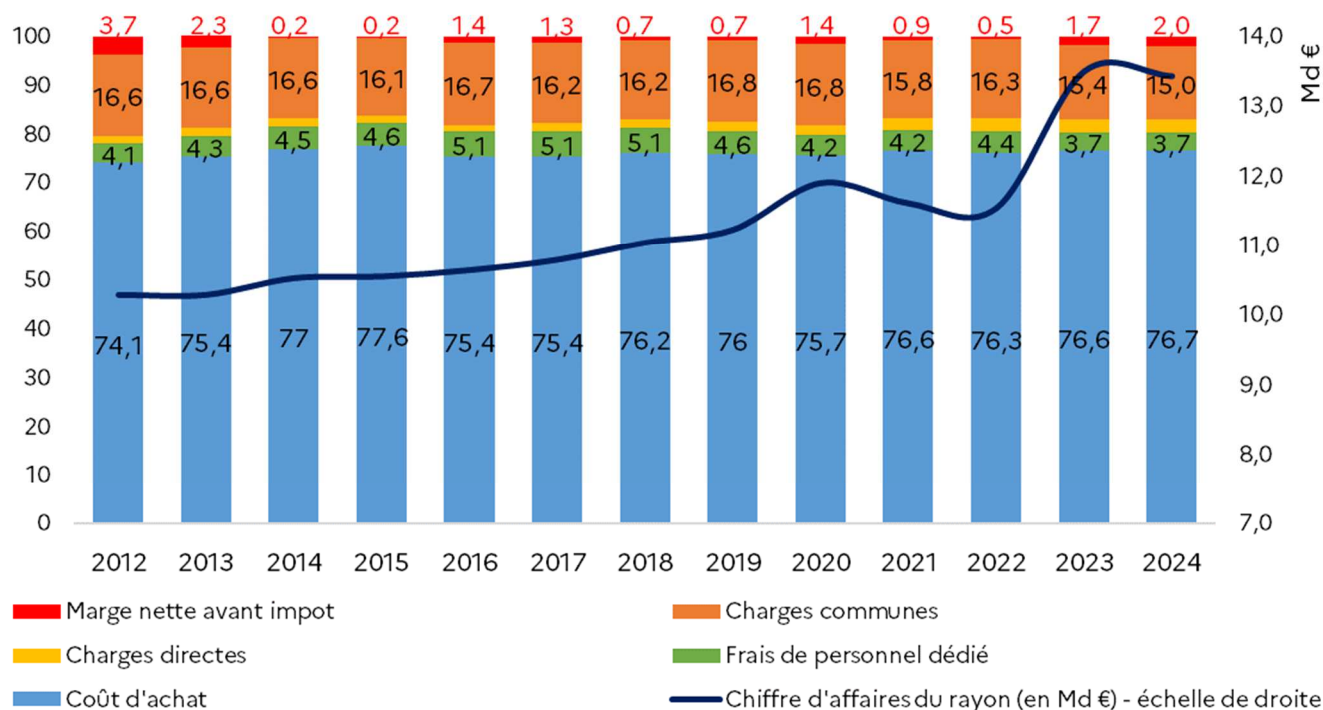
Tableau 47

Comptes moyens du rayon produits laitiers de 2012 à 2024
pour 100 € de chiffre d'affaires

	Produits laitiers												
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
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	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	76,6	76,7
Marge brute (marge commerciale)	25,9	24,6	23,0	22,4	24,6	24,6	23,8	24,0	24,3	23,4	23,7	23,4	23,3
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	3,7	3,7
Marge semi-nette	21,8	20,3	18,5	17,8	19,5	19,5	18,7	19,4	20,1	19,1	19,3	19,7	19,6
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	18,0	17,6
Marge nette avant répartition de l'IS	3,7	2,3	0,2	0,2	1,4	1,3	0,7	0,7	1,4	0,9	0,5	1,7	2,0
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	0,5	0,7
Marge nette après répartition de l'IS	2,4	1,4	0,1	0,1	0,9	0,9	0,5	0,4	0,9	0,6	0,3	1,1	1,3

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 277

Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon produits laitiers de 2012 à 2024
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 comprend les fruits et légumes frais, fruits secs, produits des 4^e et 5^e 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 19 % du chiffre d'affaires total des rayons étudiés (contre 31 % 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 30,1 % en 2024. Ce taux est légèrement supérieur à la moyenne des rayons étudiés (29,4 %). S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié rapportés au chiffre d'affaires inférieurs à la moyenne. Ils s'élèvent à 7,8 € pour 100 € de chiffre d'affaires (8,9 € tous rayons confondus). Dans l'ordre croissant de ce critère, le rayon se classe au troisième rang.

La marge semi-nette est ainsi en 2024 de 22,3 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires. Elle est supérieure à la moyenne tous rayons étudiés (20,4 €). Elle est supérieure aux autres charges du rayon (19,8 €). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette positive de 2,5 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés.

Tableau 48

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Fruits et légumes		
	2024	2023	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	69,9	70,4	
Marge brute	30,1	29,6	Sensiblement dispersées
Frais de personnel du rayon	7,8	8,0	Sensiblement dispersées
Marge semi-nette	22,3	21,6	
Autres charges	19,8	20,3	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	2,5	1,3	
Impôt sur les sociétés	0,8	0,4	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	1,7	0,9	Extrêmement dispersées, +/- 2,2 €

(*) 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 11,0 € de charges spécifiques, contre 12,0 € pour la moyenne. Ces charges spécifiques du rayon des fruits et légumes comprennent 7,8 € de frais de personnel dédié (8,9 € pour la moyenne tous rayons) et 3,2 € 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 (16,6 €) est égal à la moyenne du fait de la surface au sol moindre du rayon des fruits et légumes.

Au total, le rayon supporte 27,7 € de charges (avant IS et hors achat des produits) pour 100 € de chiffre d'affaires. Les charges sont quasiment équivalentes à celles de la moyenne (27,8 €). 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 2024 sur une marge brute légèrement plus élevée que la moyenne, d'où un résultat du rayon (2,5 €) supérieur à la moyenne (1,6 € pour 100 € de chiffre d'affaires).

Tableau 49

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes pour 100 € de CA**

		Fruits et légumes	
		2024	2023
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	7,8	8,0
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,2	0,2
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,5	0,6
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,9	0,9
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,5	0,4
	Autres charges liées à l'activité du rayon	1,1	1,1
	Sous-total : charges spécifiques du rayon	11,0	11,2
Charges communes réparties	Immobilier	1,6	1,9
	Personnel hors rayon	6,6	6,4
	Frais financiers	0,2	0,2
	Autres charges générales réparties (1)	6,1	7,8
	Impôts et taxes hors IS	0,8	0,8
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	0,8	0,4
	Sous-total : charges communes réparties (impôt sur les sociétés inclus)	17,4	17,5
Total des charges imputées au rayon		28,5	28,7

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 de 2012 à 2024

Tableau 50

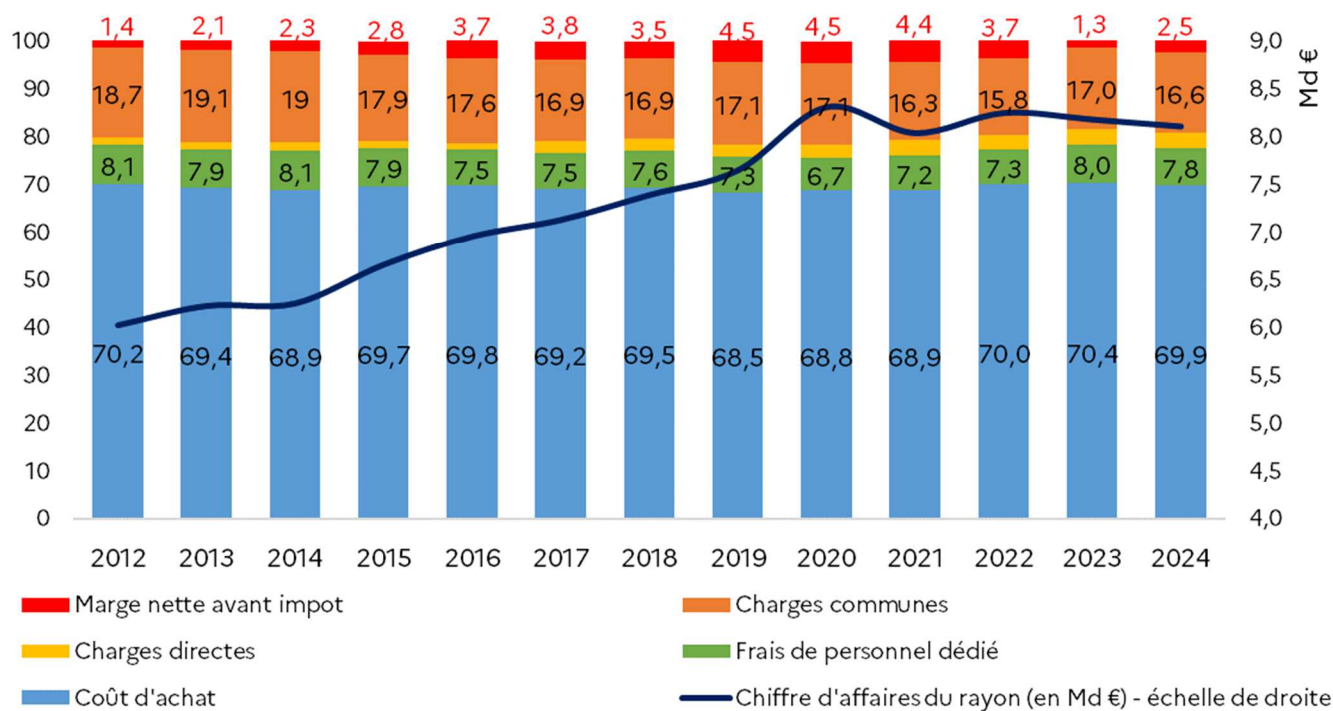
Comptes moyens du rayon fruits et légumes en GMS de 2012 à 2024 pour 100 € de chiffre d'affaires

		Fruits et légumes											
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
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	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	70,4	69,9
Marge brute (marge commerciale)	29,8	30,6	31,1	30,3	30,2	30,8	30,5	31,5	31,2	31,1	30,0	29,6	30,1
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	8,0	7,8
Marge semi-nette	21,7	22,7	23,0	22,4	22,7	23,3	22,9	24,2	24,5	23,8	22,7	21,6	22,3
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	20,3	19,8
Marge nette avant répartition de l'IS	1,4	2,1	2,3	2,8	3,7	3,8	3,5	4,5	4,5	4,4	3,7	1,3	2,5
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	0,4	0,8
Marge nette après répartition de l'IS	0,9	1,3	1,4	1,8	2,3	2,6	2,3	3,0	3,0	2,9	2,5	0,9	1,7

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 278

Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon fruits et légumes de 2012 à 2024 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 » (i.e. 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 8 % au chiffre d'affaires total des rayons étudiés et pour 7 % 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 26,5 %. Ce taux est inférieur de 2,9 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 durée de vie très courte.

La marge nette est négative, de -6,9 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de -4,6 € après.

Tableau 51

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon poissonnerie

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Poissonnerie		
	2024	2023	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne (*)
Chiffre d'affaires du rayon	100	100	
Coût d'achat des produits du rayon	73,5	73,6	
Marge brute	26,5	26,4	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	13,6	14,7	Dispersées
Marge semi-nette	12,8	11,7	
Autres charges	19,7	20,4	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	- 6,9	- 8,7	
Impôt sur les sociétés	- 2,3	- 2,9	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	- 4,6	- 5,8	fortement dispersées ; +/- 2,6 €

(*) 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 12,0 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon marée comprennent 13,6 € de frais de personnel dédié (8,9 € pour la moyenne tous rayons) et 3,9 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également plus élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que ceux de la moyenne des rayons étudiés (3,1 €). 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 (15,8 €) est équivalent à la moyenne (15,8 €).

Au total, le rayon supporte 33,3 € 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 52

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 :
Moyennes toutes enseignes du rayon poissonnerie pour 100 € de CA**

		Poissonnerie	
		2024	2023
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	13,6	14,7
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,3	0,2
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	1,1	1,3
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	1,0	1,1
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,5	0,5
	Autres charges liées à l'activité du rayon	1,0	0,9
	Sous-total : charges directes du rayon	17,5	18,8
Charges communes réparties	Immobilier	1,4	1,6
	Personnel hors rayon	7,6	7,7
	Frais financiers	0,2	0,1
	Autres charges communes réparties (1)	6,1	6,4
	Impôts et taxes hors IS	0,5	0,5
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-2,3	-2,9
	Sous-total : charges communes réparties (impôt sur les sociétés inclus)	13,5	13,4
Total des charges imputées au rayon		31,0	32,2

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 de 2012 à 2024

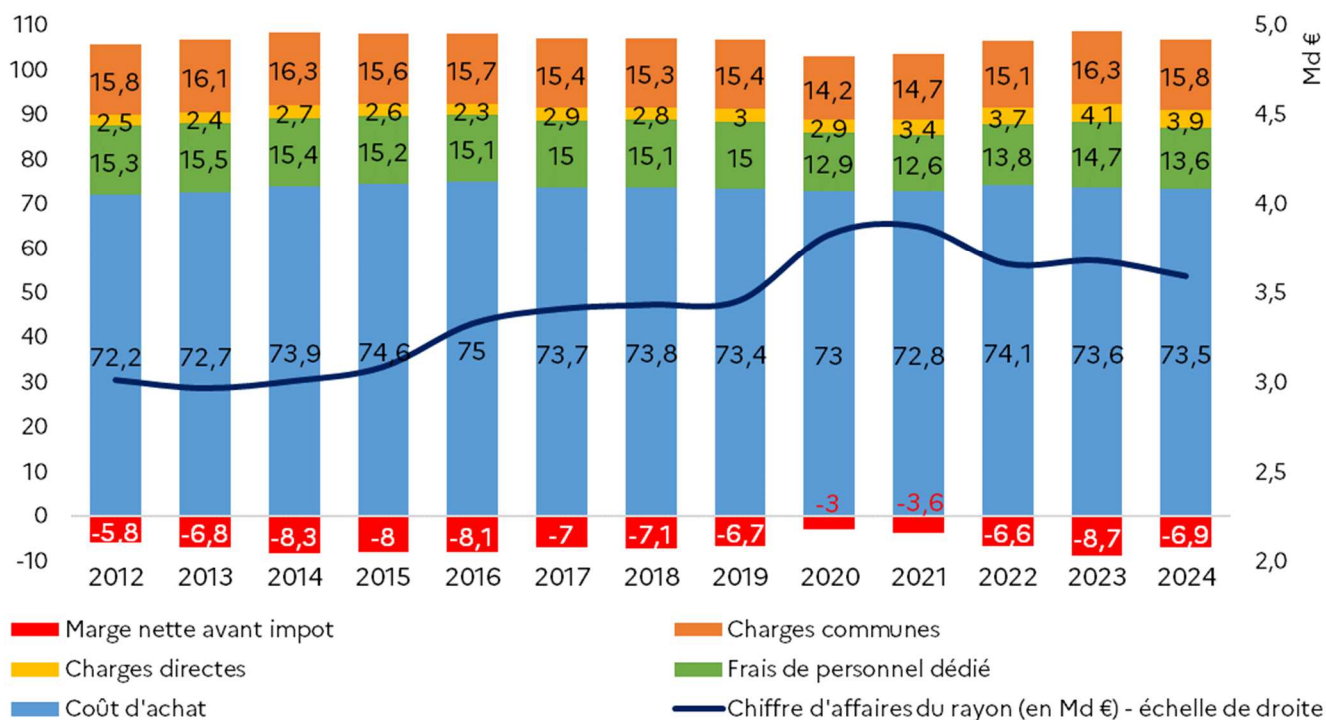
Tableau 53

Comptes moyens du rayon marée de 2012 à 2024
pour 100 € de chiffre d'affaires

		Poissonnerie											
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
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	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	73,6	73,5
Marge brute (marge commerciale)	27,8	27,3	26,1	25,4	25,0	26,3	26,2	26,6	27,0	27,2	25,9	26,4	26,5
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	14,7	13,6
Marge semi-nette	12,5	11,8	10,7	10,2	9,9	11,3	11,1	11,6	14,1	14,5	12,1	11,7	12,8
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	20,4	29,7
Marge nette avant répartition de l'IS	- 5,8	- 6,8	- 8,3	- 8	- 8,1	- 7,0	- 7,1	- 6,7	- 3,0	- 3,6	- 6,6	- 8,7	- 6,9
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	- 2,9	- 2,3
Marge nette après répartition de l'IS	- 3,7	- 4,4	- 5,3	- 5,1	- 5,2	- 4,7	- 4,7	- 4,5	- 2,0	- 2,4	- 4,4	- 5,8	- 4,6

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 279

Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon marée de 2012 à 2024
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), - 2,6 € 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 54,4 %. Ce taux est nettement supérieur à celui des 6 autres rayons étudiés (de 23,3 % à 33,3 %). Il découle de la forte valeur ajoutée créée par le rayon (achat de farine pour la 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 29,2 € 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 (25,3 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires contre 20,4 € pour l'ensemble des rayons). Mais les autres charges directes imputables au rayon sont plus importantes qu'ailleurs (5,3 € contre 3,1 €), du fait du poids des approvisionnements nécessaires à la fabrication des produits, de la consommation d'énergie pour la cuisson et des frais de matériels et d'équipements (ex. fours). Les charges communes pèsent aussi très fortement dans le chiffre d'affaires (22,5 € contre 15,8 €), les affectations de coûts immobiliers et d'autres charges générales étant faites au prorata de la superficie du rayon, y compris la surface occupée par l'atelier de fabrication. La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette négative, de - 2,6 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de - 1,7 € après.

Tableau 54

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie

Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Boulangerie - Pâtisserie - Viennoiserie		
	2024	2023	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne (*)
Chiffre d'affaires du rayon	100	100	
Coût d'achat des produits du rayon	45,6	47,2	
Marge brute	54,4	52,8	Sensiblement dispersées
Frais de personnel du rayon	29,2	29,2	Dispersées
Marge semi-nette	25,3	23,7	
Autres charges	27,8	28,5	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	-2,6	- 4,8	
Impôt sur les sociétés	-0,9	- 1,6	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	-1,7	- 3,2	Extrêmement dispersées ; +/- 8,3 €

(*) 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 34,5 € de charges spécifiques, contre 12,0 € pour la moyenne tous rayons étudiées. Elles comprennent 29,2 € de frais de personnel dédié contre 8,9 € pour la moyenne tous rayons. À ces charges spécifiques s'ajoutent des charges communes réparties – notamment, en fonction de la surface et du CA - dont le poids dans le chiffre d'affaires (22,6 € hors IS) est supérieur à la moyenne (15,8 € hors IS) du fait des nombreux mètres carrés occupés par le rayon boulangerie-pâtisserie.

Au total, le rayon supporte 57,0 € de charges (avant IS et hors achat des produits) pour 100 € de chiffre d'affaires, rapport nettement supérieur à la moyenne (27,8 €), plaçant le rayon boulangerie-pâtisserie au premier rang des rayons étudiés dans l'ordre décroissant de ce critère.

Tableau 55

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2023 et en 2024 :
Moyennes toutes enseignes du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie pour 100 € de CA**

		Boulangerie-Pâtisserie Viennoiserie	
		2024	2023
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	29,2	29,2
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,8	0,9
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	1,6	2,2
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	1,8	1,9
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,5	0,5
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,5	0,5
	Sous-total : charges directes du rayon	34,5	35,1
Charges communes réparties	Immobilier	1,9	2,3
	Personnel hors rayon	10,9	10,3
	Frais financiers	0,2	0,2
	Autres charges communes réparties (1)	8,8	9,0
	Impôts et taxes hors IS	0,8	0,8
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-0,9	- 1,6
	Sous-total : charges communes réparties (impôt sur les sociétés inclus)	21,7	20,9
Total des charges imputées au rayon		56,1	56,1

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 de 2012 à 2024

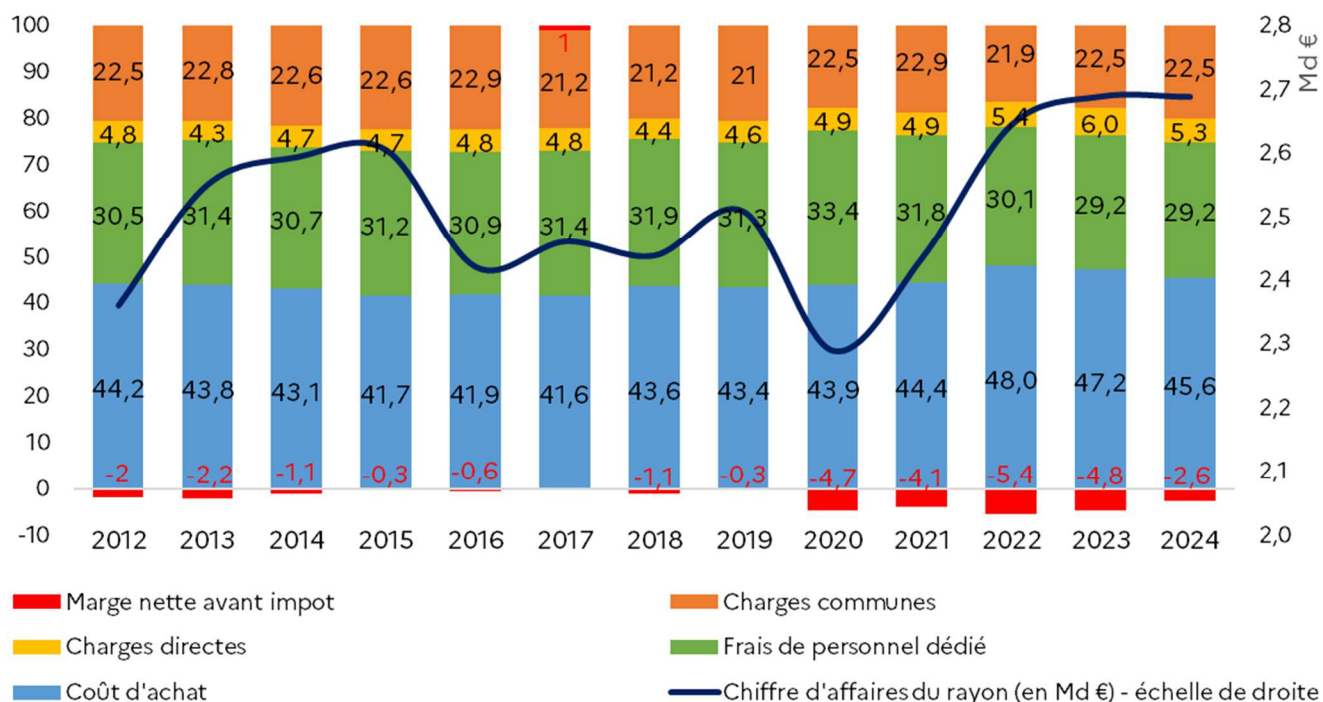
Tableau 56

Comptes moyens du rayon boulangerie-pâtisserie en GMS de 2012 à 2024
pour 100 € de chiffre d'affaires

	Boulangerie-Pâtisserie												
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
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	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	47,2	45,6
Marge brute (marge commerciale)	55,8	56,2	56,9	58,3	58,1	58,4	56,4	56,6	56,1	55,6	52,0	52,8	54,4
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	29,2	29,2
Marge semi-nette	25,3	24,8	26,2	27,1	27,2	27,0	24,5	25,3	22,7	23,7	21,8	23,7	25,3
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	28,5	27,8
Marge nette avant répartition de l'IS	-2,0	-2,2	-1,1	-0,3	-0,6	1,0	-1,1	-0,3	-4,7	-4,1	-5,4	-4,8	-2,6
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	-1,6	-0,9
Marge nette après répartition de l'IS	-1,3	-1,4	-0,7	-0,2	-0,4	0,7	-0,7	-0,2	-3,1	-2,7	-3,6	-3,2	-1,7

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes

Graphique 280

Charges rapportées au chiffre d'affaires du rayon boulangerie-pâtisserie de 2012 à 2024
Moyenne toutes enseignes pour le rayon boulangerie-pâtisserie pour 100 € de chiffre d'affaires

Source : OFPM, enquête auprès des enseignes