

Section 12 – Commerce de gros et grande distribution

Pour les maillons commerce en gros de produits alimentaires, hypermarchés et supermarchés sont présentés ici les résultats de 2020, 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 2021 issus de l'enquête de l'Observatoire.

1. ÉVOLUTION DES COÛTS DANS LE SECTEUR COMMERCIAL

Les parties suivantes sont toutes traitées de la même manière, et les résultats sont issus de la base de données Ésane (Insee). Précédemment, les résultats des entreprises étaient présentés sur plusieurs années avec la reprise des graphiques de 2010 à 2015 ou de 2010 à 2013, selon les sous-secteurs.

Désormais, il n'est plus possible de suivre une série sur le long terme car les données issues d'Ésane n'y sont guère adaptées. En effet, l'analyse sur plus de deux années va se heurter aux améliorations apportées d'une année sur l'autre afin de rendre les deux années comparables entre elles. (cf. Chapitre 1 – Méthodologie, encadré 2)

Il a été acté de ne plus présenter que les résultats des deux dernières années. En l'occurrence, pour le rapport 2023, les tableaux ne présentent plus que 2019 (méthode 2020) et 2020. 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 produits¹.

À partir de 2018 (données 2016), seule une partie des données et indicateurs précédemment étudiés sont publiés par l'Insee. Ne pouvant être présentés sous la même forme que précédemment, ils ont été repris dans un tableau complémentaire au graphique.

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

Tableau 36

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

| | 2019 | | 2020 | |
|------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| | M€ | % CA | M€ | % CA |
| Chiffre d'affaires | 107 132 | 100,0 % | 104 687 | 100,0 % |
| Valeur ajoutée | 13 652 | 12,7 % | 12 808 | 12,2 % |
| Frais de personnel | 8 402 | 7,8 % | 7 980 | 7,6 % |
| Excédent brut d'exploitation | 4 000 | 3,7 % | 3 772 | 3,6 % |
| Résultat courant avant impôt | 3 677 | 3,4 % | 3 399 | 3,2 % |

Source : Ésane (Insee), 2020

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 – Méthodologie, encadré 2) 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, 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, maxi discompteurs, magasins multi-commerces afin de rester homogène avec le champ de l'enquête de l'Observatoire sur les comptes des rayons.

Tableau 37

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

| | 2019 | | 2020 | |
|------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| | M€ | % CA | M€ | % CA |
| Chiffre d'affaires | 214 916 | 100,0 % | 219 720 | 100,0 % |
| Valeur ajoutée | 30 304 | 14,1 % | 33 143 | 15,1 % |
| Frais de personnel | 22 301 | 10,4 % | 23 147 | 10,5 % |
| Excédent brut d'exploitation | 5 256 | 2,4 % | 7 199 | 3,3 % |
| Résultat courant avant impôt | -1 510 | -0,7 % | 2 513 | 1,1 % |

Source : Ésane (Insee), 2020

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

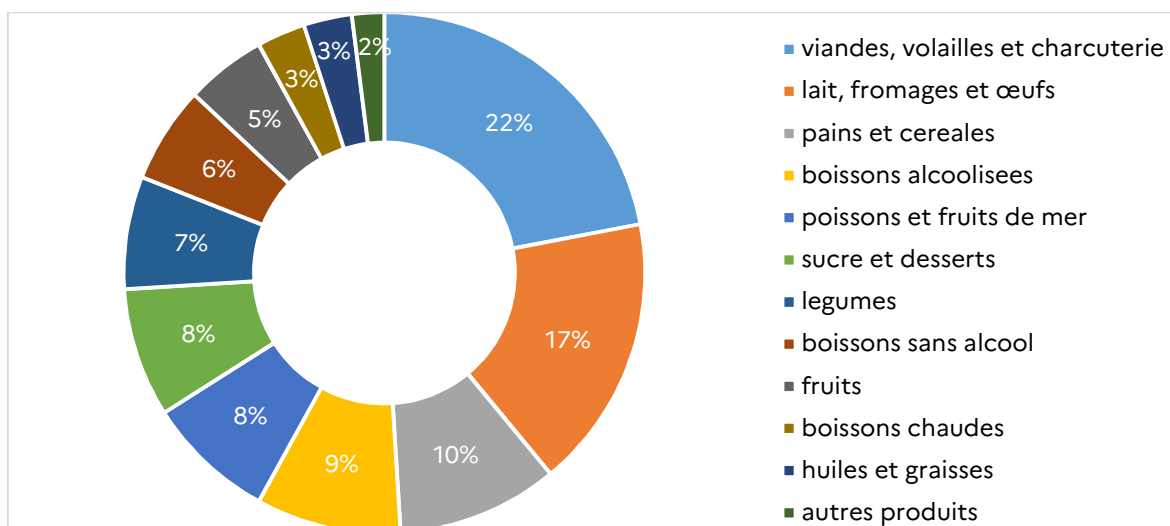
D'après l'Insee, « en 2021, les ventes des grande surface d'alimentation générale (hors carburant) se replient (-2,0%), après une année 2020 exceptionnelle (+1,9%) dans le contexte de crise. Les conditions de marché ont été plus favorables aux supermarchés (+0,1% en volume, après +5,2%) qu'aux hypermarchés (-3,5% après -0,7%) 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 (+1,0%). »

Pour rappel, « en 2020, les ventes en volume des grandes surfaces d'alimentation générale (GSA²) se redressent (+1,4%, après -2,7%). Les conditions de marché ont été plus favorables aux supermarchés (+4,6% en volume après -1,0%) qu'aux hypermarchés (-1,2% après -4,0%). Suite aux restrictions de circulation et à la fermeture des commerces des centres commerciaux, les hypermarchés ont été moins attractifs que les supermarchés de centre-ville qui ont su s'adapter aux contraintes sanitaires et tirer profit d'une clientèle de proximité captive. En valeur, les ventes en GSA se redressent également (+1,9% après -1,0%) grâce à la progression des ventes des supermarchés (+1,1% après -2,3%) alors que les ventes en hypermarchés se stabilisent (-1,7% après -2,4%). »³.

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

Graphique 252

Répartition des dépenses en produits alimentaires en supermarchés et hypermarchés en 2020⁴



Source : FranceAgriMer pour OFPM d'après Kantar Worldpanel

² Les GSA ont une surface de vente supérieure ou égale à 400 m² et sont classées en 4 catégories en fonction de leur surface de vente et de la part de leurs ventes en produits alimentaires : hypermarchés, supermarchés « classiques », hard-discount alimentaire et magasins multi-commerces. En 2021, « les ventes des hypermarchés représentent 52% de l'ensemble des GSA, celles des supermarchés 45% ». Il est à noter que « depuis 2013, les GSA tendent à perdre du terrain par rapport aux autres formes de vente de commerce alimentaire. En 2021, elles réalisent 29% des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors automobile alors que cette part était de 33% en 2013 ». Source : Insee, La situation du commerce en 2021, Rapport établi pour la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation.

³ Source : la situation du commerce en 2020, rapport établi pour la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation.

⁴ Ces informations sont données pour l'année 2020 car au moment de la rédaction du rapport, FranceAgriMer ne dispose pas des données pour l'année 2021.

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 38

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

| | 2019 | | 2020 | |
|------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| | M€ | % CA | M€ | % CA |
| Chiffre d'affaires | 248 660 | 100,0 % | 252 004 | 100,0 % |
| Valeur ajoutée | 36 406 | 14,6 % | 39 288 | 15,6 % |
| Frais de personnel | 26 647 | 10,7 % | 27 539 | 10,9 % |
| Excédent brut d'exploitation | 6 609 | 2,7 % | 8 604 | 3,4 % |
| Résultat courant avant impôt | - 1 146 | - 0,5 % | 2 992 | 1,2 % |

Source : Ésane (Insee), 2020

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

Tableau 39

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

| | 2019 | | 2020 | |
|------------------------------|--------|---------|--------|---------|
| | M€ | % CA | M€ | % CA |
| Chiffre d'affaires | 82 086 | 100,0 % | 86 489 | 100,0 % |
| Valeur ajoutée | 7 867 | 9,6 % | 7 683 | 8,9 % |
| Frais de personnel | 2 459 | 3,0 % | 2 552 | 3,0 % |
| Excédent brut d'exploitation | 799 | 1,0 % | 982 | 1,1 % |
| Résultat courant avant impôt | 172 | 0,2 % | 199 | 0,2 % |

Source : Ésane (Insee), 2020

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

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 pour la marge brute moyenne du rayon des produits laitiers, le calcul est le suivant :

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

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 au 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 total du rayon). Cette convention assure que la somme des IS affectés à chaque rayon est égale à l'IS calculé au même taux sur la marge nette totale avant IS tous rayons.

Dans le tableau 40, sont présentés les résultats pour l'année 2021 et dans le Tableau 42, les variations entre 2020 et 2021.

Comme indiqué chaque année, les données collectées par l'Observatoire évoluent au fil du temps et ne sont ainsi pas tout à fait comparables d'une année à l'autre. Ceci du fait de l'amélioration des connaissances de l'Observatoire au sujet des enseignes et de leur structuration, de la modification régulière de ces structurations, de l'évolution des outils de « reporting » interne à chacune des enseignes et notamment des informations transmises par les magasins indépendants à l'enseigne à laquelle ils adhèrent.

Entre 2020 et 2021, la marge brute de l'ensemble des rayons étudiés par l'Observatoire a augmenté de 0,3 € pour 100 € de chiffres d'affaires, résultant pour une part d'une diminution des coûts d'achat de -0,3 €. Si seuls deux rayons sur les sept étudiés connaissent une diminution de la part des coûts d'achat : -0,2 € pour 100 € de chiffre d'affaires pour le rayon marée et -3,3 € pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon charcuterie. La baisse importante observée pour la charcuterie explique en grande partie cette évolution. Quant aux autres rayons, les coûts d'achat sont en hausse. Celle-ci est de 0,9 € pour 100 € de chiffre d'affaires pour les rayons produits laitiers et volailles, 0,8 € pour 100 € de chiffre d'affaires pour la boucherie et de 0,5 € pour 100 € de chiffre d'affaires pour la boulangerie-pâtisserie. Ces coûts d'achat sont quasi stables pour le rayon fruits et légumes, avec une hausse de 0,1 € pour 100 € de chiffre d'affaires.

Les frais de personnel dédié aux différents rayons augmentent de 0,4 € pour 100 € de chiffre d'affaires entre 2020 et 2021. Cette hausse se constate dans tous les rayons sauf les rayons marée et boulangerie-pâtisserie pour lesquels ces frais diminuent. Notons également que les frais de personnel restent stables dans le rayon produits laitiers.

Les autres charges directes du rayon augmentent également de 0,5 € pour 100 € de chiffre d'affaires par rapport à 2020, en partie sous l'effet d'une légère hausse des frais sur matériel et équipement de 0,4 € pour 100 €. Les charges communes réparties, quant à elles sont en baisse de 0,7 € pour 100 € de chiffre d'affaire par rapport à 2020. Cette baisse est principalement à une diminution des frais de personnel hors rayon en 2021 (-0,7 € pour 100 € de chiffre d'affaires), après que ce poste ait connu une hausse en 2020, année de la pandémie de Covid-19.

Tableau 41

Comptes moyens des rayons alimentaires en GMS en 2021 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 | 66,1 | 71,1 | 76,6 | 68,9 | 72,8 | 44,4 | 70,2 |
| Marge brute (marge commerciale) | | 27,2 | 33,9 | 28,9 | 23,4 | 31,1 | 27,2 | 55,6 | 29,8 |
| CHARGES DIRECTES DU RAYON | Frais de personnel dédié du rayon | 12,4 | 7,0 | 3,5 | 4,2 | 7,2 | 12,6 | 31,8 | 8,8 |
| | Marge semi-nette | 14,8 | 26,9 | 25,4 | 19,1 | 23,8 | 14,5 | 23,7 | 21,0 |
| | Approvisionnements et fournitures | 0,4 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,2 | 0,9 | 0,2 |
| | Eau, gaz, électricité | 0,6 | 0,5 | 0,8 | 0,4 | 0,4 | 0,8 | 1,1 | 0,6 |
| | Frais sur matériels et équipements | 0,8 | 1,1 | 0,8 | 0,9 | 1,0 | 1,1 | 2,1 | 1,0 |
| | Taxes, cotisations et redevances | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,4 | 0,4 |
| | Autres charges du rayon | 0,4 | 0,5 | 0,4 | 0,6 | 1,0 | 0,8 | 0,4 | 0,6 |
| | Sous-total : autres charges directes | 2,7 | 2,6 | 2,4 | 2,4 | 3,1 | 3,4 | 4,9 | 2,9 |
| CHARGES COMMUNES REPARTIES | Immobilier | 1,7 | 1,5 | 1,2 | 1,6 | 1,9 | 1,6 | 2,6 | 1,7 |
| | Frais de personnel hors rayon | 5,9 | 5,4 | 4,6 | 5,2 | 5,6 | 6,3 | 10,3 | 5,8 |
| | Frais financiers | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| | Autres charges communes | 6,6 | 7,5 | 8,2 | 8,9 | 8,6 | 6,7 | 9,9 | 8,1 |
| | Sous-total : charges communes | 14,3 | 14,6 | 14,2 | 15,8 | 16,3 | 14,7 | 22,9 | 15,7 |
| | Marge nette avant répartition de l'IS | -2,1 | 9,7 | 8,8 | 0,9 | 4,4 | -3,6 | -4,1 | 2,4 |
| Répartition de l'impôt sur les sociétés | | -0,7 | 3,2 | 2,9 | 0,3 | 1,5 | -1,2 | -1,4 | 0,8 |
| Marge nette après répartition de l'IS | | -1,4 | 6,4 | 5,9 | 0,6 | 2,9 | -2,4 | -2,7 | 1,6 |

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours 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 42

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* | - 3,4 | 0,8 | 0,9 | 0,1 | - 0,2 | 0,6 | - 0,3 |
| Marge brute (marge commerciale) | | - 0,8 | 3,4 | - 0,8 | - 0,9 | - 0,1 | 0,2 | - 0,6 | 0,3 |
| CHARGES DIRECTES DU RAYON | Frais de personnel dédié du rayon | 0,6 | 1,4 | 0,1 | 0,0 | 0,5 | - 0,3 | - 1,6 | 0,4 |
| | Marge semi-nette | - 1,4 | 2,0 | - 0,9 | - 0,9 | - 0,6 | 0,5 | 1,0 | - 0,2 |
| | Autres charges directes du rayon | 0,6 | 0,5 | 0,4 | 0,6 | 0,3 | 0,5 | - 0,1 | 0,5 |
| CHARGES COMMUNES REPARTIES | Charges communes réparties | - 0,3 | - 1,3 | - 1,0 | - 1,0 | - 0,7 | 0,6 | 0,5 | - 0,7 |
| | Marge nette avant répartition de l'IS | - 1,7 | 2,8 | - 0,4 | - 0,5 | - 0,2 | - 0,6 | 0,6 | 0,0 |

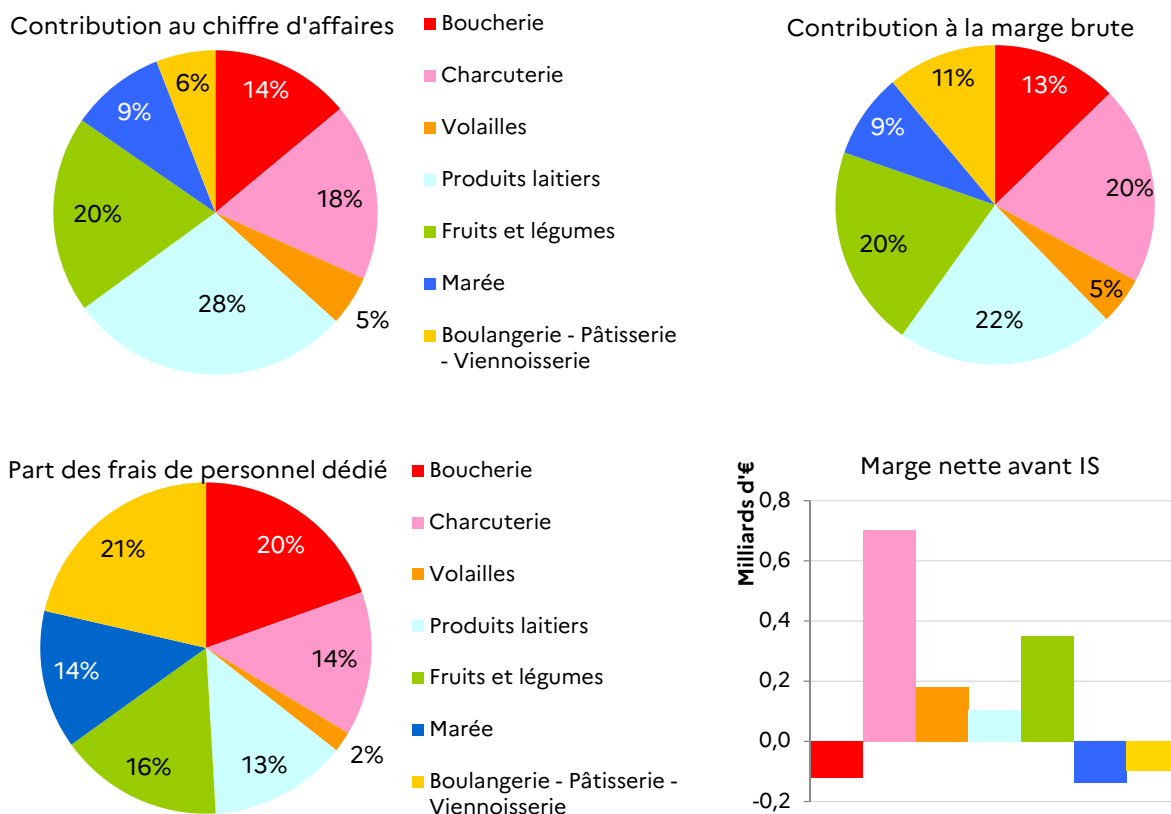
*: donnée estimée par l'OFPM pour une enseigne en 2020

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours des enseignes

Le Graphique 253 donne les poids de chacun des rayons étudiés par rapport au chiffre d'affaires, à la marge brute, aux frais de personnel et à la marge nette de l'ensemble de ces rayons.

Graphique 253

Poids des rayons étudiés dans les enseignes en 2021
En % de l'ensemble des rayons étudiés



Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours des enseignes

Le chiffre d'affaires total des rayons alimentaires frais du périmètre étudié par l'Observatoire est de 41 milliards d'euros en 2021. À titre de comparaison, les derniers résultats disponibles des comptes du commerce portant sur 2021 mentionnaient un chiffre d'affaires en produits alimentaires frais des hypermarchés et des supermarchés de 59,4 milliards d'euros (cf. point 2.2.5. Chapitre 1. Méthode générale).

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).

2.2. Détails des comptes des rayons alimentaires frais des GMS établis par l'Observatoire de 2012 à 2021

Tableau 43

Comptes moyens des rayons alimentaires en GMS de 2012 à 2021 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 |
| 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 | 69,9 | 70,3 | 70,6 | 71,0 | 70,3 | 69,9 | 70,2 | 69,9 | 70,5 | 70,2 |
| Marge brute (marge commerciale) | 30,1 | 29,7 | 29,4 | 29,0 | 29,7 | 30,1 | 29,8 | 30,1 | 29,5 | 29,8 |
| 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 |
| Marge semi-nette | 21,1 | 20,5 | 20,2 | 19,7 | 20,3 | 20,7 | 20,3 | 20,9 | 21,1 | 21,0 |
| Autres charges réparties | 18,7 | 18,7 | 19,0 | 18,9 | 18,5 | 18,5 | 18,5 | 18,9 | 18,8 | 18,6 |
| 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 |
| Impôt sur les sociétés | 0,8 | 0,7 | 0,4 | 0,5 | 0,6 | 0,7 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,8 |
| 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 |

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours 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 contribue pour 14 % au chiffre d'affaires total des rayons étudiés, pour 13 % à leur marge brute, pour 20 % à leurs frais de personnel dédié. 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. 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 27,2 %. Ce taux est inférieur de 2,6 points à la moyenne des rayons étudiés, 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 12,4 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre décroissant de ce critère, le rayon se classe au 3^{ème} rang après les rayons marée et boulangerie-pâtisserie-viennoiserie.

La marge nette avant impôt est négative, de - 2,1 %.

3.1.3. Détail des charges du rayon boucherie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte directement 15,0 € de charges spécifiques, contre 11,7 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon boucherie comprennent 12,4 € de frais de personnel dédié (contre 8,8 € en moyenne tous rayons) et 2,7 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont quasi équivalents (rapportés au chiffre d'affaires) à la moyenne des rayons étudiés (2,9 €). 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 (14,3 €) est inférieur à la moyenne tous rayons étudiés (15,7 €).

Au total, le rayon supporte 28,4 € 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 (27,2 €) pour 100 € de chiffre d'affaires, mais elle s'impute sur une marge brute nettement plus faible.

Tableau 44

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

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2021

(*) 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 ».

Tableau 45

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

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2021

(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 2021

Tableau 46

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

| | Boucherie | | | | | | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 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 | 74,8 | 75,1 | 74,4 | 75,4 | 75,1 | 73,7 | 72,7 | 72,6 | 72,0* | 72,8 |
| Marge brute (marge commerciale) | 25,2 | 24,9 | 25,6 | 24,6 | 24,9 | 26,3 | 27,3 | 27,4 | 28,0 | 27,2 |
| 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 |
| Marge semi-nette | 14,5 | 14,0 | 14,4 | 13 | 12,9 | 14,2 | 15,0 | 15,1 | 16,2 | 14,8 |
| Autres charges réparties | 15,8 | 15,9 | 16,5 | 16 | 16,4 | 16,6 | 16,5 | 16,5 | 16,6 | 16,9 |
| 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 |
| Impôt sur les sociétés | -0,5 | -0,7 | -0,8 | -1,1 | -1,2 | -0,8 | -0,5 | -0,5 | -0,1 | -0,7 |
| 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 |

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

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours 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 vient au 1^{er} rang des rayons étudiés classés dans l'ordre décroissant du taux de marge nette (devant le rayon volailles dont la marge nette est de 8,8 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires).

Le rayon charcuterie contribue pour 18 % au chiffre d'affaires total des rayons étudiés. Il se distingue par une contribution importante à la marge brute de l'ensemble des rayons (20 %) et surtout par sa marge nette positive qui contribue à plus de la moitié (53 %) de la marge nette positive de l'ensemble suivi.

Le rayon charcuterie contribue également pour 14 % des frais de personnel dédié des rayons étudiés, notamment pour la vente assistée et à la coupe ou pour la préparation des portions préemballées.

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, 33,9 % du chiffre d'affaires, soit 4,1 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 22,1 % des volumes vendus, contre 77,9 % pour le libre-service (respectivement 23,2 % et 76,8 % en valeur) selon les données du panel Kantar (2021), 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 7,0 € pour 100 € de CA en 2021.

La marge semi-nette est ainsi de 26,9 € en moyenne pour 100 € de CA, supérieure aux autres charges (17,2 €). La répartition des charges communes laisse donc une marge nette de 9,7 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires (avant réaffectation de l'IS).

Tableau 47

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

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

3.2.3. Détail des charges par rayon charcuterie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon charcuterie supporte directement 9,7 € de charges directes contre 11,7 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon charcuterie comprennent 7,0 € de frais de personnel dédié (contre 8,8 € en moyenne tous rayons étudiés) et 2,6 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont moins élevés que la moyenne des rayons étudiés (2,9 €). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, d'un poids dans le CA (14,6 %) inférieure à la moyenne tous rayons (15,7 %).

Au total, le rayon supporte 24,3 € 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 (27,4 € pour 100 € de chiffre d'affaires), et s'impute sur une marge brute nettement plus élevée.

Tableau 48

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

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2021

(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 2021

Tableau 49

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 |
| Marge brute (marge commerciale) | 34,2 | 33,2 | 33,4 | 32,8 | 33,8 | 33,8 | 33,5 | 32,9 | 30,6 | 33,9 |
| 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 |
| Marge semi-nette | 27,4 | 26,5 | 27,2 | 26,3 | 26,5 | 27,1 | 26,4 | 26,0 | 25,0 | 26,9 |
| Autres charges réparties | 18,4 | 17,8 | 18,2 | 17,8 | 18,0 | 17,8 | 17,9 | 18,3 | 18,1 | 17,2 |
| 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 |
| Impôt sur les sociétés | 3,3 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 2,9 | 2,6 | 2,3 | 3,2 |
| 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 |

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours 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 (hors élaborées) est le plus « *petit* » des rayons étudiés en termes de chiffre d'affaires : il contribue pour 5 % au CA total des rayons étudiés (moins de la moitié du rayon boucherie), pour 5 % également à leur marge brute et 2 % seulement à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont relativement faibles dans ce rayon principalement en libre-service d'UVCI. La marge nette du rayon après affectation des charges communes est nettement positive. Ce rayon contribue à 13 % 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 28,9 %. Ce taux est légèrement inférieur à la moyenne des rayons étudiés (- 0,9 point). S'imputent sur cette marge brute des frais de personnel dédié peu importants, relativement au chiffre d'affaires. Ils s'élèvent à 3,5 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre croissant de ce critère de frais de personnel dédié, le rayon se classe au premier rang.

La marge semi-nette est ainsi de 25,4 € 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 8,8 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés.

Tableau 50

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

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

(*) 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 : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2021

3.3.3. Détail des charges du rayon volailles

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon volailles (hors élaborées) supporte directement 6,0 € de charges spécifiques, contre 11,7 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon volailles sont constituées de 3,5 € de frais de personnel dédié (8,8 € pour la moyenne tous rayons) et de 2,4 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également légèrement moins élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (2,9 €). Ils recouvrent les approvisionnements spécifiques (emballages), les fluides (le rayon est réfrigéré), 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 (14,2 €) est inférieur à la moyenne tous rayons étudiés (15,7 €).

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 (28,9 €) légèrement inférieure de près d'un point de pourcentage à la moyenne tous rayons (29,8 €).

Tableau 51

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

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2021

(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 2021

Tableau 52

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

| | Volaille | | | | | | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 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 | 72,3 | 72,2 | 72,7 | 71,9 | 70,5 | 71,1 | 71,3 | 70,7 | 70,2 | 71,1 |
| Marge brute (marge commerciale) | 27,7 | 27,8 | 27,3 | 28,1 | 29,5 | 28,9 | 28,7 | 29,3 | 29,8 | 28,9 |
| 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 |
| Marge semi-nette | 24,4 | 24,6 | 24,2 | 24,9 | 26,0 | 24,7 | 25,0 | 25,6 | 26,4 | 25,4 |
| Autres charges réparties | 16,1 | 16,1 | 16,4 | 16,0 | 16,4 | 16,6 | 16,4 | 17,2 | 17,1 | 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 |
| Impôt sur les sociétés | 2,9 | 3,1 | 2,8 | 3,2 | 3,5 | 2,7 | 2,9 | 2,8 | 3,1 | 2,9 |
| 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 |

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours 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

Des produits de lait de vache, de chèvre et de brebis sont commercialisés au rayon des produits laitiers. Il est le plus important des rayons étudiés en termes de chiffre d'affaires : il contribue pour 28 % au CA total des rayons étudiés (plus du double du rayon boucherie), pour 22 % à leur marge brute et pour 13 % à leurs frais de personnel dédié aux rayons. Ces frais sont relativement faibles dans ce rayon principalement en libre-service d'UVCI. Enfin, il contribue à 8 % 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 23,4 % en 2021, inférieure à la moyenne des marges brutes (29,8 %). S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié rapportés au chiffre d'affaires inférieurs à la moyenne. Ils s'élèvent à 4,2 € pour 100 € de chiffre d'affaires (8,8 € 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 19,1 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires. S'y imputent les autres charges du rayon à hauteur de 2,4 € (2,9 € tous rayons confondus) ainsi que les charges communes répartis pour 15,8 € (légèrement supérieures à la moyenne tous rayons confondus). Ce qui conduit donc à une marge nette de 0,9 € avant impôt sur les sociétés.

Tableau 53

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

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

3.4.3. Détail des charges du rayon des produits laitiers

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon des produits laitiers supporte directement 6,6 € de charges spécifiques, contre 11,7 € pour la moyenne tous rayons étudiées. Ces charges spécifiques du rayon des produits laitiers comprennent 4,2 € de frais de personnel dédié (8,8 € pour la moyenne tous rayons) et 2,4 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également moins élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (2,9 €). Ils recouvrent principalement les fluides (le rayon est réfrigéré) et des 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 quasi identique à la moyenne tous rayons étudiés (15,7 €).

Au total, le rayon supporte 22,5 € 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 54

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

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2021

(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 2021

Tableau 55

Comptes moyens du rayon produits laitiers de 2012 à 2021 pour 100 € de chiffre d'affaires

| | Produits laitiers | | | | | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 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 | 74,1 | 75,4 | 77,0 | 77,6 | 75,4 | 75,4 | 76,2 | 76,0 | 75,7 | 76,6 |
| Marge brute (marge commerciale) | 25,9 | 24,6 | 23,0 | 22,4 | 24,6 | 24,6 | 23,8 | 24,0 | 24,3 | 23,4 |
| 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 |
| Marge semi-nette | 21,8 | 20,3 | 18,5 | 17,8 | 19,5 | 19,5 | 18,7 | 19,4 | 20,1 | 19,1 |
| Autres charges réparties | 18,1 | 17,7 | 18,3 | 17,6 | 18,1 | 18,1 | 18,0 | 18,7 | 18,6 | 18,3 |
| 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 |
| Impôt sur les sociétés | 1,3 | 0,9 | 0,1 | 0,1 | 0,5 | 0,4 | 0,2 | 0,3 | 0,5 | 0,3 |
| 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 |

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours 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 des fruits et légumes vient au deuxième rang des rayons étudiés en termes de CA, mais assez loin derrière le rayon des produits laitiers : il contribue pour 20 % au CA total des rayons étudiés (contre 28 % pour les produits laitiers), pour 20 % à leur marge brute et 16 % à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont non négligeables dans ce rayon qui, bien que principalement en libre-service, nécessite un réassortiment fréquent. La marge nette du rayon après affectation des charges communes est de 4,4 € pour 100 € de CA, ce qui représente une contribution à hauteur de 26 % à la marge nette positive des rayons.

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 31,1 % en 2021. Ce taux est supérieur à la moyenne des rayons étudiés (29,8 %). S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié rapportés au chiffre d'affaires proches de la moyenne. Ils s'élèvent à 7,2 € pour 100 € de chiffre d'affaires (8,8 € tous rayons confondus). Dans l'ordre croissant de ce critère, le rayon se classe au quatrième rang.

La marge semi-nette est ainsi en 2021 de 23,8 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires. Elle est supérieure à la moyenne tous rayons étudiés (21,0 €). Elle est supérieure aux autres charges du rayon (19,4 €). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette positive de 4,4 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés.

Tableau 56

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

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

(*) 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 : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2021

3.5.3. Détail des charges du rayon fruits et légumes

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon des fruits et légumes supporte directement 10,4 € de charges spécifiques, contre 11,7 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon des fruits et légumes comprennent 7,2 € de frais de personnel dédié (8,8 € pour la moyenne tous rayons) et 3,1 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont proches (rapportés au chiffre d'affaires) de ceux de la moyenne des rayons étudiés (2,9 €). 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 (16,3 €) est supérieur à la moyenne (15,7 €) du fait de la densité moindre du rayon des fruits et légumes.

Au total, le rayon supporte 26,7 € de charges (avant IS et hors achat des produits) pour 100 € de chiffre d'affaires. La moyenne est à 27,4 €. 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 2021 sur une marge brute plus élevée que la moyenne, d'où un résultat du rayon (4,4 €) supérieur à la moyenne (2,4 € pour 100 € de chiffre d'affaires).

Tableau 57

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

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2021

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 2021

Tableau 58

Comptes moyens du rayon fruits et légumes en GMS de 2012 à 2021
pour 100 € de chiffre d'affaires

| | Fruits et légumes | | | | | | | | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 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 | 70,2 | 69,4 | 68,9 | 69,7 | 69,8 | 69,2 | 69,5 | 68,5 | 68,8 | 68,9 |
| Marge brute (marge commerciale) | 29,8 | 30,6 | 31,1 | 30,3 | 30,2 | 30,8 | 30,5 | 31,5 | 31,2 | 31,1 |
| 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 |
| Marge semi-nette | 21,7 | 22,7 | 23,0 | 22,4 | 22,7 | 23,3 | 22,9 | 24,2 | 24,5 | 23,8 |
| Autres charges réparties | 20,3 | 20,7 | 20,8 | 20,5 | 19,0 | 19,4 | 19,3 | 19,7 | 19,9 | 19,5 |
| 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 |
| Impôt sur les sociétés | 0,5 | 0,8 | 0,9 | 1,0 | 1,4 | 1,2 | 1,2 | 1,5 | 1,5 | 1,5 |
| 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 |

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours des enseignes

3.6. Comptes du rayon Poissonnerie

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

Le rayon marée contribue pour 9 % au chiffre d'affaires total des rayons étudiés, pour 9 % à leur marge brute, pour 14 % à leurs frais de personnel dédié de ce rayon. Ces frais sont liés à la préparation des articles pour la vente (vidage, écaillage, coupe) voire à l'élaboration de portions préemballées pour le libre-service (plusieurs hypermarchés réalisent des UVCM de produits de la mer) ainsi qu'à la pratique de la vente assistée traditionnelle fréquente surtout en hypermarchés. La marge nette du rayon après affectation des charges communes est négative.

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 27,2 %. Ce taux est inférieur de 2,6 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. S'imputent sur cette marge brute « faible », des frais de personnel dédié importants, relativement au chiffre d'affaires. Ils s'élèvent à 12,6 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre décroissant de ce critère, le rayon se classe au 2^{ème} rang après le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie.

La marge nette est négative, de -3,6 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de -2,4 € après.

Tableau 59

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

| | Poissonnerie | |
|--|--|---|
| | Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA | Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne (*) |
| Chiffre d'affaires du rayon | 100,0 | |
| Coût d'achat des produits du rayon | 72,8 | |
| Marge brute | 27,2 | Peu dispersées |
| Frais de personnel du rayon | 12,6 | Sensiblement dispersées |
| Marge semi-nette | 14,5 | |
| Autres charges | 18,1 | |
| Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés | - 3,6 | |
| Impôt sur les sociétés | -1,2 | |
| Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés | - 2,4 | 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 : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2021

3.6.3. Détail des charges du rayon poissonnerie des GMS

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon poissonnerie supporte directement 16,0 € de charges spécifiques, contre 11,7 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon marée comprennent 12,6 € de frais de personnel dédié (8,8 € pour la moyenne tous rayons) et 3,4 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également plus élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que ceux de la moyenne des rayons étudiés (2,9 €). 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 (14,7 €) est légèrement inférieur à la moyenne (15,7 €).

Au total, le rayon supporte 30,7 € 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 60

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

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2021

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 2021

Tableau 61

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

| | Poissonnerie | | | | | | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 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 | 72,2 | 72,7 | 73,9 | 74,6 | 75,0 | 73,7 | 73,8 | 73,4 | 73,0 | 72,8 |
| Marge brute (marge commerciale) | 27,8 | 27,3 | 26,1 | 25,4 | 25,0 | 26,3 | 26,2 | 26,6 | 27,0 | 27,2 |
| 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 |
| Marge semi-nette | 12,5 | 11,8 | 10,7 | 10,2 | 9,9 | 11,3 | 11,1 | 11,6 | 14,1 | 14,5 |
| Autres charges réparties | 18,3 | 18,5 | 19,0 | 18,2 | 18,0 | 18,3 | 18,1 | 18,4 | 17,1 | 18,1 |
| 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 |
| Impôt sur les sociétés | - 2,1 | - 2,4 | - 3,0 | - 2,9 | - 2,9 | - 2,3 | - 2,4 | - 2,2 | - 1,0 | - 1,2 |
| 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 |

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours 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 contribue pour 6 % au chiffre d'affaires total des rayons étudiés. Il vient à l'avant dernier rang des rayons étudiés en termes de CA, juste devant le rayon volailles. Le rayon boulangerie-pâtisserie contribue pour 11 % à la marge brute et 21 % aux frais de personnel dédié de l'ensemble des rayons. Ces frais sont très importants dans ce rayon de fabrication. La marge nette du rayon après affectation des charges communes et avant affectation de l'impôt sur les sociétés est négatif, - 4,1 € pour 100 € de CA.

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 55,6 %. Ce taux est nettement supérieur à celui de n'importe quel autre des rayons étudiés (de 23,4 % à 33,9 %). 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 31,8 € 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, malgré les charges de personnel importantes, supérieure à la moyenne tous rayons étudiés (23,7 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires contre 21,0 €). Mais les autres charges directes imputables au rayon sont plus importantes qu'ailleurs (4,9 € contre 2,9 €), 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 (22,9 € contre 15,7 €), 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 - 4,1 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de - 2,7 € après.

Tableau 62

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

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

(*) 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 : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2021

3.7.3. Détail des charges du rayon boulangerie des GMS

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boulangerie-pâtisserie supporte directement 36,7 € de charges spécifiques, contre 11,7 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon boulangerie-pâtisserie comprennent 31,8 € de frais de personnel dédié (8,8 € pour la moyenne tous rayons) et 4,9 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont bien plus élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (2,9 €). Ils recouvrent notamment des coûts en énergie et des frais sur les matériels et équipements spécifiques de ce rayon de fabrication. 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 (22,9 € hors IS) est supérieur à la moyenne (15,7 € hors IS) du fait de la densité moindre du rayon boulangerie-pâtisserie.

Au total, le rayon supporte 59,6 € de charges (avant IS et hors achat des produits) pour 100 € de chiffre d'affaires, rapport nettement supérieur à la moyenne (27,4 €), plaçant le rayon boulangerie-pâtisserie au premier rang des rayons étudiés dans l'ordre décroissant de ce critère.

Tableau 63

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

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2021

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 2021

Tableau 64

Comptes moyens du rayon boulangerie-pâtisserie en GMS de 2012 à 2021
pour 100 € de chiffre d'affaires

| | Boulangerie-Pâtisserie | | | | | | | | | |
|--|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 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 | 44,2 | 43,8 | 43,1 | 41,7 | 41,9 | 41,6 | 43,6 | 43,4 | 43,9 | 44,4 |
| Marge brute (marge commerciale) | 55,8 | 56,2 | 56,9 | 58,3 | 58,1 | 58,4 | 56,4 | 56,6 | 56,1 | 55,6 |
| 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 |
| Marge semi-nette | 25,3 | 24,8 | 26,2 | 27,1 | 27,2 | 27,0 | 24,5 | 25,3 | 22,7 | 23,7 |
| Autres charges réparties | 27,3 | 27,1 | 27,3 | 27,3 | 27,7 | 26,0 | 25,6 | 25,6 | 27,4 | 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 |
| Impôt sur les sociétés | -0,7 | -0,8 | -0,4 | -0,1 | -0,2 | 0,3 | -0,4 | -0,1 | -1,6 | -1,4 |
| 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 |

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours des enseignes

