

RAPPORT 2023 DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES : LE RAYON CHARCUTERIE, 1^{ER} CONTRIBUTEUR DE MARGES POUR LES DISTRIBUTEURS

« Les entreprises de charcuterie sont aujourd'hui en très grande difficulté économique. Au nom des 300 entreprises membres de la FICT et de leurs 30 000 salariés, nous espérons pouvoir compter sur l'esprit de responsabilité des distributeurs pour qu'ils acceptent de répercuter les surcoûts subis par les entreprises de charcuterie et de diminuer leurs marges afin de sauvegarder la viabilité économique de leurs fournisseurs tout en préservant le pouvoir d'achat des consommateurs. » déclare Martine LEGUILLE-BALLOY, Présidente de la FICT.

LE CONSTAT DU RAPPORT 2023 DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES SORTI CE JOUR EST SANS APPEL

- **Le rayon charcuterie est le rayon qui génère le plus de marge pour les distributeurs** : le taux de marge du rayon a augmenté de **40%** entre 2020 et 2021, passant de 6.9% à 9.7%. Il est ainsi 4 fois plus élevé que la moyenne des rayons étudiés.
La contribution du rayon charcuterie à la marge nette des distributeurs a augmenté de + de 50%, passant de plus de 400 millions € en 2020 à près de 700 millions € en 2021 (Cf. annexe1).
- **Sur le produit de charcuterie étudié (jambon cuit supérieur libre-service), le maillon industrie charcuterie-salaison est le seul de la filière à voir son indicateur de marge brute baisser sur les 6 dernières années.** (Cf. annexe 2)
Alors que le prix du produit a augmenté de 17% :
 - ⇒ Perte de 3% pour l'industrie de la charcuterie-salaison.
 - ⇒ Augmentation de 24% pour la distribution.

Si l'Observatoire relève que la marge des distributeurs a baissé de 18% en 2022 sur le jambon cuit, cette baisse est à mettre en regard de la hausse de 50% de la marge nette apportée aux distributeurs entre 2020 et 2021 par l'ensemble des produits de charcuterie.

Il est donc indispensable que ce mouvement de baisse de marge initié par les distributeurs en 2022 sur le produit étudié :

- Se confirme sur l'ensemble des produits de charcuterie, ce qui reste à démontrer car, lors d'un sondage auprès de nos adhérents, dans près de 75% des cas, les distributeurs avaient augmenté leur marge sur les produits de charcuterie lors des revalorisations de tarifs passées
- Et qu'il se poursuive pour permettre aux entreprises de charcuterie de retrouver des marges essentielles à leur viabilité économique

UNE PLUS JUSTE REPARTITION DES MARGES INDISPENSABLE AU REGARD DES DIFFICULTES ECONOMIQUES DES ENTREPRISES DE CHARCUTERIE

Confrontées à **une augmentation de 10 à 25% des prix de pièces de découpe de porc depuis début 2023**, elles n'ont pas d'autres choix que de répercuter ces coûts, sachant que le prix de la viande représente plus de 50% du coût de fabrication d'une charcuterie.

Le secteur compte déjà 17 défaillances et selon un sondage auprès des entreprises adhérentes :

- Les trésoreries se sont dégradées de -20% à -75%.
- Les résultats d'exploitation sont en baisse de plus de la moitié et sont même négatifs pour de nombreuses entreprises.

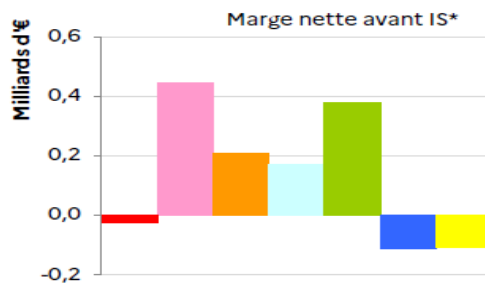
Contacts presse

Charlotte RICOU – Responsable communication FICT – 06 12 98 31 27 – c.ricou@fict.fr
Julie WASSELIN – JIN - 06 60 95 05 72 - jwassel@jin.fr

ANNEXE 1

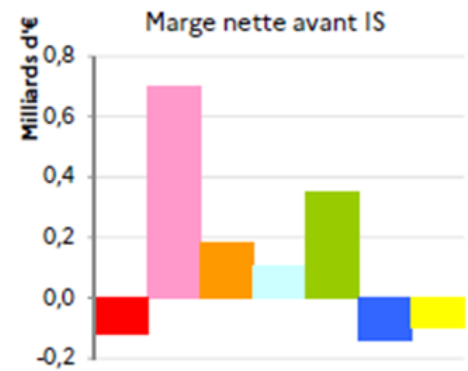
La contribution du rayon charcuterie à la marge nette des distributeurs a augmenté de moitié, passant de plus de 400 millions € en 2020 à près de 700 Millions € en 2021 :

2020



Source : Rapport 2022 de l'OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours des enseignes

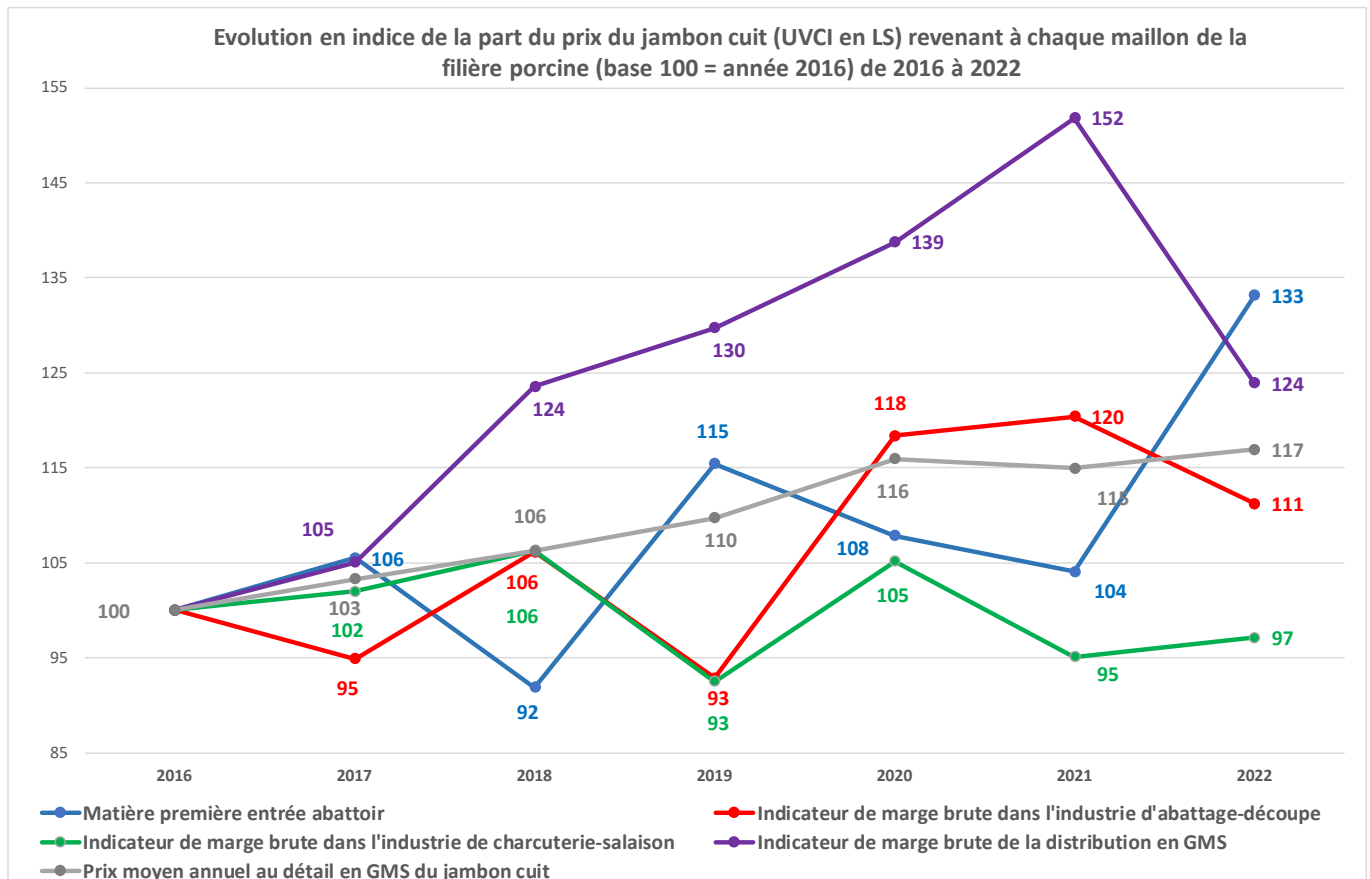
2021



Source : Rapport 2023 de l'OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours des enseignes

ANNEXE 2

Sur le produit de charcuterie étudié (jambon cuit supérieur libre-service), le maillon industrie charcuterie-salaison est le seul de la filière à voir son indicateur de marge brute baisser sur les 6 dernières années :



Graphique FICT issu du graphique 27 « Composition en pourcentage du prix moyen annuel HTVA au détail en GMS du jambon cuit (UVCI LS) »