



LA CHARCUTERIE
UN PATRIMOINE
ANCRÉ DANS LES
territoires

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2025

04_ Edito

06_ Chap.1_Chiffres clés & Enjeux

12_ Chap.2_Communication

14_ Chap.3_Economie

18_ Chap.4_Qualité & sécurité

20_ Chap.5_Environnement

22_ Chap.6_Social

24_ Chap.7_Export

26_ Chap.8_L'organisation de la FICT



LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE UNE URGENCE STRATÉGIQUE POUR NOTRE PAYS.

Les travaux récents des conférences de la souveraineté alimentaire ont mis en lumière une réalité sans détour : la France agricole et agro-alimentaire recule. Notre compétitivité s'érode, notre production régresse, et notre dépendance aux importations progresse, y compris sur des produits du quotidien. Cette situation n'est pas une fatalité, mais elle exige des choix clairs et urgents.

Produire davantage en France, transformer sur notre territoire, garantir un juste partage de la valeur : voilà les fondements d'une reconquête durable. C'est le sens de l'engagement que nous portons collectivement avec l'ensemble des filières agro-alimentaires, au service d'une alimentation accessible, de qualité et ancrée dans nos territoires.

Dans ce cadre, la charcuterie tient une place singulière. Elle est à la fois un patrimoine, un savoir-faire industriel et une réponse concrète aux attentes des consommateurs pour des produits alliant plaisir et

praticité. Les Entreprises Françaises de Charcuterie sont pleinement engagées dans la fabrication de produits accessibles, pratiques, diversifiés, qui s'inscrivent dans l'équilibre alimentaire. Défendre la charcuterie, c'est défendre une filière structurante, innovante, et profondément française.

Mais nous sommes face à un défi majeur : celui de l'acceptabilité. Les débats sur l'élevage et la consommation de produits carnés ne sont pas neutres. Ils engagent notre capacité à produire demain. Répondre à ces attentes, continuer à produire, à transformer en France et à promouvoir une alimentation équilibrée où les protéines animales ont toute leur place, est une responsabilité collective.

La reconquête de notre souveraineté alimentaire passera par l'investissement, la simplification, l'innovation, mais aussi par une ambition politique assumée : remettre l'alimentation au cœur de notre projet national.

La France a les moyens de nourrir sa population et de contribuer aux équilibres alimentaires mondiaux. Il est urgent de renoncer à la fatalité du déclin et de faire le choix de la production, de la transformation et de la souveraineté française ■

Christiane Lambert
Présidente de la **FICT**





DES ENTREPRISES RÉPARTIES SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

- **441 entreprises** de charcuterie-salaison réparties dans tous les terroirs de France (Banque de France Code NAF 1013A et CA >750K€)
- **95% de TPE et PME** (< 250 salariés)
- **75% des entreprises** de charcuterie ont **moins de 50 salariés**
- **36 000 salariés** travaillent dans les entreprises françaises de charcuterie (Insee 2023)
- Le secteur de la viande et des préparations de produits à base de viande est le **1^{er} secteur alimentaire en France** en termes d'effectifs salariés en ETP avec **107 500 hommes et femmes**



LA CHARCUTERIE : UN SAVOIR-FAIRE D'EXCELLENCE DE NOTRE PATRIMOINE GASTRONOMIQUE

- **Plus de 450 recettes** et spécialités charcutières référencées dans le Code des Usages de la Charcuterie
- **23 spécialités** charcutières françaises **IGP** enregistrées
- **89 médailles** décernées (dont 29 d'or) aux entreprises françaises de charcuterie traiteur membres de la FICT lors du Concours Général Agricole 2025
- **75%** de la production porcine française est transformée en charcuterie



MAINTIEN DE LA PRODUCTION DE CHARCUTERIE EN FRANCE UN LIEN FORT AVEC L'AMONT AGRICOLE

- **9,6 milliards d'€** de chiffre d'affaires (Agrete SSP année 2024)
- **1,22 million de tonnes** de produits fabriqués
- **80%** des références de charcuteries françaises en GMS utilisent du porc français (+15 pts entre 2017 et 2022)
- Les **charcuteries sous SIQO** (Label Rouge, IGP AOP, hors Bio) **représentent 4%** de la production totale
- Les deux principaux circuits de vente des produits : **65% en grandes et moyennes surfaces et 15% en restauration hors domicile, 8% à l'export, 12% autres** (PAI, circuits spécialisés)



UN ATTACHEMENT FORT DES FRANÇAIS AUX PRODUITS DE CHARCUTERIE

- **La charcuterie bénéficie d'une très bonne image** auprès des Français (note de **7,5/10**)
- **Pour 95% des Français** elle est synonyme de plaisir et de convivialité



LES CHARCUTERIES FONT RAYONNER L'IMAGE DE LA GASTRONOMIE FRANÇAISE DANS LE MONDE

- **10% du chiffre d'affaires** du secteur est **réalisé à l'export** (source : Douanes)
- Une **balance commerciale** de la charcuterie **structurellement déficitaire** de près de 1 milliard d'euros (à l'équivalent en 2000).
- **Progression des importations de charcuteries étrangères** : 1 charcuterie sur 5 au rayon libre-service est désormais importée (Espagne et Italie notamment)



DES ENTREPRISES DE CHARCUTERIE EN SITUATION ÉCONOMIQUE COMPLIQUÉE MAIS POURVOYEUSES DE MARGES POUR LA DISTRIBUTION

- **46% des entreprises** avec un **résultat net inf. à 1%** (24 % des entreprises déficitaires et 22 % des entreprises affichent un résultat net entre 0% et 1%)
- **Taux de résultat net faible** : 1,7% du chiffre d'affaires vs 3,5% pour les IAA
- **Le rayon charcuterie contribue fortement aux marges des distributeurs**, avec un taux de marge nette avant impôt de 8,2% en 2023, 7 fois plus élevé que la moyenne des rayons alimentaires étudiés (1,1%).
- **La FICT appelle toujours à une meilleure répartition des marges.**
- **100 millions d'€ de résultat** courant avant impôt pour le secteur charcuterie (-48% 2023 vs 2020) contre 600 millions d'€ de marge pour la distribution sur le rayon charcuterie (+200 M€ depuis 2020 ; +40-50 %)
- Un enjeu de transmission des entreprises de charcuterie : **38,5% des dirigeants ont plus de 60 ans** (sources Banque de France et OFPM)



ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION DE CHARCUTERIE À DOMICILE TOUT CIRCUIT CONFONDU – WORLD PANEL

- **La consommation progresse légèrement** sur l'ensemble de l'année 2025 en volume et **se stabilise** en valeur > +1,2% en volume / -0,3% en valeur
- **99,4% de foyers français acheteurs de charcuteries**
- **49 actes d'achat par an**
- **28,1kg achetés par foyer par an**
- **96% des charcuteries** consommées à domicile sont **achetées dans les circuits généralistes** (hypers, supers, EDMP, proximité et online)
- Au rayon libre-service, **les marques de fabricants représentent 35,4% des volumes** achetés de charcuterie, les produits à marques distributeurs 57% et les marques premiers prix 7,6%.
- **Le jambon cuit** reste le **produit leader** de la catégorie (23,3% des achats), suivi par les **saucisses à gros hachage** (12%), les **lardons** (11,6%) et les **saucissons secs** (9,8%)

RENOUER AVEC LA RENTABILITÉ POUR LE MAINTIEN DES ENTREPRISES FRANÇAISES DE CHARCUTERIE FACE À LA CONCURRENCE EUROPÉENNE

- Les distributeurs doivent respecter les besoins tarifaires légitimes des entreprises – prise en compte des MPA et MPI – dans les négociations commerciales afin de leur permettre de retrouver de la rentabilité (46% des entreprises ont un résultat < à 1%, avec une marge nette de 1,7% selon la banque de France). D'autant que le rayon charcuterie est le plus gros pourvoyeur de marge nette de la distribution : avec un taux de marge 8 fois supérieur à la moyenne des rayons en 2023, selon l'OFPM.
- Retrouver une compétitivité, aujourd'hui la plus faible parmi nos concurrents européens (IFIP) pour pouvoir rivaliser avec la concurrence féroce des entreprises étrangères (1 charcuterie sur 5 vendues en GMS est importée).
- Faire de l'export un levier de développement des entreprises de charcuterie et du rayonnement mondial de la gastronomie française.
- Éviter que des mesures législatives françaises ne pénalisent la compétitivité des entreprises françaises de charcuterie.

INVESTIR, MODERNISER, TRANSMETTRE

- 83% des entreprises de charcuterie ont plus de 20 ans d'ancienneté : forte nécessité de moderniser les outils de production afin notamment de rester compétitifs, de mettre aux normes sanitaires et incendie, et d'adapter les postes de travail afin de réduire la pénibilité pour les salariés.
- Les entreprises de charcuterie font également face à un besoin d'investissements colossal pour développer la productivité et mener les transitions : 2 milliards d'€ nécessaires sur 10 ans.
- 38,5% des dirigeants des entreprises de charcuterie ont 60 ans et + (vs 20% pour l'ensemble des IAA) : l'enjeu de transmission est majeur pour la pérennité du secteur. La consolidation du Pacte Dutreil est ainsi capital pour maintenir les entreprises dans les territoires, mais comment transmettre une entreprise si elle n'est pas rentable et souffre de sous-investissement ?

CONTINUER À RÉPONDRE AUX ATTENTES SOCIÉTALES ET AUX DEMANDES DES CONSOMMATEURS

1. AMÉLIORER LE PROFIL NUTRITIONNEL DES CHARCUTERIES ET POURSUIVRE LES EFFORTS POUR PLUS DE NATURALITÉ

- Consolider les efforts sur l'utilisation des additifs : 90 additifs autorisés dans le Code des usages de la charcuterie vs 335 autorisés dans la réglementation européenne.
- Poursuivre les travaux pour abaisser les seuils de nitrites quand cela est possible, sans risque pour le consommateur : Les teneurs maximales en nitrites en France étaient en moyenne 40% inférieures à la réglementation européenne, jusqu'au 9 octobre 2025, date à laquelle elles ont été abaissées. Les teneurs maximales françaises sont aujourd'hui 20% inférieures aux nouvelles teneurs européennes. La France reste exemplaire dans ce domaine en Europe.
- Poursuivre les efforts d'amélioration nutritionnelle sans compromis sur la qualité sanitaire des charcuteries, ni sur leur goût. Selon OQALI, entre 2013 et 2020, :
 - 4% de sel
 - 6% de matières grasses
 - 5% d'acides gras saturés
 - +1% de protéines

La FICT souhaite aller plus loin et s'engager dans des accords collectifs.

2. AGIR EN FAVEUR DE LA BIEN-TRAITANCE ANIMALE

- Contribuer activement à la démarche RSO (Responsabilité sociétale des Organisations) initiée par INAPORC et dialoguer avec les ONG constructives.
- Promouvoir l'élevage durable et le repas à la Française face aux organisations extrémistes et antispécistes souhaitant la suppression de l'élevage et l'éviction des protéines animales de notre alimentation.

3. AMÉLIORER LA RECYCLABILITÉ DES EMBALLAGES

- Assurer la recyclabilité en développant des emballages recyclables qui répondent aux besoins techniques des opérateurs.
- Poursuivre les travaux menés avec CITEO pour développer les filières de recyclage de demain.
- Explorer si le réemploi peut-être une solution pour les emballages de charcuterie malgré les contraintes sanitaires importantes.

SCANNEZ pour accéder
à nos documents.



INFORMER LES CONSOMMATEURS SUR DES BASES SCIENTIFIQUES POUR LES AIDER À FAIRE DES CHOIX FAVORABLES À LEUR SANTÉ ET À UNE ALIMENTATION ÉQUILIBRÉE

- Œuvrer pour que les informations transmises aux consommateurs soient basées sur des éléments approuvés par la communauté scientifique.
- Soutenir un Nutri-Score modernisé au plus proche des réalités de consommation.
 - Promouvoir le Nutri-Score Recette (83%* des charcuteries sont consommées au sein de recettes) afin que le consommateur ait une information nutritionnelle utile, correspondant aux réalités de consommation : comment un consommateur qui achète une saucisse notée rouge peut-il savoir que le plat saucisse-lentilles est noté vert ?
 - Faire que l'algorithme de calcul de notation du Nutri-Score valorise mieux l'apport en fer assimilable contenu dans les produits de charcuterie alors qu'en France 25% des femmes sont déficientes en fer selon l'ANSES.

RENFORCER L'ÉLEVAGE DE PORCS ET DE VOLAILLES EN FRANCE

- En étiquetant volontairement, dès 2010, l'origine des viandes utilisées sur les produits de charcuterie.
- En renforçant, lorsque la situation économique des entreprises de charcuterie le permet, les approvisionnements en viande française. 75% du porc français est transformé en charcuterie, et 80% des produits de charcuterie fabriqués en France en rayon GMS sont avec du porc origine France. Mais la production française ne couvre que 73% des besoins de nos entreprises, les obligeant à importer les pièces pour lesquelles la production est insuffisante. Avec 1 charcuterie sur 5 en rayon importée, la France importe désormais davantage de porcs via les charcuteries étrangères que de matières premières destinées aux entreprises françaises.
- En promouvant le label Le Porc Français, véritable levier de valorisation pour toute la filière.
- En soutenant les demandes de simplifications administratives des éleveurs pour enrayer la baisse de cheptel.

DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS

- Offrir aux salariés la possibilité de suivre des formations débouchant sur des qualifications permettant de faire reconnaître les compétences et savoir-faire nécessaires à l'exercice de nos métiers.
- Contribuer à la mise en place et à l'animation du réseau destiné à favoriser le développement de l'apprentissage.
- Communiquer de manière positive autour des métiers des entreprises de charcuterie traiteur et mettre en avant la passion et la fierté des femmes et des hommes qui y travaillent, afin de régaler les français.

*Sources : WorldPanel

SCANNEZ pour accéder à nos documents.





UNE ANNÉE DE FORTE VISIBILITÉ MÉDIATIQUE



318

Retombées presse

97%

de retombées positives ou neutres

345 000

impressions sur les réseaux sociaux

L'année 2025 a été marquée par une forte visibilité médiatique, avec **318 retombées presse dont 97 % positives ou neutres**, illustrant la pertinence des messages portés par la FICT et leur large reprise dans des médias de référence.

Le Salon International de l'Agriculture a constitué un temps fort majeur, avec **15 interviews, près de 50 retombées** et une forte mobilisation des médias autour des enjeux économiques du secteur. La FICT a porté la voix de la profession, alerté sur les négociations commerciales difficiles avec la distribution et la nécessité de retrouver des marges pour les entreprises.

La FICT a également fortement communiqué sur les enseignements de l'Observatoire de la formation des prix et des marges (**62 retombées**), et l'étude de la Banque de France qui a permis de sensibiliser, de nouveau, les médias à la fragilité du secteur et au déséquilibre des marges au profit des distributeurs ■



UNE STRATÉGIE DE RELATIONS PRESSE FONDÉE SUR LA PÉDAGOGIE ET LA PREUVE

Au-delà des prises de position, la FICT a développé une approche pédagogique, visant à mieux faire connaître les engagements et les réalités de la profession. Des visites presse organisées tout au long de l'année ont permis d'emmener des journalistes dans des sites de production (Domaine Picard et Groupe Popy / Chédeville) et dans le centre de recherche de l'IFIP, l'institut du porc, qui appuie la profession dans ses travaux de recherche et la préservation des savoir-faire. Ces dispositifs ont favorisé une couverture médiatique qualitative, valorisant :

- les efforts des entreprises en matière de qualité et de nutrition,
 - les démarches de progrès, notamment sur les nitrites,
 - la complexité technique et économique des transitions.
- Ces formats immersifs, dont **le taux de transformation est de 100%**, renforcent la crédibilité des messages et contribuent à consolider la communication de la FICT grâce à des éléments concrets et vérifiables

UNE STRATÉGIE DIGITALE EN FORTE PROGRESSION

La communication digitale a connu une montée en puissance significative, avec une audience en nette progression sur l'ensemble des plateformes (LinkedIn, Instagram, X et Facebook), pour atteindre **plus de 20 000 abonnés cumulés et un taux d'engagement supérieur à 2% sur l'ensemble des contenus**.

Trois temps forts ont particulièrement structuré l'année :

- Le Salon International de l'Agriculture,
- Les Journées européennes du patrimoine,
- La Semaine nationale de l'emploi agroalimentaire.

Au total, la FICT a publié plus de 400 contenus, générant plus de **345 000 impressions** et un niveau d'engagement en hausse.

Ces actions ont permis de diversifier les formats (vidéos, portraits, séries éditoriales) et d'adresser des publics variés, du grand public aux parties prenantes institutionnelles

VALORISER LES MÉTIERS ET LE PATRIMOINE DE LA PROFESSION

L'année 2025 a également marqué le lancement d'actions importantes autour de l'attractivité des métiers et de la valorisation du patrimoine charcutier : **création d'une brochure métier et d'une page dédiée sur le site Internet de la FICT, réalisation de portraits de salariés en vidéo** et communication sur les réseaux sociaux de la FICT. La campagne a généré **plus de 20 000 vues, dont plus de 12 000 sur les portraits de collaborateurs, et**

a suscité plus de 1 000 interactions (likes, partages, commentaires).

Par ailleurs, la valorisation de l'histoire des entreprises de charcuterie à travers une série de posts Instagram à l'occasion des Journées européennes du patrimoine a mis en lumière **l'ancrage territorial et historique des entreprises.**



ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES ADHÉRENTES DE LA FICT FACE AUX ENJEUX ACTUELS ET FUTURS ET CONSTRUIRE ENSEMBLE L'AVENIR DE LA FILIÈRE

24%

d'entreprises déficitaires et 22% ont un résultat net entre 0 et 1%

+200

millions d'€ de marges nettes générées par le rayon charcuterie pour la GMS entre 2020 et 2023

2

milliards d'€ sur 10 ans pour moderniser, répondre aux enjeux RSE et attirer les plus jeunes (38,5% des dirigeants ont plus de 60 ans)

En 2025, la situation économique des entreprises de charcuterie traiteur demeure très fragile, en raison de la hausse durable des coûts de production.

Ainsi entre 2021 et 2025 :

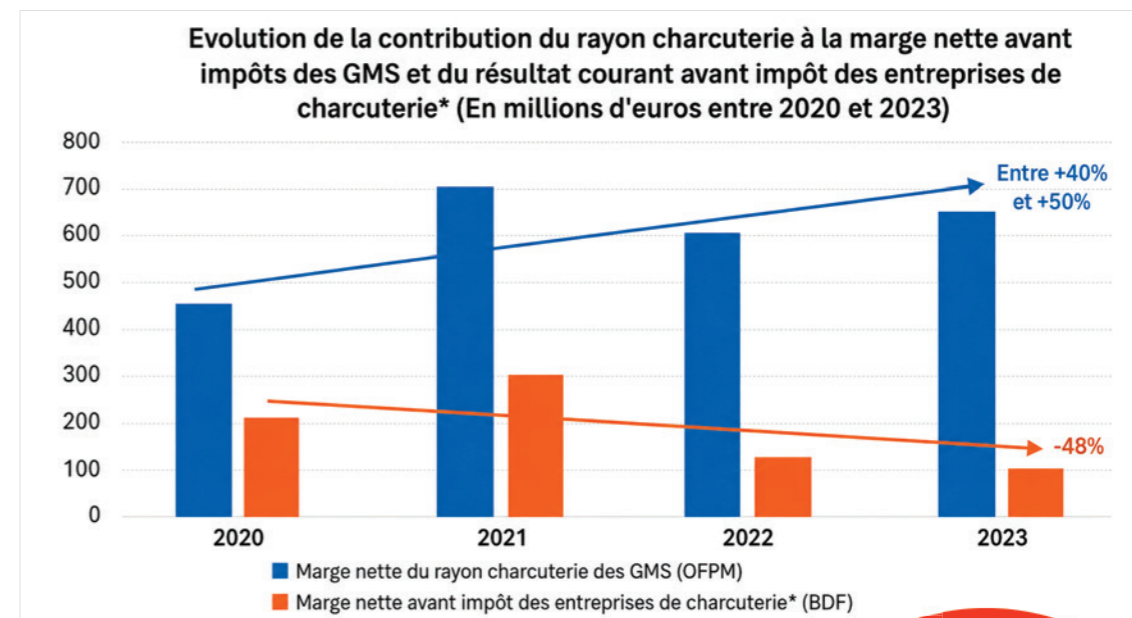
- **Prix des pièces de découpe de porc** augmente de +28% entre 2021 et 2025 avec une baisse de 3% en 2025
- **Porc** : -10,5% en 2025 (rappel +43% entre 2021 et 2024)
- **Électricité** : +30%
- **Gaz** : +122%
- **Emballages** : +15 à +19%
- **Salaires** : +15%

En l'absence d'indicateur de pièces de découpe de volailles, les pertes économiques pour les entreprises de charcuterie transformant de la volaille sont estimées à 30 M€ en 2025

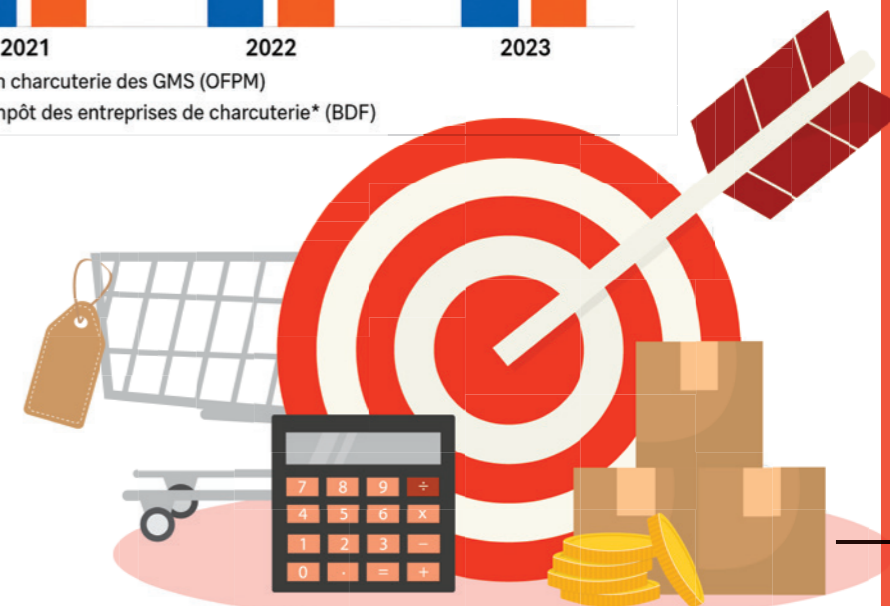
La FICT est mobilisée pour la création d'un indicateur de marché fiable et pertinent permettant aux entreprises de transformation, dans l'esprit de la loi EGALIM, de répercuter auprès de leurs clients les évolutions (à la hausse ou à la baisse) des prix d'achat des matières premières ■

Les difficultés économiques rencontrées par les entreprises de charcuterie traiteur contrastent avec la rentabilité du rayon charcuterie des enseignes de la grande distribution :

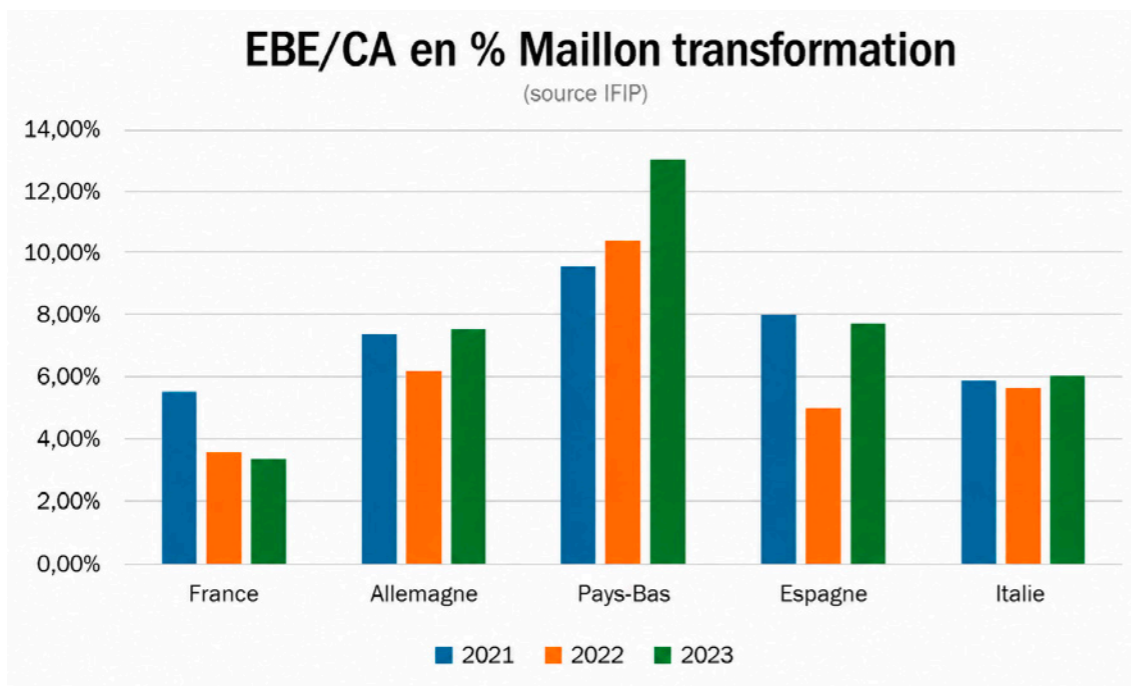
- Plus de 600 millions d'euros de marge nette en 2023, en hausse de 40 à 50% depuis 2020
 - Un taux de marge nette de 8,2%, soit 7 fois supérieur à celui de la moyenne des rayons alimentaires (1,1%)
- 46% des entreprises de charcuterie ont un résultat net négatif ou inférieur à 1%**, selon la Banque de France :
- 24% sont déficitaires en 2024,
 - et 22% ont un résultat net compris entre 0 et 1%.
 - Le résultat net moyen est de 1,7%, soit moitié moins que la moyenne des industries agro-alimentaires.



Les entreprises de charcuterie traiteur font face à des besoins d'investissements très importants, estimés à près de 2 milliards d'euros sur 10 ans, pour moderniser les outils de production, réussir les transitions et rester compétitives face à la concurrence internationale. En effet, la hausse des importations fragilise notre souveraineté agricole et alimentaire : aujourd'hui 1 produit de charcuterie sur 5 est importé.



LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DES ENTREPRISES FRANÇAISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE PORC PÉNALISÉES PAR RAPPORT À LEUR CONCURRENT



La FICT a ainsi rencontré tout au long de l'année les politiques et les acteurs économiques, afin de les sensibiliser à la situation économique extrêmement difficile du secteur, posant la question de la transmission des entreprises avec 38,5% de dirigeants de plus de 60 ans.

3 COMMUNIQUÉS DE PRESSE DE LA FICT SUR LES QUESTIONS ÉCONOMIQUES

13 FÉVRIER 2025

« Négociations commerciales : les filières françaises en jeu »

9 JUILLET 2025

« Rapport de l'OFPM : les entreprises de charcuterie encore et toujours la "vache à lait" des distributeurs »

2 OCTOBRE 2025

« Étude Banque de France : des marges insuffisantes pour assurer la pérennité et la transmission des entreprises »

Par ailleurs, la FICT, en lien étroit avec l'ANIA, a poursuivi ses travaux pour porter des propositions concrètes visant à améliorer les relations commerciales, notamment dans le cadre des évolutions des lois EGALIM et des discussions relatives au SRP+10, tout en alertant sur les effets de nouvelles contraintes économiques et fiscales pesant sur les entreprises. Ainsi, dans le cadre des discussions du PLF et du PLFSS 2026, nous nous sommes mobilisés afin de prévenir toute mesure susceptible de grever encore plus la compétitivité du secteur et pour défendre les dispositifs favorables à l'investissement et à la transmission d'entreprise. La restauration durable des marges des entreprises de charcuterie constitue une condition indispensable pour

assurer leur capacité d'investissement et garantir la pérennité de l'ensemble de la filière, 75% de la production porcine française étant transformée en charcuterie.



RETROUVEZ TOUTES LES ACTUALITÉS ÉCONOMIQUES, ÉTUDES, OUTILS D'AIDES À LA DÉCISION SUR LE SITE EXTRANET DE LA FICT

DES OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION SÉCURISÉS AU NIVEAU JURIDIQUE POUR ACCOMPAGNER LES ADHÉRENTS DANS LEURS RELATIONS COMMERCIALES (en partenariat avec le Cabinet Grall&Associés)

- ▶ DES ATELIERS JURIDIQUES
- ▶ UN GUIDE JURIDIQUE "PRÉPARATION DES NÉGOCIATIONS COMMERCIALES 2026"
- ▶ DES MATRICES DE CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE ET CONDITIONS GÉNÉRALES DE FABRICATION

DES ÉTUDES COLLECTIVES POUR ÉCLAIRER SUR LES TENDANCES DE MARCHÉ ET RÉALITÉS ÉCONOMIQUES SECTORIELLES ET/OU DE FILIÈRE (en partenariat avec FranceAgriMer et INAPORC)

- ▶ BILAN DE LA CONSOMMATION À DOMICILE DE CHARCUTERIE-SALAIISON EN 2024 PAR WORLD PANEL BY NUMERATOR
- ▶ ETUDE BANQUE DE FRANCE – ANALYSE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE DU SECTEUR DE LA CHARCUTERIE-SALAIISON EN 2024
- ▶ RAPPORT 2025 DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES
- ▶ CONSOMMATION HORS DOMICILE GIRA CIRCANA POUR FRANCEAGRIMER



PRODUIRE DES CHARCUTERIES SAINES, SÛRES, DURABLES ET DE QUALITÉ

20%

de nitrites en moins par rapport aux seuils européens (applicables depuis le 9/10/25) : "l'exception française au service de la sécurité."

89

médailles décernées aux entreprises membres de la FICT lors du concours Général Agricole 2025 (29 d'or, 41 d'argent, 19 de bronze).

CONTINUER A MIEUX RÉPONDRE AUX ATTENTES SOCIÉTALES

Réduction des nitrites / nitrates : le bon compromis pour maintenir la qualité sanitaire des produits

Les efforts mis en œuvre par la profession pour réduire l'utilisation des nitrates/nitrites dans les produits de charcuterie permettent aujourd'hui à la France d'avoir en moyenne des teneurs maximales en nitrites définies dans le Code des Usages de la charcuterie 20% inférieures aux seuils de la nouvelle réglementation européenne qui s'applique depuis octobre 2025. Les entreprises de charcuterie poursuivent leurs efforts d'innovation en la matière, notamment par la réalisation d'études de recherche et de développement avec des centres techniques (IFIP et ADIV). Il faut rappeler que les produits européens, qui représentent un produit sur 5 en rayon, ne sont pas soumis aux teneurs plus strictes imposées par le Code des Usages !

Fumage traditionnel : approfondir les connaissances

La FICT a décidé de la mise en place d'analyses sur les produits de charcuterie qui permettra de contribuer aux réflexions en cours au niveau européen sur la fumaison conventionnelle.

Code des Usages : une nouvelle édition en 2025

Le Code des Usages qui date de 1969, n'a eu de cesse d'évoluer pour s'adapter aux évolutions du secteur (réglementation, process...). Celui-ci a de nouveau été modifié en 2025 avec notamment l'intégration d'un nouveau produit « l'Oreiller de la Belle Aurore » et la baisse des teneurs en nitrites pour les produits appertisés.

ŒUVRER POUR LA QUALITÉ NUTRITIONNELLE DES PRODUITS

NUTRI-SCORE



L'arrêté du Nutri-Score mettant en place le nouvel algorithme a été signé le 14 mars. Dans le communiqué de presse, les 3 ministères de tutelle co-signataires de l'arrêté, ont demandé une démarche d'amélioration continue du dispositif et la prise en compte des produits traditionnels, importante selon la FICT pour préserver les produits emblématiques de notre patrimoine. Par ailleurs, le rapport OQALI a montré une diminution de 4% de sel, de 5% des acides gras saturés et de 6% des matières grasses entre 2013 et 2020.

Cela consacre les engagements pris par la filière dès 2010, puis en 2014, pour améliorer la qualité nutritionnelle des produits. Dans ce contexte, la filière, souhaitant poursuivre ses efforts, a initié une réflexion pour mettre en place un nouvel accord collectif sur l'amélioration nutritionnelle et la durabilité.

SÉCURITÉ SANITAIRE

Faire de la pédagogie auprès du consommateur sur le bon usage des produits

La FICT, afin d'éviter le mésusage de certains produits de charcuteries (consommés crus alors qu'ils doivent être cuits), est en discussion avec l'administration pour informer le consommateur sur le bon usage et limiter ainsi cette pratique.

La FICT a également mis à jour les chartes sécurité pour renforcer leur application par les entreprises. L'analyse statistique du site « Rappel conso » montre que les entreprises sous charte ont un taux de retraits/rappels très largement inférieur au taux moyen.

Fièvre Porcine Africaine (FPA)

Le 26 novembre 2025, l'Espagne déclarait 2 cas de sangliers infectés par la FPA. La FICT travaille avec l'Interprofession et la DGAL pour anticiper l'apparition d'un cas en France et préparer les entreprises aux actions à mettre en place, si besoin. Pour rappel, la FPA est tout à fait sans risque pour l'Homme, mais a des impacts très importants sur les élevages de porcs.

AMÉLIORER LES CONNAISSANCES SCIENTIFIQUES

Le Comité Scientifique

Le comité présidé par Gilles NASSY (IFIP), est composée de spécialistes reconnus en nutrition, sécurité des aliments, sociologie et technologie. Il a pour mission d'alerter la profession des sujets émergeant à travers une veille scientifique et la présentation de sujets d'actualité. Elle a aussi pour mission de donner son avis sur la rigueur scientifique des documents émis par la FICT.

APRIVIS

APRIVIS est la structure de Recherche et Développement des entreprises françaises de charcuterie-traiteur. Grâce aux études menées par APRIVIS, la profession approfondit les connaissances scientifiques sur les produits de charcuteries en s'appuyant sur l'expertise notamment de l'IFIP et de l'ADIV avec un enjeu fort de répondre aux attentes sociétales tout en garantissant la sécurité des produits.

Deux études ont été financées en 2025 :

- Evaluation du risque HAP sur les charcuteries fumées
- Impact de la teneur en sel sur le comportement des bactéries sporulées dans le saucisson sec à faible teneur en nitrites



AMÉLIORER LES IMPACTS LIÉS AUX EMBALLAGES

La FICT poursuit son engagement pour accompagner la filière dans la transition écologique, en s'appuyant sur une feuille de route structurée autour de la Réduction, du Réemploi et du Recyclage (3R) des emballages. La feuille de route permet d'identifier des solutions existantes ou en développement, et de faciliter leur mise en œuvre par les entreprises du secteur.



En 2025, la FICT a poursuivi le projet CHARMEE pour étudier la faisabilité du développement d'emballages réemployables, grâce au soutien de CITEO et en partenariat avec l'IFIP.

Ce projet repose sur des analyses de cycles de vie environnementales et économiques comparatives entre les emballages à usage unique et les emballages réemployables. Les résultats de cette étude seront disponibles courant 2026.

La FICT accompagne les entreprises dans l'optimisation de l'écoconception et le développement de solutions innovantes en contribuant à la création de filières de recyclage pour les plastiques complexes (PET, PS, PE, APET/PE) et à l'expérimentation sur la collecte/recyclage de nouveaux matériaux.

La FICT accompagne également ses adhérents dans la mise en place à venir de la Responsabilité Élargie du Producteur pour les emballages professionnels (REP PRO) qui entrera en vigueur le 1^{er} juillet 2026.

RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

La FICT a pris part à la consultation publique sur l'affichage environnemental, en soulignant l'importance de garantir un dispositif accessible aux PME, et a alerté afin que les produits traditionnels, issus de savoir-faire, ne soient pas défavorisés.

Un sondage réalisé en 2025 auprès des entreprises adhérentes sur leurs bonnes pratiques environnementales a permis d'illustrer les avancées réalisées par le secteur. Les actions concrètes sont valorisées dans la communication RSE de la FICT.

DES EMBALLAGES PLUS VERTUEUX

-29% de plastiques dans les emballages depuis 2018



87% des entreprises ont mené des projets d'écoconception pour les emballages durant ces 3 dernières années.

UNE TRAJECTOIRE DE DÉCARBONATION

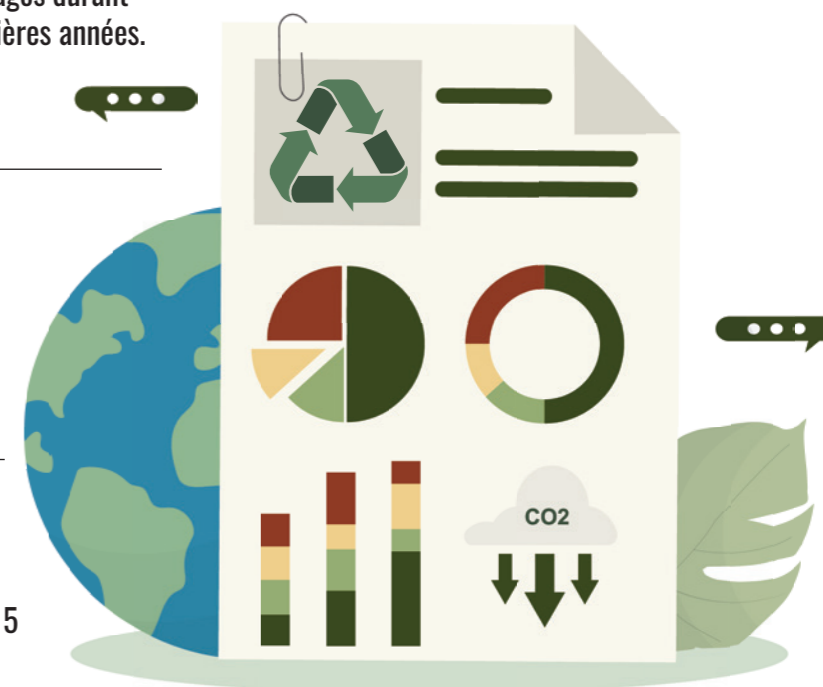
2/3 des entreprises ont réalisé un bilan carbone en 2025.

UNE GESTION DE L'EAU OPTIMISÉE

-25% de consommation d'eau par tonne de produits finis depuis 2015



La FICT est mobilisée dans la démarche RSO de la filière porcine qui a défini des objectifs ambitieux en matière d'environnement, de qualité, de bien-être animal, de souveraineté et d'attractivité ■





2025 MARQUÉE PAR UNE ACTIVITÉ SOUTENUE EN MATIÈRE DE DIALOGUE SOCIAL

CHIFFRES CLÉS DANS LE SECTEUR DES INDUSTRIES CHARCUTIÈRES

EFFECTIFS



36 000

salariés

34 000

équivalents
temps plein (ETP),
soit 90 %
des effectifs

SEXE

58,7%
d'hommes

41,3%
de femmes



CSP

62,9% ouvriers

07,8% employés

18,6% prof. intermédiaires

10,7% cadres

L'année 2025 a été marquée par une activité soutenue en matière de dialogue social de branche, avec la conclusion de plusieurs accords structurants visant à sécuriser les entreprises et à accompagner les évolutions sociales du secteur ■

REVALORISATION DES SALAIRES MINIMAUX CONVENTIONNELS

Dans un contexte économique fragile et incertain, marqué par une situation hétérogène des entreprises de la branche et une nécessaire préservation de leur compétitivité, les partenaires sociaux ont conclu un accord relatif aux salaires minimaux conventionnels applicable au 1^{er} janvier 2025.

Il illustre la volonté des partenaires sociaux de maintenir l'attractivité des métiers de la branche tout en tenant compte des contraintes économiques du secteur.

PRÉVENTION ET LUTTE CONTRE LES VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES AU TRAVAIL

La FICT et les organisations syndicales représentatives de la branche ont également conclu un accord relatif à la prévention et à la lutte contre les violences sexistes et sexuelles au travail. Première branche des industries agro-alimentaires à se doter d'un tel dispositif, la branche des industries charcutières réaffirme ainsi son engagement en faveur d'un environnement de travail respectueux et sécurisé pour l'ensemble des salariés.

MISE EN PLACE D'UN RÉGIME DE PRÉVOYANCE POUR LES CADRES

Cette année, la branche des industries charcutières a franchi une étape importante avec la conclusion d'un accord relatif à la mise en place d'un régime conventionnel de prévoyance au bénéfice des salariés cadres. Cet accord permet de compléter le dispositif existant pour les salariés non-cadres et de proposer une offre globale de protection sociale au niveau de la branche. Il fixe un socle minimal de garanties, incluant notamment des prestations en cas de décès, d'invalidité, d'incapacité de travail ainsi que des dispositifs de rente éducation et de rente handicap.

RÉVISION DU RÉGIME DE PRÉVOYANCE DES SALARIÉS NON-CADRES

Enfin, un avenant de révision du régime de prévoyance des salariés non-cadres a été conclu afin d'adapter les équilibres du régime dans un contexte d'évolution réglementaire. Cet avenant prévoit une augmentation du taux de cotisation ciblée sur la garantie incapacité, afin de pérenniser l'équilibre du régime, notamment à la suite de la baisse du plafond des indemnités journalières de sécurité sociale intervenue au 1^{er} avril 2025.





FAIRE DE L'EXPORT UN LEVIER DE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES DE CHARCUTERIE

3 programmes européens
de promotion à l'export

10% des charcuteries
françaises sont exportées

Face aux contraintes du marché national, les marchés de l'Union Européenne et des pays tiers sont des relais de croissance importants pour les entreprises. Aussi, en 2025, la FICT a poursuivi l'appui aux entreprises pour favoriser le développement de leurs exportations.

DES ACTIONS DE PROMOTION EN ALLEMAGNE, EN POLOGNE, EN BELGIQUE, ET AU LUXEMBOURG

Financé à 70% par l'Union Européenne, ce programme porté par la FICT a pour objectif de développer les exportations vers l'Europe, grâce notamment à une mission d'entreprises en Belgique et au Luxembourg, des masterclasses, des dégustations en

magasins, des communications sur des plateformes de e-commerce, un site web traduit en anglais, allemand et polonais, et de fréquentes communications sur les réseaux sociaux.

DES ACTIONS DE PROMOTION AU ROYAUME-UNI

Financé à 80% par l'Union Européenne, ce programme porté par la FICT a pour objectif de développer les exportations vers le Royaume-Uni, grâce notamment à la présence des entreprises sur le plus grand

salon du Royaume-Uni ainsi que de fréquentes communications dans la presse et sur les réseaux sociaux.

DES ACTIONS DE PROMOTION EN CORÉE DU SUD, AU VIETNAM, ET À TAÏWAN

Au travers de ce programme financé à 80% par l'Union Européenne, la FICT a pu mettre en place des actions pour développer les exportations vers ces pays et notamment un salon en Corée du Sud et des masterclasses au Vietnam.

DES ACTIONS DE PROMOTION MULTI-FILIÈRES AU JAPON, AU VIETNAM, AU ROYAUME-UNI, EN ESPAGNE ET EN ITALIE

En 2025, en collaboration avec d'autres filières alimentaires comme le fromage, le vin, la viande bovine, les pommes de terre et les fruits et légumes, la FICT a participé à plusieurs actions de promotion co-financées par le Ministère de l'Agriculture, au Japon, au Vietnam, au Royaume-Uni, en Espagne et en Italie.

UNE PARTICIPATION DES ENTREPRISES DE CHARCUTERIE SUR DES SALONS EXPORT À SINGAPOUR ET EN CHINE

La FICT a coordonné la participation des entreprises de charcuterie sur les stands INAPORC des salons FHA de Singapour et CIIE de Shanghai en Chine. Plusieurs actions de communication auprès de la presse et des influenceurs ont été menées à cette occasion. ■

CONTINUER À ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES ADHÉRENTES

En complément des actions précédentes, la FICT poursuit ses actions d'accompagnement des entreprises adhérentes :

- > Réunions du Club Export pour diffuser et échanger sur les dernières opportunités pour le développement des exportations
- > Analyses de marché pour permettre aux entreprises d'orienter leurs démarches d'exportation vers les marchés les plus porteurs
- > Information sur toutes les actions et financements disponibles pour les entreprises
- > Informations détaillées sur les nouvelles procédures export et suivi de l'impact de la fièvre porcine africaine en Espagne
- > Mise à disposition de documents de communication sur nos charcuteries traduits en plusieurs langues (sites webs, fiches produits, vidéos,...)
- > Accompagnement personnalisé des adhérents pour les aider au quotidien dans leurs démarches d'exportation ■





LES INSTANCES DE GOUVERNANCE

Présidente	Christiane LAMBERT
Comité directeur	34 membres
Bureau	12 membres
Vice-Présidents	Groupe LOSTE FLEURY MICHON
Trésorier	LECHEF PREMIUM
Autres membres du Bureau	LBC LUISSIER BORDEAU CHESNEL Groupe AOSTE Groupe POPY SOFIA BVA/AGRIAL PRUNIER Groupe PIERRE SCHMIDT BIGARD HERTA



COMMISSIONS & SECTIONS SPÉCIALISÉES

5 Commissions	Présidences
Matières premières Economique Technique et réglementation Sociale et formation Communication	Groupe LOSTE PRUNIER KERMENE FLEURY MICHON BIGARD
4 Sections spécialisées produits	Présidences
Jambon cuit Salaisons sèches Charcuteries Charcuteries pâtisseries	HERTA Groupe AOSTE SOFIA BVA/AGRIAL Groupe PIERRE SCHMIDT

DES OUTILS D'INFORMATION & D'ÉCHANGE SITE INTERNET WWW.FICT.FR

La FICT met à la disposition de ses adhérents un site extranet. Ce dernier, accessible depuis la page d'accueil du site Internet de la FICT, permet d'avoir accès à toutes les informations de la profession.

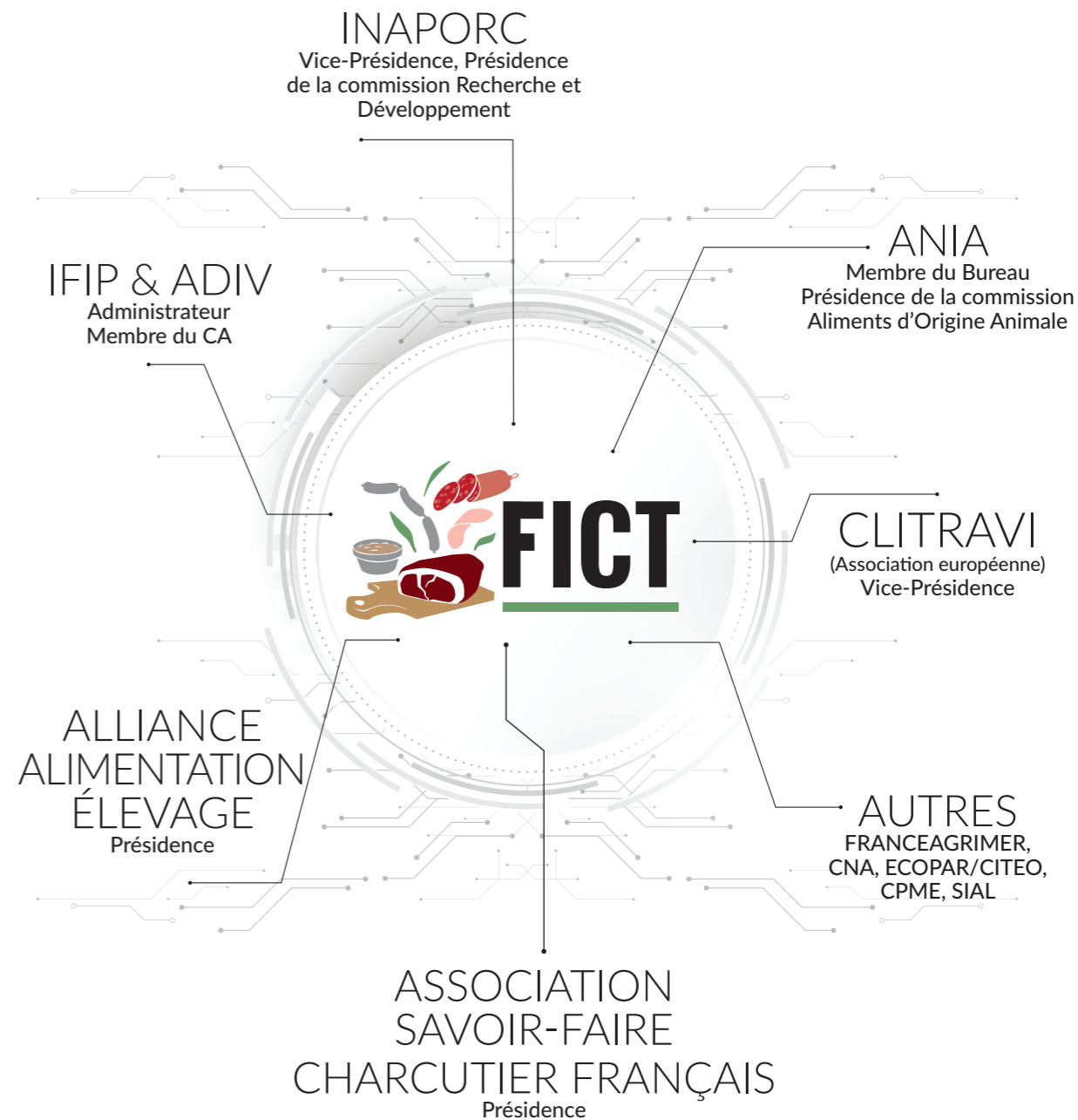
Vous y retrouverez :

- Un "Espace personnel" qui regroupe, sur une même page, les dernières actualités personnalisées selon vos centres d'intérêts
- Un moteur de recherche optimisé et repensé afin de le rendre plus facile d'utilisation

De plus, une Newsletter hebdomadaire vous informe des principales actualités ou actions menées par votre fédération.



LA FICT DANS SON ECO-SYSTÈME



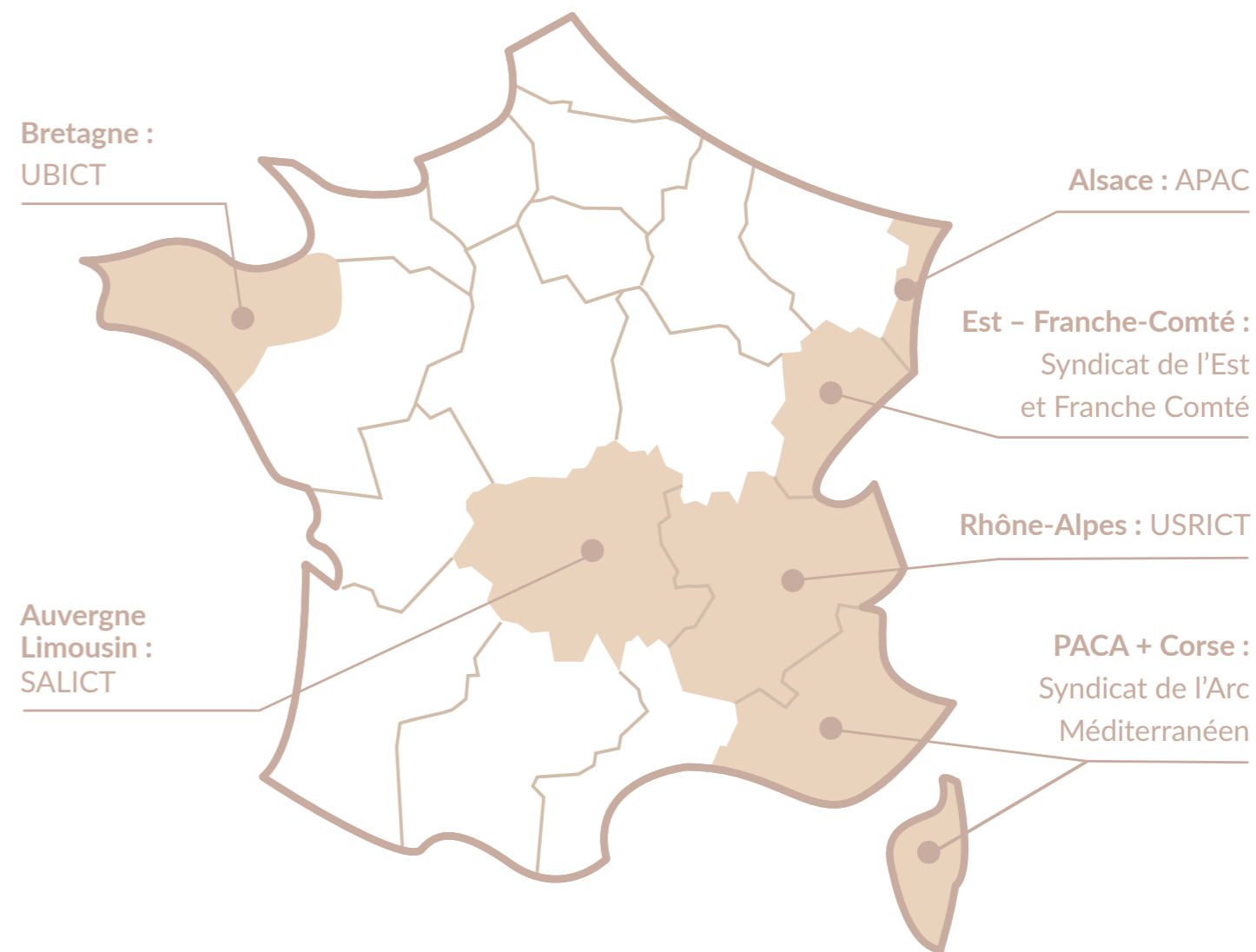
SYNDICATS RÉGIONAUX DES CHARCUTIERS INDUSTRIELS

De nombreux terroirs et régions partagent un patrimoine, des savoir-faire, des préoccupations économiques.

La FICT travaille avec les syndicats régionaux pour assurer une relation étroite avec les entreprises des régions.

LA FICT COMPTE AUSSI 5 MEMBRES ASSOCIÉS

- CONSORTIUM DU JAMBON DE BAYONNE
- LA CHAMBRE SYNDICALE DE LA BOYAUDERIE FRANÇAISE
- SAVEURS D'ANTOINE
- VAN HEES SARL
- DAT SCHAUB



CLUB PARTENAIRES

La FICT a mis en place un Club Partenaires pour rapprocher les entreprises adhérentes de fournisseurs, prestataires de services, avocats... afin de favoriser le développement de nouvelles offres pour le bénéfice de la filière :



AG2R LA MONDIALE

Dans le domaine de la protection sociale, la FICT est partenaire de l'AG2R La Mondiale qui a en charge la gestion des régimes de retraite complémentaire et de prévoyance des salariés des industries charcutières et traiteurs. Elle participe aussi aux travaux du Pôle Alimentaire AG2R-LM qui apporte un soutien adapté aux professionnels du secteur à travers des actions de prévention.

Agricole accompagne 8 agriculteurs sur 10 en France avec plus de 2000 conseillers dédiés, intervenant sur tous leurs besoins financiers et à chaque étape de leur parcours professionnel : installation, développement, diversification et transmission.



Le groupe Crédit Agricole est le premier financeur de l'économie française et l'un des tout premiers acteurs bancaires en Europe. Leader de la banque de proximité en Europe, le Groupe est également premier gestionnaire d'actifs européen, premier bancassureur en Europe et troisième acteur européen en financement de projets. Fondé sur des valeurs coopératives et mutualistes, le groupe compte 157 000 collaborateurs et 27 423 administrateurs au service de 54 millions de clients et 12,1 millions de sociétaires. Son modèle de banque universelle de proximité associe banques locales et métiers spécialisés pour accompagner tous les projets des clients : banque quotidienne, crédits, épargne, assurances, gestion d'actifs, immobilier et services bancaires spécialisés. Partenaire historique du monde agricole, le Crédit



DAYACK-REFERAL est une centrale de référencement dédiée à l'agroalimentaire. En mutualisant les volumes d'achats hors matières premières de ses adhérents, DAYACK-REFERAL négocie des tarifs très avantageux : location de linge, emballages, intérim, analyses de laboratoire, nettoyage de surfaces, énergies, EPI, contrôles réglementaires, incendie, fournitures de bureau, etc. En moyenne, les adhérents réalisent entre 5% et 35% de gains selon les natures d'achats. Aucune contrainte : pas de frais de dossier, maintient le plus souvent des fournisseurs en place, liberté de choix des fournisseurs.



GENIAL accompagne les PME et ETI dans leur transformation IA. GENIAL propose une plateforme SaaS avec des agents IA prêts à l'emploi, des services de conseil stratégique et un accompagnement personnalisé pour maximiser l'adoption et le ROI de l'intelligence artificielle en entreprise. GENIAL est expert IA pour BPI France, également Jeune Entreprise innovante, lauréat à plusieurs reprises et a pour références : Crédit Agricole, BPI France, Huttopia, CEGID, Ouest France, ...



Grall et Associés est une structure spécialisée en droit économique, membre du réseau européen Antitrust Alliance, impliquée dans l'ensemble des problématiques liées aux pratiques anticoncurrentielles, aux enquêtes de concurrence, au contrôle des concentrations, à la mise en place de réseaux de distribution, aux relations industrie / commerce et à la promotion des ventes.



La MAPA est la Mutuelle d'Assurance des Professions Alimentaires. C'est surtout une Mutuelle d'Assurance à taille humaine à vos côtés pour conseiller, soutenir les entreprises face à leurs difficultés. C'est la garantie d'une relation privilégiée avec les conseillers MAPA.



Opéra Energie est le pionnier et le leader français du courtage en énergie pour les entreprises. Ses solutions de courtage en gaz et en électricité permettent de trouver et souscrire le contrat d'énergie le plus compétitif pour votre entreprise, quelle que soit sa taille et quel que soit son profil de consommation. Sa méthode est simple, rapide et totalement gratuite : Opéra Energie met en concurrence les fournisseurs et compare les offres principales du marché en électricité et gaz naturel. Cet appel d'offre « clé en main » vous permet de choisir le contrat le plus avantageux et le mieux adapté à vos besoins. De plus, pendant toute la durée du contrat, un courtier expert dédié vous conseille, prend en charge les démarches administratives, répond à vos questions techniques, anticipe vos échéances de contrats, identifie les opportunités de marchés.



Société du groupe d'ingénierie français Setec, notre métier est de concevoir et de déployer des solutions à impact environnemental positif pour nos clients, porteurs de projets privés et publics, en France comme à l'international. Notre ambition se situe à l'échelle sociétale et planétaire, pour construire un monde de demain plus désirable. Chaque intervention portée aux côtés de nos clients contribue à cette mission globale. Nous exerçons un métier de passion et travaillons en équipe au service de la réussite des projets en accompagnant la mise en oeuvre de solutions concrètes et le suivi de leur efficacité dans le temps.





9, boulevard Malesherbes
75 008 Paris
+33 (0)1 75 00 09 30
www.fict.fr
www.lescharcuteries.fr

