

MÉTIER DE BOUCHE



BOULANGERIE PÂTISSERIE

ÉVÉNEMENT CLÉ DE L'ANNÉE

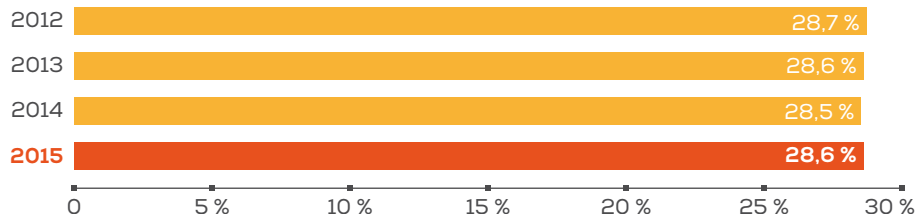
Valorisation de certains produits boulangers locaux répondant à la volonté des clients de favoriser le circuit court.

■ Références Nationales Échantillon constant

	2014	2015
CA HT	275 188 €	274 794 €
Nombre UMO	4.81	4.80
CA/UMO	57 212 €	57 249 €
Marge/UMO	39 783 €	40 107 €
EBE	46 339 €	47 451 €
Résultat courant	33 262 €	35 306 €
Taux de marge globale	69.5 %	70 %

CA = Chiffre d'affaires UMO = Unité main-d'œuvre en équivalent temps plein EBE = Excédent brut d'exploitation

■ Masse salariale / Chiffre d'affaires Échantillon non constant



■ Analyse

L'exercice 2016 est marqué par un maintien de l'activité et du nombre d'UMO. La rentabilité progresse globalement avec un EBE en croissance de 2.4 % et un résultat qui augmente de 2000€, grâce en partie à l'amélioration de la marge.

Perspectives

Les boulangeries artisanales sont majoritaires (58 %) mais leur nombre diminue, au profit des terminaux de cuissons et des grandes surfaces.

La fidélisation de la clientèle passe par un accroissement de la qualité et le développement de la gamme de produits (pains spéciaux, farines bios, pâtisseries originales...). L'activité snacking doit être considérée comme une composante incontournable du métier, et à ce titre, être davantage valorisée par les boulangeries traditionnelles.

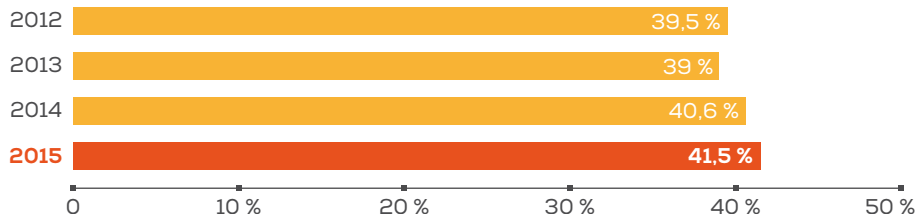
BOUCHERIE CHARCUTERIE

■ Références Nationales Échantillon constant

	2014	2015
CA HT	409 338 €	409 567 €
Nombre UMO	3.31	3.34
CA/UMO	123 854 €	122 467 €
Marge/UMO	50 204 €	50 781 €
EBE	43 680 €	47 846 €
Résultat courant	31 494 €	36 247 €
Taux de marge globale	40.53 %	41.47 %

CA = Chiffre d'affaires UMO = Unité main-d'œuvre en équivalent temps plein EBE = Excédent brut d'exploitation

■ Taux de marge globale Échantillon non constant



■ Analyse

Pour la troisième année consécutive, le taux de marge globale des bouchers-charcutiers augmente (+2.5 points de marge en 3 ans). Cette tendance permet au secteur de dégager une meilleure rentabilité (amélioration du résultat de 15 % entre 2014 et 2015) et ce, en partie grâce à une masse salariale et des charges courantes stables.

Perspectives

La poursuite de la recherche de la qualité, mais aussi de la traçabilité pour les produits de boucherie; la mise en avant des produits « Faits Maison » pour la partie traiteur ou charcuterie devraient permettre aux bouchers-charcutiers non seulement de maintenir ou développer leur niveau d'activité, mais également de poursuivre la tendance à l'amélioration de leur taux de marge.

Le marché de la viande bio étant en constante progression (+10 à +15 % par an ces dernières années), les bouchers charcutiers peuvent être amenés à s'interroger quant à leur positionnement sur ce marché.

50 % du milliard de burgers servis en France chaque année sont vendus par un restaurant traditionnel.

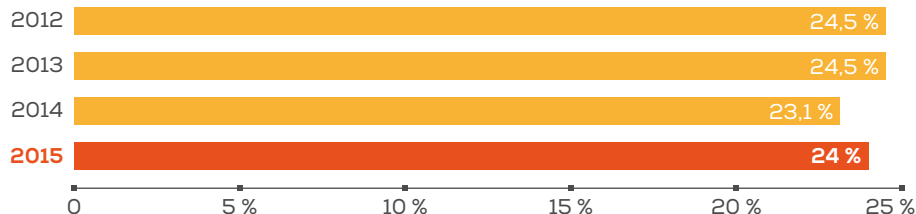
RESTAURATION

Références Nationales Échantillon constant

	2014	2015
CA HT	193 588 €	195 462 €
Nombre UMO	3.03	3.05
CA/UMO	63 949 €	64 102 €
Marge/UMO	42 379 €	42 469 €
EBE	28 442 €	29 127 €
Résultat courant	20 871 €	22 038 €
Taux de marge globale	66.3 %	66.3 %

CA = Chiffre d'affaires UMO = Unité main-d'œuvre en équivalent temps plein EBE = Excédent brut d'exploitation

Taux de marge globale Échantillon non constant



Analyse

Après 3 années successives de recul du chiffre d'affaires, les restaurateurs voient leur niveau d'activité s'améliorer très légèrement (+1 %).

Cette légère hausse du chiffre d'affaires, conjuguée avec la stabilisation des charges fixes en valeur, tout comme la masse salariale, expliquent l'augmentation du résultat courant (+5.6 %).

Perspectives

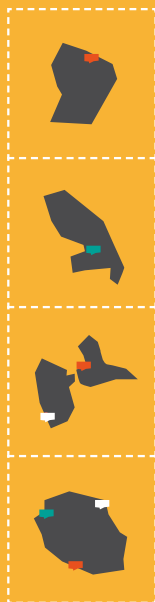
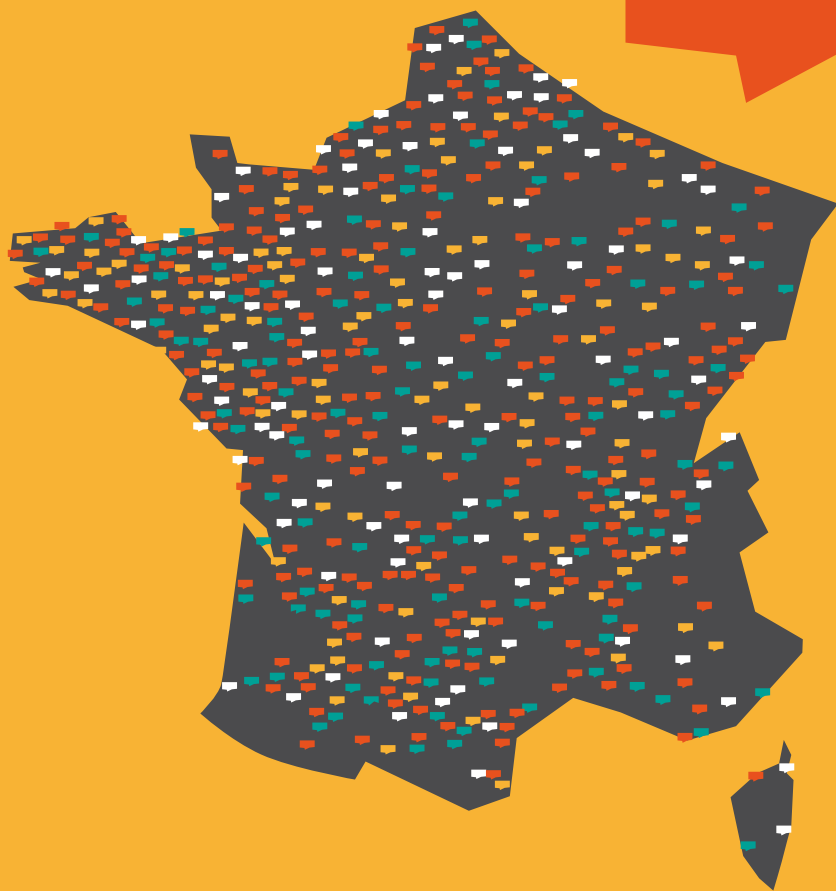
L'ubérisation touche l'ensemble des secteurs d'activité, y compris celui de la restauration. Outre la multiplication des systèmes de livraison (le plus écolo, le plus rapide, le moins cher...), les restaurants doivent pouvoir offrir de nouveaux services à leurs clients, notamment la réservation en ligne. Le restaurant devient également virtuel : uniquement par commande et en livraison, pas de salle de restauration sur place.

Les consommateurs ont pris conscience que le « mieux manger » est un investissement pour eux. Leur sensibilité au prix est donc aujourd'hui moins forte. Les restaurants doivent donc toujours poursuivre sur la voie du « fait maison » et de la mise en avant des produits locaux, sains, et des savoir-faire.

CERFRANCE

Le Réseau de conseil et d'expertise comptable

320 000 clients
700 agences
12 000 collaborateurs



Implanté partout en France,
le partenaire privilégié
de la performance
des chefs d'entreprise.

CERFRANCE
entreprendre, ensemble