

Boucherie-Charcuterie

Code CGA : 4722 A1 (522 C1)

L'activité

Sont retenues dans cette classe, les entreprises de commerce de détail de boucherie, de triperie, de volailles, de lapins et gibiers.

L'activité charcuterie (revente ou production) peut-être présente de manière accessoire.

L'activité de l'entreprise doit être sous le contrôle effectif et permanent d'une personne :

- Titulaire d'un CAP ou BP ou d'un titre homologué de niveau égal ou supérieur délivré pour l'exercice de son métier.
- Ou justifiant d'une expérience professionnelle de trois années effectives, acquise en qualité de travailleur indépendant ou de salarié dans l'exercice du métier.

Cette personne peut-être l'entrepreneur lui-même ou l'un de ses salariés.

Démarches et formalités :

- Inscription au répertoire des métiers.
- Une inscription au registre du commerce et des sociétés peut être nécessaire si l'artisan exerce accessoirement une activité commerciale significative.
- Stage obligatoire de préparation à l'installation de 4 jours (pour une première immatriculation), sauf dérogation.
- Déclaration obligatoire d'ouverture à la direction des services vétérinaires qui effectuent un état des lieux pour la mise aux normes (hygiène, sécurité...).

L'hygiène et la sécurité sont des contraintes fortes dans cette activité. La réglementation a considérablement évolué, encadrant les pratiques et accompagnant des évolutions nées des exigences sociales fortes et légitimes. ■



Quelques chiffres Dénombrement INSEE 2008 "Boucherie-charcuterie"

Nombre d'entreprises	15 369
Entreprises individuelles	8 599
Établissements	17 909
Nombre de salariés	36 149

La consommation

Bilan 2009 :

La consommation de viande en quantité poursuit sa chute. La baisse atteint toutes les catégories de viandes de boucherie et de volaille. La seule exception est le poulet, qui bénéficie du report de consommation des viandes les plus chères vers les moins chères.

Dans le détail, parmi les viandes de boucherie, les viandes les plus pénalisées sont les viandes ovine et chevaline qui baissent respectivement de 1% et 4,2%. Pour sa part, la consommation de viande bovine, qui avait fortement baissé l'an dernier, paraît se stabiliser en 2009. Enfin la

viande porcine diminue de 0,7% en un an. Concernant la consommation de volaille, on note deux évolutions de sens contraire. La consommation de poulet continue sa progression sur l'année avec 5% de hausse. Elle bénéficie à l'évidence d'un report des viandes de boucherie. A l'inverse, la consommation des autres types de volaille diminue fortement. Sont particulièrement touchés la dinde et le canard, avec des baisses de 6% et 7%. Sur l'année, la tendance forte est le report des achats des consommateurs vers des produits élaborés, moins chers que la viande fraîche. Ainsi, se développent les achats de surgelés et de produits élaborés, qu'ils

soient à base de viande de boucherie ou de volaille. Enfin les ventes de jambon et de charcuterie continuent à augmenter autour de 6%.

Au niveau de la consommation individuelle, les français se situent au 8ème rang des plus gros consommateurs de viande de la communauté européenne avec un volume de 84 kg/an (88,4 kg en 2008). La France se distingue sur la consommation individuelle de viande bovine avec 25,4 kg/an contre une moyenne communautaire de 15 kg/an.

Evolution du comportement des consommateurs :

Plusieurs changements profonds se dégagent quand on

analyse la consommation française de viande. Deux paramètres influent particulièrement sur le comportement du consommateur :

- Les effets de la crise économique : Les ménages, en raison d'un pouvoir d'achat en baisse, ont été contraints d'arbitrer leurs dépenses. La viande, qui constitue la part la plus importante du budget des familles consacrée à l'alimentation (3,5% en 2009 selon l'INSEE), a logiquement fait l'objet d'ajustement par les foyers. Face à ce contexte de hausse des prix des produits carnés et d'une baisse de leur pouvoir d'achat, les ménages ont modifié leurs comportements d'achats en jouant sur plusieurs leviers : ■■■

• La consommation (suite)

- La diminution des volumes achetés.

- Le changement qualitatif des produits achetés. Les consommateurs ont privilégiés des produits équivalents moins onéreux en changeant de gamme (d'une marque nationale vers une marque distributeur ou vers une marque économique). Ces modifications ont été régulièrement accompagnées par un changement d'enseigne de magasin, en particulier vers les hard-discounters.

- Le "fait-maison" : Les consommateurs, soucieux de dépenser moins d'argent, ont globalement moins acheté de produits élaborés chers et les ont cuisinés eux-mêmes à partir des ingrédients de base. Le développement des achats d'œufs, de farine, de lait et de lardons en est l'illustration. Il est probable qu'on assiste à une évolution durable de la consommation : des produits pratiques et élaborés en semaine demandant peu de temps de préparation et des

produits de base et des plats faits maison le week-end pour le plaisir de cuisiner.

- Les préoccupations nutritionnelles et écologiques : Depuis plusieurs années, le consommateur français est sensibilisé à la qualité nutritionnelle de son alimentation. Des discours privilégiant les viandes blanches, moins grasses, des portions carnées quotidiennes moins grosses, voire des journées sans viande, contribuent à la réduction de la consommation de viande. Ces effets ont été renforcés par l'encouragement des nutritionnistes et des diff-

rents plans nationaux visant à l'amélioration de la santé publique par une alimentation équilibrée. En outre, depuis peu, les discours décrivant l'élevage comme une activité non durable, polluante, consommant des céréales alors que certaines populations ne peuvent s'en nourrir, finissent par marquer les esprits.

Ces aspects économiques, nutritionnels et environnementaux, biens que de nature différente, concourent tous vers une diminution durable de la consommation individuelle de produits carnés. ■

• Éléments de gestion Statistiques UCAO



	2010	Évolutions 2010/2009
Nb d'entreprises : 3 292		
CAHT	304 K€	-0,5%
CAHT / personne	125 K€	
Marge globale	42,7%	0,8%
Valeur ajoutée	31,8%	0,4%
Frais de personnel	10,3%	3,7%
Excédent brut d'exploitation	19,7%	0,5%
Résultat courant en % du CA	17,7%	1,6%
Résultat courant	53 K€	
Rotation des stocks (Jrs achats HT)	10 jours	
Crédit clients (Jrs CA TTC)	2 jours	
Crédit fournisseurs (Jrs achats TTC)	31 jours	
Besoin en Fonds de roulement (Jrs CAHT)	-15 jours	

• Tendances

La consommation française de viande connaît depuis quelques années des évolutions marquées. Comme nous l'avons détaillé, les plus brutales sont liées à des phénomènes conjoncturels, comme les crises sanitaires et économiques, ainsi qu'aux nouvelles habitudes alimentaires et

aux changements de mode de vie qui impactent la consommation de façon plus structurelle. Néanmoins, ces évolutions se déroulent sur une échelle à moyen et long terme. Mais dans l'immédiat la filière doit faire face à une problématique liée à la hausse des cours des céréales et à sa répercussion sur le prix de

la viande. En effet, ce type de forte hausse entraîne une augmentation des coûts d'alimentation du bétail. Il en résulte une hausse globale des coûts de production de la filière élevage. Cette évolution intervient dans un contexte 2010 déjà peu favorable à la consommation de produits carnés. Une hausse

des prix à la consommation de quelques centimes par kilo pourrait faire baisser les ventes. Les consommateurs pourraient réagir en réduisant les quantités achetées et en se tournant davantage encore vers les produits meilleur marché. ■

Sources : office de l'élevage, CIV



• Fiches Professionnelles - édition 2010, réalisées par l'Union des Centres de Gestion Agréés de l'Ouest (UCAO)

Directeur de la publication : Jean-Pierre Bonnet, CGA Vendée - Directeurs délégués de la publication : Véronique Bertrand, CGA 79, Geneviève Bodin, Centre Anjou Gestion, Philippe Legault, CGAI Bretagne, François Legouelin, CGA 17, Christine Gillet, CGA d'Indre-et-Loire, Christine Kerriou, CGA 72, Catherine Le Foll, CGA de Loire Atlantique. Conception-maquette : Nathalie Azmi, CGA Vendée. Comité de rédaction : Vincent Mémin, CGA 17 ; Bruno Jouan, CGA d'Indre-et-Loire ; François Caquineau, Lucie Rodrigues Dos Santos, CGA 79.