

SECTEUR & TENDANCES



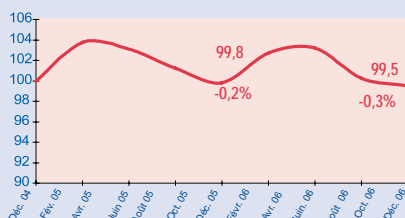
Si les marchés alimentaires sont détenus à plus de 70% par la grande distribution, les indépendants gardent une image forte auprès des consommateurs. De nombreuses actions de communication axées sur les thèmes de la santé et du plaisir gustatif viennent soutenir la démarche de qualité propre aux professionnels du secteur.

En effet, les français évoluent dans leurs comportements alimentaires et réclament de la sécurité, de l'information nutritionnelle, de l'originalité et de plus en plus de la praticité dans la mise en œuvre des produits et des repas. Ceux-ci sont de moins en moins des rendez-vous quotidiens à heure fixe ou respectant les rituels familiaux. L'individualisation des comportements pousse au nomadisme alimentaire, à la déstructuration des repas, au grignotage tout au long de la journée. Exemple du "brunch", variation large du déjeuner pris en milieu de matinée, qui évolue vers une formule nouvelle appelée "slunch", collation

Evolution du chiffre d'affaires

Charcuterie

Base 100 au 31/12/04 - cumul 12 mois



de l'après midi qui se prolonge en début de soirée. Face à leurs récentes angoisses alimentaires les consommateurs exigent des offres claires et fiables notamment sur les produits carnés. Les artisans bouchers-

Commerce de détail alimentaire CHARCUTERIE

2006 : -0,3% 2005 : -0,2%

Chiffres clés

Indice des prix en 2006 : +1,5%
- Profession : +1,8%

Echantillon analysé : 166

Chiffres moyens en 2005

- Chiffre d'affaires : 239 400 €
- Résultat courant : 32 200 €

Part budgétaire pour 1000 €

- 1995 : 14,10 €
- 2000 : 14,13 €
- 2005 : 13,64 €

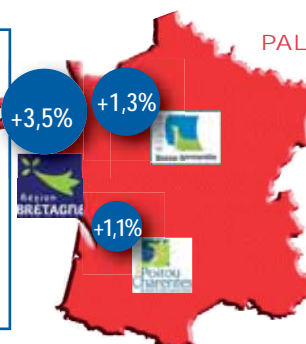
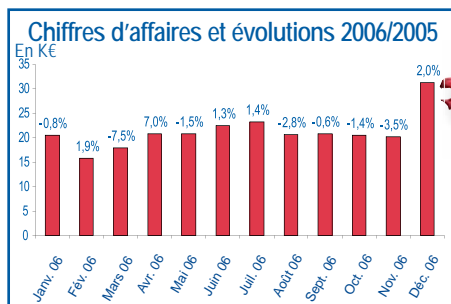
le chiffre d'affaires des Charcutiers est à nouveau en recul de 0,3% cette année

La crise du poulet n'aurait pas profité à la profession. Janvier est en baisse de 0,8% et février, mois le plus faible en terme d'activité, progresse de 1,9%. La hausse d'avril, +7,0% compense la chute de mars, -7,5%. Mai est à nouveau en recul, -1,5%. Juin et juillet, période favorable pour la profession, progressent respectivement de 1,3% et

1,4%. La deuxième partie de l'année est marquée par une succession de baisses, -2,8% en août, -0,6% en septembre, -1,4% en octobre et -3,5% en novembre. Corrélativement, l'indice mensuel des prix de la charcuterie augmente. Les fêtes de fin d'année permettent une progression sur décembre de 2%. Cette tardive embellie n'inverse pas la mauvaise tendance de l'année 2006 et se traduit par une baisse des volumes vendus. ■

Pas d'envie

Alors que les prix progressent de 1,8%,



PALMARÈS RÉGIONAL



charcutiers répondent à ces attentes en proposant des produits à la fois labellisés, avec origine et composition certifiées et à l'hygiène irréprochable. Les produits charcutiers et les préparations traiteurs tout en respectant le côté traditionnel de la fabrication sont de plus en plus présentés sous forme allégée et en part individuelle. Les bouchées et autres mini-préparations ont du succès auprès d'une clientèle en recherche de qualité et d'originalité.

Disparités régionales du secteur

C'est la région Midi-Pyrénées, avec +1,8%, qui arrive en tête. Viennent ensuite trois régions classées ex æquo à +1,4%, il s'agit des régions Aquitaine, Haute-Normandie et Ile-de-France. Sur les dix huit régions de notre panel, sept seulement réalisent des progressions de chiffres d'affaires supérieures au +0,8% relevé au niveau national. Quatre déplorent un recul de leur activité, particulièrement marqué pour les régions Champagne-Ardenne, -2,2%, et Lorraine, -4,4%, en 2006. ■

