

# RÉFÉRENCES ÉCONOMIQUES

**Magasins fermiers**

Auvergne-Rhône-Alpes



ÉDITION  
**2021**

# Avant-propos

## Introduction

### Notre échantillon

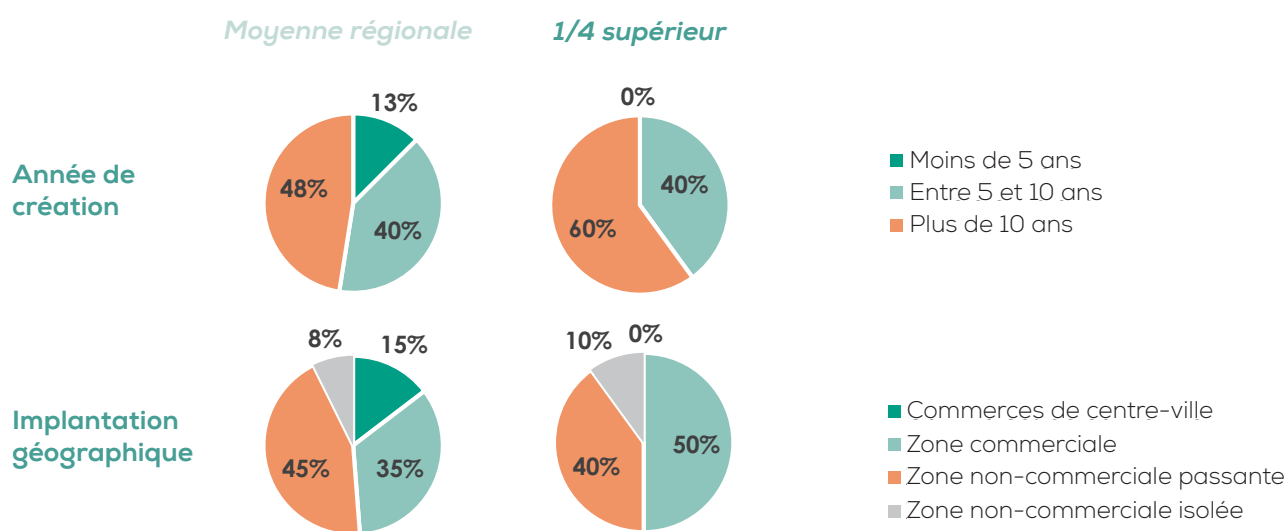
Les Cerfrance d'Auvergne et Rhône-Alpes vous proposent cette nouvelle édition des **résultats économiques** des magasins fermiers de la région. **40 magasins fermiers** ont été retenus pour l'analyse. Ces résultats peuvent directement être comparés avec ceux de votre propre magasin.

### Le ¼ supérieur

Les résultats économiques d'un « ¼ supérieur » sont également présentés. Ce sous-groupe est constitué des magasins ayant dans l'échantillon les ratios **Chiffre d'Affaires /m<sup>2</sup>, CA /jour d'ouverture et CA /magasin** les plus élevés.

### Les différents profils de magasins

- Les **années de création** des magasins sont très variées : 17% des magasins ont moins de 5 ans, 40% ont entre 5 et 10 ans et 31% ont plus de 10 ans ;
- 89% des magasins sont sous la **forme juridique** d'une société (SARL ou SAS). Pour le reste, on retrouve des Associations (10%) ou d'autres formes juridiques (8%) ;
- Seuls 25% des magasins possèdent leurs **locaux en propriété**, majoritairement par le biais d'une SCI ;
- La plupart des magasins se situent en **zone non-commerciale passante** (49%) ou en **zone commerciale** (35 %).



## Sommaire

Le magasin type .....	3
Les produits.....	4
Les charges .....	5
Le détail des ventes.....	6-7
Le panier consommateurs .....	8
Impact COVID 19 .....	9



# Le magasin type

MOYENNE RÉGIONALE

2020

40 MAGASINS

¼ SUPÉRIEUR

2020

10 MAGASINS

## MAIN D'OEUVRE

Nombre d'associés	11	11
Nombre de dépôt-vendeurs	30	32
Nombre de salariés (ETP)	2,0	3,1
Temps moyen passé par associé (h/an)	273	294

## SURFACES

Surface de vente (m <sup>2</sup> )	150	171
Surface de stockage (m <sup>2</sup> )	73	95
Linéaire de vente (m)	140	167

## Dispersion CA/surfaces de vente

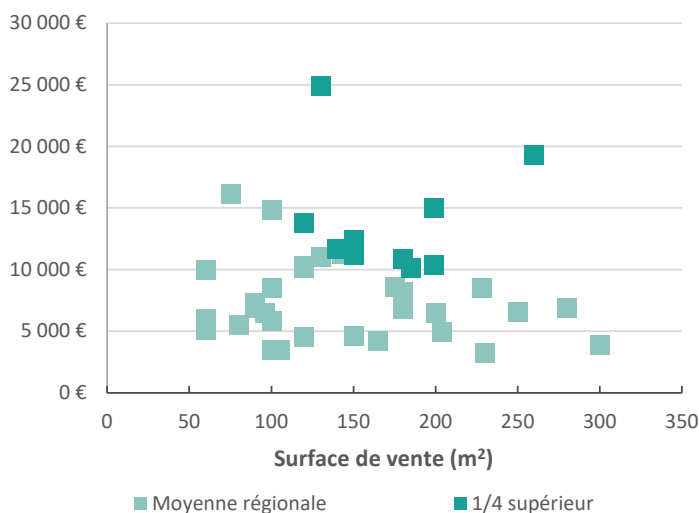
Les situations des magasins fermiers sont très hétérogènes dans notre échantillon :

- **Les surfaces de vente** s'échelonnent en effet de 60 à 300 m<sup>2</sup>.

- **Le Chiffre d'Affaires/m<sup>2</sup>** s'établit quant à lui de 3 000 € à plus de 20 000 €/m<sup>2</sup>.

Il n'existe cependant **pas de corrélation** entre les surfaces de vente et le Chiffre d'Affaires au mètre carré.

CA /m<sup>2</sup> HT



## ACCÈS

Nombre de places au magasin	15	27
Nombre de places à moins de 50 m	26	36
Nombre total de places	41	62

## OUVERTURE

Nombre de jours ouverts/semaine	4,3	4,6
Nombre de jours ouverts/an	221	239
Chiffre d'Affaires/jour ouvert (HT)	6 096 €	10 044 €

## ANIMATIONS COMMERCIALES

Nombre d'actions événementielles/an	0,4	0,2
Nombre d'autres animations/an	2,2	1,1
Dépenses publicitaires/an	4 507 €	3 860 €



# Les produits

MOYENNE RÉGIONALE

**2020**

40 MAGASINS

1/4 SUPÉRIEUR

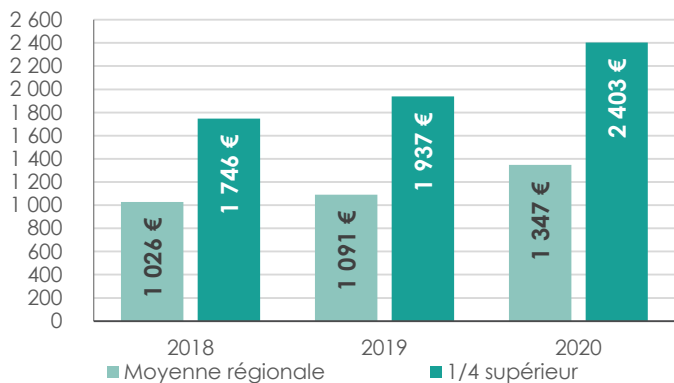
**2020**

10 MAGASINS

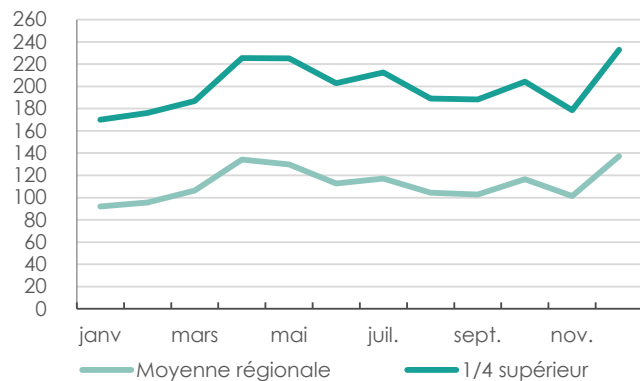
## VENTES (HT)

Volume de ventes 2018	1 026 453 €	1 746 120 €
Volume de ventes 2019	1 090 642 €	1 937 340 €
Volume de ventes 2020	1 347 254 €	2 402 617 €
Progression 2018-2020	31%	38%
Volume de ventes 2020 BIO	277 654 €	353 945 €
Volume de ventes 2020 BIO (%)	21%	15%
Volume de ventes/m <sup>2</sup> de vente	8 976€	14 027 €
Volume de ventes/m linéaire	9 637 €	14 377€

**K € (HT) Volume de ventes annuel 2018-20**



**K € (HT) Volume de ventes mensuel 2020**



## TAUX DE COMMISSION

Taux de com. Associés 2018	11,9%	7,9%
Taux de com. Associés 2019	11,8%	8,0%
Taux de com. Associés 2020	10,2%	7,3%
Progression 2018-2020	-1,6 pt	-0,6 pt
Taux de com. Dépôt-vendeurs 2018	27,0%	25,2%
Taux de com. Dépôt-vendeurs 2019	26,9%	25,2%
Taux de com. Dépôt-vendeurs 2020	26,7%	25,2%
Progression 2018-2020	-0,3 pt	0pt



# Les charges

MOYENNE RÉGIONALE

2020

40 MAGASINS

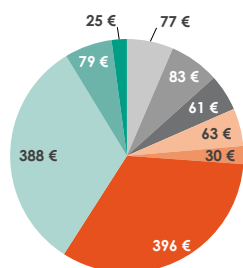
1/4 SUPÉRIEUR

2020

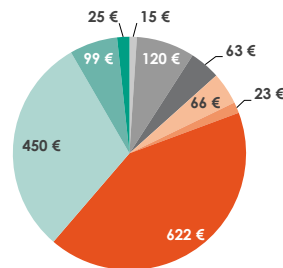
10 MAGASINS

## CHARGES (HT)

Achats de marchandises	11 625 €	2 603 €
Achats de fournitures	12 502 €	20 532 €
Énergie	9 141 €	10 809 €
Honoraires et assurances	9 401 €	11 311 €
Publicité	4 507 €	3 860 €
Charges de personnel salarié	59 431 €	106 523 €
Locaux et installations de vente	58 179 €	77 042 €
Frais divers (services bancaires...)	11 917 €	16 894 €
Impôts et taxes	3 803 €	4 318 €
<b>Total charges courantes</b>	<b>180 504 €</b>	<b>253 892 €</b>
Charges courantes/m <sup>2</sup> de vente	1 203 €	1 482 €
Charges courantes/m linéaire	1 291 €	1 519 €



Moyenne régionale



1/4 supérieur

■ Achat de marchandises	■ Achat de fournitures	■ Énergie
■ Honoraires et assurances	■ Publicité	■ Charges de personnel salarié
■ Locaux et installations de vente	■ Frais divers (services bancaire...)	■ Impôts et taxes

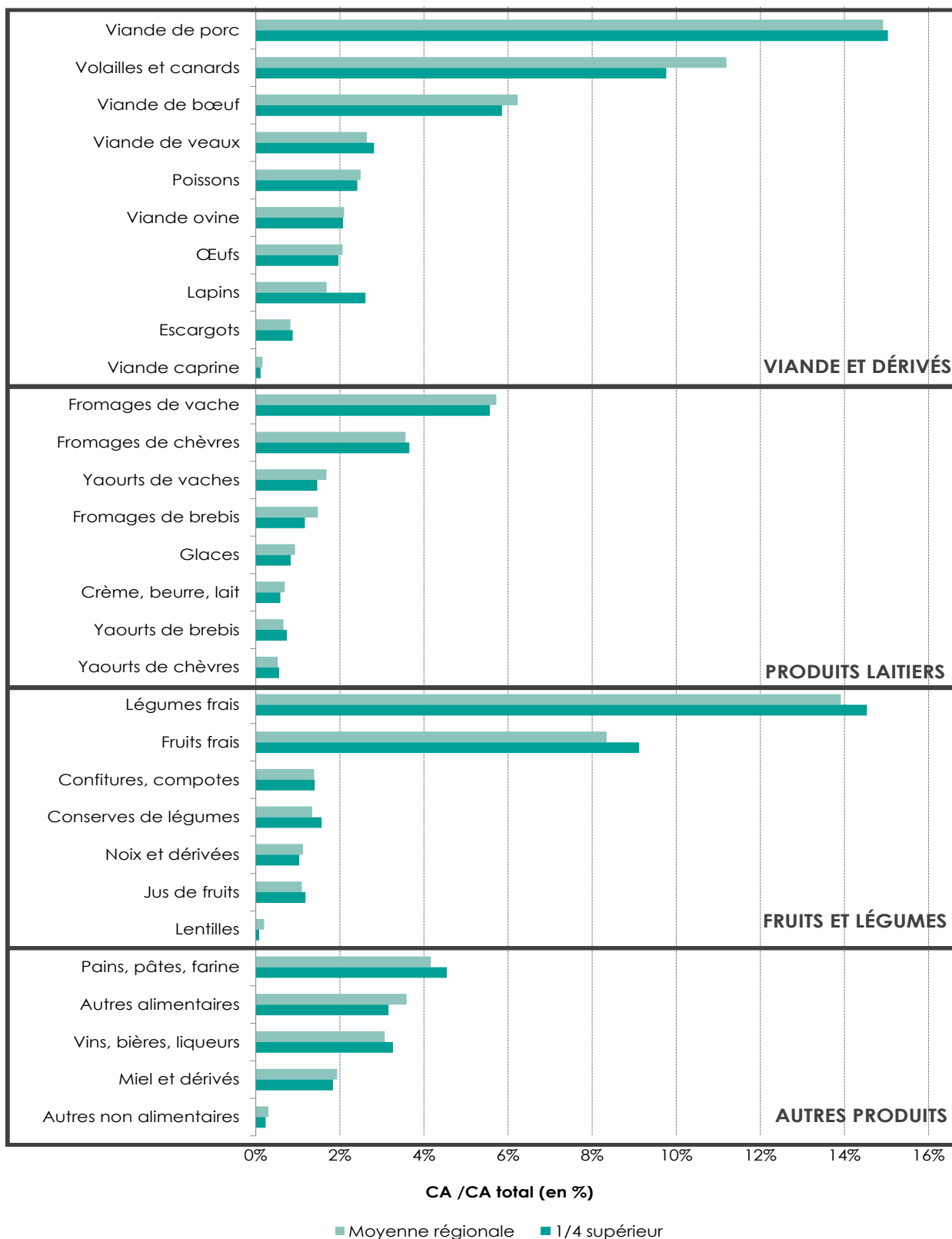
## LES COMMISSIONS CB ET TR

Commissions CB	5 239 €	8 888 €
Volumes encaissés CB	1 115 907 €	1 861 792 €
Taux commission CB	0,47%	0,48%
Commissions TR	1 743 €	1 713 €
Volumes encaissés TR	35 096 €	36 407 €
Taux commission TR	4,97%	4,71%



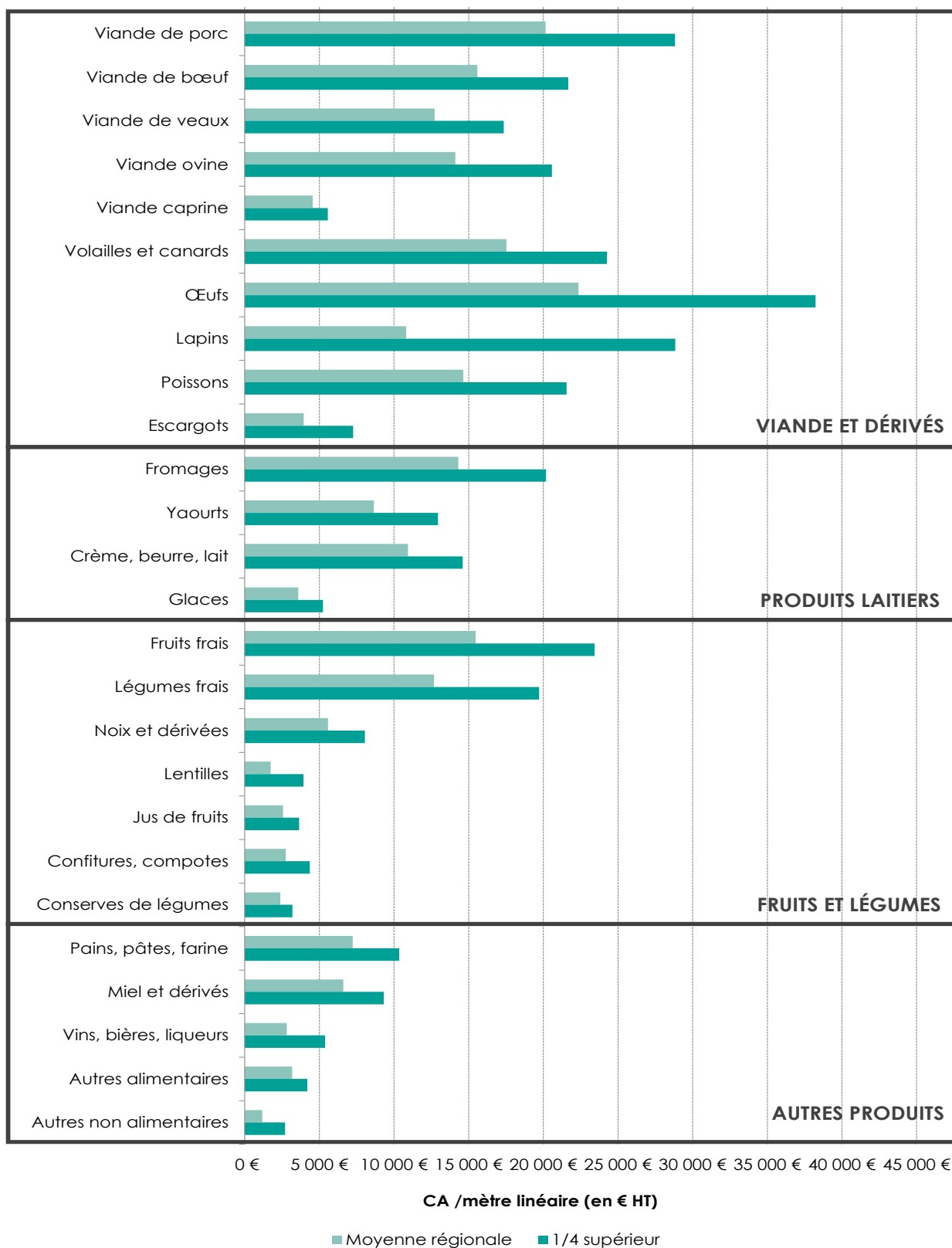
# Le détail des ventes

## Répartition CA/CA total



# Le détail des ventes

## Répartition CA/mètre linéaire



# Le panier consommateur

MOYENNE RÉGIONALE

2020

40 MAGASINS

¼ SUPÉRIEUR

2020

10 MAGASINS

## PANIER MOYEN

Panier moyen (HT)

30,50 €

32,10 €

Le panier moyen s'établit à **30,50 € HT**. La situation est cependant très variable : le panier le plus faible se situe à tout juste 18 € tandis que le plus haut s'élève à **près de 40 €**.

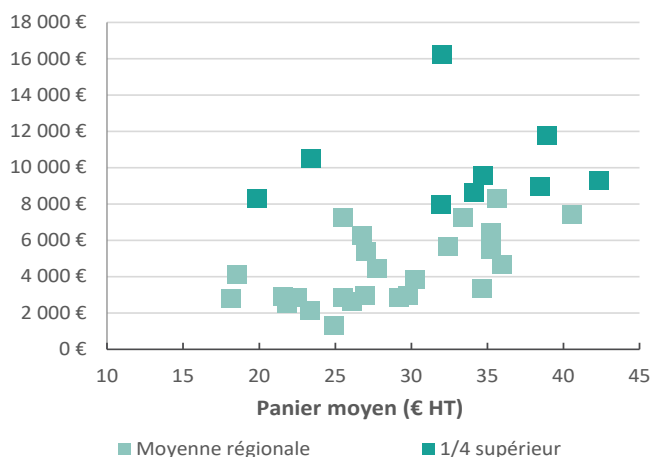
Pour le ¼ supérieur, on retrouve cette même dispersion, avec une moyenne légèrement supérieure : 32,10 € HT.

L'évolution du panier moyen sur l'année suit la **même tendance** que l'évolution du Chiffre d'Affaires.

On note particulièrement un pic très élevé sur le **mois de décembre**, où les paniers augmentent de près de 3 € en moyenne. Ils **approchent 30 €** sur ce même mois.

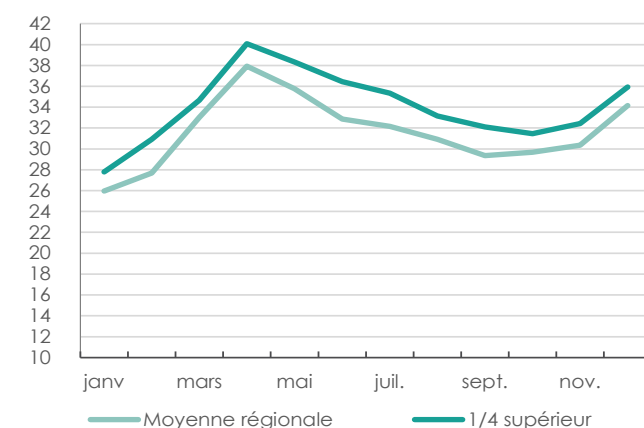
CA /jour (HT)

## Dispersion panier moyen

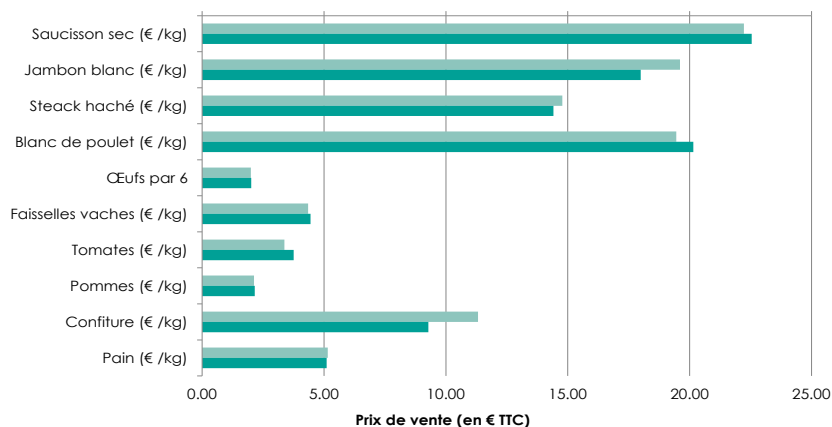


€ (HT)

## Panier moyen mensuel 2020



## Les prix de vente



## Les meilleurs ventes, les produits phares du magasin

Dans la plupart des magasins, les **produits phares** (meilleures ventes en valeur) sont : la viande de porc (jambon blanc, saucisson sec, saucisses...), la **volaille** (blanc de poulet, poulet prêt à cuire) et le **fromage** (de vache majoritairement). Ce trio de tête des meilleures ventes est complété par les **fruits et légumes**, les **œufs**, le **pain** et la **viande de bœuf** (viande hachée et steaks). Au global, ces produits représentent les **2/3** du **chiffre d'affaires** des magasins.





# L'impact COVID 19, et après ?

## Analyse des périodes de confinement et perspectives de développement pour les magasins de producteurs

En juin 2020, Cerfrance avait mené une enquête auprès d'un échantillon représentatif de magasins de producteurs de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Cette enquête avait pour but de mesurer l'impact du Covid-19 sur leur activité commerciale. Les résultats consolidés de cette année viennent confirmer les résultats d'enquête, et permettent d'avoir une vue complète sur 2020.

### Printemps 2020 : une fréquentation record

Le premier confinement qui a débuté mi-mars 2020 a eu un double effet dans les magasins de producteurs :

- **Une nouvelle clientèle** est venue au magasin. Pour beaucoup, il s'agissait de leur première fois dans un magasin de producteurs.
- Un **panier moyen** en forte hausse, grâce au temps disponible pour le « fait maison », à la fermeture des lieux de restauration hors domicile et aux tergiversations quant à l'ouverture des marchés de plein air.

C'est **en avril**, mois intégralement sous confinement, que la progression de fréquentation et de Chiffre d'Affaires est la plus forte :

**+9%**  
**de tickets**  
(+ 18 tickets/jour  
d'ouverture)

**+12 €**  
**de panier moyen**  
(un panier moyen  
à 38€)

**+60 %**  
**de CA**  
(+ 3 200€/jour  
d'ouverture)

### Confinement d'automne : moins de visites, plus d'achats

La forte progression de visites en magasin au printemps ne s'est pas poursuivie sur la fin de l'année. En novembre 2020, le nombre de tickets est même plus faible que 12 mois auparavant. Cela peut s'expliquer par un recours au télétravail pour bon nombre de salariés et par la rationalisation des déplacements.

En revanche, bien que le panier moyen soit plus faible qu'au printemps, celui-ci reste **au-dessus de 30€**, et 4€ plus élevé qu'en novembre 2019.

Avec une **fréquentation en baisse**, le Chiffre d'Affaires progresse quand même de +10% ! Signe que la clientèle des magasins de producteurs a pris l'habitude d'effectuer des **achats plus variés** parmi les produits fermiers proposés.

### Au global : 2020, une année référence

**+6%**  
**de tickets**  
(+ 12 tickets/jour  
d'ouverture)

**+4 €**  
**de panier moyen**  
(un panier moyen  
à 30€)

**+23 %**  
**de CA**  
(+ 1 200€/jour  
d'ouverture)

### Des animations commerciales à l'arrêt

Le contexte sanitaire de l'année a mis un **coup d'arrêt** dans les animations commerciales et événementielles. Quand en moyenne un magasin en pratiquait entre 3 et 4 par an en 2019, il n'y en a plus eu qu'une seule en 2020. Sur l'année 2020, les charges de publicités sont en retrait de plus de 20%.

### Des adaptations de vente seulement pendant le confinement

Le contexte Covid du printemps a poussé certains magasins à mettre en place des systèmes de Drive, de Click&Collect\* et de commandes en ligne. Très peu de magasins ont en revanche fait perdurer ces systèmes sur tout l'année : un seul magasin a mis en place un **Drive** pérenne, et un seul autre magasin propose des **commandes en lignes**.

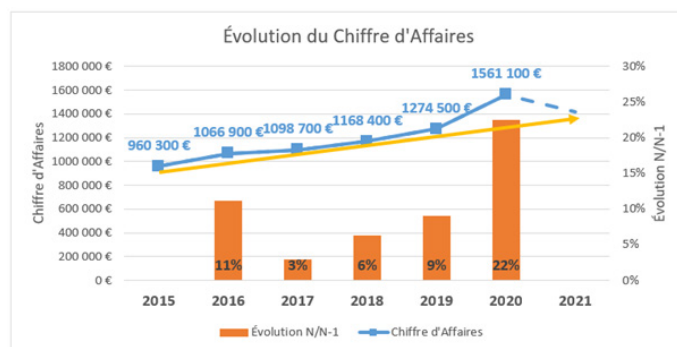
Deux fois plus de magasins proposent des **cartes de fidélité**, mais ils sont au global seulement 14% à proposer ce système ! **La fidélisation clients reste donc majoritairement à construire.**

En revanche, le contexte les a incités à davantage communiquer : 100% des magasins sont désormais présents sur les **réseaux sociaux**.

### Quelles perspectives pour 2021 ?

Une **baisse de Chiffre d'Affaires** est à prévoir pour 2021, comparativement à 2020. Au-delà de la fréquentation moindre, les horaires de fermeture anticipée due au couvre-feu des 3 premiers mois de l'année ont grevé une partie de Chiffre d'Affaires.

En revanche, 2021 devrait s'inscrire dans **le contexte de hausse** linéaire du Chiffre d'Affaires : **+7% par an** en moyenne sur les dernières années hors 2020 (échantillon constant 6 ans de 25 magasins). L'enjeu sera de voir si les magasins ont réussi à fidéliser la nouvelle clientèle et à maintenir un panier « haut ».



\*En français : Cliquer et collecter. Cette méthode permet de passer sa commande sur internet et de la récupérer en magasin.



# Prises de notes

A large rectangular area for taking notes, enclosed by a dotted border. It contains 20 horizontal lines for writing.



# Prises de notes

A large rectangular area for taking notes, enclosed by a dotted border. It contains 20 horizontal lines for writing.



# Contacts

## POUR TOUT RENSEIGNEMENT CONCERNANT CE DOCUMENT :

### **Benoit MOUSSERIN**

06 26 89 11 75

[bmousserin@dessavoie.cerfrance.fr](mailto:bmousserin@dessavoie.cerfrance.fr)

## POUR UN CONTACT DÉPARTEMENTAL :

### **CERFRANCE AIN**

**Angélique GERMAIN**

04 81 51 00 35

[agermain@01.cerfrance.fr](mailto:agermain@01.cerfrance.fr)

### **CERFRANCE ARDÈCHE**

**Xavier ROUQUETTE**

04 75 20 29 50

[xrouquette@07.cerfrance.fr](mailto:xrouquette@07.cerfrance.fr)

### **CERFRANCE DRÔME**

**Sylvain BELLE**

04 75 70 74 39

[sbelle@2684.cerfrance.fr](mailto:sbelle@2684.cerfrance.fr)

### **CERFRANCE ISÈRE**

**Anaïs DAVID-CAVAZ**

04 38 49 92 66

[adavid-cavaz@38.cerfrance.fr](mailto:adavid-cavaz@38.cerfrance.fr)

### **CERFRANCE LOIRE**

**Urielle GONARD**

04 77 44 93 91

[ugonard@42.cerfrance.fr](mailto:ugonard@42.cerfrance.fr)

### **CERFRANCE RHÔNE**

**Solène VERSTRAETE**

04 78 19 60 29

[sverstraete@69.cerfrance.fr](mailto:sverstraete@69.cerfrance.fr)

### **CERFRANCE DES SAVOIE**

**Christine PELLOUX**

04 50 88 19 47

[cpelloux@dessavoie.cerfrance.fr](mailto:cpelloux@dessavoie.cerfrance.fr)

### **CERFRANCE ALLIANCE MASSIF CENTRAL**

**Annabelle BARTHELEMY-DUBOST**

04 73 19 53 12

[abarthelemy-dubost@alliancemaassifcentral.cerfrance.fr](mailto:abarthelemy-dubost@alliancemaassifcentral.cerfrance.fr)