

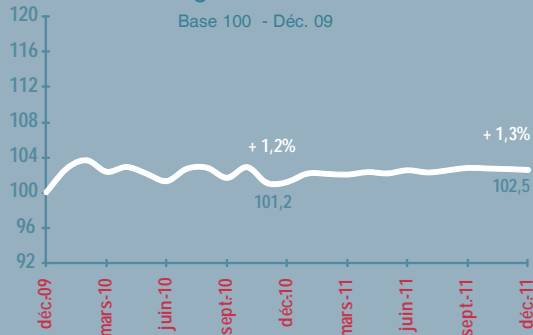


Panier compté

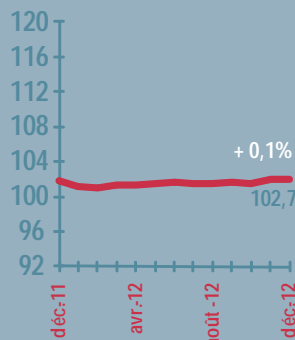
Évolution - Projection

Évolution du chiffre d'affaires annuel glissant 2009 à 2011

Base 100 - Déc. 09



Projection 2012



La croissance pourrait s'essouffler

Les ventes des petits commerces d'alimentation générale progressent de 1,3%, niveau semblable à celui de 2010. Ce rythme de croissance pourra être difficile à maintenir sur 2012 si les perspectives d'une réduction des dépenses alimentaires des Français se confirment. L'évolution projetée des chiffres d'affaires sur 2012 suit cette tendance avec une augmentation de 0,1%. ■

Chiffres clés

Indice des prix en 2011

- Consommation : +2,5%
- Profession : +3,4%

Chiffres moyens en 2010

- Chiffre d'affaires : 253 100€
- Résultat courant : 21 700€

Les entreprises en hausse

Répartition par tranches de chiffre d'affaires

Tranches de CA (en K€)	C.A. 2011 (en K€)	Evolution (en %)	Entreprises (en↑)
Ensemble	431	1,3%	49%
20 à 140	97	-5,2%	40%
140 à 240	184	0,5%	45%
240 à 410	304	-0,8%	48%
420 à 900	564	3,8%	63%
990 à 2930	1481	1,8%	48%

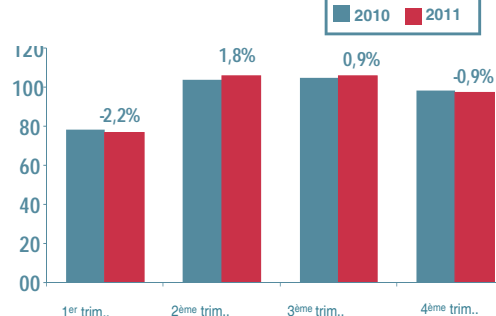
Temps forts en 2011

Une année 2011 fluctuante

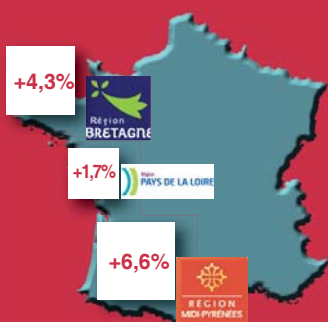
L'activité chute de 2,2% au premier trimestre avec des chiffres d'affaires en baisse chaque mois. La profession retrouve des évolutions positives sur le deuxième trimestre, +1,8% et sur le troisième trimestre, +0,9% et sur le quatrième trimestre enregistre une baisse de 0,9% avec cette fois encore des chiffres d'affaires en baisse sur tous les mois. L'alimentation générale est la seule profession du secteur en évolution négative sur le dernier trimestre. ■

Evolution des chiffres d'affaires trimestriels

en K€



Palmarès régional



Zoom

Des cartes à jouer

Depuis la fin des années 70, le commerce de détail alimentaire a perdu 77% de ses effectifs, sous les effets conjugués de l'implantation massive des grandes surfaces et de la désertification rurale. La tendance s'est inversée depuis le début des années 2000. Parallèlement, la concurrence de la grande distribution s'est renforcée sur le terrain des petits commerces indépendants, les cœurs de villes et les villages, en y implantant ses supérettes. Les axes de développement des épiciers indépendants : horaires souples, spécialisation sur des articles d'épicerie fine, produits bio, produits locaux, multi-activités, coopération avec d'autres détaillants, plats cuisinés à emporter ... Leurs atouts : convivialité, disponibilité, rapidité du service ... ■

Source : Fédération Nationale De l'Épicerie

Ils ont dit...

Témoignage d'un gérant de SUPERETTE - Var

"Mon activité a bénéficié d'un agrandissement de ma surface de vente et profité d'une meilleure météo : quand il pleut les clients vont dans les grandes surfaces ! Chaque année, j'investis pour offrir plus de confort. Tout doit être impeccable : magasin, produits, véhicule de livraison et surtout notre accueil. J'ai pratiqué un contrôle plus précis et constant des marges de chaque référence pour satisfaire une clientèle exigeante sur la qualité et des prix justes. Le nombre de clients et le panier moyen ont augmenté. Ce bon résultat continue en 2012. Pour me consacrer entièrement à la gestion et souffler un peu, deux embauches seraient nécessaires mais la pression fiscale est telle que c'est impossible !" ■