

Marges dans la grande distribution : dans le secret de la fabrique des prix.

Chaque enseigne de la grande distribution martèle qu'elle pratique les prix les plus bas. Avez-vous une idée des marges qu'elles pratiquent ?

Je le sais grâce à un quotidien qui a récupéré la liste des marges appliquées par une enseigne sur tous ses produits. Ce document permet de comprendre pourquoi vous payez certains articles plus ou moins cher.

Petite Curiosité, le journal indique que dans les supermarchés les marges brutes sont les plus faibles sur les produits les plus appréciés par les consommateurs.

Le document que vous évoquez a du fuiter. La grande distribution ne laisse pas trainer ses documents sensibles.

La fixation des prix est top secret dans la grande distribution mais une erreur de transmission a permis d'accéder à la liste des 10 000 références vendues dans ces grands magasins. Tous les prix et les marges appliqués y sont détaillés, depuis l'achat au producteur ou à l'industriel jusqu'au client.

Ce fichier envoyé par erreur à de nombreux franchisés a permis à l'un d'entre eux de l'utiliser contre l'enseigne avec qui il est en procès.

Qu'elle a été la réaction de l'enseigne ?

Elle indique qu'il s'agit d'un simple document de travail destiné à ses cadres. Les chiffres avancés sont plus des moyennes que des données réelles destinées à aider à des arbitrages. Il en demeure pas moins que ce document de 2017 permet de découvrir le secret de fixation des prix en magasin.

C'est une fuite très malencontreuse. Les enseignes se livrent à une guerre des prix et étaler sa méthode a du en rendre plus d'une malade.

Le sujet est tabou et beaucoup «d'experts» ont refusé de commenter cette liste à visage découvert. La raison en est simple: c'est grâce aux marges appliquées sur tel ou tel produit que les magasins gagnent de l'argent. Or, à l'heure où les Français sont très chatouilleux sur leur pouvoir d'achat, les distributeurs craignent pour leur image. « Le risque, c'est que les gens disent *tous des voleurs* en voyant les marges brutes qui apparaissent dans ce tableau, alors qu'en fait, notre secteur est en crise ».

Il a raison, à première vue, quand on découvre que la marge brut de l'eau « Cristaline » est de 40% ou encore de 44% pour les Dînettes au chocolat. Mais passer du brut au net implique des frais de personnel, d'entretien, d'électricité... Une fois tous ces frais déduits, le résultat net de nos magasins avoisine seulement 1 à 2 % du chiffre d'affaires, précise ce même patron. La guerre des prix oblige les enseignes à tenir leur tarif sur les produits de marque comme le Nutella. Ils se rattrapent sur d'autres articles où les marges peuvent être plus élevées.