

# Combien gagne la grande distribution sur nos produits ?

Le Parisien-Aujourd'hui en France dévoile une liste des taux de marges appliquées dans la grande distribution. Des révélations rares sur un sujet tabou.

10.000 marges de produits dévoilées

C'est un tabou brisé involontairement dans le milieu de la grande distribution. Des fuites de notes de travail internes de l'entreprise Franprix ont été envoyées par erreur à de nombreuses franchises, ce qui n'a pas échappé à nos confrères du Parisien qui publie la liste du taux de marges sur 10.000 références vendues dans leurs magasins. Tous les prix et les marges appliquées y sont précisés, de l'achat au producteur ou à l'industriel jusqu'au client.

Le quotidien a classé ces taux de marges dans trois catégories : les plus bas, les moyens et les plus gros. Dans la première catégorie, les pots de Nutella se distinguent avec un taux de marge placé à 9,2% du prix sur des pots vendus à 5,64 euros. Les bouteilles de 2 litres de Coca-Cola rapportent, quant à elle, 7,7% de 1,90 euro à l'entreprise.

Des marges brutes

Un peu plus fructueuses, les boîtes de thon blanc Petit Navire rapportent 34,8% du prix de vente, le beurrier tendre doux de Leader Price atteint un taux de marge de 30,7% ou encore les Knaki fumées Herta dont le taux de marge est de 29,6%. Mais les plus grosses marges sont réalisées sur les packs d'eau Cristaline, avec 44,7%, les Danette au chocolat (42,5%) ou encore les Céréales Wheat choco de Leader Price (59,1%).

Mais ces taux comptent des marges brutes. Selon un patron d'une grande enseigne interrogé anonymement par le quotidien, « le résultat net de nos magasins avoisine seulement 1 à 2% du chiffre d'affaires ». Car de ces taux de marges, il faut déduire des frais de personnel, d'électricité ou encore d'entretien.