

# Le bilan de santé financière des indépendants

Edition 2022 - Bilans 2020

*C'est un rendez-vous régulier avec nos lecteurs. L'expert financier Luc Roesems passe au crible les bilans déposés par les sociétés abritant l'activité des supermarchés exploités en franchise ou affiliation par des indépendants. Une mission qu'il mène, en Flandre pour buurtsuper.be (UNIZO) et en Wallonie pour APLSIA (UCM) : deux fédérations regroupant des exploitants de magasins indépendants. Son travail confirme une donnée prévisible : si la période Covid-19 a été pesante pour les citoyens, elle a contribué à offrir un surcroît de chiffre d'affaires et donc d'oxygène aux commerçants indépendants. Cependant, tout n'est pas nécessairement idéal dans cette radiographie des comptes déposés à la Banque nationale.*



**L**uc Roesems mène ce travail depuis 8 ans en Flandre, pour le compte de buurtsuper.be, et il étudie également depuis 2019 les comptes des magasins wallons et bruxellois, en collaboration avec APLSIA, l'Association Professionnelle (francophone) du Libre-Service Indépendant en Alimentation. Les deux organisations partagent un même intérêt légitime pour l'état de santé financière du secteur auquel appartiennent leurs membres, mais adoptent une attitude un peu différente quant à la publicité des résultats. APLSIA partage les résultats de ce travail pour le périmètre francophone avec Gondola, y compris en détaillant certains chiffres spécifiques de certaines enseignes. Buurtsuper.be souhaite se réserver l'exclusivité de publier une partie des résultats de l'étude

dans une brochure disponible pour ses membres et lecteurs de son magazine, mais préfère aussi ne pas publier de résultats spécifiques à des enseignes particulières. Un choix que nous respectons, tout en offrant à Luc Ardies, general director Unizo Winkelraad, la possibilité de synthétiser dans l'encadré final ses conclusions pour la Flandre. Quoi qu'il en soit, s'il y a bien des différences chiffrées dans les résultats de l'enquête au nord et au sud du pays, elles tendent plutôt à s'amenuiser. Et les grandes tendances vont bel et bien dans la même direction.

## Comment les données sont-elles réunies ?

Luc Roesems collecte les données des bilans obligatoirement déposés à la Banque nationale de Belgique (BNB) par les entreprises

concernées. L'échantillon qu'il a réuni cette année compte 358 bilans en Wallonie et 446 en Flandre. Il est très représentatif, et d'autant plus qu'il s'est volontairement limité aux entreprises ayant déposé au moins 3 bilans, pour les exercices 2018, 2019 et 2020.

Selon leur taille, toutes ces entreprises déposent cependant des bilans de nature différente :

### › Le bilan complet

Certains supermarchés publient un bilan complet, lorsqu'ils rencontrent deux de ces trois conditions : dépasser un chiffre d'affaires net de 9 millions d'euros, employer un minimum de 50 équivalents temps pleins ou encore afficher un total du bilan supérieur à 4,5 millions d'euros. L'intérêt est ici de pouvoir disposer à la fois du détail du

chiffre d'affaires et du montant des achats de marchandise, ce qui permet de calculer la marge commerciale.

### › Le bilan abrégé

La plupart des autres supermarchés déposent un bilan abrégé, comportant moins de rubriques, dès lors qu'ils ne rencontrent qu'un seul des trois critères décrits ci-dessus. Le volume d'informations disponible pour l'analyse est par conséquent plus modeste.

### › Le bilan micro

Enfin les magasins employant un maximum de 10 équivalents temps pleins, et ne dépassant ni un chiffre d'affaires de 700.000 euros, ni un total bilan de 350.000 euros, ne déposent qu'un bilan micro très limité.



Le nombre d'entreprises déposant un bilan complet est très limité dans l'échantillon. Toutefois, Luc Roesems dispose parfois d'autres données confidentielles, hors échantillon, lui permettant de mesurer ou évaluer l'évolution du chiffre d'affaires et de la marge commerciale. Conformément à ce que nous expliquons plus haut, les données chiffrées détaillées publiées ici se réfèrent au large échantillon de magasins implantés en Wallonie.

### Quels enseignements ?

Le premier tableau en page suivante montre le nombre d'entreprises par enseigne (et dans l'échantillon total) qui sont déficitaires, le second tableau le nombre d'entreprises avec des fonds propres négatifs.

### La période du Covid-19 a bien profité au chiffre d'affaires

L'analyse opérée dans le passé par Luc Roesems sur les bilans de 2018 et 2019 était inquiétante : près d'un magasin wallon sur trois y était en perte. Les bilans 2020 correspondent à une année marquée par une forte hausse des ventes en période de pandémie, ce qui a clairement mis du beurre dans les épinards : il ne s'agit désormais plus que d'un magasin sur cinq. Mais ceci reste bien supérieur à la moyenne d'autres secteurs.

Cet 'effet Corona' prouve à contrario que de nombreux magasins ne peuvent être rentables qu'à condition de dégager des niveaux de ventes plus élevés. Ce qui n'est pas nécessairement réaliste en dehors des circonstances exceptionnelles

## Rêvez-vous de votre propre supermarché de proximité ?



### Accrochez-la !

Exploiter votre propre supermarché ou supérette de proximité ?! Alors chez Lambrechts c'est l'idéal. Sous l'emblème SPAR ou sous votre propre nom ? Quoi que vous choisissiez, chez Lambrechts nous fournissons un accompagnement professionnel et un soutien up-to-date de votre affaire. Frémissez-vous déjà d'envie ? Alors contactez-nous encore aujourd'hui !

Intéressé ? Envoyez un e-mail  
à Manu Suffeleers : [msuffeleers@lambrechts.be](mailto:msuffeleers@lambrechts.be)



[www.lambrechts.be](http://www.lambrechts.be)

 **Lambrechts**  
your partner in food retail

qu'a connu le marché depuis 2020, explique Luc Roesems : "En raison de la politique d'expansion des centrales, le marché est plus que saturé, avec des magasins qui, compte tenu de leur emplacement ou des supermarchés déjà opérationnels à proximité immédiate, ne peuvent pas réaliser plus de ventes, à moins qu'un concurrent ne ferme ses portes. A part un chiffre d'affaires en hausse, le seul autre levier de profit de ces indépendants est une politique de prix (d'achat) équitable de la part des centrales, qui leur laisse une marge de vente suffisante pour survivre, malgré les promotions imposées. Or, ces marges disponibles pour les supermarchés sont systématiquement trop faibles, de sorte que le profit est très difficile à atteindre."

Autrement dit, si Luc Roesems note bien une sérieuse amélioration sur le critère des magasins en perte, il invite à éviter toute euphorie : le coup de booster offert en 2020 par ces circonstances exceptionnelles ne doit pas faire craindre un retour à des chiffres moins flatteurs dans les années normales d'exploitation.

### Les fonds propres négatifs, un thermomètre plus révélateur

### Nombre et % de magasins avec un résultat négatif

	# entr.	2018	%	2019	%	2020	%
AD Delhaize	57	10	17,5%	14	24,6%	6	10,5%
Carrefour Express	28	14	50,0%	8	28,6%	9	32,1%
Carrefour Market	85	22	25,9%	20	23,5%	12	14,1%
Carrefour Market Mestdagh	25	6	24,0%	7	28,0%	6	24,0%
Intermarché	35	10	28,6%	14	40,0%	2	5,7%
Proxy	73	26	35,6%	24	32,9%	10	13,7%
SPAR RP	26	4	15,4%	1	3,8%	3	11,5%
Autres	29	16	55,2%	28	96,6%	19	65,5%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>108</b>	<b>30,2%</b>	<b>116</b>	<b>32,4%</b>	<b>67</b>	<b>18,7%</b>

Pour les fonds propres, l'effet positif est moins prononcé, car cette rubrique est une accumulation de pertes antérieures qui nécessite généralement plusieurs années de bénéfices pour être compensée. Cet indicateur est donc peut-être plus révélateur de la santé réelle des magasins repris dans l'échantillon : les pertes enregistrées sur un seul exercice peuvent être plus ponctuelles que chroniques, sans remettre en cause de façon critique la santé de l'entreprise à plus long terme. Les fonds propres négatifs forment un indice plus inquiétant. 14,5% d'entreprises se trouvant dans une telle situation en 2020, c'est certes un résultat en net progrès après

ceux extraits des bilans de 2018 et 2019. Là aussi, les ventes liées au coronavirus ont fait du bien. Mais est-ce durable, à terme ? Les entreprises l'utiliseront-elles comme un tremplin pour mieux rebondir ensuite. On notera que c'est aussi un pourcentage supérieur à celui de la moyenne observée dans d'autres secteurs en temps normaux (10%). Avoir des fonds propres en début d'activité, après avoir beaucoup investi, n'est pas réellement préoccupant : la situation se corrige progressivement. Mais quand ceci devient structurel, il y a de quoi s'inquiéter. Luc Roesems souligne aussi que les entreprises ayant des fonds propres négatifs cumulent d'autres handicaps : ils ne peuvent en principe pas

bénéficier de subventions, telles qu'une prime à l'énergie pour les investissements énergétiques.

Notons aussi que, pour ce qui est des situations spécifiques des indépendants wallons franchisés ou affiliés à certaines enseignes, les données de ces deux premiers tableaux peuvent différer de beaucoup, même si la tendance générale, après une année 2019 particulièrement mauvaise, va dans le bon sens. Carrefour Market, Proxy Delhaize et Intermarché sont en net progrès. Carrefour Express souffre logiquement sur le chiffre d'affaires, ce qui ne se traduit pas dans les fonds propres : contrairement aux supermarchés de proximité, le format auquel il appartient a été handicapé par cette période marquée par le télétravail et les déplacements limités. Et côté supermarchés, ce sont les franchisés de Carrefour Mestdagh qui souffrent, une situation déjà bien connue.

**“EN WALLONIE, LA PROPORTION D'ENTREPRISES DÉFICITAIRES EST PASSÉE DE 32,4% EN 2019 À 18,7% EN 2020.”**

### Nombre et % magasins avec des fonds propres négatifs

	# entr.	2018	%	2019	%	2020	%
AD Delhaize	57	0	0,0%	3	5,3%	3	5,3%
Carrefour Express	28	6	21,4%	4	14,3%	4	14,3%
Carrefour Market	85	13	15,3%	15	17,6%	10	11,8%
Carrefour Market Mestdagh	25	6	24,0%	6	24,0%	5	20,0%
Intermarché	35	11	31,4%	10	28,6%	6	17,1%
Proxy	73	20	27,4%	18	24,7%	15	20,5%
SPAR RP	26	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Autres	29	9	31,0%	10	34,5%	9	31,0%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>65</b>	<b>18,2%</b>	<b>66</b>	<b>18,4%</b>	<b>52</b>	<b>14,5%</b>

### Autres éléments du bilan

Les bilans des 358 supermarchés dans l'échantillon wallon se sont légèrement améliorés grâce aux ventes en contexte corona, mais la majorité d'entre eux sont encore assez faibles. La trésorerie a augmenté, tandis que les dettes à moins d'un an augmentent en 2020 pour financer l'activité plus intense. Les investissements dans les terrains et les bâtiments en 2020 sont soutenus. La liquidité est faible, la solvabilité basse malgré l'amélioration en 2020. La forte augmentation du chiffre

d'affaires pendant la période corona n'a pas eu d'impact négatif sur les stocks.

#### › Immobilisations

Les immobilisations augmentent de 4,91% de 2018 à 2020, principalement en raison de l'augmentation de la section 'Terrains et bâtiments' (+11,46% pour atteindre une moyenne de 704.102 euros en 2020). Et ce, en dépit d'une forte diminution de plus de 15% des immobilisations incorporelles (les marques et licences, entre autres). Malgré la période corona, ou peut-

être à cause de celle-ci, les investissements en machines et équipements ont sensiblement augmenté (+ 6,2%).

#### › Actif circulant

Le corona a eu un impact clair sur l'actif circulant, soit celui qui est mobilisable à court terme, comme le stock et les créances. La valeur moyenne est passée de 868.460 euros à 923.227 euros, soit + 6,31%. C'est la conséquence logique des ventes supplémentaires enregistrées au cours de cette période faste.

- De manière surprenante, les créances de plus d'un an sont en hausse de 28,2%. Un indice qui n'est pas très sain, dans un univers commercial où les clients sont censés payer comptant.
- La trésorerie et les équivalents de trésorerie ont augmenté de plus de 20% au cours de cette période, toujours en raison des ventes supplémentaires.
- Les stocks, par contre, augmentent à peine, voire pas du tout. Ce qui peut se justifier : l'augmentation du chiffre d'affaires d'environ 6,5% en 2020 par rapport à 2019 est liée à une rotation plus élevée et non à la constitution de stocks. Et ceci tout en conservant presque la même dette envers les fournisseurs, qui n'ont donc pas financé l'augmentation...

#### › Investissements et liquidités

Cette augmentation s'explique en grande partie par les liquidités sous les rubriques 'Investissements' et 'Liquidités', qui passent de 376.470 euros en 2019 à 452.633 euros en 2020 (+ 20,23%). Néanmoins, la liquidité ne s'améliore pas beaucoup : de 0,74 à 0,79, ce qui est bien en dessous de la norme de 1.

#### › Fonds propres

Les fonds propres sont constitués du capital apporté, des réserves créées et, entre autres, du bénéfice réservé de l'entreprise. Les fonds propres moyens des supermarchés atteignaient, en 2019, une moyenne de 314.664 euros, soit 20,5% du bilan. En

**“14,5% DES INDÉPENDANTS WALLONS ONT EN 2020 DES FONDS PROPRES NÉGATIFS (CONTRE 18,4% EN 2019). EN FLANDRE, C'EST 9,9% DE L'ÉCHANTILLON (CONTRE 12,6% EN 2019).”**

2020, ils grimpent à 351.326 pour atteindre 21,7% du bilan, une amélioration plus que bienvenue vu la faible solvabilité.

### › Bénéfice (ou perte) reporté(e)

Le bénéfice (ou la perte) reporté(e), une composante des fonds propres, illustre à quel point la rentabilité historique des supermarchés est limitée, voire faible. Il n'est que de 14.419 euros – 5.104 euros – 38.754 euros, respectivement en 2018 – 2019 – 2020. Les supermarchés peuvent difficilement "épargner" pour des investissements ultérieurs, même dans une année aussi faste que 2020.

### › Dettes

Le montant des dettes est complémentaire aux fonds propres : ensemble, ils "financent" le fonctionnement d'une entreprise. La moyenne des supermarchés se finance principalement à court terme (53,5% de total du bilan, 27,3% pour les dettes à long terme).

Le taux d'endettement des entreprises analysées dans l'échantillon wallon est élevé avec des dettes s'élevant à respectivement 79,8% – 79,2% – 78% du total du bilan 2018, 2019 et 2020. Par conséquent, la solvabilité moyenne pour toutes les années considérées est bien inférieure à la norme de 40%. Seules 70 entreprises, soit à peine 19,5% de l'échantillon, sont aux yeux des financeurs tiers suffisamment saines selon cette norme.

Le financement des supermarchés se fait principalement par la dette à court terme (+ 6,2% sur trois ans) avec en sous-rubrique la dette envers les fournisseurs. Ce dernier reste pratiquement inchangé sur la période de trois ans. C'est la **dette à court terme** auprès des banques qui augmente (généralement couverte par le fonds commercial et le stock).



Malgré l'augmentation du chiffre d'affaires, les **dettes commerciales**, ce que les magasins doivent à leurs fournisseurs, et en particulier à leur centrale, restent quasiment les mêmes : 524.451 euros en 2020, soit environ 1% de moins qu'en 2019. C'est aussi le résultat de l'augmentation du taux de rotation des stock pendant l'année corona.

Luc Roesems signale à ce propos des différences marquées selon les enseignes. Le supermarché moyen porte 32,4% de son bilan comme dette envers la centrale (c'est-à-dire surtout la dette à court terme). La centrale Mestdagh supporte activement, bien que de manière sélective, ses magasins créanciers. Les magasins Express et Proxy sont tous deux fortement financés par les reports de paiement

(crédit à 30% ou plus du total du bilan). Les 29,3% des magasins AD Delhaize surprennent, car la perception est que ces magasins Delhaize fonctionnent bien et paient donc les livraisons rapidement.

### › Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires est resté plus ou moins stable en 2019 (+ 0,6%) et a augmenté de 9,46% au cours de l'année corona 2020. Cette donnée n'est disponible que pour les entreprises déposant un bilan complet à la BNB, elles sont un peu moins de 20 dans l'échantillon wallon. Luc Roesems a pu l'étendre à 40 entreprises en se basant sur des données confidentielles, hors échantillon. A noter : cette hausse du chiffre d'affaires est plutôt modeste par rapport à l'augmentation moyenne constatée en Flandre (+ 18%).

### › Marge commerciale

La marge commerciale sur ces ventes est passée de 18,89% en 2018 à 18,73% en 2019 et a même été légèrement inférieure en 2020 (18,37%). Il s'agit bien de la différence entre les prix de vente moyens et les prix d'achat. Luc Roesems souligne que son évolution illustre l'érosion des marges laissées par les centrales, qui passent volontiers des marges directes aux marges indirectes en fin d'année sous forme de commissions, de compensations pour les promotions et autres ristournes commerciales. Ces indemnités supplémentaires font passer les marges moyennes totales à respectivement 21,63% – 21,23% – 21,69% en 2018 – 2019 – 2020. Il s'agit donc à nouveau d'une petite amélioration, bien que trop limitée pour rendre de nombreux magasins à nouveau rentables. Cette évolution faisant

glisser le paiement d'une part de la marge vers la fin d'année limite les moyens disponibles pour exploitants, souligne Luc Roesems : *“Ils ont nettement moins d'informations sur les marges bénéficiaires par groupe de produits et par produit, de sorte qu'ils peuvent moins optimiser eux-mêmes l'assortiment, et dépendent davantage du bon vouloir et de la politique des prix des centrales. Ce n'est pas une bonne évolution.”*

## › Services et biens divers

La rubrique 'Services et biens divers' a augmenté de 9,37% en trois ans, après une baisse en 2019. Peut-être faut-il y voir l'effet des coûts supplémentaires entraînés par les mesures Covid-19. Peut-être les dépenses et le personnel étaient-ils auparavant trop serrés que pour faire face à cette crise avec les mêmes ressources qu'en 2019 (la situation est différente en Flandre). Les employés intérimaires, auxquels est fait d'autant plus appel que le personnel devient difficile à trouver, sont généralement comptabilisés dans cette section, mais les bilans sociaux ne sont pas suffisamment fiables pour permettre une enquête à ce propos.

## › Marge brute et bénéfice

Le bénéfice brut ou la marge brute de 2020 est supérieur de 12,7% à celui de 2019 et atteint en moyenne 743.911 euros, sur un chiffre d'affaires moyen de 1.619.221 euros. L'année 2019 a également

été légèrement supérieure à celle de 2018. Cette augmentation est le résultat direct des ventes supplémentaires enregistrées pendant la période corona. La marge brute (MB) a un impact important sur toutes les rubriques de résultat suivantes, dont les valeurs moyennes progressent :

- **Le résultat d'exploitation** : 94.397 euros (2018) – 84.491 euros (2019) – 153.547 euros (2020). En 2020, ce résultat de 2020 est supérieur de plus de 80% au niveau de 2019. L'évolution du résultat d'exploitation varie fortement d'une enseigne à l'autre. Celui d'Intermarché (en moyenne) en 2020 explose : il est pratiquement multiplié par 3,5 ! Carrefour Mestdagh et Proxy font plus de 2,5 fois mieux qu'en 2019. C'est favorable, mais aussi une indication d'une faiblesse structurelle des ventes au cours des années précédentes.

- **Le résultat avant impôt** : 74.669 euros (2018) – 68.211 euros (2019) – 140.545 euros (2020). Une augmentation de 106% – un résultat doublé – en 2020 par rapport à 2019, après la baisse de près de 9% connue en 2019.

- **Le résultat de l'exercice** (le bénéfice net) fait encore mieux : 49.206 euros (2018) – 45.991 euros (2019) – 106.907 euros (2020), soit 132% de plus en 2020 qu'en 2019 ! D'où vient l'augmentation

progressive du bénéfice brut au bénéfice net ? La raison tient à l'effet de cascade positif du chiffre d'affaires supplémentaire et de la marge supplémentaire dans le compte de résultat. À chaque niveau, il reste proportionnellement plus de différences positives, surtout si les catégories de coûts elles-mêmes n'augmentent que légèrement, ce qui est le cas en 2020. Cette augmentation et surtout son effet positif, font que nettement moins de supermarchés – seulement 67 d'entre eux ou 18,7% de l'échantillon en 2020 contre 116 ou 32,4% en 2019 – sont déficitaires en Wallonie.

La forte augmentation du bénéfice net est principalement due aux ventes supplémentaires, bien que le taux de marge lui-même reste modeste, mais aussi à la diminution de l'impôt des sociétés. Le taux d'imposition moyen des entreprises basé sur les chiffres du bilan atteint 23,9%. Un assez grand nombre d'entreprises ont récupéré (au moins partiellement) les pertes antérieures au cours de l'année bénéficiaire 2020.

Le taux d'imposition "réel" est le rapport entre le bénéfice net et le bénéfice avant impôt des entreprises qui font des bénéfices, c'est-à-dire sans tenir compte des entreprises déficitaires. Ce taux passe de 25,8% en 2018 à 22,8% en 2019 et 21% en 2020.

## › Les charges

Le premier poste de coûts que la marge brute doit couvrir est celui des **rémunérations, des charges sociales et des pensions**. Sur les trois années considérées, celles-ci augmentent de 6,38%,

soit beaucoup moins que la marge brute elle-même (+ 1,79% en 2019 et + 12,78% en 2020). La différence illustre l'effet de levier d'une marge brute plus favorable, une fois que les coûts principaux ont été couverts et qu'ils augmentent à peine. Le coût moyen par an par employé-équivalent temps plein, toutes enseignes confondues, a légèrement augmenté, passant de 29.205 euros par an en 2018 à 30.029 euros en 2019 et 30.033 euros en 2020 (+ 2,84% sur 3 ans). Attention, des analyses complémentaires montrent cependant de grandes différences selon les enseignes.

Les rémunérations représentent une lourde charge. Si on considère l'ensemble de l'échantillon de 358 entreprises wallonnes, ce poste augmente de 3,1% en 2020 par rapport à 2019. Seuls les magasins Carrefour Express (- 8,5%) et Carrefour Mestdagh (- 0,8%) affichent une diminution de ces coûts. La rubrique 'Rémunérations' des magasins Intermarché augmente de 8,8%, soit 1,8 équivalent temps plein.

Les **amortissements** semblent stables

Les **autres charges d'exploitation**, un petit poste d'environ 20.000 euros en moyenne, ont fortement augmenté en 2019, mais se sont stabilisées en 2020.

Les **produits financiers** (récurrents) et les **charges financières** fluctuent, mais sont limités en valeur absolue. Il convient de noter qu'un certain nombre de bilans sont sortis de l'échantillon parce qu'ils présentaient des rendements irréalistes.





### Les conclusions de Luc Roesems :

“Toutes les enseignes, à l’exception de la chaîne Carrefour Express, ont affiché de meilleurs résultats en 2020, année marquée par le Corona, qu’en 2019. Cette amélioration générale est principalement due aux ventes supplémentaires et à la récupération de pertes antérieures (synonymes de moins d’impôts), et non à une meilleure marge de vente, car celle-ci est en baisse. La baisse est légèrement compensée par une augmentation des ‘Autres produits d’exploitation’. Les ventes supplémentaires varient fortement par enseigne, et sont grevées de coûts supplémentaires relativement moins importants que la hausse des ventes de base, de sorte qu’en 2020, beaucoup moins d’entreprises sont déficitaires.

Mais il est plus que probable que l’augmentation des ventes enregistrées par les supermarchés ne sera pas maintenue dans les années à venir, ne serait-ce qu’en raison de la saturation du marché. La plupart des entreprises étudiées ont besoin d’une marge de vente au moins légèrement plus élevée, alors que la tendance voit plutôt celle-ci rétrécir. Les centrales rognent les marges des indépendants, les étouffant

lentement, pour maintenir ou améliorer leurs propres résultats. À long terme, c’est une stratégie douteuse pour le succès.”

### Les conclusions de Luc Ardies (Buurtsuper.be)

Les conclusions de Luc Ardies rejoignent celles de Luc Roesems, en particulier sur la question des marges permises aux indépendants en fonction des conditions d’achat auprès des centrales. “La marge brute est en baisse en Flandre : 21,01% en 2018, 20,33% en 2019, 20,56% en 2020. L’érosion est encore plus nette si on prend du recul : elle atteignait encore 21,26% en 2015. Le cashflow disponible, celui qui doit permettre à l’indépendant d’investir, a rebondi en 2020, mais il est important de maintenir cette tendance au-delà de cette année corona atypique. Les évolutions du secteur nécessitent des investissements technologiques, et l’explosion des coûts de l’énergie pèse lourd pour les commerçants. Pour soulager cette pression, il serait souhaitable que les centrales offrent davantage de transparence sur leurs négociations avec leurs fournisseurs, et mobilisent toutes les économies d’échelle susceptibles de profiter à la marge de leurs partenaires franchisés. C’est d’autant plus nécessaire qu’il restera à juger de l’impact sur les indépendants des activités de livraison à domicile menées par les centrales. L’exploitation des données clients qui les permettent méritent des accords très clairs à ce propos.”



### Les conclusions de Luc Bormans, président d’APLSIA

“La période Covid-19 a surtout mis en lumière la faiblesse connue par notre secteur au cours des années précédentes. Il manque un chiffre d’affaires minimum pour permettre à une partie de nos membres d’être rentables. Le Covid-19 a peut-être profité au chiffre d’affaires, mais pas suffisamment pour tout le monde, puisqu’il reste toujours 1 magasin sur 5 en déficit sur l’exercice 2020. Quelle est l’évolution du chiffre d’affaires des magasins en ville et dans les centres commerciaux ? Quid des perspectives pour 2022, avec un tassement du chiffre d’affaires, avec la flambée des postes d’énergie, l’inflation des coûts, l’indexation personnel de 6% en 1 an, et des marges de vente toujours sous pression ? Les résultats de 2022 risquent de ne pas être bons du tout, et nos membres devront être créatifs pour faire face à cette nouvelle situation. Personnellement, je pense que nos franchiseurs doivent bien réfléchir à l’évolution future de leurs concepts commerciaux pour garantir une cohésion efficace de leur réseau.

Triste constat que celui de voir la Wallonie à la traîne, avec plus de magasins aux fonds propres négatifs. Est-ce dû au fait qu’il y a moins de pouvoir d’achat en Wallonie, ou est-ce dû au fait que certaines formules commerciales ne fonctionnent pas du tout dans la région ? Idem pour le chiffre d’affaires, qui a beaucoup plus progressé en Flandre qu’en Wallonie pendant l’année Covid, bien que ceci s’explique peut-être par le fait qu’il y a beaucoup plus d’entreprises (et donc de télétravail) en Flandre.

La hausse spectaculaire des créances des dernières années est un signe plus qu’inquiétant ou interpellant, dans un marché où les consommateurs paient leurs achats directement à la caisse. Le bénéfice des entreprises qui déposent un bilan complet n’est pas représentatif du secteur car ce sont souvent des entreprises avec un long historique, qui ont aussi des revenus d’autres activités que commerciales dans leurs comptes.

Un très bon travail mené par Luc Roesems, mais avec quelle conclusion ? La meilleure performance de 2020 n’est pas due au secteur lui-même, mais grâce au Covid, et grâce à une charge d’impôts (ISOC) réduite. Une collaboration saine et correcte entre franchiseur qui représente l’actionnariat et franchisé, dans la recherche d’une rentabilité équitable sera plus que nécessaire dans l’avenir pour pouvoir faire face au commerce intégré qui représente la majorité du chiffre d’affaires alimentaire dans notre pays. Un commerce intégré qui n’ouvre pas le dimanche, et dont une partie importante recherche et atteint une efficacité optimale dans l’exécution !” | CHRISTOPHE SANCY