

# Le commerce en 2005 : une activité qui ralentit

Jean-Yves Fournier, Julie Prévot, Vincent Vicaire, division Commerce, Insee

**E**n 2005, la croissance diminue dans tous les secteurs du commerce, comme dans l'ensemble de l'économie française. C'est toujours dans le commerce de gros que la progression des ventes est la plus forte (+ 2,8 % en volume) ; elle est portée par les biens d'équipement professionnel et les biens de consommation non alimentaires, comme en 2004, mais également par les produits agricoles bruts. Dans le commerce de détail et l'artisanat commercial, le ralentissement affecte en particulier les secteurs les plus dynamiques, comme le commerce non alimentaire spécialisé et la pharmacie ; les secteurs alimentaires bénéficient à l'inverse d'un léger mieux. Les ventes du commerce et de la réparation automobile progressent globalement en volume, mais moins qu'en 2004 ; cependant parmi elles, les activités d'entretien et de réparation de véhicules se replient, ainsi que les ventes au détail de carburants.

Dans l'ensemble du commerce, l'emploi salarié ne croît que faiblement (+ 0,3 % entre le début et la fin de l'année), comme l'année précédente ; il n'augmente que dans le commerce de détail.

Le nombre d'entreprises dans l'ensemble du commerce augmente légèrement, exclusivement grâce au commerce de détail.

En 2005, en dépit d'un redémarrage en milieu d'année, la croissance de l'économie française est modeste (+ 1,2 % contre + 2,3 % en 2004). Le ralentissement de l'activité en moyenne annuelle s'explique en particulier par le fait que les comportements de stockage cessent de soutenir l'activité et que les dépenses courantes des administrations publiques décèlent. Le solde du commerce extérieur se dégrade : les exportations restent solides mais sont moins vives que les importations. Cependant, la consommation des ménages et l'investissement demeurent soutenus. Au total, le maintien de la demande intérieure privée et la croissance des échanges contribuent au développement des ventes des entreprises commerciales. Toutefois, des signes d'essoufflement, voire de repli, se manifestent dans plusieurs secteurs du commerce.

## Repli de la croissance du commerce de gros

Les ventes de marchandises des grossistes (hors intermédiaires) s'élèvent à 464 milliards d'euros courants en 2005 (tableau 1). Après un fort redressement en 2004 (+ 4,3 % en volume), le commerce de gros progresse encore en 2005 (+ 2,8 %) mais plus modérément : ces deux dernières années marquent de fait une rupture avec la forte décélération de la

### 1 Les ventes de marchandises du commerce de gros

	Évolution en volume au prix de l'année précédente						Contribution à la croissance du commerce de gros 2005	Valeur 2005 en milliards d'euros
	2000	2001	2002	2003	2004	2005		
Commerce de gros de :								
biens d'équipement professionnel	9,1	10,4	3,7	3,6	9,1	4,9	1,1	102,6
biens de consommation non alimentaires	8,6	7,3	7,2	5,4	5,7	4,7	1,0	101,3
biens intermédiaires non agricoles	3,2	2,5	2,9	-3,0	2,3	-0,6	-0,1	117,4
produits alimentaires	1,9	0,4	-3,1	-2,3	2,2	1,0	0,2	99,4
produits agricoles bruts	1,8	-4,6	2,8	-1,8	-2,8	5,0	0,5	43,0
<b>Commerce de gros (hors intermédiaires du commerce)</b>	<b>5,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>0,5</b>	<b>4,3</b>	<b>2,8</b>	<b>2,8</b>	<b>463,8</b>
Intermédiaires du commerce	11,6	8,3	0,4	2,3	3,5	4,3	//	95,8
<b>Commerce de gros et intermédiaires</b>	<b>6,2</b>	<b>4,7</b>	<b>2,3</b>	<b>0,8</b>	<b>4,1</b>	<b>3,0</b>	<b>//</b>	<b>559,6</b>

Source : Comptes du Commerce, Insee

croissance observée de 2000 (+ 5,2 %) à 2003 (+ 0,5 %).

C'est le secteur des **biens d'équipement professionnel** qui contribue le plus fortement (plus d'un point) à l'accroissement des ventes du commerce de gros. Toutefois, les ventes en volume de ce secteur ne progressent pas autant qu'en 2004 (+ 4,9 % après + 9,1 %). Le ralentissement est largement imputable aux ventes de machines agricoles (- 3,2 %) et de fournitures et équipements industriels divers (engins de levage, robots industriels...) avec - 0,7 %. Ces activités ont pâti du manque de dynamisme de l'investissement en matériel agricole et des contre-performances de l'industrie automobile.

L'activité des grossistes en **biens de consommation non alimentaires** contribue significativement à la croissance d'ensemble (environ un point). La progression des ventes reste vigoureuse (+ 4,7 % en volume). Toutefois, la tendance à la décélération se confirme. Les ventes de ce secteur ont perdu en moyenne 0,8 point chaque année depuis 2000. Les ventes des grossistes en produits pharmaceutiques (+ 4,0 % en volume) sont en net ralentissement par rapport aux dernières années. L'activité des grossistes en textile et habillement régresse pour la troisième année consécutive. En revanche, les grossistes en électroménager et radio-télévision continuent de bénéficier de la demande soutenue des ménages en équipements audiovisuels (écrans plasma ou LCD, caméscopes et lecteurs DVD) ou en nouveaux produits (lecteurs MP3, décodeurs TNT).

La croissance soutenue des ventes des grossistes en **produits agricoles bruts** (+ 5,0 % en volume) s'accompagne d'une forte baisse des prix. Elle résulte de l'expansion des ventes en céréales et aliments du bétail. Pour les autres produits, principalement les animaux vivants, les ventes ont diminué en volume. Pour ce secteur, axé sur la commercialisation des céréales et des animaux vivants, 2005 est une année charnière, avec la mise en route de la nouvelle Politique agricole commune. L'année 2005 se situe, en outre, entre deux périodes de crises sanitaires sur les filières bovines et ovines au début des années 2000, puis avicoles à partir de 2006.

Dans le commerce de gros de **produits alimentaires**, la progression des ventes (+ 1,0 % en volume) est en retrait par rapport à 2004. Elle semble cependant confirmer la sortie d'une période assez longue de crise ou de stagnation. La croissance reste modérée pour les ventes de produits frais et de boissons. C'est pour les produits surgelés et les autres produits spécialisés (conserves, lyophilisés) que les progressions sont les plus sensibles.

L'activité des grossistes en **biens intermédiaires non agricoles** se replie en 2005 (- 0,6 % en volume). En dehors des combustibles, cette activité est globalement très liée à celles de l'industrie manufacturière et de la construction ; ces trois composantes affichent des évolutions différentes : les ventes s'accroissent fortement pour les combustibles (+ 6,9 % en volume) grâce au

commerce extérieur ; elles diminuent pour les autres produits chimiques, métaux, papiers, déchets ; enfin elles ralentissent nettement pour le commerce de gros de produits destinés à l'habitat et à la construction (+ 1,9 % contre + 6,6 % en 2004).

## Croissance modérée du commerce de détail

Les ventes de l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) sont évaluées à 418 milliards d'euros toutes taxes comprises en 2005 (*tableau 2*). Elles progressent de 1,7 % en volume, après 2,0 % en 2004. Le ralentissement, qui a débuté en 2000, se poursuit.

Contrairement aux années précédentes, l'éventail des taux de croissance selon les formes de ventes se resserre. L'activité des pharmacies continue de progresser fortement mais ralentit (+ 3,4 % en volume, après cinq années au voisinage de + 7 %). Hors pharmacies, ce sont encore les **magasins non alimentaires spécialisés** qui ont fourni, malgré le ralentissement de leur activité, la plus forte contribution à la croissance d'ensemble, soit 1,3 point. Ces formes de ventes réalisent environ un tiers des ventes au détail, mais assurent en 2005 l'essentiel de la croissance totale de l'activité des détaillants. Parmi elles, les spécialistes de l'équipement du foyer, et à un moindre degré, de culture, sport et loisirs, sont particulièrement dynamiques.

## 2 L'activité des formes de vente du commerce de détail

Formes de vente	Évolution en volume au prix de l'année précédente						Valeur 2005 en milliards d'euros	Contribution à la croissance du commerce de détail <sup>3</sup> 2005
	2000	2001	2002	2003	2004	2005		
<b>Ensemble commerce de détail et artisanat commercial</b> , dont :	<b>4,4</b>	<b>2,9</b>	<b>2,5</b>	<b>2,3</b>	<b>2,0</b>	<b>1,7</b>	<b>418,2</b>	//
- Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	8,0	7,3	6,9	6,4	7,4	3,4	34,0	//
- <b>Commerce de détail et artisanat commercial</b> <sup>1</sup>	<b>4,1</b>	<b>2,5</b>	<b>2,1</b>	<b>2,0</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>384,1</b>	<b>1,6</b>
Alimentation spécialisée et artisanat commercial <sup>2</sup>	3,1	- 1,9	0,6	- 2,4	- 3,2	- 0,2	33,1	0,0
Petites surfaces d'alim. générale et magasins de produits surgelés	- 0,7	2,0	0,8	1,7	- 1,6	- 1,3	14,9	- 0,1
Grandes surfaces d'alimentation générale	2,7	1,1	1,4	1,9	0,3	0,6	166,5	0,2
Grands magasins et autres magasins non alim. non spécialisés	8,2	1,0	0,7	1,1	3,7	- 0,1	6,6	0,0
Magasins non alimentaires spécialisés (hors pharmacies)	6,8	5,8	4,1	3,2	4,8	3,5	141,5	1,3
Commerce hors magasin	1,8	1,0	0,3	3,0	0,3	2,6	19,3	0,1
<b>Ensemble commerce et réparation automobile</b>	<b>1,8</b>	<b>5,6</b>	<b>0,8</b>	<b>- 1,2</b>	<b>2,8</b>	<b>1,0</b>	<b>129,6</b>	//

1. Hors pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques

2. Boulangeries, pâtisseries, charcuteries.

3. Contribution à la croissance des ventes de l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors pharmacies et hors commerce d'articles médicaux et orthopédiques (en volume).

Source : *comptes du Commerce, Insee*

Leurs ventes sont notamment portées par l'essor des produits numériques et par la bonne tenue de l'investissement en logement des ménages. Au sein du **commerce hors magasin**, la vente à distance se développe rapidement, mais son poids dans le commerce reste encore faible. Sa contribution à la croissance de l'ensemble du commerce de détail est à peine perceptible (0,1 point). Les ventes par l'internet augmentent fortement, mais elles concernent surtout les services, en particulier la vente de voyages.

Les **grandes surfaces à prédominance alimentaire** (GSA) contribuent de façon faiblement positive à l'accroissement d'ensemble, comme l'année précédente. Les magasins d'**alimentation spécialisée et d'artisanat commercial** ont presque stoppé le recul de leurs ventes en 2005. Celles des **petites surfaces d'alimentation générale** continuent de régresser en 2005, tandis que les **magasins de produits surgelés** poursuivent leur développement rapide ; le poids des unes comme des autres est trop faible pour que leur contribution à la croissance globale soit significative. Les ventes des **grands magasins** et surtout des autres **commerces généralistes non alimentaires**, les « bazars », stagnent en 2005. Au final, l'évolution des ventes a peu affecté la part de marché des différentes formes de ventes (*tableau 3*).

### Moindre croissance dans le commerce et la réparation automobile

En 2005, les ventes au détail du commerce et de la réparation automobile atteignent 130 milliards d'euros toutes taxes comprises. Elles progressent de 1 % en volume, soit sensiblement moins qu'en 2004. C'est le secteur du commerce de véhicules qui porte cette croissance, les contributions des principaux autres secteurs étant négatives. Le nombre d'immatriculations de véhicules particuliers neufs, soit 2 068 000 unités, augmente en 2005 (+ 2,7 %), après avoir stagné en 2004. Cette progression résulte d'une avancée des marques étrangères mais d'un recul des marques françaises. Le secteur de l'entretien et de la réparation se contracte en volume, en partie parce que le nombre des accidents de la route continue à diminuer. Les ventes des détaillants en carburants reculent en volume pour la deuxième année consécutive (-4,0 % en 2005, après -3,6 % en 2004), suite à la forte hausse des prix.

### Pause dans la croissance de l'emploi

L'emploi salarié dans le commerce a augmenté très légèrement en 2005 (+ 8 300 salariés) comme en 2004 (+ 10 100

salariés), soit + 0,3 % entre le début et la fin de l'année. Ces créations d'emplois salariés diminuent depuis 1999. L'évolution de l'emploi salarié semble un peu moins liée ces deux dernières années à celle des ventes en volume. Il existe par ailleurs de fortes disparités sectorielles (*graphique 1*). C'est le commerce de détail qui crée de l'emploi (+ 12 600 salariés en 2005). À l'inverse, depuis 2003, le commerce de gros et le commerce et la réparation automobile en perdent de façon sensible (- 4 300 salariés en 2005 pour l'ensemble de ces deux secteurs). Quant aux non-salariés, leur effectif a augmenté chaque année au cours de la période 2001-2004 de 3 600 par an en moyenne, sans doute du fait des nombreuses créations d'entreprises au cours de ces années.

### Légère hausse du nombre d'entreprises

Le nombre total d'entreprises du commerce est en légère hausse (+ 0,5 %), mais avec des évolutions très contrastées selon les secteurs. Le nombre d'entreprises diminue dans le commerce de gros (-0,8 %) pris dans son ensemble, mais aussi dans chacune de ses activités. Les plus fortes baisses concernent le commerce de gros de produits agricoles bruts (-3,2 %) et de produits de consommation

### 3 Parts de marché des formes de vente\* en 1999, 2004 et 2005

Formes de vente	Produits alimentaires (hors tabac)			Produits non alimentaires <sup>1</sup>		
	1999	2004	2005	1999	2004	2005
Alimentation spécialisée et artisanat commercial	17,7	17,0	16,8	1,1	1,0	0,8
dont : boulangeries-pâtisseries	6,7	6,3	6,3			
boucheries-charcuteries	6,3	5,7	5,5			
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	8,6	8,4	8,5	19,9	18,6	18,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	67,1	68,1	67,8			
dont : supermarchés	30,8	33,3	33,1			
hypermarchés	35,4	33,3	33,1	13,4	13,4	13,5
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	0,7	0,8	0,9	2,2	2,0	1,9
Pharmacies et commerces d'articles médicaux				9,4	10,4	10,3
Magasins non alimentaires spécialisés				41,1	42,3	42,1
Vente par correspondance				3,2	3,2	3,2
Autres hors magasin (marchés, réparation domestique...)	3,7	3,2	3,2	2,2	1,8	1,7
<b>Ensemble commerce de détail et artisanat</b>	<b>97,9</b>	<b>97,4</b>	<b>97,2</b>	<b>79,0</b>	<b>79,1</b>	<b>78,7</b>
Ventes au détail du commerce automobile	0,2	0,4	0,4	14,1	14,5	14,9
Autres ventes au détail <sup>2</sup>	1,9	2,2	2,4	6,9	6,4	6,5
<b>Ensemble des ventes au détail</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

1. Y compris les ventes et réparations de motocycles, les produits liés à l'automobile, mais à l'exclusion des ventes et réparations de véhicules automobiles.

2. Ventes au détail d'autres secteurs : cafés-tabac, grossistes, ventes directes de producteurs.

\* L'activité de certaines grandes entreprises relève de deux ou plusieurs formes de vente ; ainsi, les ventes d'une entreprise peuvent être réparties entre les formes de vente d'hypermarchés, de supermarchés et de petites surfaces d'alimentation.

Source : *comptes du Commerce, Insee*

non alimentaires (-3,6%). Le nombre d'entreprises du commerce automobile continue de se réduire, mais à un rythme moins rapide que les deux années précédentes (-0,2%). L'artisanat commercial perd également des entreprises (-0,5%), en raison de la réduction du nombre de charcuteries (-5,8%).

En revanche, le nombre d'entreprises du commerce de détail (hors artisanat commercial) augmente de 1,3 %, surtout les détaillants en produits relatifs à la

culture, aux loisirs ou au sport (+1,8%). Fait nouveau depuis dix ans, l'ouverture de onze hypermarchés en 2005 contribue, avec l'agrandissement de magasins existants, à accroître la surface de ces formats de vente de 1,9% (graphique 2). Cette augmentation reste modeste en regard des cinq dernières années. Parmi les supermarchés qui ont ouvert leurs portes en 2005, la part des maxidiscomptes a diminué sensiblement.

## Sources

Les comptes du commerce s'insèrent dans le cadre des comptes nationaux et sont publiés en "base 2000". Ils sont établis selon les concepts et définitions du système européen des comptes (SEC 1995).

## Définitions

**L'évolution des ventes « en volume » ou aux prix de l'année précédente**, pour une année donnée, s'obtient en déflétant l'évolution des ventes en valeur par un indice mesurant l'évolution des prix par rapport à l'année précédente. Pour les commerces de détail et automobile, cet indice de prix est obtenu à partir de l'évolution des prix de la consommation des ménages, issue des comptes nationaux, et de la structure des ventes du secteur de l'année. Pour le commerce de gros, les prix de vente des produits sont élaborés à partir de différents indicateurs disponibles : prix de ventes des industriels, prix des producteurs agricoles, prix sur le marché de gros à Rungis, prix du commerce extérieur...

**Les ventes présentées ici diffèrent du chiffre d'affaires** réalisé par les secteurs commerciaux pour différentes raisons. Elles ne comprennent pas les ventes de **services** facturées aux clients ou aux fournisseurs ni celle des **biens produits**. Dans le commerce de détail, certains commerçants travaillent « à la commission » et par conséquent n'incluent dans leur chiffre d'affaires que les commissions perçues. Les ventes correspondantes sont estimées pour se rapprocher de la consommation des ménages en valeur.

## Bibliographie

Rapport sur l'activité du commerce en 2005 Insee, mimeo (disponible en juillet sur le site insee.fr).

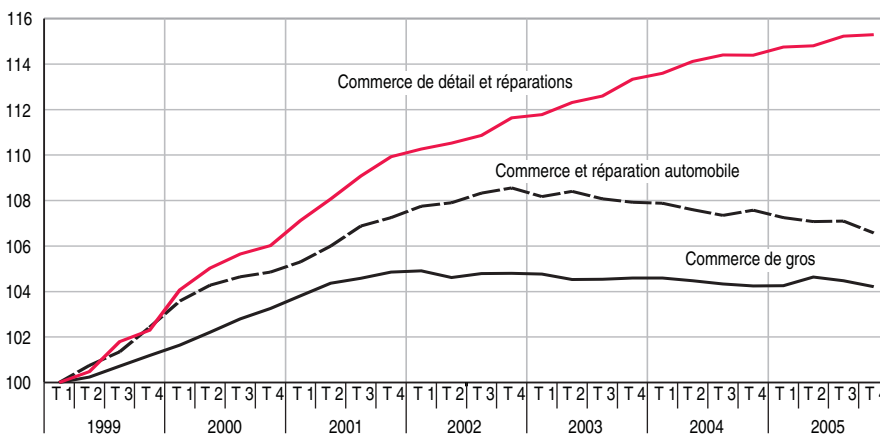
Rapport sur l'activité du commerce en 2004, Insee, *Comptes nationaux*, à paraître en 2006.

« Le commerce électronique, une demande en expansion, une offre qui s'adapte », *Insee Première*, n° 1040, septembre 2005.

« Le commerce en France », *Insee-Références*, édition 2005-2006.

### ① Évolution des effectifs salariés dans le commerce de 1999 à 2005

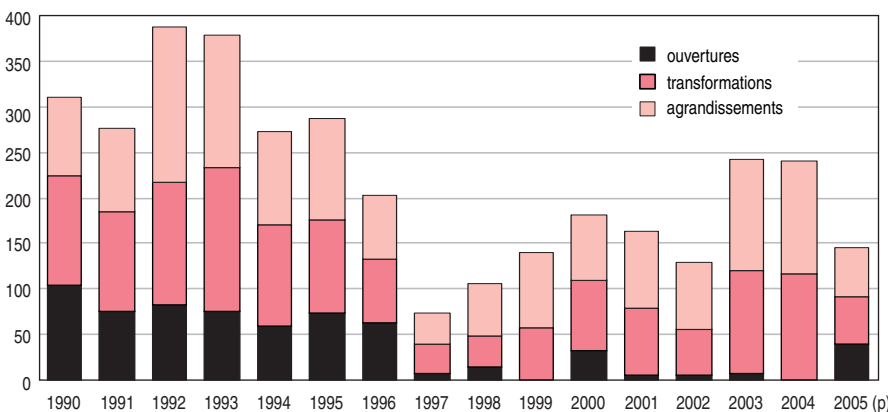
base 100 : 1<sup>er</sup> trimestre 1999



Source : comptes du Commerce, Insee

### ② Surfaces nouvelles d'hypermarchés chaque année

en milliers de m<sup>2</sup>



(p) : provisoire.

Source : comptes du Commerce, Insee

INSEE PREMIÈRE figure dès sa parution sur le site Internet de l'Insee : [www.insee.fr](http://www.insee.fr) (rubrique Publications)

Vous pouvez vous abonner gratuitement aux avis de parution dans <http://www.insee.fr/fr/ppp/abonnement/abonnement.asp#formulaire>

## BULLETIN D'ABONNEMENT A INSEE PREMIERE

À RETOURNER À : INSEE/CNGP, Service Abonnement - B.P. 402 - 80004 Amiens CEDEX 1  
Tél. : 03 22 97 31 70 Fax : 03 22 97 31 73

OUI, je souhaite m'abonner à INSEE PREMIÈRE - Tarif 2006

Abonnement annuel :  74 € (France)  92 € (Étranger)

Nom ou raison sociale : \_\_\_\_\_ Activité : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Tél : \_\_\_\_\_

Ci-joint mon règlement en Euros par chèque à l'ordre de l'INSEE : \_\_\_\_\_ €.

Date : \_\_\_\_\_ Signature \_\_\_\_\_

Direction Générale :

18, Bd Adolphe-Pinard  
75675 Paris cedex 14

Directeur de la publication :

Jean-Michel Charpin

Rédacteur en chef :

Daniel Temam

Rédacteurs : R. Baktavatsalou,

C. Benveniste, C. Dulon,

A.-C. Morin

Maquette : Brigitte Rols

Code Sage IP061079

ISSN 0997 - 3192

© INSEE 2006



**INSEE**  
INSTITUT NATIONAL  
DE LA STATISTIQUE  
ET DES ÉTUDES  
ÉCONOMIQUES