

Le commerce de proximité tient bon

Géraldine Nicotri

Le commerce de proximité résiste face au développement des grandes surfaces et hypermarchés. Il rassemble en 2008 les deux tiers des commerces de la région Centre et emploie près de 40 % des effectifs de l'ensemble du commerce. Le nombre de commerces de proximité a peu évolué au cours des dernières années : sa progression en milieu urbain compense la baisse observée dans l'espace rural. Ces établissements emploient en moyenne 2,1 salariés, contre 7,6 pour les autres types de commerces.

Le commerce de proximité regroupe l'ensemble des magasins dans lesquels la population se rend chaque jour ou très fréquemment : commerces alimentaires (boulangeries, boucheries, supérettes...), cafés, tabacs, librairies, marchands de journaux, papeteries ou pharmacies. Il comprend aussi les commerces implantés dans certaines rues ou quartiers commerçants des villes, appelés pôles de vie.

Deux tiers des commerces sont des commerces de proximité

En 2008, en région Centre, 18 872 commerces de proximité sont dénombrés. Ils représentent les deux tiers des commerces de la région, une part de 5 points inférieure à celle constatée à l'échelon national. Ils emploient près de 40 000 personnes dans la région, soit 36 % des salariés de l'ensemble du commerce.

Certains commerces sont par définition des commerces de proximité : les commerces de détail alimentaires, les commerces sur éventaires et marchés, les cafés-tabacs, les alimentations générales, les supérettes, les commerces de livres, de journaux, les papeteries et les pharmacies. D'autres sont majoritairement de proximité : habillement-chaussure, optique-photographie, magasins populaires (magasins à prédominance alimentaire, d'une superficie comprise entre 400 m² et 2 500 m²) et soins esthétiques. Enfin, les hypermarchés, supermarchés et magasins de meubles ou de bricolage sont rarement des commerces de proximité du fait de leur logique d'implantation.

Les commerces de proximité par secteur d'activité u 1^{er} janvier 2008

Secteur d'activité des établissements	Nombre de commerces de proximité 2008	Part ans l'ensemble des commerces
Commerce de détail non alimentaire sur éventaires et marchés	2 139	100
Boulangerie et pâtisserie	1 972	100
Commerce de détail d'habillement et de la chaussure	1 550	73
Restauration de type traditionnel	1 377	43
Cafés-tabacs et débits de boissons	1 290	100
Boucherie et charcuterie	1 139	100
Coiffure	1 117	43
Pharmacies	909	100
Commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés	880	100
Commerce d'alimentation générale et supérettes	791	100
Commerce de détail de livres, journaux et papeterie	584	100
Restauration de type rapide	463	52
Soins de beauté	315	53
Jardineries, fleuriste	308	44
Commerce de détail d'optique et de photographie	270	66
Commerce de détail de boissons	225	100
Commerce de détail d'appareils électroménagers et de rediotelevision	201	47
Traiteurs organisation de réceptions	146	100
Commerce de détail d'articles de sport et de loisir	129	36
Commerce de détail de meubles	86	22
Supermarchés	78	17
Commerce de détail de bricolage	20	10
Magasins populaires	5	71
Hypermarchés	1	2
Ensemble région Centre	18 872	67
France métropolitaine	593 900	72
Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene 2008)		

Diminution des commerces de proximité dans les communes rurales

Le nombre de commerces évolue peu dans la région, il s'accroît de 1 % par an entre 2002 et 2008. Dans le même temps, le nombre de commerces de proximité n'augmente quasiment pas (+ 0,2 % par an). La progression dans les communes urbaines de moins de 10 000 habitants compense la diminution constatée dans l'espace rural.

En région Centre, comme dans l'ensemble de la métropole, la moitié des communes rurales ne possède pas de commerce de proximité. Elles abritent 9 % de la population régionale (6 % de la population au niveau national). Pour leurs habitants, il faut en moyenne 4 minutes et 23 secondes en voiture pour accéder à un commerce de proximité. C'est un peu plus que la moyenne nationale (4 minutes et 11 secondes).

Évolution du nombre de commerces par type de commune

Type de commune	Commerces de proximité		Ensemble des commerces	
	Nombre en 2008	Évolution moyenne annuelle sur 2002-2008 (en %)	Nombre en 2008	Évolution moyenne annuelle sur 2002-2008 (en %)
Communes de plus de 10 000 habitants	9 580	0,0	12 798	0,4
Communes de moins de 10 000 habitants en unité urbaine	6 437	1,1	9 373	2,3
Communes hors unité urbaine	2 855	- 1,0	6 161	0,4
Total région Centre	18 872	0,2	28 332	1,0
France métropolitaine	593 900	0,6	827 500	1,4

Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene 2002)

Progression importante du nombre de points de vente de boissons et de traiteurs

Les commerces de proximité qui ont le plus progressé entre 2002 et 2008 sont les commerces de détail de boissons, dont la vente de boissons en distributeurs automatiques, les traiteurs, le commerce de détail non alimentaire sur éventaires et marchés, le commerce de détail d'optique et de photographie, et les soins de beauté.

Par contre, les points de vente au détail d'appareils électroménagers et de radiotélévision, le commerce de détail d'articles de sport et de loisir, les charcuteries et les boucheries, ainsi que les jardineries diminuent fortement.

Des commerces de petite taille

Dans les communes de plus de 10 000 habitants, en région Centre comme au plan national, le commerce de proximité emploie moins de salariés que les autres commerces : 2,1 salariés contre 7,6 en moyenne régionale. Les commerces de proximité régionaux sont de taille proche de ceux de la métropole. En revanche, les autres commerces sont de taille plus importante qu'au niveau national (6,6 salariés de moyenne).

Parmi les activités de commerce qui s'exercent exclusivement en proximité, ce sont les pharmacies qui, de loin, emploient le plus de personnes : 5,2 salariés en moyenne. Suivent les pâtisseries et les boulangeries avec respectivement 4,6 salariés et 4,3 salariés.

Dans les autres activités, les commerces de proximité comptent en général moins de salariés que les commerces hors proximité. Les seules exceptions sont la coiffure, les soins de beauté et la maroquinerie qui emploient respectivement 0,7, 0,5 et 0,2 salarié de plus.

Nombre moyen de salariés des établissements par secteur d'activité

Secteur d'activité des établissements	Nombre moyen de salariés dans un commerce de proximité	Nombre moyen de salariés dans un commerce hors proximité	Différence
Commerce de détail d'habillement	2,3	4,4	-2,0
Commerce de détail de la chaussure	2,7	3,2	-0,5
Restauration de type traditionnel	3,3	4,5	-1,2
Coiffure	2,5	2,0	0,5
Restauration de type rapide	2,4	8,1	-5,8
Soins de beauté	1,1	0,9	0,2
Jardineries, fleuristes	2,1	4,5	-2,3
Commerce de détail d'optique et de photographie	4,2	4,5	-0,3
Commerce de détail d'appareils électroménagers et de radiotélévision	3,8	7,4	-3,6
Commerce de détail d'articles de sport et de loisir	1,8	6,7	-4,9
Supermarchés	22,0	24,9	-2,9
Commerce de détail de bricolage	0,4	31,3	-30,8
Commerce de détail de meubles	1,8	6,5	-4,8
Ensemble région Centre	2,1	7,6	- 5,5
France métropolitaine	2,2	6,6	- 4,4

Sources : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene 2008), Clap 2007

Pour comprendre ces résultats

Sources :

Le répertoire des entreprises et des établissements (Sirene), géré par l'Insee, est la source privilégiée pour la démographie d'établissements. Ce répertoire a été couplé avec le distancier Odomatrix développé par l'Institut national de la recherche agronomique (Inra) en collaboration avec le Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques (Certu) et l'Insee pour étudier la distance au commerce le plus proche. Ce distancier évalue la distance routière en temps de parcours entre deux communes.

Le nombre de salariés par établissement est évalué à partir de Clap (connaissance locale de l'appareil productif), synthèse des données de l'Urssaf et des DADS (déclarations annuelles de données sociales).

Définitions

Le **commerce de proximité** est défini comme l'ensemble des commerces de quotidienneté et des commerces en pôle de vie.

Le **commerce de quotidienneté** regroupe les commerces pour lesquels les achats sont quotidiens, ou du moins très fréquents : commerce alimentaire spécialisé (boulangeries-pâtisseries, boucheries-charcuteries, poissonneries, commerces de fruits et légumes, de boissons, de tabac et autres commerces de détail alimentaires), alimentation générale, supérettes, éventaires et marchés, traiteurs, cafés-tabacs, librairies, marchands de journaux, papeteries et pharmacies.

Par ailleurs, en milieu urbain, le commerce se concentre dans certains quartiers, dans certaines rues. La présence des commerces contribue au dynamisme et à la vitalité de ces quartiers. Ils constituent des **pôles de vie** qui sont caractérisés par la présence d'activités " locomotives ", principalement des commerces alimentaires. Tout commerce en magasin, sur éventaire ou sur marché, appartenant à un pôle de vie fait partie du **commerce en pôle de vie**.

Dans cette étude, le terme de **commerce** fait référence à un ensemble de secteurs d'activité qui diffère du commerce au sens strict de la nomenclature d'activités française. Dans la nomenclature NAF rév. 1 de 2003, il s'agit des secteurs suivants : le commerce de détail (groupes 52.1 à 52.7), l'artisanat commercial (classes 15.1F, 15.8B, 15.8C et 15.8D) et certains services aux particuliers, la restauration (55.3), les cafés-tabacs et débits de boissons (55.4A et 55.4B), les traiteurs (55.5D), les blanchisseries-teintureries de détail (93.0B), la coiffure (93.0D) et les soins de beauté (93.0E).

Dans cette publication, les analyses s'appuient sur les unités urbaines définies sur la base du recensement de 1999. L'**unité urbaine** est une commune ou un ensemble de communes qui comporte sur son territoire une zone bâtie d'au moins 2 000 habitants où aucune habitation n'est séparée de la plus proche de plus de 200 mètres. En outre, chaque commune concernée possède plus de la moitié de sa population dans cette zone bâtie. Dans cette publication, l'urbain fait référence à l'ensemble des unités urbaines. Le rural fait référence à l'ensemble des communes n'appartenant à aucune unité urbaine.

Pour en savoir plus

Le commerce de proximité, Insee Première n° 1292, mai 2010.

Contact

INSEE Centre – 131, rue du faubourg Bannier - 45034 ORLÉANS cedex
Téléphone : 02.38.69.52.52 - Télécopie : 02.38.69.52.00

Directeur de la publication : Dominique Perrin
Rédactrice en chef : Danièle Quinquet
Contact presse : Renée Rabany – 02.38.69.53.65

© INSEE - 2010