
FICHES THÉMATIQUES

Le commerce dans l'économie

1.1 Conjoncture du commerce en 2007

L'économie française a enregistré début 2007 une croissance toujours proche de la croissance potentielle : la croissance du PIB s'est élevée à + 0,6 % au premier trimestre, puis + 0,3 % au deuxième trimestre où elle a été tirée vers le bas par des facteurs exceptionnels (grève chez un équipementier automobile, incendie dans une usine chimique) et par une certaine modération de la consommation des ménages en services. La production de la branche commerce a de son côté ralenti entre la mi-2006 et la mi-2007 en lien avec un certain fléchissement de la consommation des ménages. Grâce aux nombreuses créations d'emploi de 2007 (183 000 créations d'emplois, dont plus des deux tiers dans le secteur marchand au premier semestre) et aux baisses d'impôts, la croissance du pouvoir d'achat du revenu s'est accélérée en 2007 et le ralentissement de la consommation devrait n'être que temporaire, comme l'illustre le net rebond de la consommation des ménages en produits manufacturés au troisième trimestre.

D'après les chefs d'entreprise, la **conjoncture dans le commerce de détail** s'est nettement redressée à l'été par rapport au début de cette année, même si un fléchissement est perceptible en septembre. Les perspectives générales d'activité se sont fortement redressées entre mars et juin, avant d'enregistrer une petite baisse en septembre, qui les laisse toutefois bien au-dessus de leur moyenne de longue

période. L'activité passée a ainsi atteint un niveau très supérieur à sa tendance de longue période en juillet et, bien qu'en léger repli, reste favorablement orientée en septembre. Les soldes d'opinion relatifs aux prix tant passés que futurs sont en hausse très sensible. La situation de trésorerie est considérée comme difficile dans le commerce généraliste et toujours aisée dans le commerce spécialisé. L'emploi passé et les perspectives d'emploi se maintiennent à un haut niveau pour les détaillants du commerce spécialisé et gagnent en dynamisme pour ceux du commerce généraliste.

La **conjoncture dans le commerce de gros** est bien orientée. Les chefs d'entreprise interrogés en septembre font ainsi état d'une progression plus soutenue de leurs ventes passées, notamment à l'exportation. Les livraisons reçues de l'étranger se redressent également. Les intentions de commandes se maintiennent à un niveau élevé. Les stocks s'allègent légèrement, mais sont encore supérieurs à leur niveau moyen. D'après les grossistes, les prix de vente se raffermissent, situation qui pourrait se prolonger au cours des prochains mois. L'évolution récente des effectifs est stable et les perspectives d'emploi sont en amélioration. Pour autant, les entrepreneurs sont moins optimistes sur la situation globale de leur secteur : les perspectives générales d'activité se replient nettement. ■

Définitions

Conjoncture dans le commerce de détail : l'enquête Conjoncture dans le commerce de détail est mensuelle et effectuée auprès d'un échantillon de 3 000 détaillants.

Conjoncture dans le commerce de gros : l'enquête Conjoncture dans le commerce de gros est bimestrielle et effectuée auprès d'un échantillon de 3 000 grossistes.

La plupart des questions de ces deux enquêtes sont qualitatives et comportent trois modalités de réponse (« en hausse », « stable », « en baisse »). Les résultats sont présentés sous la forme de soldes d'opinion : ce sont les différences entre les pourcentages de réponses positives et les pourcentages de réponses négatives.

Les principales questions posées dans ces deux enquêtes sont les suivantes :

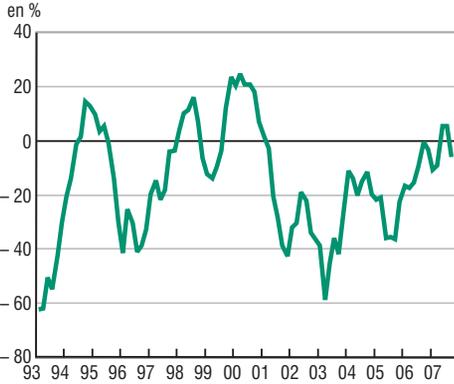
- perspectives générales d'activité : opinion sur l'évolution au cours des trois prochains mois du volume des affaires dans l'ensemble du commerce français ;
- ventes passées : opinion sur le volume des ventes réalisées au cours des deux (commerce de gros) / trois (commerce de détail) derniers mois ;
- intentions de commandes : opinion sur les commandes que l'entreprise a l'intention de passer dans les deux / trois prochains mois ;
- prix passés et prévus : opinion sur les prix de vente des trois derniers mois et des trois prochains mois ;
- effectifs passés et prévus : opinion sur les effectifs des trois derniers mois et des trois prochains mois.

Pour en savoir plus

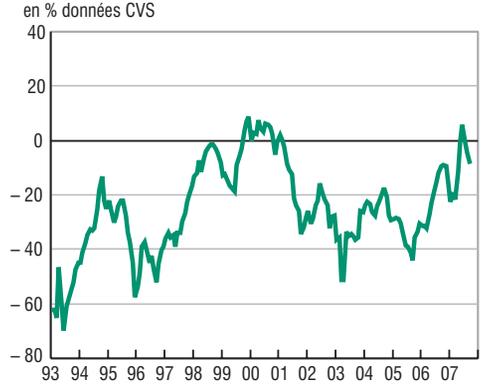
- « Point de conjoncture », Insee, octobre 2007.
- « Enquête mensuelle dans le commerce de détail », Insee, *Informations Rapides*, septembre 2007.
- « Enquête bimestrielle dans le commerce de gros », Insee, *Informations Rapides*, septembre 2007.

Conjoncture du commerce en 2007 1.1

Perspectives générales d'activité, soldes d'opinion commerce de gros commerce de détail

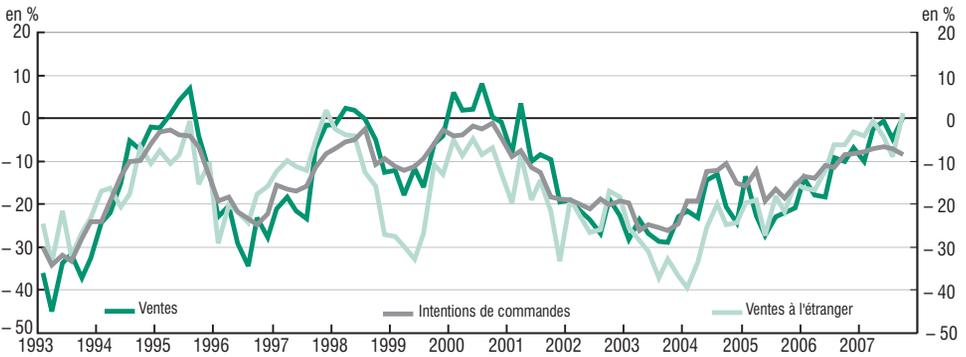


Source : Insee, enquête de conjoncture commerce de gros.



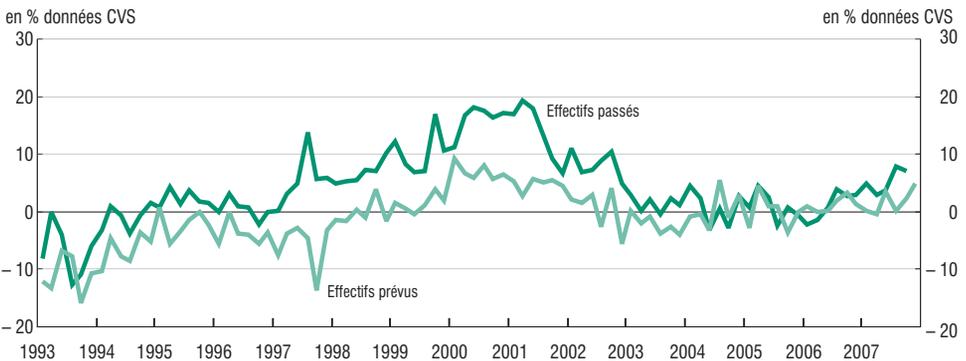
Source : Insee, enquête de conjoncture commerce de détail.

Ventes et intentions de commandes, soldes d'opinion dans le commerce de gros



Source : Insee, enquête de conjoncture dans le commerce de gros.

Effectifs passés et effectifs prévus, soldes d'opinion dans le commerce de détail



Source : Insee, enquête de conjoncture dans le commerce de détail.

1.2 Poids du commerce dans l'économie

En 2006, les branches du commerce représentent 10,1 % de la **valeur ajoutée** totale et occupent 3,4 millions de personnes dans l'**emploi intérieur** (soit 3,3 millions en **équivalent temps plein - ETP**). Jusqu'en 2003, le poids des activités commerciales dans la valeur ajoutée à prix courant oscillait entre 10,5 % et 11 %. Depuis, il a sensiblement diminué atteignant 10,1 %, son plus bas niveau depuis plus de quinze ans. La part dans l'emploi intérieur en ETP stable, jusqu'en 2000, a augmenté sensiblement après pour se stabiliser à 13,3 % depuis 2003.

De 1980 à 2000, la progression en volume de la branche commerce a été plus rapide que celle de l'ensemble de l'économie. Mais depuis 2000, les évolutions sont presque parallèles grâce au commerce de gros qui connaît une croissance soutenue. En revanche, le commerce de détail et surtout le commerce automobile enregistrent des croissances moins rapides que le reste de l'économie depuis le début des années quatre-vingt-dix.

En 2006, la **branche d'activité** du commerce de détail concentre 41,7 % de la valeur ajoutée en valeur du commerce et 53 % de ses emplois en ETP. Elle assure la vente aux particuliers des produits commercialisables.

La branche commerce de gros contribue à 42,8 % de la valeur ajoutée du commerce et regroupe environ 32 % de ses emplois en ETP. Depuis une vingtaine d'années sa valeur ajoutée a plus que doublé en volume. Elle concerne les flux commerciaux entre entreprises, ainsi que des services commerciaux spécifiques (centrales d'achats, coopération commerciale par exemple) en développement ces dernières années. Elle est aussi sensible aux fluctuations du commerce extérieur en contribuant à l'acheminement de ses produits. Elle suit également les achats des entreprises en biens d'investissement ou en consommation intermédiaire.

En 2006, 15,5 % de la valeur ajoutée et des emplois commerciaux concernent des activités de commerce et de réparation automobile. Ces activités ont connu de grands changements depuis vingt ans : restructuration des réseaux des constructeurs nationaux, implantation de réseaux étrangers, émergence des grandes surfaces dans la distribution de carburants et de pièces détachées et, dans la réparation, développement des centre-autos. Dans ce contexte, leur rythme de croissance a été irrégulier, et leur poids dans la valeur ajoutée et l'emploi du commerce n'a pas changé. ■

Définitions

Valeur ajoutée : l'importance d'une activité peut être mesurée par sa valeur ajoutée brute, c'est-à-dire la différence entre la valeur des biens ou des services produits et celle des biens et services utilisés pour la production, dite des « consommations intermédiaires ». L'évolution de la valeur ajoutée est mesurée « en volume ». Les évolutions en valeur sont alors corrigées des évolutions de prix.

Emploi intérieur : comprend les personnes physiques, résidentes ou non, exerçant une activité productive quel que soit leur statut (salarié, indépendant, aide familial, etc.). La mesure de l'emploi se fait en « équivalent temps plein ».

Équivalent temps plein : c'est le nombre total d'heures travaillées dans la branche d'activité considérée divisé par la moyenne annuelle des heures travaillées dans des emplois à plein temps sur le territoire économique.

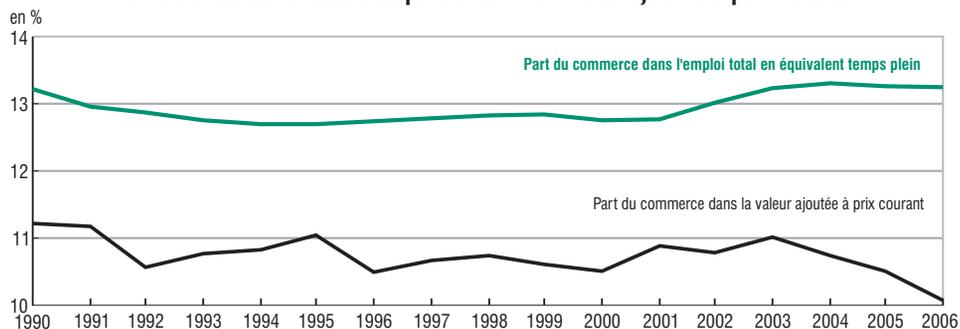
Branche d'activité : il s'agit du regroupement des entreprises et parties d'entreprises qui produisent la même catégorie de biens et de prestations. Ainsi, la branche des activités commerciales retrace toutes les activités de vente en l'état de marchandises et les activités de services commerciaux, que ces activités soient réalisées par une entreprise commerciale, industrielle ou de services. En revanche, le secteur d'activité « commerce » va rassembler uniquement des entreprises dont l'activité principale est commerciale, même si ces dernières ont également des activités secondaires ne relevant pas du commerce.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2006 », *Insee Première* n° 1138, juin 2007.
- « La situation du commerce en 2006 », présenté à la commission des comptes commerciaux de la Nation en juin 2007 en ligne dans la rubrique « Document de travail » sur www.insee.fr.
- « La situation du commerce en 2005 », présenté à la commission des comptes commerciaux de la Nation en décembre 2006 en ligne dans la rubrique « Document de travail » sur www.insee.fr.
- « Les comptes nationaux en base 2000 », www.insee.fr.

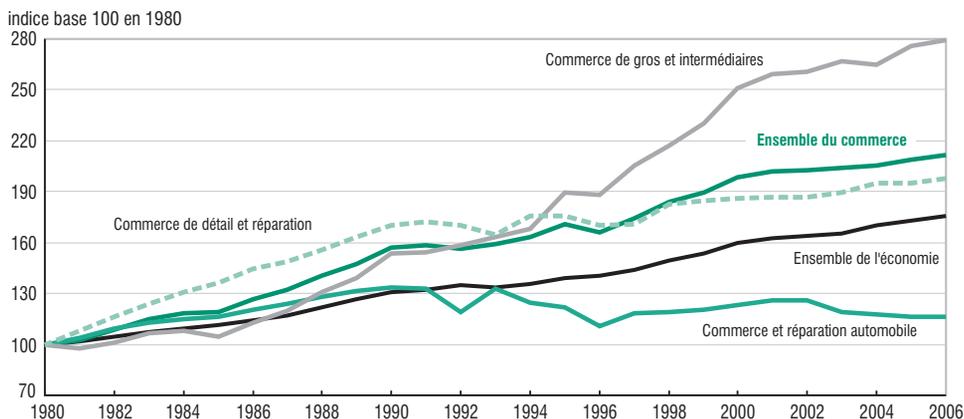
Poids du commerce dans l'économie 1.2

Part du commerce dans l'emploi total et la valeur ajoutée à prix courant



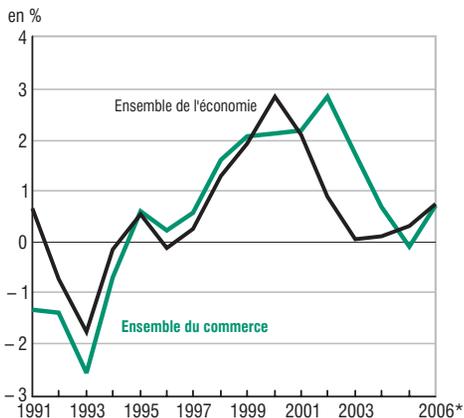
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

Évolution de la valeur ajoutée des activités commerciales en volume



Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

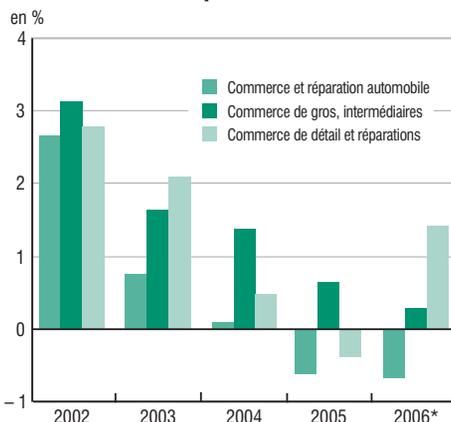
Taux de croissance des effectifs du commerce en ETP



* Estimations division Commerce.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

Évolution des effectifs en ETP par branches



* Estimations division Commerce.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

1.3 Mesure de l'activité des secteurs du commerce

La **production totale** des entreprises appartenant aux secteurs du commerce est de 310 milliards d'euros en 2004. Elle provient à 69 % de la production de services commerciaux, mesurée par la **marge commerciale**, et pour le reste, des autres activités des entreprises : prestations de service (24 %) et fabrication de biens (7 %).

Les prestations de services comprennent les activités de réparation mais aussi d'autres services facturés aux clients ou aux fournisseurs (commerce de gros et producteurs). En 2004, elles constituent 48 % de la production du commerce automobile, 24 % de celle du commerce de gros et 18 % de celle du commerce de détail, dont le champ inclut les activités de réparation d'articles personnels et domestiques. Après avoir progressé, le poids des services dans la production du commerce stagne depuis quelques années. Il est notamment stable depuis quelques années dans le commerce de détail, après avoir augmenté continûment sous l'effet de la diversification des produits, l'approfondissement de la relation client ou encore la coopération commerciale avec les fournisseurs.

La fabrication de biens est relativement importante dans la production des activités artisanales (boulangeries, pâtisseries et charcuteries) : elle représente 68 % de la production totale de ce secteur.

Pour la mise à disposition du client, les marchandises requièrent une prestation variable selon la forme de vente. De plus, la taille des différentes entreprises de vente suivant les secteurs peut autoriser des économies d'échelle. C'est pourquoi le **taux de marge commerciale** des entreprises varie sensiblement en fonction des secteurs. Le taux de marge commerciale du commerce de détail est de 27 %, recouvrant une forte dispersion avec des taux allant de 16 % pour les grandes surfaces alimentaires à près de 48 % pour la vente par correspondance. Le taux de marge commerciale des commerces en produits pharmaceutiques et d'articles médicaux (29 %) résulte à la fois du taux de marge réglementé sur les produits pharmaceutiques remboursables et des taux de marge libres appliqués aux autres produits vendus en officine. Le taux de marge commerciale du commerce automobile est globalement de 13 %. Il va de 11 % dans le commerce de véhicules automobiles à 36 % dans le commerce de détail d'équipement automobile, dont la vente de pièces détachées (pots d'échappement, pare-brise,...) s'effectue pour une large part « pose comprise », prestation qui fait alors partie du service commercial.

Dans le commerce de gros, le taux de marge commerciale est de 18 %, allant de 11 % pour les combustibles à 48 % pour les produits de la parfumerie. ■

Définitions

Production : pour comparer entre elles les différentes activités du commerce ou pour comparer des activités purement commerciales avec des activités de services ou industrielles, la production (dont la partie purement commerciale se mesure par la marge) est un meilleur indicateur d'activité que le chiffre d'affaires, car celui-ci contient la valeur des achats pour revente. Les définitions suivantes sont retenues pour la production des entreprises commerciales.

Production totale : marge commerciale + production vendue (de biens ou services) + production stockée + production immobilisée.

Marge commerciale : ventes de marchandises – coûts d'achats des marchandises vendues. Le coût d'achats des marchandises vendues est égal aux achats de marchandises + les variations de stocks de marchandises. La marge commerciale mesure l'excédent dégagé par les ventes sur les coûts d'achats des marchandises vendues, c'est-à-dire la valeur du service commercial incorporé dans les ventes. Ce service commercial va au-delà de la simple intermédiation entre le fournisseur et le client. Il intègre d'autres fonctions (dégrouper, présentation dans les magasins, services gratuits de parkings, de conseils,...).

Taux de marge commerciale : rapporte la marge commerciale au montant total des ventes de marchandises.

Pour en savoir plus

- « La situation du commerce en 2006 », présenté à la commission des comptes commerciaux de la Nation en juin 2007 en ligne dans la rubrique « Document de travail » sur www.insee.fr.
- « Les entreprises du commerce », <http://www.insee.fr/fr/ffc/detail.asp?theme=12>.

Mesure de l'activité des secteurs du commerce 1.3

Structure de la production des entreprises commerciales

	2000					2004				
	Structure (en %)			Total ¹	Production totale (milliards €)	Structure (en %)			Total	Production totale (milliards €)
	Marge commerciale	Production de biens	Production de services			Marge commerciale	Production de biens	Production de services		
Artisanat commercial	33	64	3	100	9,1	30	68	3	100	10,3
Commerce automobile	49	4	47	100	31,8	48	3	48	100	37,4
Commerce de gros	66	9	25	100	122,2	68	8	24	100	145,9
Commerce de détail ²	80	3	17	100	95,5	79	3	18	100	116,4
Ensemble	68	8	24	100	258,6	69	7	24	100	310,0

1. Hors production stockée et immobilisée.

2. Y compris les boucheries.

Source : Insee, comptes du commerce, base 2000.

Taux de marge commerciale selon le secteur d'activité en 2004

	en %
Commerce et réparation automobile	13,3
<i>dont</i> : Commerce de véhicules automobiles	10,6
Commerce de gros d'équipements automobiles	25,2
Commerce de détail d'équipements automobiles	36,2
Commerce de détail de carburants	13,5
Commerce de détail (hors artisanat commercial)	26,9
<i>dont</i> : Grandes surfaces d'alimentation générale	15,9
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	36,0
Pharmacies et commerce d'articles médicaux	28,8
Habillement-chaussures	45,0
Autres équipements de la personne	47,2
Culture, loisirs, sports	31,6
Équipement du foyer	34,2
Aménagement de l'habitat	38,7
Vente par correspondance	47,6
Commerce de gros et intermédiaires du commerce	18,3
<i>dont</i> : Produits agricoles bruts	11,2
Produits alimentaires	21,1
Biens de consommation non alimentaire	27,2
<i>dont</i> : produits pharmaceutiques	19,3
<i>parfumerie et produits de beauté</i>	47,5
Produits intermédiaires non agricoles	20,2
<i>dont</i> : combustibles	10,5
<i>produits pour l'installation de l'habitat et construction</i>	29,1
<i>autres produits¹</i>	18,5
Équipement professionnel	21,0
<i>dont</i> : machines de bureau et matériel informatique	14,8
<i>matériel électrique et électronique</i>	24,3
<i>autres équipements²</i>	23,4

1. Minerais, métaux, produits chimiques.

2. Pour l'industrie, le commerce, l'agriculture et les services.

Source : Insee, comptes du commerce, base 2000.

1.4 Emploi dans le commerce

Fin 2005, le commerce emploie plus de 3 millions de salariés, soit un salarié sur cinq de l'ensemble des secteurs principalement marchands, et 364 900 non-salariés. 1,6 million de salariés travaillent dans le commerce de détail (hors artisanat commercial), 991 000 dans le commerce de gros, et 425 000 dans le commerce et réparation automobile.

En 2006, dans le commerce comme dans l'ensemble des secteurs marchands, les effectifs salariés progressent légèrement. En **glissement annuel**, entre fin 2005 et fin 2006, 21 000 emplois salariés ont été créés. En **moyenne annuelle**, ces effectifs salariés augmentent de 19 100 emplois, soit + 0,6 %. L'**emploi salarié** du commerce reste en retrait par rapport à l'ensemble du tertiaire qui augmente de 1,5 % en moyenne annuelle. Le commerce de détail crée plus d'emplois en 2006 qu'en 2005 (+ 1,1 % contre + 0,5 %). Dans le commerce de gros et le commerce et réparation automobile, l'emploi salarié moyen annuel est quasi stable (+ 0,1 % dans le commerce de gros et - 0,1 % dans le commerce automobile).

Depuis 1980, l'emploi salarié du commerce augmente régulièrement, sauf lors des mauvaises conjonctures de 1985 et 1993. Cependant en 2002, cette hausse commence à s'essouffler. En 2003, seul le commerce de détail assure la croissance de l'emploi salarié

commercial qui franchit le seuil des trois millions au dernier trimestre puis stagne en 2004. Cette stagnation est suivie d'une légère augmentation en 2005 et en 2006.

En 2005, le commerce de détail est un secteur jeune (15 % de 15-24 ans contre 8 % dans l'ensemble de l'économie) et particulièrement féminisé (61 % de femmes). Près de la moitié des salariés de ce secteur sont des employés. Le temps non complet est particulièrement fréquent (37 % des salariés en 2005) surtout dans le secteur des grandes surfaces alimentaires où il concerne près de 46 % des salariés.

Le commerce et réparation automobile est aussi un secteur où la proportion de jeunes actifs est importante (19 % de 15-24 ans). La proportion de femmes y est faible (19 % contre 46 % dans l'ensemble de l'économie). La proportion de salariés qui ne travaillent pas à temps complet dans ce secteur est faible par rapport à celle dans l'ensemble du commerce en 2005 (12 % contre 26 %).

La proportion de salariés à temps non complet dans le commerce de gros est peu importante (13 %) ; c'est dans le commerce de gros de biens d'équipement professionnel et dans le commerce de gros de produits intermédiaires non agricoles qu'elle est la plus faible, avoisinant les 10 %. ■

Définitions

Glissement annuel : une évolution en glissement compare la valeur d'une grandeur à deux dates séparées d'un an (par exemple décembre n par rapport à décembre $n - 1$).

Moyenne annuelle : l'évolution d'une variable en moyenne annuelle est obtenue en comparant la moyenne de cette variable sur quatre trimestres d'une année à celle de l'année précédente.

Emploi salarié : les estimations d'emploi salarié fournissent une photographie exhaustive de l'emploi au 31 décembre de chaque année, cohérente entre les différents échelons géographiques et les divers postes de nomenclatures d'activité.

L'Insee effectue des estimations annuelles d'emploi par région, statut et secteur d'activité à partir de diverses sources, en général exhaustives :

- affiliés aux organismes d'assurance chômage (union nationale pour l'emploi dans l'industrie et le commerce, Unedic) et de sécurité sociale (union de recouvrement des cotisations de sécurité sociale et d'allocations familiales, Urssaf), et de mutualité sociale agricole (MSA) ;
- effectifs des grandes entreprises nationales ;
- personnels de la santé et de l'action sociale ;
- agents de l'État et des collectivités locales, etc.

Ces évaluations sont calées sur les résultats des recensements de la population.

Pour en savoir plus

- « La situation du commerce en 2006 », Insee, *document de travail*, 2007.
- « Le commerce en 2006 », *Insee Première* n° 1138, juin 2007.

Emploi dans le commerce 1.4

Évolution de l'emploi salarié et proportion de salariés ne travaillant pas à temps complet

Secteurs d'activité	Effectif fin 2005 (milliers)	Effectif moyen en 2006 (milliers)	Taux d'évolution annuel moyen		Proportion de salariés non à temps complet en 2005 (%)	
			1998-2005 (%)	2005/2004 2006/2005 (%)		
Commerce de détail (hors artisanat commercial)	1 610,6	1 625,9	2,3	0,5	1,1	36,5
Grandes surfaces à prédominance alimentaire	548,0	...	3,0	45,8
Petites surfaces alimentaires spécialisées ou non	134,4	...	0,2	32,7
Autres commerces de détail en magasin ou non, réparation	928,1	...	2,3	31,7
Commerce et réparation automobile	425,2	425,3	1,0	-0,6	-0,1	12,4
Commerce de gros	990,6	990,0	0,9	0,4	0,1	12,7
Intermédiaires du commerce	66,3	...	1,1	15,8
Commerce de gros de produits agricoles bruts	21,7	...	-1,2	12,8
Commerce de gros de produits alimentaires	164,9	...	0,2	13,3
Commerce de gros de biens de consommation non aliment.	206,4	...	1,3	17,3
Commerce de gros de prod. intermédiaires non agricoles	218,9	...	1,1	10,1
Biens d'équipement professionnel et autres commerce de gros	312,3	...	1,2	10,2
Total commerce	3 026,4	3 041,2	1,7	0,3	0,6	25,9
Total tertiaire	10 398,2	10 506,1	2,4	1,2	1,5	...

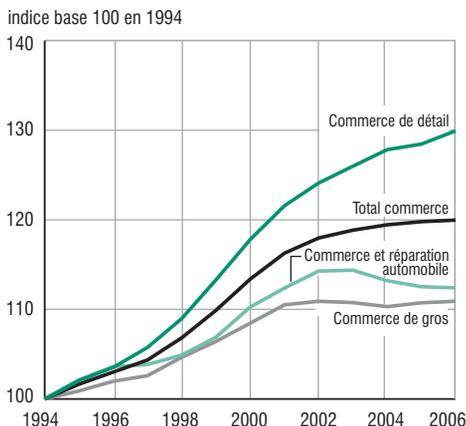
Source : Insee, déclarations annuelles de données sociales 2005, synthèses et conjoncture de l'emploi.

Actifs occupés du commerce en 2005

Secteurs d'activité	Proportion de femmes	Proportion d'actifs		Proportion d'employés
		de 15 à 24 ans	de 50 ans ou +	
Ensemble du commerce	47	14	19	34
Commerce de détail, réparations	61	15	19	48
Commerce et réparation automobile	19	19	20	16
Commerce de gros	35	9	20	20
Ensemble de l'économie	46	8	25	29

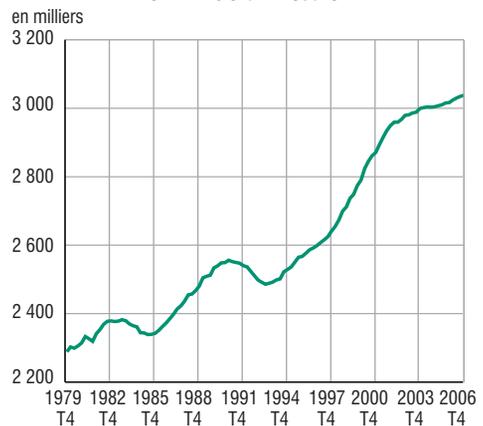
Source : Insee, enquête emploi 2005.

Évolution de l'emploi depuis 1994



Source : Insee, comptes nationaux.

Effectifs salariés du commerce en fin de trimestre



Sources : Insee ; Dares, synthèses et conjoncture de l'emploi.

1.5 Salaires dans le commerce

En 2005, un salarié du commerce perçoit en moyenne un **salaire brut** horaire de 13,98 euros. Le salaire brut horaire moyen est moins élevé dans le commerce que dans l'industrie ou les services aux entreprises, mais il l'est plus que dans les services aux particuliers. Le salaire brut horaire moyen des salariés du commerce a augmenté en 2005 de 2,1 % en nominal et de 0,3 % en euros constants (c'est-à-dire déduction faite de la hausse des prix à la consommation de 1,8 % en 2005).

Au sein du commerce, c'est le secteur des grossistes qui connaît la plus forte augmentation de salaire brut horaire moyen en 2005 (+ 2,9 % en euros courants et + 1,1 % en euros constants). Mais cette hausse reste inférieure à celle des services aux particuliers (+ 3,6 %). Dans le secteur commerce et réparation automobile, le salaire brut horaire moyen augmente de 2,3 % en euros courants et de 0,5 % en euros constants. Il progresse de 1,7 % en nominal dans le commerce de détail ; cependant il diminue dans ce secteur de 0,1 % après prise en compte de la hausse des prix à la consommation.

Il existe des disparités importantes entre les trois grands secteurs du commerce. C'est

dans le commerce de gros, où les salariés sont plus qualifiés et plus âgés, que le salaire brut horaire moyen est le plus élevé. En effet, le salaire dépend de différents facteurs tels que l'âge, la catégorie socio-professionnelle, le sexe et le temps de travail. Cependant, même une fois ces effets pris en compte, on observe encore des écarts importants : à sexe, âge et catégorie socio-professionnelle égaux, un salarié du commerce de gros perçoit en moyenne un salaire plus élevé de 9,7 % par rapport à un salarié du commerce de détail, et plus élevé de 3,9 % par rapport à un salarié du commerce et de la réparation automobile. Ces écarts de salaires entre les secteurs sont moins importants en 2005 qu'en 2003 mais ils ont augmenté par rapport à 2004. À sexe, catégorie socio-professionnelle, secteur d'activité et âge égaux, les salariés à temps complet perçoivent en moyenne un salaire brut horaire moyen supérieur de 2,1 % à celui des salariés à temps partiel. De même, toutes choses égales par ailleurs, les femmes touchent un salaire inférieur de 7,7 % à celui des hommes ; cet écart de salaire a diminué depuis 2003. ■

Définitions

Salaires brut : correspond à l'intégralité des sommes perçues par le salarié au titre de son contrat de travail, avant toute déduction de cotisations obligatoires. Il intègre les participations.

Les salaires horaires sont connus grâce aux DADS (déclarations annuelles de données sociales) que les entreprises adressent à l'administration. Tous les salariés, présents ou non toute l'année, sont concernés, à l'exception des personnels des services domestiques et des agents de la fonction publique d'État. L'exploitation des DADS ayant permis de donner les informations présentées ici exclut les apprentis, les stagiaires et les titulaires d'emplois aidés. Les résultats sont issus de l'exploitation du sondage au 1/12 des déclarations de 2003, 2004 et 2005.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2006 », *Insee Première* n° 1138, juin 2007.
- « La situation du commerce en 2006 », Insee, *Document de travail*, 2007.

Salaires dans le commerce 1.5

Salaires bruts horaires moyens des salariés dans le commerce, l'industrie et les services en 2005

Secteur d'activité	Salaire (euros)			Évolution 2005/2004 de l'ensemble (%)
	Temps complet	Temps partiel	Ensemble	
Commerce de détail	12,27	10,64	11,84	1,7
Commerce de gros	17,40	15,16	17,23	2,9
Commerce et réparation automobile	13,68	11,97	13,56	2,3
Total commerce	14,50	11,41	13,98	2,1
Industrie	16,71	16,66	16,70	2,5
Services aux entreprises	17,57	13,11	16,89	2,3
Services aux particuliers	13,04	11,58	12,69	3,6

Source : Insee, DADS 2005.

Salaires bruts horaires moyens selon le sexe et la catégorie socioprofessionnelle en 2005

Secteur d'activité	en euros			
	Cadres	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers
Hommes				
Commerce de détail	26,77	14,65	10,56	10,79
Commerce de gros	34,32	17,48	12,13	11,52
Commerce et réparation automobile	30,25	17,01	10,75	10,09
Femmes				
Commerce de détail	22,58	13,11	9,84	9,85
Commerce de gros	28,07	16,26	11,64	10,37
Commerce et réparation automobile	25,57	14,55	10,52	10,20

Source : Insee, DADS 2005.

Effets du sexe, de la catégorie socioprofessionnelle, du secteur d'activité, de l'âge et du temps de travail sur le salaire

	en %		
	2003	2004	2005
Sexe			
Hommes	Réf.	Réf.	Réf.
Femmes	- 8,4	- 8,2	- 7,7
Catégorie socioprofessionnelle			
Cadres	+ 58,2	+ 58,0	+ 58,5
Professions intermédiaires	Réf.	Réf.	Réf.
Employés	- 27,6	- 27,8	- 26,4
Ouvriers	- 32,4	- 32,2	- 31,1
Secteur d'activité			
Commerce de détail	- 10,0	- 8,6	- 9,7
Commerce de gros	Réf.	Réf.	Réf.
Commerce et réparation automobile	- 4,5	- 3,4	- 3,9
Âge			
Moins de 18 ans	- 24,0	- 24,6	- 22,7
18-25 ans	- 15,3	- 14,6	- 14,5
26-35 ans	- 6,7	- 6,8	- 7,0
36-45 ans	Réf.	Réf.	Réf.
46-55 ans	+ 2,1	+ 2,3	+ 2,3
56-65 ans	+ 5,1	+ 7,0	+ 7,0
Temps de travail			
Temps complet	+ 2,7	+ 2,2	+ 2,1
Temps partiel	Réf.	Réf.	Réf.

Note méthodologique : pour discerner les effets du sexe, de la CS, du secteur ou de l'âge d'un individu sur les écarts de salaires au salaire moyen, on met en œuvre une analyse de la variance. Celle-ci permet d'évaluer l'impact d'un facteur sur l'écart salarial, tout autre facteur égal par ailleurs.

Lecture : en 2005, la différence de salaire entre une femme et un homme, à catégorie socioprofessionnelle, secteur d'activité, âge et temps de travail égaux à la situation de référence, est de - 7,7 %.

Source : Insee, DADS 2005.

1.6 Démographie des entreprises commerciales

Environ une **entreprise** française sur quatre appartient au commerce. Fin 2006, en France métropolitaine et Dom, 650 300 entreprises sont recensées dans le secteur du commerce et 49 300 dans l'**artisanat commercial**. En considérant l'ensemble, elles se répartissent à 58 % dans le commerce de détail, 24 % dans le commerce de gros et les intermédiaires du commerce, 11 % dans le commerce et réparation automobile, et 7 % dans l'artisanat commercial. Près de la moitié de ces entreprises sont des entreprises individuelles.

Après une stagnation entre 1999 et 2003, le nombre total d'entreprises augmente en 2003 et 2004. Il reste stable en 2005 et repart légèrement à la hausse en 2006 (+ 0,4 %). Cette hausse est portée uniquement par le commerce de détail où le nombre d'entreprises croît de 1 %. En revanche, il diminue dans le commerce de gros (- 0,4 % après - 0,9 % en 2005), dans l'artisanat commercial (- 0,4 %) et stagne dans le secteur commerce et réparation automobile.

Le commerce de gros compte 168 600 entreprises en 2006. Le nombre d'entreprises diminue dans la majorité des activités. C'est notamment le cas pour les **intermédiaires du commerce** qui représentent plus du quart des entreprises du secteur (- 0,6 % en 2006).

Le nombre d'entreprises du commerce de détail augmente depuis 2003. Les 403 200 entreprises sont pour plus de la moitié (56 %) dans le commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé, et princi-

palement dans l'habillement-chaussure et le domaine culture-sports-loisirs.

Entre 2000 et 2005, le nombre d'entreprises du secteur commerce et réparation automobile baisse régulièrement, il reste stable en 2006 (78 500). Le nombre d'entreprises décroît uniquement dans le commerce de véhicules automobiles.

Les boulangeries-pâtisseries représentent 88 % des entreprises du secteur ; leur nombre augmente faiblement en 2006 (+ 0,3 %), après avoir diminué légèrement en 2005 (- 0,3 %). Le nombre d'entreprises du secteur de la charcuterie continue de baisser (- 5,5 % en 2006 après - 6,3 % en 2005).

Si le commerce est composé de très nombreuses petites entreprises en termes d'emploi (41 % n'ont pas de salarié), il en comprend également de très grandes : 10 % des entreprises du commerce concentrent près de 67 % des effectifs. En considérant l'unité entreprise, qu'elle appartienne ou non à un groupe ou à un réseau, on estime que la concentration du personnel occupé est en moyenne la plus forte dans le commerce de gros où 81 % des personnes sont employées par seulement un cinquième des entreprises. Bien que le commerce de détail soit globalement moins concentré que le commerce de gros, on y trouve les plus grandes entreprises du commerce : 19 entreprises ont plus de 5 000 salariés. Le secteur du commerce et réparation automobile est le moins concentré (20 % des entreprises emploient 68 % des effectifs). ■

Définitions

Entreprise : les entreprises comprennent les entreprises individuelles (personnes physiques) et les sociétés (personnes morales). Les sociétés sont généralement classées en trois catégories : les « sociétés de personnes » qui regroupent les sociétés en nom collectif et les sociétés en commandite simple, les « sociétés à responsabilité limitée » (SARL) et les « sociétés de capitaux », qui regroupent les sociétés anonymes et les sociétés en commandite par action.

Artisanat à caractère commercial : boulangeries, pâtisseries (NAF 15.8B à 15.8D) et charcuteries (NAF 15.1F).

Intermédiaires du commerce (51.1A à 51.1U) : composante du commerce de gros. Selon la définition donnée par la nomenclature d'activités et de produits françaises (NAF), ce groupe comprend les activités des intermédiaires du commerce de gros qui mettent en rapport acheteurs et vendeurs ou qui exécutent des opérations commerciales pour le compte d'un tiers sans être eux-mêmes propriétaires des marchandises : commissionnaires, courtiers agents commerciaux, représentants non salariés, centrales d'achats, etc.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2006 », *Insee Première* n° 1138, juin 2007.
- « La situation du commerce en 2006 », *Insee, Document de travail*, juin 2007.

Démographie des entreprises commerciales 1.6

Différentes formes juridiques d'entreprises commerciales immatriculées au 31/12/2005 et au 31/12/2006

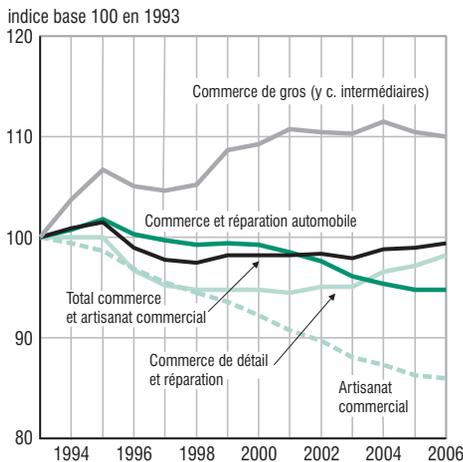
Secteur d'activité	2005					Total	2006p	Évolution (%) 2006/2005
	Entreprises individuelles	Sociétés					Total	
		Sociétés de personnes	SARL	Sociétés de capitaux	Autres			
Commerce de gros	39 847	1 025	100 593	9 480	18 399	169 344	168 609	- 0,4
Intermédiaires du commerce	27 675	183	13 051	942	1 956	43 807	43 559	- 0,6
Commerce de gros de :								
produits agricoles bruts	1 870	72	3 431	379	1 083	6 835	6 636	- 2,9
produits alimentaires	2 285	194	12 697	1 683	3 115	19 974	19 651	- 1,6
biens de consommation non alim.	3 326	222	29 403	1 986	3 482	38 419	37 506	- 2,4
produits intermédiaires non agricoles	1 497	114	11 074	1 621	3 161	17 467	17 458	- 0,1
biens d'équipement professionnel	2 248	201	22 671	2 730	4 863	32 713	32 224	- 1,5
autres commerces de gros	946	39	8 266	139	739	10 129	11 575	14,3
Commerce de détail et réparation	224 456	8 425	148 490	6 675	11 064	399 110	403 214	1,0
Commerce de détail :								
à prédominance alimentaire	40 559	1 327	26 404	2 066	3 643	73 999	73 871	- 0,2
de grandes surfaces	139	128	1 940	1 503	2 161	5 871	6 049	3,0
de petites surfaces	14 565	171	7 834	205	703	23 478	23 145	- 1,4
non alim. en magasins non spécialisés	581	21	1 296	44	109	2 051	2 335	13,8
non alim. en magasins spécialisés	97 534	6 952	107 939	4 342	6 547	223 314	225 207	0,8
hors magasin et vente par correspondance	73 750	88	9 228	193	659	83 918	86 164	2,7
Réparation d'articles personnels et domestiques	12 032	37	3 623	30	106	15 828	15 637	- 1,2
Commerce et réparation automobile	27 004	285	44 355	2 395	4 478	78 517	78 482	0,0
Commerce de véhicules automobiles	7 301	105	15 558	1 436	2 666	27 066	26 698	- 1,4
Entretien et réparation automobile	15 425	123	18 178	434	837	34 997	35 261	0,8
Autres commerces automobiles	4 278	57	10 619	525	975	16 454	16 523	0,4
Total commerce	291 307	9 735	293 438	18 550	33 941	646 971	650 305	0,5
Artisanat commercial	33 192	383	14 971	238	768	49 552	49 335	- 0,4
Boulangerie - pâtisserie	28 855	351	12 984	183	685	43 058	43 201	0,3
Charcuterie	4 337	32	1 987	55	83	6 494	6 134	- 5,5
Total commerce et artisanat commercial	324 499	10 118	308 409	18 788	34 709	696 523	699 640	0,4

Champ : France métropolitaine et Dom.

Note : les données de 2006 sont provisoires car certaines disparitions ne sont connues que très tardivement (18 mois).

Source : Insee, Sirene.

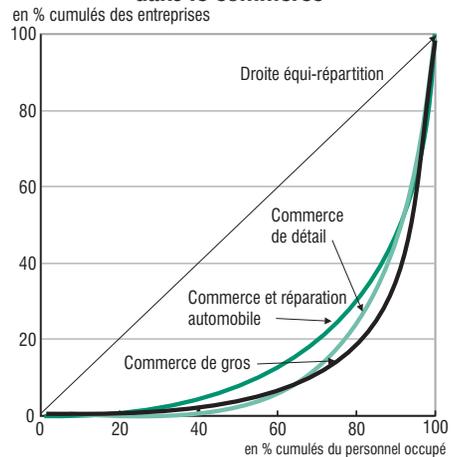
Évolution du nombre d'entreprises du commerce



Champ : France métropolitaine et Dom.

Source : Insee, fichier Sirene.

Concentration en personnel occupé dans le commerce



Lecture : dans le commerce de gros, 20 % des entreprises emploient 81 % du personnel occupé.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2004 et 2005.

1.7 Créations d'entreprises commerciales

En 2006, 81 700 entreprises commerciales ont été créées, soit une baisse de 1 % par rapport à 2005, tandis que les **créations** augmentent dans l'ensemble de l'économie (+ 1,7 %). Les créations d'entreprises dans le commerce ont commencé à progresser fortement en 2003 et 2004, inversant la tendance après sept années de diminution régulière et une année de stabilité en 2002. Si les créations d'entreprises s'essouffent désormais dans le commerce, elles restent cependant à un niveau très élevé et représentent en 2006 un quart des entreprises créées.

Comme en 2005, les **créations ex nihilo** représentent 68 % des entreprises commerciales créées en 2006. Cependant leur nombre est en baisse (- 0,7 % après - 3,8 % en 2005), alors qu'il continue d'augmenter dans l'ensemble de l'économie. Après une hausse particulièrement importante en 2004, les **créations par reprise** diminuent légèrement en 2005 (- 0,1 %) et baissent plus fortement en 2006 (- 3,7 %). La hausse de 2004 résulte probablement d'une part du vieillissement de la population des chefs d'entreprises issus de la génération du baby-boom et d'autre part de la mise en application début 2004 de plusieurs mesures de la loi pour l'initiative économique d'août 2003, qui favorisent la transmission d'entreprise. Les effets de cette loi semblent donc atténués en 2005, et il est sans doute trop tôt pour percevoir l'impact de la loi d'août 2005, qui vise à favoriser la transmis-

sion des petites et moyennes entreprises, notamment en limitant les coûts.

Parmi les entreprises commerciales créées en 2006, 68,4 % appartiennent au commerce de détail, 23,2 % au commerce de gros, et 8,4 % au commerce et réparation automobile.

Le commerce de gros connaît la plus forte baisse des créations en 2006 (- 1,5 %), mais cette baisse est moindre qu'en 2005 (- 14,4 %). Les créations pures et les reprises diminuent respectivement de 1,6 % et de 10,6 % en 2006.

La baisse des créations est plus modérée dans le secteur commerce et réparation automobile (- 0,7 %). Les créations pures continuent d'augmenter (+ 2,7 %) mais les reprises et les **réactivations** diminuent fortement (- 8 % et - 5,4 %).

C'est dans le commerce de détail que le nombre d'entreprises créées est structurellement le plus élevé, mais il diminue légèrement en 2006 (55 841 en 2006, soit une baisse de 0,8 %). Parmi les 34 660 entreprises créées *ex nihilo* dans ce secteur, 47 % appartiennent au commerce non alimentaire spécialisé, particulièrement au commerce d'articles de culture, sports et loisirs (16 %).

En 2006, le **taux de création** d'entreprises commerciales nationales est stable à 12 %. Par rapport à 2005, il a diminué dans la plupart des régions ; il augmente cependant en Auvergne (+ 0,7 point), en Limousin (+ 0,6 point) et en Alsace (+ 0,5 point). ■

Définitions

Création : toute entreprise, personne physique ou morale, est inscrite au répertoire Sirene lors de sa première déclaration de démarrage d'activité non salariée et reçoit alors un numéro d'identification unique. L'entreprise est comptabilisée dans la statistique de créations, soit en création pure, soit en création par reprise, à partir de sa date de début d'activité économique.

Création ex nihilo ou création pure : création d'entreprise dont l'activité n'est pas du même type que celle exercée antérieurement au même endroit par une autre entreprise.

Création par reprise : reprise de tout ou partie des moyens de production d'une autre entreprise, rachat d'un fonds de commerce, ... (cas contraires aux créations pures).

Création par réactivation : cas d'une personne physique qui a cessé son activité non salariée puis la reprend ultérieurement ; elle retrouve alors le numéro d'identification unique qui lui a été attribué la première fois.

Taux de création : nombre de créations nouvelles d'entreprises rapporté au nombre total d'entreprises.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2006 », *Insee Première* n° 1138, juin 2007.
- « La situation du commerce en 2006 », Insee, *Document de travail*, juin 2007.

Créations d'entreprises commerciales 1.7

Ensemble des créations ex nihilo, reprises et réactivations d'entreprises commerciales de 2003 à 2006

Secteurs d'activité	Nombre de créations d'entreprises				Évolution en %		
	2003	2004	2005	2006	2004/2003	2005/2004	2006/2005
Commerce de gros	20 527	22 524	19 282	18 987	9,7	-14,4	-1,5
Commerce de détail et réparation	52 921	56 435	56 283	55 841	6,6	-0,3	-0,8
Commerce et réparation automobile	6 681	7 144	6 940	6 888	6,9	-2,9	-0,7
Total commerce	80 129	86 103	82 505	81 716	7,5	-4,2	-1,0
Ensemble de l'économie¹	293 571	319 980	316 825	322 270	9,0	-1,0	1,7

Champ : France métropolitaine et Dom.

1. Hors agriculture, banques, assurances, location et crédit-bail immobilier et services non marchands.

Source : Insee, fichier Sirene.

Créations ex nihilo d'entreprises commerciales de 2003 à 2006

Secteurs d'activité	Nombre de créations d'entreprises				Évolution en %		
	2003	2004	2005	2006	2004/2003	2005/2004	2006/2005
Commerce de gros	16 921	18 801	16 333	16 068	11,1	-13,1	-1,6
Commerce de détail et réparation	30 591	34 716	34 888	34 660	13,5	0,5	-0,7
Commerce et réparation automobile	4 095	4 464	4 530	4 651	9,0	1,5	2,7
Total commerce	51 607	57 981	55 751	55 379	12,4	-3,8	-0,7
Ensemble de l'économie¹	199 290	223 926	224 829	233 045	12,4	0,4	3,7

Champ : France métropolitaine et Dom.

1. Hors agriculture, banques, assurances, location et crédit-bail immobilier et services non marchands.

Source : Insee, fichier Sirene.

Reprises d'entreprises commerciales de 2003 à 2006

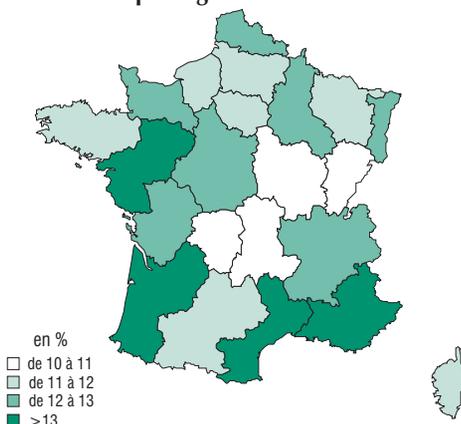
Secteurs d'activité	Nombre de créations d'entreprises				Évolution en %		
	2003	2004	2005	2006	2004/2003	2005/2004	2006/2005
Commerce de gros	786	777	706	631	-1,1	-9,1	-10,6
Commerce de détail et réparation	8 987	9 350	9 608	9 372	4,0	2,8	-2,5
Commerce et réparation automobile	1 777	1 863	1 667	1 534	4,8	-10,5	-8,0
Total commerce	11 550	11 990	11 981	11 537	3,8	-0,1	-3,7
Ensemble de l'économie¹	39 983	42 223	40 832	38 774	5,6	-3,3	-5,0

Champ : France métropolitaine et Dom.

1. Hors agriculture, banques, assurances, location et crédit-bail immobilier et services non marchands.

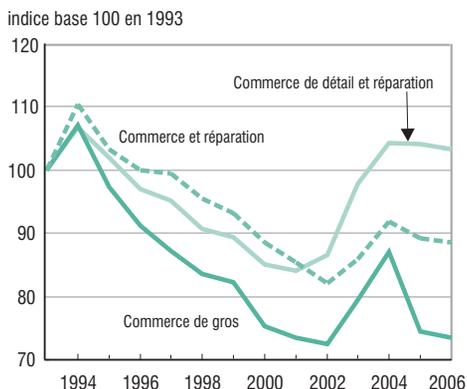
Source : Insee, fichier Sirene.

Taux de création d'entreprises commerciales par région en 2006



Source : Insee, fichier Sirene.

Évolution des créations d'entreprises commerciales depuis 1993



Champ : France métropolitaine et Dom.

Source : Insee, fichier Sirene.

1.8 Groupes implantés dans le commerce

Fin 2004 parmi les 35 000 **groupes** d'entreprises recensés en France, près d'un sur trois emploie la plus grande partie de ses salariés dans les **secteurs commerciaux**. Outre ces 11 400 groupes commerciaux, 3 500 possèdent au moins une **filiale** dans les secteurs commerciaux. Parmi ceux-ci, plus de deux sur trois ont une activité principale dans l'industrie, un sur quatre dans le tertiaire hors commerce.

Au total, 29 400, soit seulement 4,7 % des sociétés commerciales sont contrôlées par des groupes (contre 10,2 % dans l'industrie et 4,4 % dans les services marchands). Cependant, ces entreprises commerciales contrôlées par des groupes réalisent les deux tiers du chiffre d'affaires du secteur, soit 68 % du chiffre d'affaires total du commerce. Poursuivant une tendance observée depuis 1994, l'emprise des groupes progresse encore en 2004 dans chacun des grands sous-secteurs du commerce. En effet, la part du chiffre d'affaires réalisée par les groupes dépasse cette année 75 % dans le commerce de gros, 62 % dans le commerce automobile et 58 % dans le commerce de détail. Dans certains secteurs comme le commerce de détail en grande sur-

face à prédominance alimentaire, la présence des groupes est particulièrement importante ; ils réalisent près des trois quarts du chiffre d'affaires total.

En termes d'emploi et de valeur ajoutée, l'importance des groupes est tout aussi significative, bien qu'un peu moins marquée qu'en termes de chiffre d'affaires : 55 % des salariés du commerce travaillent dans des groupes, et ces groupes réalisent 54 % de la valeur ajoutée du secteur.

Presque tous les groupes commerciaux sont des microgroupes (93 %) au sens où ils emploient chacun moins de 500 salariés en France. Les microgroupes sont relativement moins nombreux parmi les groupes industriels et tertiaires (78 %). Un groupe commercial sur deux emploie moins de 30 salariés en France. Les microgroupes emploient en moyenne 50 salariés et contrôlent deux filiales dans les secteurs commerciaux, les grands groupes 2 600 salariés pour 12 filiales. Ces tailles moyennes sont nettement plus faibles que dans les services.

Parmi les groupes qui contrôlent au moins une filiale commerciale, 93 % sont des microgroupes. ■

Définitions

Groupe : ensemble de sociétés contrôlées par un même centre de décision (tête de groupe). Le contrôle est mesuré par la détention de plus de la moitié des voix en assemblée générale ordinaire de la société, dénommée alors **filiale** du groupe. Sont dénombrés les groupes français ou étrangers ayant des filiales en France. Les groupes étrangers ont par convention et sauf exception, la nationalité du pays où la tête est implantée. On a exclu ici les filiales commerciales de groupes dont l'activité principale se trouve dans l'agriculture, sylviculture, pêche (Nomenclature économique de synthèse, NES « EA »).

Secteurs commerciaux : ceux retenus ici sont le commerce et la réparation automobile (Nomenclature d'activités française, NAF 50), le commerce de gros (NAF 51), le commerce de détail et réparations (NAF 52). Les activités artisanales à caractère commercial ne sont pas retenues ici car les groupes n'y sont pas présents.

Groupe commercial : groupe dont l'activité principale relève des secteurs commerciaux. L'activité principale d'un groupe est calculée de manière hiérarchisée. On détermine d'abord le secteur d'activité du groupe, en NES 6 (6 postes), comme le poste d'activité X concernant l'effectif cumulé des filiales le plus important. Puis on détermine de la même manière parmi les sous-secteurs d'activité du poste X, en NES 16, l'activité Xj la plus importante. On poursuit de même jusqu'en NAF 700 de sorte que l'activité principale d'un groupe selon les différents niveaux de nomenclature soient emboîtés. Les activités fonctionnelles d'un groupe (activités externalisées des sociétés et concentrées dans une seule unité légale du groupe) ne sont pas prises en compte.

Pour en savoir plus

- « Pas de frontières pour les groupes performants », *le 4 pages des statistiques industrielles* n° 216, Sessi, avril 2006.
- « Images économiques des entreprises et des groupes au 1^{er} janvier 2005 », *Insee Résultats*, série Économie, sur internet et cédérom, décembre 2006.
- « Le commerce en 2005 », Insee, Comptes nationaux, mars 2007.
- « Le commerce en 2006 », *Insee Première* n° 1138, juin 2007.
- « Les groupes dans le commerce », *Insee Première* n° 1115, janvier 2007.

Répartition des groupes contrôlant des entreprises commerciales en 2004

Nature des groupes	Nombre de groupes		Nombre d'entreprises commerciales contrôlées		Salariés employés dans les filiales commerciales		Chiffre d'affaires réalisé dans les filiales commerciales		Valeur ajoutée réalisée dans les filiales commerciales	
	Unités	%	Unités	%	Effectifs	%	M€	%	M€	%
Groupes commerciaux	11 402	76,5	23 055	78,5	1 409 573	85,5	544 287	72,8	66 011	79,5
micro-groupes	11 102	74,5	19 290	65,7	552 821	33,5	240 063	32,1	28 029	33,7
groupes de plus de 500 salariés	300	2,0	3 765	12,8	856 752	52,0	304 224	40,7	37 982	45,7
Groupes à dominante industrielle	2 324	15,6	4 437	15,1	203 880	12,4	155 325	20,8	14 353	17,3
micro-groupes	1 776	11,9	2 375	8,1	27 062	1,6	14 210	1,9	1 718	2,1
groupes de plus de 500 salariés	548	3,7	2 062	7,0	176 818	10,7	141 115	18,9	12 635	15,2
Groupes à dominante tertiaire (hors commerce)	942	6,3	1 572	5,3	33 100	2,0	47 279	6,3	2 562	3,1
micro-groupes	764	5,1	934	3,2	6 982	0,4	4 403	0,6	436	0,5
groupes de plus de 500 salariés	178	1,2	637	2,2	26 118	1,6	42 876	5,7	2 126	2,6
Autres groupes	231	1,6	318	1,1	2 629	0,2	1 121	0,1	147	0,2
micro-groupes	204	1,4	227	0,8	1 396	0,1	501	0,1	75	0,1
groupes de plus de 500 salariés	27	0,2	91	0,3	1 233	0,1	620	0,1	71	0,1
Total	14 899	100,0	29 382	100,0	1 649 182	100,0	748 012	100,0	83 072	100,0
micro-groupes	13 846	92,9	22 826	77,7	588 261	35,7	259 178	34,6	30 258	36,4
groupes de plus de 500 salariés	1 053	7,1	6 555	22,3	1 060 921	64,3	488 835	65,4	52 814	63,6

Lecture : sur les 11 402 groupes commerciaux recensés en 2004, 11 102 sont des micro-groupes (74,5 % des groupes implantés dans le commerce) et 300 sont des groupes de plus de 500 salariés (2,0 % des groupes implantés dans le commerce).

Sources : Insee, Lifi, Diane, Suse.

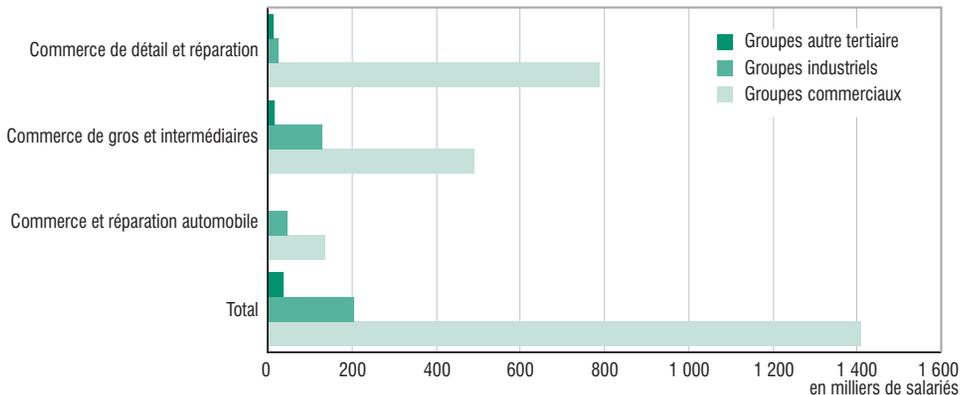
Poids des entreprises commerciales françaises contrôlées par des groupes en 2004

Secteur d'activité des entreprises contrôlées	Entreprises commerciales contrôlées		Emploi des filiales commerciales		Chiffre d'affaires des filiales commerciales		Valeur ajoutée réalisée par les filiales commerciales	
	Unités	En % par rapport à l'ensemble du secteur	Unités	En % par rapport à l'ensemble du secteur	Montant en M€	En % à l'ensemble du secteur	Montant en M€	En % à l'ensemble du secteur
Commerce et réparation automobile	4 038	5,3	184 946	44,2	95 595	62,3	8 240	43,3
Commerce de gros	16 459	10,0	636 606	65,1	439 604	75,5	43 193	65,4
Commerce de détail et réparations	8 884	2,3	827 630	51,5	212 813	58,5	31 640	45,1
Total	29 382	4,7	1 649 182	54,9	748 012	68,0	83 072	53,5

Lecture : 4 038 entreprises du commerce et de la réparation automobile sont contrôlées par des groupes (soit 5,3 % de l'ensemble des entreprises du commerce et de la réparation automobile). 29 382 entreprises commerciales sont contrôlées par des groupes (soit 4,7 % de l'ensemble des entreprises commerciales).

Sources : Insee, Lifi, Diane, comptes du commerce.

Répartition des effectifs salariés des filiales commerciales en 2004



Lecture : dans le commerce de détail 786 000 salariés sont employés par des groupes commerciaux.

Sources : Insee, Lifi, Diane, Suse.

1.9 Évolutions des prix à la consommation

En 2006, malgré des fluctuations importantes des prix des produits pétroliers liées à l'évolution des cours du pétrole brut, l'évolution de l'**indice des prix à la consommation** a été de 1,5 % comme en 2005. Comme l'année précédente, l'**évolution des prix** des services apporte la plus grande contribution à cette évolution.

L'**inflation sous-jacente**, qui reflète les évolutions profondes des coûts de production et la confrontation de l'offre et de la demande, est repartie à la hausse, après un ralentissement régulier depuis 2002. Elle s'établit à + 1,4 % fin 2006, contre + 0,8 % fin 2005, en raison notamment de l'augmentation des prix de l'alimentation et des services.

Dans l'alimentation, le renchérissement (+ 1,7 %) est nettement supérieur à celui de 2005 (+ 0,7 %). En lien avec l'augmentation du prix du fioul qui a alourdi les coûts de production et avec les températures élevées enregistrées dès le mois de juin qui ont stimulé la demande, les prix des produits frais ont progressé de 3,6 %. Dans l'alimentation hors produits frais, l'année 2006 a également enregistré une hausse plus marquée que l'année précédente (+ 1,5 % contre + 0,4 % en 2005). Alors que l'évolution sur un an des **prix des produits de grande consommation dans la grande distribution** était de + 0,2 % en 2005, elle s'établit à + 1,1 % en 2006 en raison de la fin de l'impact de l'accord passé, en 2004, dans la grande distribution.

Dans l'habillement et chaussures, les mouvements saisonniers consécutifs aux soldes et promotions continuent de rythmer les évolutions des prix au cours de l'année. Au total, les prix finissent l'année en hausse (+ 0,6 % à comparer à une stabilité en 2005).

Cette année encore, la baisse des prix s'est poursuivie pour les biens durables hors automobile. Cela concerne notamment l'équipement photo et cinéma, les instruments d'optique (- 16,9 %) et les matériels de traitement de l'information y compris les micro-ordinateurs (- 13,9 %). En revanche, les prix des automobiles neuves se sont accrus de 2,4 %, après une baisse de 0,2 % en 2005.

La poursuite de la hausse des matières premières comme le minerai de fer et d'autres métaux non ferreux (cuivre, zinc, or) a contribué au renchérissement de l'horlogerie, bijouterie, joaillerie (+ 14,4 % contre + 2,2 % en 2005), mais aussi des pièces détachées et accessoires pour véhicules (+ 4,0 % contre + 2,3 % en 2005). En France, l'inflation mesurée à partir de l'**indice des prix à la consommation harmonisé** (IPCH) s'établit à + 1,7 % (+ 1,8 % en 2005). Par comparaison, l'IPCH des pays membres de l'Union européenne enregistre une hausse de 2,2 % en 2006 au lieu de 2,1 % un an auparavant, tandis que celui des pays membres de la zone euro s'accroît de 1,9 % (+ 2,2 % en 2005). ■

Définitions

Indice des prix à la consommation (IPC) : sert à estimer, entre deux périodes données, la variation moyenne des prix des produits consommés par les ménages à qualité constante. Des indices partiels hors tabac (de l'ensemble des ménages ou des ménages urbains dont le chef est employé ou ouvrier) servent à indexer de nombreux contrats privés, des pensions alimentaires, des rentes viagères, ainsi que le Smic.

Évolutions des prix : elles sont données en glissement annuel, c'est-à-dire entre un mois donné de l'année n et le même mois de l'année $n-1$.

Inflation sous-jacente : inflation excluant les prix administrés (tabac, tarifs publics) et les prix fortement volatils en raison des facteurs climatiques (produits frais) ou des marchés internationaux (énergie).

Indice des produits de grande consommation dans la grande distribution : il permet de comparer l'évolution des prix dans la grande distribution (hypermarchés et supermarchés) et dans les autres formes de vente. Le suivi porte exclusivement sur les produits de grande consommation : principalement produits d'entretien et d'hygiène-beauté, produits alimentaires hors produits frais.

Indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH) : indicateur permettant d'apprécier le respect du critère de convergence portant sur la stabilité des prix, dans le cadre du traité de l'Union européenne (Maastricht). En France, l'IPC et l'IPCH diffèrent essentiellement dans le traitement de la protection sociale et de l'enseignement. En effet, dans l'IPCH, seule la part à la charge du consommateur (après remboursement) est prise en compte.

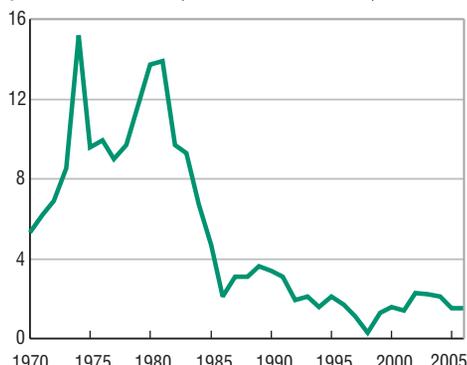
Pour en savoir plus

- « Indice des prix à la consommation », Insee, *Informations Rapides*.
- « Indice des prix dans la grande distribution », Insee, *Informations Rapides*.
- « Pour comprendre l'indice des prix », Insee *Méthodes* n° 81-82, décembre 1998.

Évolutions des prix à la consommation 1.9

Indice d'ensemble

glissement annuel en % (décembre n/décembre n-1)



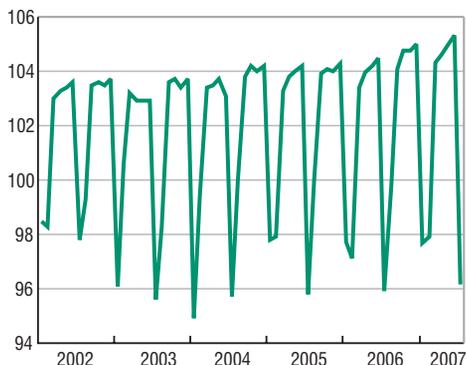
Champ : France métropolitaine et Dom.

Lecture : l'indice d'ensemble des prix à la consommation a augmenté de 1,5 % entre décembre 2005 et décembre 2006.

Source : Insee.

Articles d'habillement et chaussures

indice base 100 en 1998

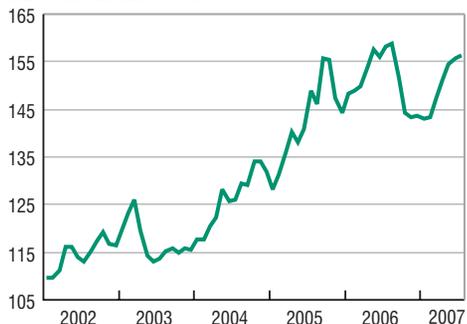


Champ : France métropolitaine et Dom.

Source : Insee.

Carburants

indice mensuel base 100 en 1998



Champ : France métropolitaine et Dom.

Source : Insee

Évolution annuelle des prix des produits de grande consommation

	Grande distribution (%)	Autres formes de vente (%)	Écart (en point)
2000	2,9	1,8	1,1
2001	5,2	3,9	1,3
2002	1,4	1,6	- 0,2
2003	2,1	1,8	0,3
2004	- 0,4	0,5	- 0,9
2005	0,2	1,0	- 0,8
2006	1,1	1,9	- 0,8

Source : Insee, indice des prix de grande consommation.

Quelques hausses et baisses dans l'alimentation en 2006

Hausses	
Alimentation	1,7
Produits frais	3,6
Alimentation hors produits frais	1,5
Légumes frais	6,7
Poissons et crustacés frais	7,1
Huiles et margarines	7,7
Viande de veau	5,8
Viande de bœuf	4,2
Eaux minérales et de source	3,6
Cafés	3,5

Champ : France métropolitaine et Dom.

Source : Insee.

glissement annuel en % (décembre n/décembre n-1)	
Baisses	
Thés et infusions	- 2,3
Céréales	- 2,1
Crèmes glacées, glaces, sorbets	- 2,1
Œufs	- 1,3
Fruits frais	- 0,9

Champ : France métropolitaine et Dom.

Source : Insee.

1.10 Consommation des ménages

En 2006, la **consommation effective** des ménages progresse de 1,9 % en volume après 2,0 % en 2005. La **consommation commercialisable** atteint 508 milliards d'euros en 2006, soit 39 % de la consommation effective ; le complément est surtout constitué de services (58 %). Depuis 2000, la part de la consommation commercialisable recule de plus de deux points car les services progressent plus vite qu'elle en volume et en prix. La consommation commercialisable, qui progressait au rythme annuel de 3,5 % en volume en 2000, a ralenti jusqu'en 2003 (+ 1,4 %). Elle a un peu repris ensuite (+ 2,1 % en 2004 et 2,0 % en 2005), puis ralentit à nouveau en 2006 (+ 1,6 %).

En **volume**, la consommation de produits alimentaires, y compris tabac, progresse de 1,1 % en 2006. L'ensemble boissons, épicerie, produits divers (10 % de la consommation commercialisable des ménages) progresse de 2 %, soit à un rythme qui continue à augmenter très légèrement chaque année depuis 2003. La consommation de tabac croît de nouveau modérément (+ 1,5 %), alors qu'elle était en baisse depuis 2002, notamment après les forts reculs de 2003 (- 13,2 %) et de 2004 (- 18,2 %). La consommation alimentaire hors tabac progresse de 1,1 %.

La consommation de produits non alimentaires (hors automobile) progresse de 2,4 % en 2006. La consommation de produits pharmaceutiques représente 7,6 % de l'ensemble de

la consommation commercialisable. Elle poursuit sa progression en volume à un rythme soutenu (+ 5,6 %), mais sa part en valeur ne progresse pas car l'indice des prix du secteur pharmaceutique baisse régulièrement. Ce secteur, largement administré par les pouvoirs publics, ne relève pas des mécanismes usuels de l'économie concurrentielle. La consommation de culture-loisirs-sports augmente également en volume de 5,6 % en 2006. Ce taux est élevé mais il est nettement inférieur au rythme moyen des dernières années. Cette forte progression résulte de la poursuite de l'envolée de la micro-informatique et de la téléphonie soutenue par la baisse des prix. La consommation en volume de produits équipant le foyer croît fortement (7,3 %), tirée par les seuls produits électroménagers hifi et cédérom dont les prix sont en baisse sensible. La consommation de produits d'aménagement de l'habitat conserve son rythme de progression modérée de 2005. La consommation en volume d'habillement et chaussures stagne en 2006 comme en 2005 (0,5 %), malgré des prix quasi stables. Celle des autres équipements de la personne stagne elle aussi en 2006 (0,3 %).

Après un important recul en 2002 et 2003, suivi d'une reprise modérée en 2004 et 2005, la vente et réparation automobile (10 % de la consommation commercialisable en 2006) recule en 2006 (- 1,5 % en volume). ■

Définitions

Consommation effective : comprend l'ensemble des biens et services consommés par les ménages, quelle que soit la manière dont ils sont financés (dépense de consommation directement supportée, médicaments remboursés ou pris en charge, autres prestations individuelles et dépenses de consommation individualisables des administrations telles que santé, éducation).

Consommation commercialisable : inclut les produits susceptibles d'être vendus aux ménages par le commerce et les activités de réparation associées.

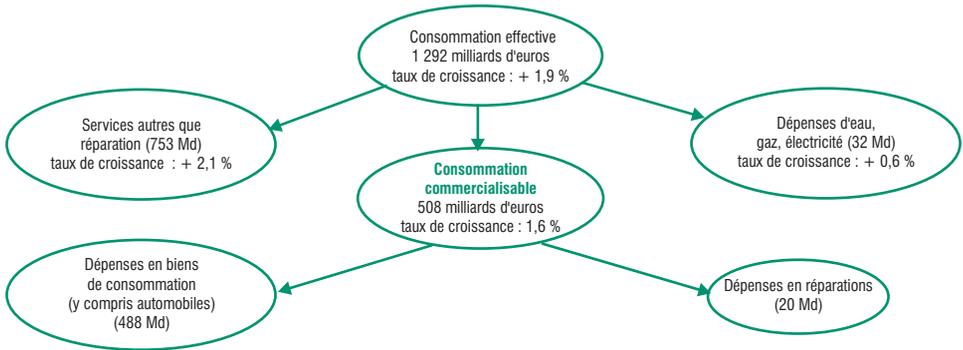
Évolution en volume de la consommation : évolution à prix constants, ici aux prix de l'année précédente, afin d'éliminer l'effet des variations des prix. L'indice de volume s'obtient en rapportant l'indice de valeur à l'indice des prix approprié. Il vise à estimer l'évolution en quantités physiques, en tenant compte de la variation de qualité.

Pour en savoir plus

- « Quarante ans de consommation des ménages, de 1960 à 2000 », comptes nationaux, Insee, cédérom avril 2002.
- « La consommation des ménages en 2005 », *Insee Résultats* (cédérom inclus), Économie, août 2006.

Consommation des ménages 1.10

En 2006, la consommation commercialisable représente 39% de la consommation effective



Source : Insee, comptes nationaux.

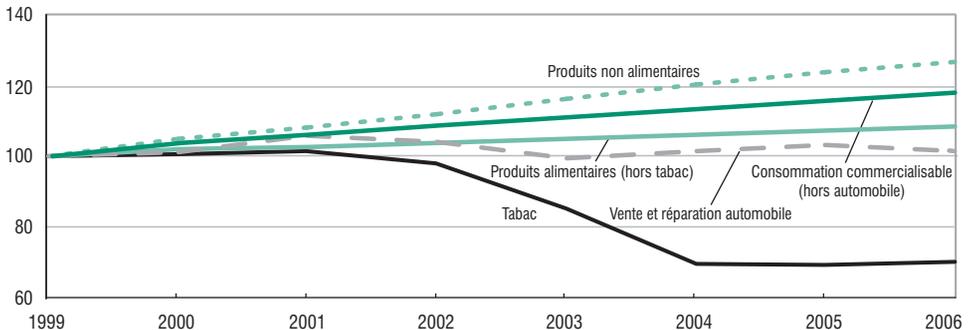
Évolution et structure de la consommation commercialisable des ménages

	Évolution en volume (%)						Valeur (Md €)	Structure (%)		
	2000	2001	2002	2003	2004	2005			2006p	2006p
Pain-pâtisserie	0,3	1,1	0,2	0,4	0,5	0,8	0,8	11,7	2,4	2,3
Vianades-charcuterie-volailles	0,9	-1,8	1,6	1,3	-0,4	0,0	0,0	35,5	7,2	7,0
Autres produits frais	1,9	0,8	0,9	0,8	3,1	1,2	0,9	48,9	9,6	9,6
Boissons, épicerie, produits divers	3,7	1,7	1,4	0,8	0,9	1,7	2,0	51,8	10,4	10,2
Tabac	0,6	1,0	-3,5	-13,2	-18,2	-0,6	1,5	15,8	3,3	3,1
Produits alimentaires (A)	2,0	0,6	0,7	-0,6	-0,6	0,9	1,1	163,8	33,3	32,2
<i>dont produits alimentaires hors tabac</i>	<i>2,1</i>	<i>0,5</i>	<i>1,2</i>	<i>0,9</i>	<i>1,3</i>	<i>1,0</i>	<i>1,1</i>	<i>15,8</i>	<i>29,7</i>	<i>29,1</i>
Produits pharmaceutiques	8,3	9,3	7,1	6,7	7,2	5,6	5,6	38,4	6,4	7,6
Accessoires automobiles, motocycles	3,5	3,4	5,1	4,4	2,1	2,5	0,7	27,5	4,9	5,4
Carburants	-2,2	1,6	-0,1	-0,2	-1,8	-2,7	-1,4	35,0	6,5	6,8
Habillement-chaussures	3,8	-0,1	3,3	3,8	1,4	0,5	0,5	43,1	9,4	8,5
Autres équipements de la personne	5,0	2,3	0,9	-0,5	0,0	-0,3	0,3	27,4	5,6	5,4
Culture, loisirs, sports	13,0	5,3	7,6	8,9	7,6	6,7	5,6	31,8	6,3	6,3
Équipement du foyer	6,4	2,5	5,0	4,4	8,6	7,6	7,3	43,4	8,3	8,6
Aménagement de l'habitat	3,1	-0,3	1,4	3,1	4,1	1,3	1,5	27,5	5,5	5,4
Autres produits non alimentaires	-1,0	5,6	-1,5	1,9	0,8	-0,6	-2,9	17,1	2,9	3,4
Produits non alimentaires (B)	4,8	3,0	3,6	3,8	3,7	2,7	2,4	291,1	54,7	57,3
Vente et réparation automobile (C)	1,1	4,6	-1,6	-4,6	2,1	1,8	-1,5	53,0	11,5	10,4
Consommation commercialisable (A+B+C)	3,5	2,4	2,0	1,4	2,1	2,0	1,6	507,9	100,0	100,0
Consommation effective des ménages	3,4	2,2	2,8	2,3	2,5	2,0	1,9	1 292,5	///	///

Source : Insee, comptes nationaux et comptes trimestriels.

Évolution de la consommation commercialisable en volume hors automobile

indice base 100 en 1999



Source : Insee, comptes nationaux trimestriels.

1.11 Clients du commerce de gros

Les deux principaux **clients** des grossistes sur le marché intérieur sont les entreprises du commerce de détail (36,8 % de leurs ventes) et les producteurs (24,3 %). Viennent ensuite les centrales d'achats (13,0 %), les **autres utilisateurs professionnels** (12,3 %), d'autres grossistes (9,9 %) et les particuliers pour 3,7 %.

En 2005, les ventes à l'exportation des grossistes et intermédiaires du commerce s'élèvent à 76,3 milliards d'euros, soit 13,6 % du total des ventes du secteur. Hors intermédiaires du commerce, les ventes à l'exportation représentent 14,4 % du total des ventes des grossistes. Les disparités sectorielles sont fortes : les grossistes en céréales et ceux qui se spécialisent dans la vente de biens d'équipements professionnels (hors informatique) réalisent en 2005 plus du cinquième de leurs ventes à l'exportation.

Sur le marché intérieur, les ventes des intermédiaires du commerce dépendent très fortement des commandes des **détaillants**. Cependant, si ces derniers représentent près de 80 % de la clientèle des centrales d'achats, cette proportion est inférieure à 17 % chez les autres intermédiaires du commerce. Hors intermédiaires du commerce, ce sont les grossistes en produits pharmaceutiques qui dépendent le plus du commerce de détail (67,5 %). Les secteurs les plus fortement

tributaires (à plus de 50 %) des producteurs sont le commerce de gros en produits agricoles bruts (céréales, tabac, bestiaux, cuirs et peaux) pour 60,9 %, le commerce de gros en biens intermédiaires non agricoles hors carburants et combustibles (minerais, métaux, bois, produits chimiques, matériaux et fournitures pour la construction, papier et carton) et le commerce de gros en biens d'équipement professionnel hors informatique (machines-outils, machines pour l'industrie textile et l'habillement, matériel électrique et électronique, fournitures et équipements spécifiques) pour 54,2 %.

Les centrales d'achats représentent plus du quart de la clientèle des grossistes en produits alimentaires ; inversement, un peu moins du tiers (28,4 %) des ventes des intermédiaires du commerce hors centrales d'achats se destine à des grossistes. 34,2 % des ventes des entreprises du commerce de gros en machines de bureau et matériel informatique sont destinées à équiper les autres utilisateurs professionnels (collectivités, prestataires de services, ...).

Enfin, la revente directe aux particuliers n'atteint une proportion significative (plus de 10 %) que chez les grossistes en carburants et combustibles, et ceux qui vendent des produits pour l'aménagement de l'habitat et la construction. ■

Définitions

Clients : les clients du commerce de gros sont répartis en six catégories : centrales d'achats, détaillants, grossistes, producteurs, autres utilisateurs professionnels et particuliers.

Autres utilisateurs professionnels : collectivités (comités d'entreprise, administrations) et autres clients (prestataires de services ...).

Détaillants : les ventes aux détaillants incluent les ventes directes à des détaillants référencés par une centrale d'achats, les ventes aux commerces indépendants isolés (n'adhérant pas à un réseau de distribution) et les ventes à des détaillants du réseau propre au grossiste (si celui-ci est propriétaire d'enseigne).

Pour en savoir plus

- « La situation du commerce en 2006 », Insee, *Document de travail*, juin 2007.
- « Les entreprises du commerce de gros en 2003 », *Insee Résultats*, juin 2005.
- « Les entreprises du commerce de gros en 2005 », *Insee Résultats*, à paraître.

Clients du commerce de gros 1.11

Répartition des ventes hors taxe par client en 2005

	Répartition des ventes en France (en %)							Montant des ventes (Md €)		
	Ventes aux centrales d'achats	Ventes aux détaillants	Ventes aux grossistes	Ventes aux producteurs	Ventes aux autres utilisateurs professionnels	Ventes aux particuliers	Total	Ventes en France	Vente à l'exportation	Total des ventes
Intermédiaires du commerce	12,8	70,5	6,5	6,1	2,3	1,8	100,0	88,1	9,5	97,6
Centrales d'achats	12,9	78,6	3,0	1,1	2,3	2,1	100,0	78,0	0,7	78,7
Hors centrales d'achats	13,6	16,8	28,4	27,8	10,0	3,4	100,0	10,1	8,8	18,9
Commerce de gros	12,6	28,5	11,4	29,3	14,2	4,0	100,0	396,9	66,8	463,7
de produits agricoles bruts	3,3	12,9	14,5	60,9	4,9	3,5	100,0	34,1	9,3	43,4
de produits alimentaires	25,8	32,5	14,2	13,4	12,2	1,9	100,0	86,4	14,2	100,6
<i>produits frais</i>	<i>26,0</i>	<i>30,7</i>	<i>15,9</i>	<i>17,1</i>	<i>9,4</i>	<i>0,9</i>	<i>100,0</i>	<i>42,2</i>	<i>5,3</i>	<i>47,5</i>
<i>produits alimentaires hors produits frais</i>	<i>27,4</i>	<i>39,1</i>	<i>11,2</i>	<i>7,6</i>	<i>12,7</i>	<i>2,0</i>	<i>100,0</i>	<i>44,2</i>	<i>8,9</i>	<i>53,1</i>
de biens de consommation non alimentaire	16,7	54,3	10,2	5,1	11,1	2,6	100,0	87,8	10,7	98,5
<i>produits pharmaceutiques</i>	<i>2,7</i>	<i>67,5</i>	<i>10,9</i>	<i>2,0</i>	<i>15,4</i>	<i>1,5</i>	<i>100,0</i>	<i>29,8</i>	<i>5,4</i>	<i>35,2</i>
<i>hors produits pharmaceutiques</i>	<i>26,2</i>	<i>46,9</i>	<i>7,8</i>	<i>7,3</i>	<i>8,9</i>	<i>2,9</i>	<i>100,0</i>	<i>58,0</i>	<i>5,3</i>	<i>63,3</i>
de produits intermédiaires non agricoles	4,1	13,0	11,2	49,0	13,6	9,1	100,0	98,7	13,0	111,7
<i>carburants et combustibles</i>	<i>2,8</i>	<i>28,7</i>	<i>14,7</i>	<i>19,4</i>	<i>22,7</i>	<i>11,7</i>	<i>100,0</i>	<i>29,6</i>	<i>4,9</i>	<i>34,5</i>
<i>produits pour l'aménagement de l'habitat et la construction</i>	<i>3,8</i>	<i>8,6</i>	<i>6,9</i>	<i>54,6</i>	<i>11,7</i>	<i>14,4</i>	<i>100,0</i>	<i>37,9</i>	<i>1,4</i>	<i>39,3</i>
<i>autres produits (minerais, métaux, produits chimiques...)</i>	<i>5,3</i>	<i>9,0</i>	<i>12,0</i>	<i>65,4</i>	<i>7,3</i>	<i>1,0</i>	<i>100,0</i>	<i>30,9</i>	<i>7,0</i>	<i>37,9</i>
de biens d'équipement professionnel	5,5	11,1	10,0	40,4	30,7	2,3	100,0	85,7	18,3	104,0
<i>machines de bureau et matériel informatique</i>	<i>9,8</i>	<i>16,1</i>	<i>13,5</i>	<i>24,3</i>	<i>34,2</i>	<i>2,1</i>	<i>100,0</i>	<i>27,5</i>	<i>2,4</i>	<i>29,9</i>
<i>hors machines de bureau et matériel informatique</i>	<i>4,6</i>	<i>10,4</i>	<i>8,7</i>	<i>54,2</i>	<i>19,6</i>	<i>2,5</i>	<i>100,0</i>	<i>58,2</i>	<i>15,9</i>	<i>74,1</i>
Ensemble commerce de gros et intermédiaires	13,0	36,8	9,9	24,3	12,3	3,7	100,0	485,0	76,3	561,3
Autres commerces de gros	29,6	14,9	7,1	25,8	20,8	1,8	100,0	4,5	1,0	5,5
Total des ventes intermédiaires du commerce, commerce de gros et autres commerces de gros (Md €)	63,5	180,3	48,7	118,5	60,2	18,3	489,5	489,5	77,3	566,8

Lecture : en 2005, les ventes de l'ensemble du commerce de gros, y compris intermédiaires du commerce et autres commerces de gros, s'élèvent à 566,8 milliards d'euros, dont 77,3 milliards d'euros à l'exportation. Pour l'ensemble du commerce de gros et des intermédiaires du commerce, 36,8 % des ventes s'effectuent à destination des détaillants.

Source : Insee, comptes du commerce 2005, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2005.

1.12 Filiales commerciales résidentes des groupes étrangers

En 2004, les **filiales** commerciales résidentes des **groupes** étrangers ont réalisé un chiffre d'affaires de 232 milliards d'euros, soit environ 22 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des entreprises commerciales intervenant sur le territoire français.

Les filiales résidentes de groupes étrangers réalisent 32 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur commerce de gros en 2004. C'est dans ce secteur que la part des filiales de groupes étrangers est la plus importante ; en effet, il inclut, outre les filiales commerciales d'entreprises commerciales étrangères, les filiales de commercialisation des entreprises industrielles distribuant leurs produits en France. Pour ces mêmes raisons, les filiales d'entreprises étrangères détiennent une place importante dans le commerce et la réparation automobile (25 %). À l'inverse, la part des filiales d'entreprises étrangères reste faible dans les secteurs du commerce de détail hors pharmacies (9 %). En 2004, la présence étrangère s'est renforcée dans les secteurs où elle était déjà la plus importante, ceux du commerce de gros et du commerce automobile. Au sein du commerce de gros, l'importance des filiales sous contrôle étranger s'est fortement accrue dans le secteur des biens d'équipement professionnel. Leur part dépasse 40 %, se situant sensiblement au même niveau que dans le secteur des biens de consommation non alimentaire.

Dans les secteurs du commerce de détail, le contrôle étranger reste modeste, même s'il tend à s'accroître. C'est dans les secteurs du commerce non alimentaire spécialisé que la présence étrangère est la plus importante (12,7 %). Dans le commerce alimentaire non spécialisé, elle reste modeste (7,5 %).

Dans les secteurs du commerce et de la réparation automobile, la part des unités détenues par l'étranger semble importante au regard des autres secteurs du commerce. Elle est toutefois bien inférieure à la part des immatriculations d'automobiles neuves de marque étrangère, qui représentent près de la moitié de l'ensemble des immatriculations. En effet, les concessionnaires automobiles constituent le plus souvent des unités françaises ; ces dernières sont liées par contrat avec le constructeur dont elles commercialisent les produits, mais n'ont généralement pas de lien capitalistique avec lui.

Les filiales commerciales françaises sont contrôlées pour l'essentiel par des groupes européens (67,0 % du total des filiales de groupes étrangers de toute nationalité), faisant partie de la zone euro (47,9 %) ou non (15,3 %) ou même ressortissant à un pays extérieur à l'Union européenne tel que la Suisse.

Les groupes américains, essentiellement des États-Unis, contrôlent 21,9 % du total des filiales de groupes étrangers de toute nationalité. La part de l'Asie (10,9 %), surtout le Japon (9,2 %) mais aussi l'Inde et la Chine, commence à être importante et tend à se renforcer. ■

Définitions

Groupe : ensemble de sociétés contrôlées par un même centre de décision, appelé tête de groupe.

Filiale : le contrôle du groupe est ici mesuré par la détention de plus de la moitié des voix (taux de détention 50 %) en assemblée générale ordinaire de la société, dénommée alors filiale du groupe. Sont dénombrés les groupes français ou étrangers ayant des filiales en France. Les groupes étrangers ont par convention et sauf exception, la nationalité du pays où la tête (centre de décision plus généralement) est implantée. Sont exclues ici les filiales commerciales de groupes dont l'activité principale se trouve dans l'agriculture, sylviculture, pêche (Nomenclature économique de synthèse, NES « EA »).

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2006 », *Insee Première* n° 1138, juin 2007.
- « La situation du commerce en 2006 », *Insee, Document de travail*, juin 2007.
- « Les groupes étrangers en France - En dix ans, 1,8 fois plus de salariés », *Insee Première* n° 1069, mars 2006.

Filiales commerciales résidentes des groupes étrangers 1.12

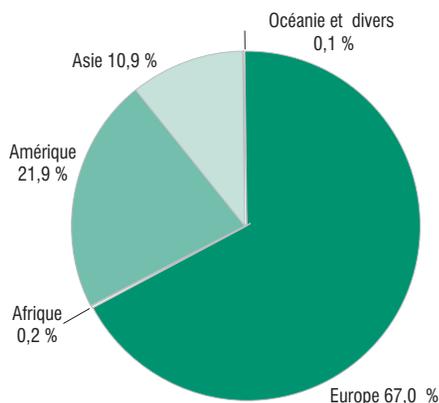
Chiffre d'affaires des filiales françaises d'entreprises étrangères de 2002 à 2004 selon le secteur d'activité

en millions d'euros

	Chiffre d'affaires des filiales			Chiffre d'affaires du secteur en 2004	Part des groupes étrangers (%)
	2002	2003	2004		
Commerce de gros	117 040	125 219	153 735	479 902	32,03
Produits agricoles	3 539	3 418	3 689	47 252	7,81
Produits alimentaires	17 843	21 003	21 593	104 559	20,65
Biens de consommations non alimentaires	40 977	42 385	44 508	102 892	43,26
Produits intermédiaires non agricoles	29 725	32 500	34 469	109 701	31,42
Biens d'équipement professionnel	24 009	25 056	48 581	110 733	43,87
Autres commerces de gros	948	856	895	4 765	18,78
Intermédiaires du commerce	9 216	8 030	9 325	67 043	13,91
Commerce de détail et réparation (hors pharmacies)	25 477	27 839	30 046	331 907	9,05
Alimentaire non spécialisé	11 480	11 693	12 391	165 670	7,48
Alimentaire spécialisé	351	402	395	25 174	1,57
Non alimentaire non spécialisé	47	54	41	5 583	0,73
Non alimentaire spécialisé	11 470	13 409	14 857	116 917	12,71
Détail hors magasin	1 980	2 138	2 284	16 582	13,77
Réparation d'articles personnels et domestiques	149	144	79	1 981	3,99
Commerce et réparation automobile	29 260	28 255	38 768	153 549	25,25
Total du commerce	180 992	189 343	231 874	1 032 402	22,46

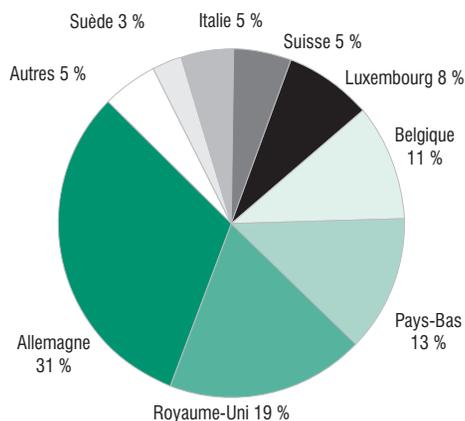
Sources : Insee, Lifi, Diane, compte du commerce.

Origine des groupes étrangers possédant des filiales commerciales françaises en 2004



Sources : Insee, Lifi, Diane.

Origine des groupes européens possédant des filiales commerciales françaises en 2004



Sources : Insee, Lifi, Diane.

1.13 Échanges extérieurs

Dans le contexte d'une accélération des échanges mondiaux, les flux du commerce extérieur de la France progressent fortement en 2005. Les exportations augmentent de 4,6 % et les importations de 8,9 %. Les échanges de biens des entreprises du commerce sont un peu moins dynamiques avec une croissance de 4,1 % à l'**exportation** et de 5,4 % à l'**importation**.

En 2005, près de 75 000 entreprises des secteurs du commerce ont réalisé des échanges extérieurs de biens (importations et/ou exportations). Ces secteurs regroupent, à eux seuls, plus de 45 % de l'ensemble des opérateurs des échanges extérieurs de la France (161 000). En nombre d'opérateurs, le commerce devance largement l'industrie (35 500 opérateurs). En revanche, en termes de montants échangés, les entreprises du commerce sont devancées par celles de l'industrie. En 2005, les importations réalisées par les entreprises des secteurs du commerce s'élèvent à 153 milliards d'euros, soit 40 % du total des importations de la France. À l'exportation, le poids du commerce est beaucoup plus faible : le montant des ventes à l'étranger est de 73 milliards d'euros et la part dans le total des exportations françaises atteint seulement 21 %. Ainsi, le poids des entreprises du commerce dans les échanges en valeur est inférieur à leur poids dans l'effectif total des opérateurs. Ce constat est particulièrement frappant pour les exportations : plus de 40 % des exportateurs appartiennent aux secteurs du commerce, mais ils ne réalisent que 21 % des ventes à l'étranger. Ce décalage s'explique notam-

ment par la structure par taille des entreprises de ce secteur : l'exportation croît avec la taille de l'entreprise, or les petites et moyennes entreprises, entreprises dont l'effectif salarié est inférieur à 250, sont plus fortement représentées dans les secteurs du commerce que dans les autres secteurs d'activité.

Les entreprises du commerce réalisent la plus grande partie de leurs échanges avec les pays de la zone euro. 53,3 % de leurs importations et 53,4 % de leurs exportations concernent cette zone, avec des montants échangés de respectivement 82 milliards et 39 milliards d'euros. L'Asie arrive au deuxième rang des grandes zones de provenance des importations des entreprises du secteur commerce ; en 2005, le montant des importations des entreprises du commerce depuis cette zone s'élève à 32 milliards d'euros, soit 20,7 % du total des importations. L'Asie passe ainsi devant les autres pays d'Europe qui ne font pas partie de la zone euro (17 %). Les importations du commerce restent relativement concentrées sur ces trois zones.

Les entreprises des secteurs du commerce participent aux échanges de l'ensemble des produits. Elles sont très majoritaires dans les branches agricoles, puisqu'en valeur elles importent 65 % des produits et en exportent 78 %. Elles sont également très présentes à l'importation pour les produits de l'industrie agroalimentaire, les biens de consommation et les produits de l'industrie automobile. À l'exportation, la part du secteur commerce est plus forte pour les biens de consommation et les produits de l'industrie agroalimentaire. ■

Définitions

Exportations - importations : les exportations et les importations des entreprises commerciales sont respectivement les montants des ventes de biens et des achats de biens réalisés avec l'étranger par des entreprises commerciales françaises.

Pour en savoir plus

- « Le commerce extérieur au premier semestre 2007 », direction générale des douanes et droits indirects, (DGDDI), juin 2007, http://lekiosque.finances.gouv.fr/APPCHIFFRE/P_boussole.asp
- « Les opérateurs du commerce extérieur en 2006 », DGDDI, août 2007.

Les échanges en 2005

	Entreprises du commerce			Ensemble des secteurs		
	Nombre d'entreprises*	Montants échangés (Md€)	Variation 2005/2004 (%)	Nombre d'entreprises*	Montants échangés (Md€)	Variation 2005/2004 (%)
Exportations	40 719	73	4,1	100 403	346	4,6
Importations	54 941	153	5,4	109 104	379	8,9

* Une entreprise peut être comptée à la fois en exportations et en importations.

Source : Douanes.

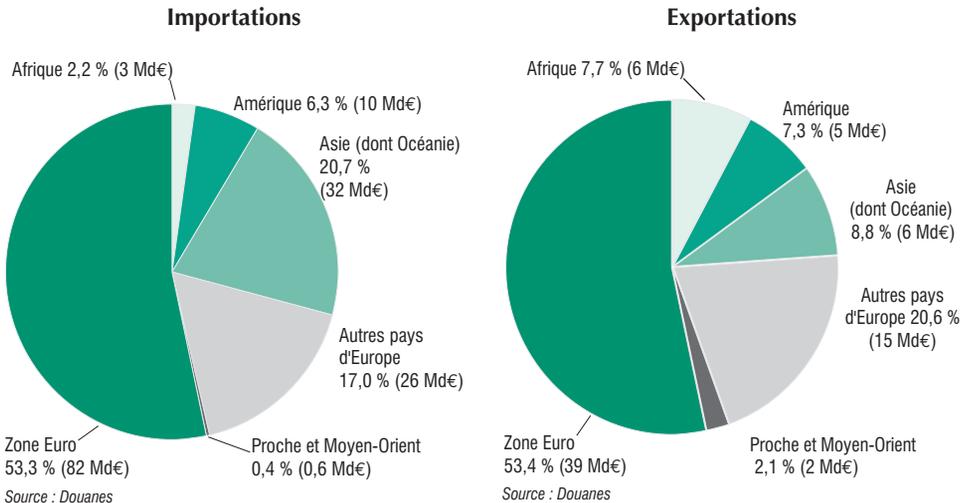
Poids des entreprises du commerce dans les échanges de produits en 2005

	en %	
	Exportations	Importations
Produits agricoles	78	65
Produits des industries agroalimentaires	29	51
Biens de consommation	29	53
Industrie automobile	10	49
Biens d'équipement	19	40
Biens intermédiaires	17	37
Produits énergétiques	14	11
Divers	31	56

Lecture : 78 % des exportations de produits agricoles sont effectuées par des entreprises du commerce.

Source : Douanes.

Répartition des échanges selon la zone géographique



1.14 Commerce en Europe

En 2004, le commerce en **Europe** représente plus de 6 millions d'entreprises qui réalisent un chiffre d'affaires de plus de 7 000 milliards d'euros et occupent 30 millions de personnes dont 25 millions de salariés.

Le commerce de détail représente à lui seul environ 3,7 millions d'entreprises, soit plus de 60 % de l'ensemble des entreprises du commerce en Europe. Le commerce de détail occupe 56 % des emplois du commerce, mais il ne représente que 29 % du chiffre d'affaires.

Au sein du commerce de détail, le commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé est clairement le sous-secteur prédominant en Europe. Ce sous-secteur représente en effet 45 % du chiffre d'affaires du commerce de détail.

Dans l'ensemble de l'**Union européenne**, le commerce de détail de produits alimentaires est réalisé en valeur à 86 % dans des magasins non spécialisés (hypermarchés ou supermarchés). En France, la part des magasins non

spécialisés est relativement plus importante (93 %). Mais elle est encore plus élevée en Slovaquie (94 %), Estonie (95 %), Lettonie (96 %) et Lituanie (98 %). Inversement cette part est plus faible en Grèce (67 %), Espagne (71 %), Chypre (79 %) et Pologne (79 %).

La taille des entreprises du commerce de détail varie fortement selon les pays. Ainsi, dans l'ensemble de l'Union européenne, le nombre moyen de personnes occupées par entreprise est de 5 personnes. Il est de 2 à 3 pour la Grèce ou l'Italie et atteint 16 personnes au Royaume-Uni.

En 2004, le commerce de gros représente 27 % du nombre des entreprises, 31 % des personnes occupées et 56 % du chiffre d'affaires du commerce de l'Union européenne.

Le commerce et la réparation automobile avec ses 781 000 entreprises représente 13 % du nombre des entreprises, 13 % des emplois et 17 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce en Europe. ■

Définitions

Europe - Union européenne : par Europe, on entend ici Europe politique, c'est-à-dire l'Union européenne, dans son périmètre actuel. Les 27 États membres sont : Belgique, République tchèque, Danemark, Allemagne, Estonie, Grèce, Espagne, France, Irlande, Italie, Chypre, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Hongrie, Malte, Pays-Bas, Autriche, Pologne, Portugal, Slovaquie, Roumanie, Bulgarie, Finlande, Royaume-Uni, Slovaquie et Suède.

L'absence de définition commune aux différentes formes de vente en Europe rend les comparaisons internationales délicates. Toutefois, les données présentées ici ont été harmonisées pour faciliter les comparaisons.

Pour en savoir plus

- Euro-indicateurs, Eurostat.
- « Le commerce de détail dans l'Union européenne », *Statistiques en bref*, Eurostat, 2006.
- « Les chiffres-clefs du commerce », *DCASPL*, édition 2005.

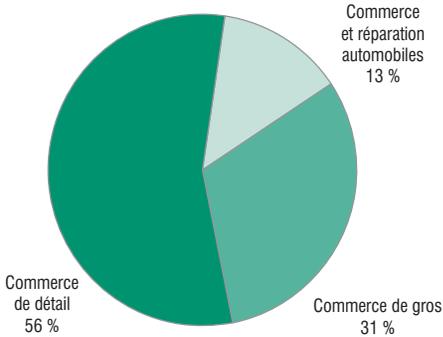
Chiffres clés du commerce en Europe en 2004

	Nombre d'entreprises (milliers)	Personnes occupées (millions)	Chiffre d'affaires (milliards d'euros)
Ensemble du commerce	6 187	30,6	7 136
Commerce de détail	3 727	16,9	2 037
Commerce de gros	1 679	9,5	3 914
Commerce et réparation automobiles	781	4,1	1 185

Source : Eurostat.

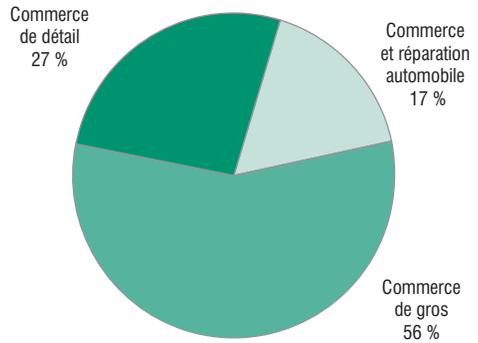
Part des trois secteurs principaux du commerce

dans le nombre de personnes occupées
au sein des entreprises commerciales de
l'Union européenne en 2004



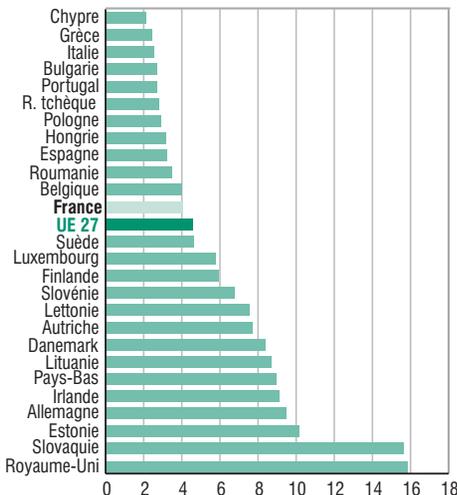
Source : Eurostat.

dans le chiffre d'affaires total du commerce
au sein de l'Union européenne
en 2004



Source : Eurostat.

Nombre moyen de personnes occupées par entreprise dans le commerce de détail en 2004



Source : Eurostat.

Répartition du chiffre d'affaires du commerce de détail alimentaire selon le type de magasin en 2004

	en %	
	Magasins spécialisés	Magasins non spécialisés
Union européenne	14	86
France	7	93
Lituanie	2	98
Lettonie	4	96
Estonie	5	95
Slovénie	6	94
Pologne	21	79
Chypre	21	79
Espagne	29	71
Grèce	33	67

Source : Eurostat