
ANNEXES

Le champ du commerce

Dans cet ouvrage, le champ du commerce est défini par référence à la Nomenclature d'activités française (Naf Rév.1). Au sens de la Naf Rév.1, le commerce recouvre toutes les formes de commercialisation des marchandises revendues en l'état et certains types de réparations (véhicules automobiles, articles domestiques). Le service commercial comprend les opérations usuelles associées au commerce : classement, fractionnement, conditionnement, entreposage, livraison, installation, etc. Dans le cas de la revente en l'état, la valeur du service commercial peut être mesurée par la marge commerciale, égale à la différence entre le prix de vente et le coût d'achat.

Donneurs d'ordres

Les donneurs d'ordres qui achètent des produits pour la revente en l'état relèvent, pour cette activité, du commerce. Cependant, au sens de la Naf Rév.1, s'ils ont une implication majeure dans la conception du produit, ils sont considérés comme producteurs. Par exemple, l'entreprise propriétaire de la formule d'un parfum est classée dans l'industrie, même si elle en sous-traite la fabrication.

Au sens de la Naf Rév.2, c'est-à-dire selon la version révisée 2 en vigueur depuis janvier 2008, un donneur d'ordre qui possède les principales matières premières et qui sous-traite l'ensemble du processus de production industrielle à une autre unité relève de l'industrie manufacturière. En revanche, un donneur d'ordre qui ne possède pas les principales matières premières et qui sous-traite l'ensemble du processus de production industrielle à une autre unité relève du commerce, si c'est sa seule activité.

Intermédiaires du commerce et centrales d'achat

Relèvent aussi du champ du commerce, au sens de la Naf, les intermédiaires de commerce qui sont rémunérés par une commission, différence entre le prix client et le prix fournisseur. Les intermédiaires, à la différence des commerçants *stricto sensu*, ne sont pas propriétaires de la marchandise qui est l'objet de la transaction. Les centrales d'achat sont des intermédiaires du commerce qui répondent à deux finalités : l'approvisionnement d'entreprises commerciales de la grande distribution et de petits commerçants affiliés, et l'approvisionnement d'activités non commerciales dans certaines configurations de groupes (filiale commerciale d'un groupe industriel par exemple). Les centrales d'achats se rétribuent pour partie par la facturation de services, pour une autre partie par la perception d'une marge commerciale.

Artisanat commercial

Au sens de la Naf, l'activité de boulangerie, pâtisserie et de charcuterie (fabrication et vente) ne relève pas du commerce mais de l'industrie agroalimentaire, à cause de la phase de transformation des produits de base (à la différence par exemple de la boucherie, qui est une revente en l'état de viande). Pour les études sur le commerce, on élargit le champ à cet artisanat commercial : les activités de boulangerie, pâtisserie et de charcuterie sont dans cet ouvrage classées dans le domaine de l'artisanat commercial.

Méthodologie : nomenclatures

En vigueur depuis 1993, la Nomenclature d'activité française (Naf) est dérivée de la Nomenclature des activités économiques de la Communauté européenne (Nace), elle-même issue de la classification type par industrie de l'ONU (Citi).

Dans le cadre de la Naf rév.1, le secteur d'activité du commerce est organisé en trois divisions. Une première associe le commerce de gros ou de détail d'automobiles, la réparation des véhicules, la fourniture de pièces et les carburants. Une autre division couvre le commerce de gros (hors automobile) en distinguant intermédiaires et revendeurs. La dernière division recouvre le commerce de détail et les réparations d'articles domestiques.

Pour les besoins d'analyses spécifiques sur le commerce, la Commission des comptes commerciaux de la nation (CCCN) a retenu des regroupements d'activités spécifiques. En particulier, les regroupements du commerce de détail sont classés pour la partie alimentaire par formes de ventes (grandes surfaces alimentaires, alimentation spécialisée, artisanat commercial, etc.) et les regroupements du commerce non alimentaire par catégorie de produits vendus (habillement, chaussures, produits pharmaceutiques, aménagement de l'habitat, etc.). Ces secteurs de regroupement sont propres à la CCCN.

Sources

Les sources statistiques sur les entreprises, en particulier l'enquête annuelle d'entreprise (EAE), fournissent des résultats selon la Naf, depuis l'enquête relative à l'année 1993.

Enquête annuelle d'entreprise (EAE) : cette enquête permet de déterminer l'activité principale de l'entreprise. Elle couvre les entreprises de France métropolitaine.

Comptes du commerce : ils incluent les départements d'outre mer. Pour la Commission des comptes du commerce, les grands agrégats sont présentés par grands regroupements.

Sirene : répertoire des entreprises qui couvre la France métropolitaine et les départements d'outre mer.

DADS : ces déclarations annuelles de données sociales sont adressées à l'Administration par les entreprises. Elles concernent des données sur l'emploi et les salaires.

Pour en savoir plus

Système Européen des Comptes, SEC 1995, *Eurostat*, 1996.

Nomenclatures d'activités et de produits françaises - NAF Rév.1, Insee, édition 2003.

Nomenclatures d'activités et de produits françaises - NAF Rév.2, Insee, édition 2008.

Nomenclature économique de synthèse, Insee, *Bulletin mensuel de statistiques* n° 9, 1995.

La réglementation du commerce

Proclamée pendant la Révolution notamment par la loi des 2-17 mars 1791, la liberté d'entreprendre pour le commerce et l'industrie, est un principe général de valeur constitutionnelle constamment réaffirmé par la jurisprudence du Conseil constitutionnel et par celle du Conseil d'État.

Ce principe s'impose aux pouvoirs publics, néanmoins, la liberté du commerce et de l'industrie n'est pas illimitée : « il est loisible au législateur d'apporter des limitations exigées par l'intérêt général à la liberté d'entreprendre... ». Ces motifs d'intérêt général peuvent concerner la protection de l'ordre public ou la défense des intérêts du consommateur (santé publique, sécurité en interdisant par exemple la commercialisation d'un produit dangereux, qualité du service rendu...) ou la réglementation de certaines professions : celle du commerçant lui-même en évitant une concurrence sauvage (ventes en liquidation, ventes à pertes...) ou encore celles de ses salariés (ouverture et fermeture hebdomadaire des commerces).

Professions réglementées

Le législateur peut réglementer une profession en la soumettant à un régime de déclaration préalable (par exemple pour l'ouverture de débits de boissons) ou à un régime d'autorisation préalable sous forme d'accord, d'agrément, de carte professionnelle, de licence, de permis, etc.

À ce titre, certaines professions artisanales sont encadrées afin d'en limiter l'exercice à des personnes dotées de la qualification professionnelle requise sur le fondement de la loi du 5 juillet 1996 et du décret du 2 avril 1998 qui dressent la liste de ces activités. Il s'agit principalement des métiers de la construction, d'entretien et de réparation du bâtiment et des soins esthétiques à la personne.

Activités réglementées

Parmi les principales, on relève le régime des autorisations préalables d'exploitation commerciale. La mise en œuvre de la loi d'orientation du commerce et de l'artisanat du 27 décembre 1973 dite loi Royer, modifiée par la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 dite loi Raffarin, a instauré une procédure spécifique d'autorisation préalable d'exploitation commerciale, indépendante de la délivrance du permis de construire. Cette procédure s'appliquait notamment à tous les projets de création ou d'extension de commerce de détail et d'ensemble commercial d'une surface de vente supérieure à 300 m².

La loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, publiée au *Journal officiel* du 5 août 2008, modifiée, à compter du 26 novembre 2008, le dispositif de l'autorisation d'exploitation commerciale tel qu'il avait été prévu par les lois précitées.

Ce nouveau dispositif vise à instaurer une procédure simplifiée qui soit compatible avec la règle communautaire et permette un aménagement équilibré du territoire tout en répondant à des objectifs de développement durable.

Ainsi, les projets soumis à une demande d'autorisation d'exploitation commerciale devront tenir compte de trois critères rénovés qui concernent :

- l'aménagement du territoire, ceux-ci devant contribuer à l'animation de la vie urbaine, rurale et de montagne, laquelle animation passe notamment par le maintien des activités dans les zones rurales et par le rééquilibrage des agglomérations grâce au développement des activités en centre-ville ;
- des critères induits par la loi du 12 décembre 2000, dite loi « SRU ». Sont ainsi examinés les effets des projets sur les flux de transport (flux de voitures particulières et de véhicules de livraison), mais aussi l'insertion des projets dans les réseaux de transport collectif ;

– des critères relatifs au développement durable : l'intégration paysagère, la prise en compte des coûts collectifs, de l'efficacité énergétique, de la gestion des déchets, de l'utilisation des énergies renouvelables, du traitement adapté des effluents et des eaux pluviales, etc., en sont les différents aspects.

Par ailleurs, le seuil du déclenchement de la procédure d'autorisation d'exploitation commerciale est relevé de 300 m² à 1 000 m². Ainsi, ce nouveau dispositif vise à assurer un développement équilibré de toutes les formes de commerce en prévenant les risques de dévitalisation des centres-villes et de désertification des zones rurales tout en répondant à des objectifs d'aménagement équilibré du territoire et de développement durable.

Interdiction de la revente à perte

L'interdiction de la revente à perte constitue un grand principe du droit commercial français. Elle a été définie par la loi du 1^{er} juillet 1996 relative à la loyauté et à l'équilibre des relations commerciales, dite loi Galland qui a été modifiée successivement par la loi en faveur des petites et moyennes entreprises du 2 août 2005, par la loi du 3 janvier 2008 dite loi Chatel et par la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008. Il s'agit de se prémunir contre les dérives d'une concurrence par les prix bas mais également de lutter contre le phénomène dit des « marges arrières », c'est-à-dire le déplacement de la négociation commerciale du prix de vente facturé vers les réductions de prix hors facture et la coopération commerciale. L'objectif est de faciliter la négociation commerciale entre fournisseurs et détaillants en la rendant plus transparente. Les modalités de calcul du seuil de revente à perte (SRP) ont été revues à cet effet : le SRP est devenu un prix unitaire, trois fois net, intégrant non seulement toutes les réductions de prix sur facture ou hors facture mais aussi tous les avantages financiers et également tous les services de coopération commerciale. Dans un souci de simplification et de transparence l'ensemble de la relation commerciale entre fournisseurs et distributeurs est désormais défini dans une convention unique. Enfin, la loi de modernisation de l'économie met en œuvre la dernière étape de la réforme des relations commerciales en autorisant la négociabilité des conditions générales de vente qui peuvent être différenciées selon les catégories d'acheteurs et de produits ou de demandeurs de prestations de services. Il doit résulter de ces réformes la disparition progressive des marges arrières en intégrant dans le prix des produits les différentes contreparties au contrat de vente dès lors que celles-ci ont été clairement identifiées, une concurrence plus saine entre les entreprises résultant de la liberté de négocier et de choisir, et des baisses de prix et des gains de pouvoir d'achat pour les consommateurs. Demeurent prohibées les offres de prix ou pratiques de prix de vente aux consommateurs abusivement bas par rapport aux coûts de production, de transformation, de commercialisation, dès lors que ces offres ou pratiques ont pour objet, ou peuvent avoir pour effet, d'éliminer d'un marché ou d'empêcher d'accéder à un marché, une entreprise ou l'un de ses produits.

Ventes au déballage

Le code de commerce soumet à encadrement les ventes au déballage. Elles sont soumises à un régime de déclaration (d'autorisation avant la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008) afin de contrôler les pratiques de vente qui peuvent porter atteinte au principe de la loyauté de la concurrence.

Ventes en liquidation

Les ventes en liquidation sont également encadrées par le code de commerce : elles sont également soumises à un régime de déclaration.

Soldes

Les soldes sont définis par le code du commerce comme des ventes, accompagnées ou précédées de publicité, tendant par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de marchandises en stock pendant des périodes strictement réglementées.

Ouverture et fermeture des commerces

Il n'y a de réglementation de l'ouverture des commerces qu'en incidence de la réglementation d'emploi des salariés du commerce. Dans le souci de protéger ces salariés, la réglementation de la législation sociale (code du travail) interdit d'occuper un même salarié plus de six jours par semaine et le jour de repos est, en principe, le dimanche. Toutefois, ce régime comporte de nombreuses dérogations permanentes et de plein droit nécessaires à la vie économique et sociale.

Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC)

La loi de modernisation de l'économie modifie à compter du 1^{er} janvier 2009 la composition des commissions départementales chargées de délivrer les autorisations d'exploitation commerciale et modifie leur dénomination. Les commissions départementales d'équipement commercial (CDEC) deviennent les commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC).

Les CDAC sont composées de huit membres (cinq élus locaux et trois personnalités qualifiées en matière de consommation, de développement durable et d'aménagement du territoire). Le rôle de ces commissions est de garantir le respect de la liberté d'entreprendre et le développement maîtrisé des activités commerciales tout en permettant un aménagement équilibré du territoire, avec la prise en compte de critères rénovés tels que l'aménagement du territoire et le respect de la protection de l'environnement. Enfin, ces autorisations d'exploitation commerciale doivent être compatibles avec les schémas de cohérence territoriale, documents d'urbanisme organisant les aires urbaines. Au cours des dernières années, les commissions d'équipement commercial ont vu leur activité augmenter régulièrement. Les commissions départementales examinent environ 3 700 dossiers par an pour environ 4,7 millions de m² de surface de vente, soit une évolution de près de 27 % en 5 ans. Moins de 10 % de ces demandes font l'objet d'un recours devant la Commission nationale. Au total, toutes commissions confondues, plus de 80 % des demandes sont autorisées. Les décisions des commissions sont susceptibles de recours pour excès de pouvoir devant le juge administratif.

Pour en savoir plus

Loi des 2-17 mars 1791 sur la liberté d'entreprendre pour le commerce et l'industrie.

Loi n° 96-603 du 5 juillet 1996, réglementant certaines professions artisanales.

Loi du 27 décembre 1973, modifiée par la loi du 5 juillet 1996, dite Raffarin.

Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie.

Articles L. 750-1 à L.752-24 du code de commerce.

Titre quatrième du code de commerce relatif à la transparence et aux pratiques restrictives de concurrence (dont l'article L. 442-2).

Article L.3132-1 et suivants du code du travail.

Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS), sous-direction du commerce, de l'artisanat et des professions libérales et sous-direction des affaires juridiques et du droit des entreprises.

Le petit et le grand commerces

Aucun consommateur n'a d'hésitation pour différencier le « petit » et le « grand » commerce spécialisé. Pourtant, si la nomenclature d'activité permet de repérer le commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé, elle ne distingue pas au sein de celui-ci, le « petit » du « grand » commerce. Depuis 1987, à la demande de la commission des comptes commerciaux de la Nation, l'Insee s'est attaché à développer des études sur le grand commerce spécialisé intégré.

Définitions du petit et du moyen commerces

Petit commerce alimentaire : ensemble des entreprises ayant pour activité principale le commerce de produits surgelés, l'alimentation générale de petite surface, la gestion de supérettes et le commerce alimentaire spécialisé.

Artisanat à caractère commercial : ensemble des entreprises ayant pour activité la charcuterie, la boulangerie, la boulangerie-pâtisserie, la pâtisserie et la cuisson de produits de boulangerie.

Petit et moyen commerce non alimentaire : il comprend :

- le petit et moyen commerce non alimentaire en magasin spécialisé ;
- les entreprises de vente par correspondance ne faisant pas partie du grand commerce ;
- l'ensemble des entreprises vendant hors magasins (hormis la vente par correspondance) ;
- les entreprises ayant pour activité la réparation d'articles personnels ou domestiques ;
- des entreprises franchisées ou adhérentes à des groupements d'achats.

Définitions du grand commerce

Grand commerce alimentaire : ensemble des entreprises ayant pour activité principale la gestion de supermarchés, magasins populaires et hypermarchés. Ces entreprises peuvent également gérer à titre secondaire d'autres formes de vente, en particulier des supérettes.

Grands magasins : magasins d'au moins 2 500 m² et réalisant moins d'un tiers de leurs chiffres d'affaires en produits alimentaires.

Grandes entreprises de vente par correspondance : ensemble des entreprises de vente par correspondance à catalogue général ou spécialisé ayant au moins 100 salariés.

Grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé (ou grand commerce spécialisé intégré) : ensemble des entreprises du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé, satisfaisant à une des conditions suivantes :

- employer 100 salariés ou plus ;
- employer 50 salariés ou plus, et :
 - soit exploiter 10 magasins ou plus ;
 - soit exploiter au moins un magasin de 2 500 m² ou plus de surface de vente.

Il s'agit de la définition arrêtée par la commission des comptes commerciaux de la Nation en 1987, révisée en 1998. Cette distinction vise à suivre l'évolution du commerce concentré constitué des entreprises de grande taille.

Cette approche ne tient pas compte de la concentration réalisée par la constitution de réseaux de petits détaillants (franchises, groupements).

Grand commerce spécialisé intégré

Une définition empirique du grand commerce spécialisé intégré basée sur des critères de surface de vente, d'organisation en réseau et d'effectif employé, a été adoptée. Trois critères définissent les entreprises du grand commerce spécialisé intégré : une surface de vente

minimale, l'organisation en un réseau de magasins et une taille d'au moins 100 salariés. Chacun de ces critères peut être satisfait indépendamment des deux autres. Les deux premiers ont été renforcés en 1998 d'une condition sur les effectifs : avoir au moins 50 salariés.

Grandes surfaces et succursalisme

La définition du grand commerce spécialisé intégré s'appuie sur les sources statistiques disponibles, essentiellement l'enquête annuelle d'entreprises dans le commerce. Ainsi, l'unité qui doit répondre aux critères de taille est l'entreprise. La définition retenue ne permet donc de repérer, outre les entreprises possédant des grandes surfaces, qu'un seul type d'organisation commerciale, le succursalisme. Elle exclut les réseaux de commerce indépendants, groupements ou franchisés. De même, le champ retenu n'intègre pas les magasins non alimentaires spécialisés qui appartiennent à des entreprises d'autres secteurs, par exemple de l'industrie.

Établissement des comptes du grand commerce non alimentaire spécialisé

Le grand commerce non alimentaire spécialisé étant défini comme un ensemble d'entreprises, ses résultats sont chiffrés à partir des données comptables de ces entreprises. Les deux sources utilisées sont leurs déclarations fiscales au titre des bénéfices industriels et commerciaux (Bic) et leurs réponses à l'enquête annuelle d'entreprise dans le commerce qui, outre les données comptables, comportent des informations sur les effectifs salariés, le nombre de magasins et leur surface de vente, ainsi que la répartition des ventes par produits.

Parmi la population des entreprises dont l'activité principale relève du commerce non alimentaire spécialisé, on repère les entreprises répondant à l'un des trois critères définissant le grand commerce. Pour assurer une bonne cohérence temporelle de la sélection opérée, le champ du grand commerce est depuis 1998 restreint aux entreprises ayant au moins 50 salariés. Ces entreprises sont enquêtées chaque année.

Dans le cadre du rapport pour la commission des comptes commerciaux de la Nation et pour une comparaison stricte du compte du grand commerce avec les comptes de secteur portant sur l'ensemble des entreprises commerciales relevant des mêmes activités, les montants comptables des entreprises du grand commerce sont redressés pour fraude et évasion fiscale, selon les mêmes règles que les comptes de l'ensemble du secteur. Le chiffre d'affaires du petit et moyen commerce est calculé par solde, par rapport au total du commerce non alimentaire spécialisé chiffré dans les comptes de secteurs correspondants.

Pour en savoir plus

« La situation du commerce en 2008 », Insee, *Document de travail*, juin 2009.

« Le commerce en 2007 », Insee, comptes nationaux, 2009.

Nomenclature d'activités européenne (NACE Rév. 1) - Nomenclature d'activités française (NAF Rév. 1)

Postes utilisés dans l'ouvrage par référence aux nomenclatures

NACE	NAF	Intitulés
50	50	Commerce et réparation automobiles
50.1	50.1	Commerce de véhicules automobiles
50.10	50.1Z	Commerce de véhicules automobiles
50.2	50.2	Entretien et réparation de véhicules automobiles
50.20	50.2Z	Entretien et réparation de véhicules automobiles
50.3	50.3	Commerce d'équipements automobiles
50.30		Commerce d'équipements automobiles
	50.3A	Commerce de gros d'équipements automobiles
	50.3B	Commerce de détail d'équipements automobiles
50.4	50.4	Commerce et réparation de motocycles
50.40	50.4Z	Commerce et réparation de motocycles
50.5	50.5	Commerce de détail de carburants
50.50	50.5Z	Commerce de détail de carburants
51	51	Commerce de gros et intermédiaires du commerce
51.1	51.1	Intermédiaires du commerce de gros
51.11	51.1A	Matières premières agricoles, animaux
51.12	51.1C	Combustibles, métaux, minéraux
51.13	51.1E	Bois et matériaux de construction
51.14	51.1G	Machines, équipements industriels
51.15	51.1J	Meubles, articles de ménage
51.16	51.1L	Textiles, habillement, chaussures
51.17		Denrées, boissons et tabac
	51.1N	Produits alimentaires
	51.1P	Centrales d'achats alimentaires
51.18	51.1R	Autres intermédiaires spécialisés du commerce
51.19		Intermédiaires du commerce en produits divers
	51.1T	Intermédiaires non spécialisés du commerce
	51.1U	Centrales d'achats non alimentaires
51.2	51.2	Commerce de gros de produits agricoles bruts
51.21	51.2A	Céréales et aliments pour le bétail
51.22	51.2C	Fleurs et plantes
51.23	51.2E	Animaux vivants
51.24	51.2G	Cuirs et peaux
51.25	51.2J	Tabac non manufacturé
51.3	51.3	Commerce de gros de produits alimentaires
51.31	51.3A	Fruits et légumes
51.32		Viandes
	51.3C	Viandes de boucherie
	51.3D	Produits à base de viande
	51.3E	Volailles et gibiers
51.33	51.3G	Produits laitiers, œufs, huiles
51.34	51.3J	Boissons
51.35	51.3L	Tabac
51.36	51.3N	Sucre, chocolat et confiserie
51.37	51.3Q	Café, thé, cacao
51.38		Autres commerces de gros alimentaires spécialisés
	51.3S	Poissons, crustacés et mollusques
	51.3T	Alimentaires spécialisés divers
51.39		Non spécialisé de denrées, boissons
	51.3V	Produits surgelés
	51.3W	Commerce de gros alimentaire non spécialisé

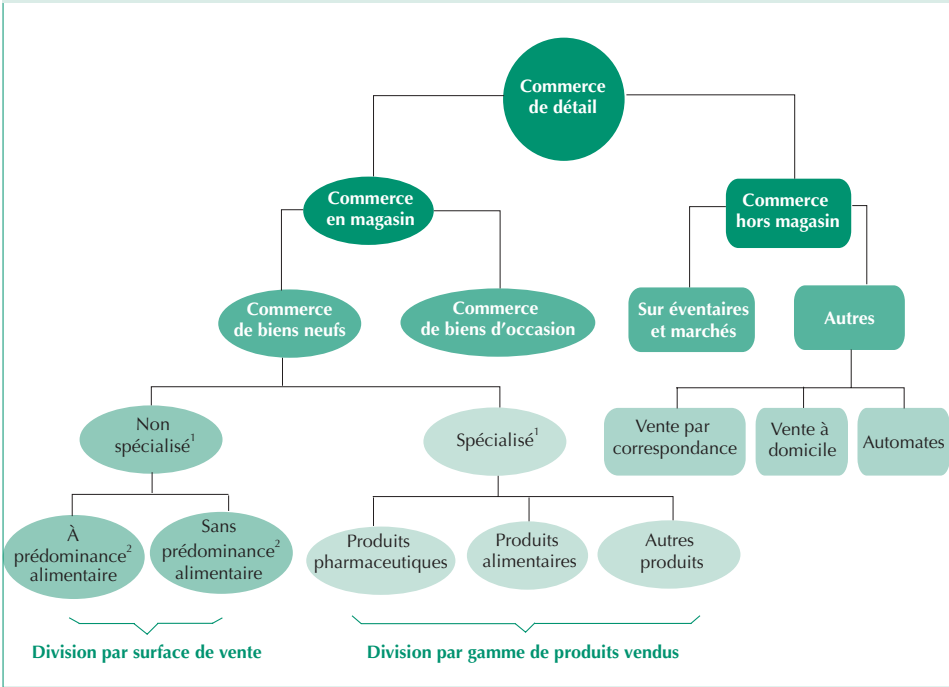
51.4	51.4	Commerce de gros de biens de consommation non alimentaires
51.41	51.4A	Textiles
51.42		Habillement et chaussures
	51.4C	Habillement
	51.4D	Chaussure
51.43	51.4F	Appareils électroménagers et radios
51.44		Céramique, verrerie et produits
	51.4H	Vaisselle et verrerie de ménage
	51.4J	Produits pour l'entretien
51.45	51.4L	Parfumerie et de produits de beauté
51.46	51.4N	Produits pharmaceutiques
51.47		Biens de consommation non alimentaires divers
	51.4Q	Papeterie
	51.4R	Jouets
	51.4S	Autres commerces de gros de biens de consommation
51.5	51.5	Commerce de gros de produits intermédiaires non agricoles
51.51	51.5A	Combustibles
51.52	51.5C	Minerais et métaux
51.53		Bois et matériaux
	51.5E	Bois et de produits dérivés
	51.5F	Matériaux de construction
51.54		Quincaillerie et fournitures pour plomberie et chauffage
	51.5H	Quincaillerie
	51.5J	Fournitures pour plomberie
51.55	51.5L	Produits chimiques
51.56	51.5N	Autres produits intermédiaires
51.57	51.5Q	Déchets et débris
51.8	51.8	Commerce de gros d'équipements industriels
51.81	51.8A	Machines-outils
51.82	51.8C	Machines pour l'extraction
51.83	51.8E	Machines pour l'industrie textile
51.84	51.8G	Ordinateurs, équipements informatiques périphériques
51.85	51.8H	Autres machines et équipements
51.86	51.8J	Composants et autres équipements
51.87		Autres machines utilisées dans l'industrie
	51.8L	Matériel électrique
	51.8M	Fournitures et équipements industriels
	51.8N	Fournitures et équipements divers
51.88	51.8P	Matériel agricole
51.9	51.9	Autres commerces de gros
51.90		Autres commerces de gros
	51.9A	Autres commerces de gros spécialisés
	51.9B	Commerce de gros non spécialisé
52	52	Commerce de détail et réparation d'articles domestiques
52.1	52.1	Commerce de détail en magasin non spécialisé
52.11		Commerce de détail à prédominance alimentaire
	52.1A	Produits surgelés
	52.1B	Alimentation générale
	52.1C	Supérettes
	52.1D	Supermarchés
	52.1E	Magasins populaires
	52.1F	Hypermarchés
52.12		Commerce de détail sans prédominance alimentaire
	52.1H	Grands magasins
	52.1J	Autres commerces de détail
52.2	52.2	Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé
52.21	52.2A	Fruits et légumes
52.22	52.2C	Viandes et produits à base de viande
52.23	52.2E	Poissons, crustacés et mollusques
52.24	52.2G	Pain, pâtisserie et confiserie
52.25	52.2J	Boissons
52.26	52.2L	Tabac
52.27		Autres commerces de détail
	52.2N	Produits laitiers
	52.2P	Alimentaires spécialisés divers

52.3	52.3	Commerce de détail de produits pharmaceutiques et de parfumerie
52.31	52.3A	Produits pharmaceutiques
52.32	52.3C	Articles médicaux et orthopédiques
52.33	52.3E	Parfumerie et produits de beauté
52.4	52.4	Autres commerces de détail en magasin spécialisé
52.41	52.4A	Textiles
52.42	52.4C	Habillement
52.43		Chaussures et articles en cuir
	52.4E	Chaussure
	52.4F	Maroquinerie et articles de voyage
52.44		Meubles et équipements du foyer
	52.4H	Meubles
	52.4J	Équipement du foyer
52.45	52.4L	Appareils électroménagers et radio
52.46		Quincaillerie, peintures et verres
	52.4N	Quincaillerie
	52.4P	Bricolage
52.47	52.4R	Livres, journaux et papeterie
52.48		Commerces de détail spécialisés divers
	52.4T	Optique et photographie
	52.4U	Revêtements de sols
	52.4V	Horlogerie et bijouterie
	52.4W	Articles de sport
	52.4X	Fleurs
	52.4Y	Charbons et combustibles
	52.4Z	Commerces de détail divers
52.5	52.5	Commerce de détail de biens d'occasion
52.50	52.5Z	Biens d'occasion
52.6	52.6	Commerce de détail hors magasin
52.61		Vente par correspondance
	52.6A	Vente par correspondance sur catalogue général
	52.6B	Vente par correspondance spécialisée
52.62		Commerce de détail sur éventaires et marchés
	52.6D	Commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés
	52.6E	Commerce de détail non alimentaire sur éventaires
52.63		Autres commerces de détail
	52.6G	Vente à domicile
	52.6H	Vente par automate
52.7	52.7	Réparation d'articles personnels et domestiques
52.71	52.7A	Chaussures et articles en cuir
52.72		Appareils électriques à usage domestique
	52.7C	Matériel électronique grand public
	52.7D	Appareils électroménagers
52.73	52.7F	Montres, horloges et bijoux
52.74	52.7H	Articles personnels et domestiques (non compris ailleurs)

Activités artisanales à caractère commercial

15.1F	Charcuterie
15.8B	Cuisson de produits de boulangerie
15.8C	Boulangerie et boulangerie-pâtisserie
15.8D	Pâtisserie

Structure de la division des activités du commerce de détail (hors réparation)



1 - 2. Voir définitions ci-dessous.

Structure de la division des activités du commerce de détail (hors réparation) : spécialisation et prédominance alimentaire

1. Spécialisation

La spécialisation s'apprécie à partir de la gamme des produits vendus (fruits et légumes frais, boissons, textiles, etc.). Il existe 8 gammes relatives aux produits alimentaires et 11 gammes relatives aux produits non alimentaires. Si l'une de ces 19 gammes génère plus de la moitié du chiffre d'affaires du magasin, le commerce est spécialisé sur cette gamme. Dans le cas contraire, il faut considérer les gammes significatives : celles générant au moins 5 % du chiffre d'affaires. De leur nombre dépend la spécialisation. Avec 4 classes concernées au plus, le commerce est spécialisé : son classement précis au sein des groupes s'effectue en fonction de la gamme réalisant le plus fort chiffre d'affaires. Avec 5 classes concernées, ou davantage, le commerce est non spécialisé (voir liste des gammes page suivante).

2. Prédominance alimentaire

Il y a prédominance alimentaire lorsque le chiffre d'affaires en produits alimentaires, boissons et tabac représente plus de 35 % des ventes totales. Sinon, il y a prédominance non alimentaire. Le classement s'achève en appliquant des critères de surface commerciale.

Liste des gammes commerciales utilisées pour l'appréciation de la spécialisation

- Vente au détail de fruits et légumes frais
- Vente au détail de viandes et produits à base de viande
- Vente au détail de poissons, crustacés et mollusques
- Vente au détail de pain, pâtisserie et confiserie
- Vente au détail de boissons
- Vente au détail de tabac et cigarettes
- Vente au détail de produits laitiers
- Vente au détail spécialisée en produits alimentaires divers

- Vente au détail de produits pharmaceutiques
- Vente au détail d'articles médicaux et orthopédiques
- Vente au détail de parfums et de produits de beauté

- Vente au détail de textiles
- Vente au détail d'habillement
- Vente au détail de chaussures et d'articles en cuir
- Vente au détail de meubles et d'équipements du foyer
- Vente au détail d'appareils électroménagers et de radiotélévision
- Vente au détail de quincaillerie, peintures et verre
- Vente au détail de livres, journaux et papeterie
- Vente au détail spécialisée en produits non alimentaires divers

Structure de la division des activités du commerce de détail (hors réparation) : magasins non spécialisés

Le schéma ci-dessous ne concerne que les magasins non spécialisés. Ceux-ci sont classés selon deux critères : la part des ventes en produits alimentaires et la surface des magasins.

Dans le **commerce non alimentaire** (magasins réalisant moins de 1/3 de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires), on distingue :

- les « grands magasins », dont la surface de vente est d'au moins 2 500 m² ;
- les autres magasins non alimentaires non spécialisés (bazars, etc.), dont la surface de vente est inférieure à 2 500 m².

Les **magasins à prédominance alimentaire** sont ceux qui réalisent plus de 1/3 de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires. On distingue :

les grandes surfaces :

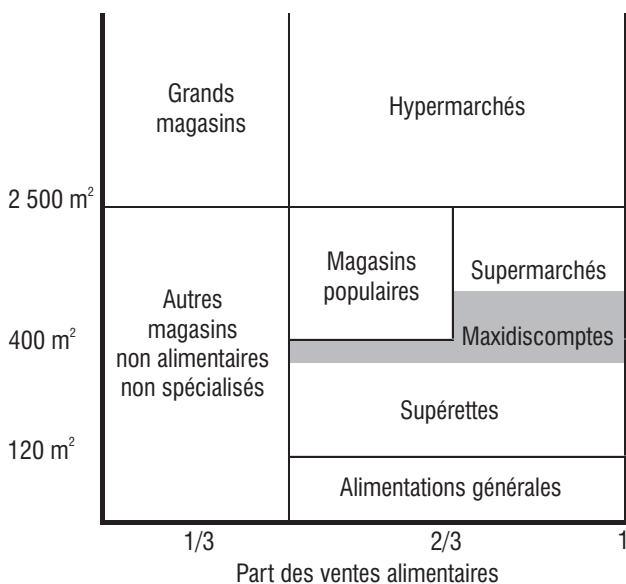
- les « hypermarchés », dont la surface de vente est d'au moins 2 500 m² ;
- les « supermarchés », dont la surface est comprise entre 400 m² et 2 500 m² et qui réalisent plus des 2/3 de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires ;
- les « magasins populaires », de même taille que les supermarchés, mais qui réalisent entre 1/3 et 2/3 de leur chiffre d'affaires en alimentaire ;

les petites surfaces :

- les « supérettes », dont la surface de vente est comprise entre 120 m² et 400 m² ;
- les « alimentations générales », dont la surface de vente est inférieure à 120 m².

Par ailleurs, parmi les magasins alimentaires, les magasins dits de **maxidiscompte** ne constituent pas une catégorie particulière dans les nomenclatures. Ils sont repérés dans cet ouvrage par leurs enseignes et sont classés suivant leur superficie en supérettes (moins de 1/3 d'entre eux) et en supermarchés.

Surface des magasins



Nomenclature d'activités européenne (NACE Rév. 2) - Nomenclature d'activités française (NAF Rév. 2)

Les intitulés des différents postes de la nomenclature présentés ici sont synthétiques.

La formulation précise et officielle est consultable sur le site de l'Insee :

<http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/naf2008/naf2008.htm>

N.B : les pages 147 à 149 ont été modifiées le 15 décembre 2009

NACE	NAF	Intitulés
45	45	Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles
45.1	45.1	Commerce de véhicules automobiles
45.11	45.11Z	Commerce de voitures et véhicules automobiles légers
45.19	45.19Z	Commerce d'autres véhicules automobiles
45.2	45.2	Entretien et réparation de véhicules automobiles
45.20		Entretien et réparation de véhicules automobiles
	45.20A	Entretien et réparation de véhicules automobiles légers
	45.20B	Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles
45.3	45.3	Commerce d'équipements automobiles
45.31	45.31Z	Commerce de gros d'équipements automobiles
45.32	45.32Z	Commerce de détail d'équipements automobiles
45.4	45.4	Commerce et réparation de motocycles
45.40	45.40Z	Commerce et réparation de motocycles
46	46	Commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motocycles
46.1	46.1	Intermédiaires du commerce de gros
46.11	46.11Z	Matières premières agricoles, animaux vivants, matières premières textiles et produits semi-finis
46.12		Combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques
	46.12A	Centrales d'achat de carburant
	46.12B	Autres intermédiaires du commerce en combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques
46.13	46.13Z	Bois et matériaux de construction
46.14	46.14Z	Machines, équipements industriels, navires et avions
46.15	46.15Z	Meubles, articles de ménage et quincaillerie
46.16	46.16Z	Textiles, habillement, fourrures, chaussures et articles en cuir
46.17		Denrées, boissons et tabac
	46.17A	Centrales d'achat alimentaires
	46.17B	Autres intermédiaires du commerce en denrées, boissons et tabac
46.18	46.18Z	Spécialisés dans le commerce d'autres produits spécifiques
46.19		Produits divers
	46.19A	Centrales d'achat non alimentaires
	46.19B	Autres intermédiaires du commerce en produits divers
46.2	46.2	Commerce de gros de produits agricoles bruts et d'animaux vivants
46.21	46.21Z	Céréales, tabac non manufacturé, semences, aliments pour le bétail
46.22	46.22Z	Fleurs et plantes
46.23	46.23Z	Animaux vivants
46.24	46.24Z	Cuirs et peaux
46.3	46.3	Commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac
46.31	46.31Z	Fruits et légumes
46.32		Viandes et produits à base de viande
	46.32A	Viandes de boucherie
	46.32B	Produits à base de viande
	46.32C	Volailles et gibiers
46.33	46.33Z	Produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses comestibles
46.34	46.34Z	Boissons
46.35	46.35Z	Produits à base de tabac

46.36	46.36Z	Sucre, chocolat et confiserie
46.37	46.37Z	Café, thé, cacao et épices
46.38		Autres produits alimentaires, y compris poissons, crustacés et mollusques
	46.38A	Poissons, crustacés et mollusques
	46.38B	Alimentaire spécialisé divers
46.39		Commerce de gros non spécialisé de denrées, boissons et tabac
	46.39A	Produits surgelés
	46.39B	Alimentaire non spécialisé
46.4	46.4	Commerce de gros de biens domestiques
46.41	46.41Z	Textiles
46.42	46.42Z	Habillement et chaussures
46.43	46.43Z	Appareils électroménagers
46.44	46.44Z	Vaisselle, verrerie et produits d'entretien
46.45	46.45Z	Parfumerie et produits de beauté
46.46	46.46Z	Produits pharmaceutiques
46.47	46.47Z	Meubles, tapis et appareils d'éclairage
46.48	46.48Z	Articles d'horlogerie et bijouterie
46.49	46.49Z	Autres biens domestiques
46.5	46.5	Commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication
46.51	46.51Z	Ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels
46.52	46.52Z	Composants et équipements électroniques et télécommunication
46.6	46.6	Commerce de gros d'autres équipements industriels
46.61	46.61Z	Matériel agricole
46.62	46.62Z	Machines-outils
46.63	46.63Z	Machines pour l'extraction, la construction et le génie civil
46.64	46.64Z	Machines pour l'industrie textile et l'habillement
46.65	46.65Z	Mobilier de bureau
46.66	46.66Z	Autres machines et équipements de bureau
46.69		Autres machines et équipements
	46.69A	Matériel électrique
	46.69B	Fournitures et équipements industriels divers
	46.69C	Fournitures et équipements divers pour le commerce et les services
46.7	46.7	Autres commerces de gros spécialisés
46.71	46.71Z	Combustibles et produits annexes
46.72	46.72Z	Minerais et métaux
46.73		Bois, matériaux de construction et appareils sanitaires
	46.73A	Bois, matériaux de construction
	46.73B	Appareils sanitaires, produits de décoration
46.74		Quincaillerie et fournitures pour plomberie et chauffage
	46.74A	Quincaillerie
	46.74B	Fournitures pour la plomberie et le chauffage
46.75	46.75Z	Produits chimiques
46.76	46.76Z	Autres produits intermédiaires
46.77	46.77Z	Déchets et débris
46.9	46.9	Commerce de gros non spécialisé
46.90	46.90Z	Commerce de gros non spécialisé

47 Commerce de détail, à l'exception des automobiles et des motocycles

47.1	47.1	Commerce de détail en magasin non spécialisé
47.11		Commerce de détail en magasin non spécialisé à prédominance alimentaire
	47.11A	Produits surgelés
	47.11B	Alimentation générale
	47.11C	Supérettes
	47.11D	Supermarchés
	47.11E	Magasins multi-commerces
	47.11F	Hypermarchés
47.19		Autre commerce de détail en magasin non spécialisé
	47.19A	Grands magasins
	47.19B	Autres commerces de détail en magasin non spécialisé

47.2	47.2	Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé
47.21	47.21Z	Fruits et légumes
47.22	47.22Z	Viandes et produits à base de viande
47.23	47.23Z	Poissons, crustacés et mollusques
47.24	47.24Z	Pain, pâtisserie et confiserie
47.25	47.25Z	Boissons
47.26	47.26Z	Produits à base de tabac
47.29	47.29Z	Autres commerces de détail alimentaires
47.3	47.3	Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé
47.30	47.30Z	Carburants
47.4	47.4	Commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé
47.41	47.41Z	Ordinateurs, unités périphériques et logiciels
47.42	47.42Z	Matériels de télécommunication
47.43	47.43Z	Matériels audio et vidéo
47.5	47.5	Commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé
47.51	47.51Z	Textiles
47.52		Quincaillerie, peintures et verres
	47.52A	Quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m ²)
	47.52B	Quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m ² ou plus)
47.53	47.53Z	Tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols
47.54	47.54Z	Appareils électroménagers
47.59		Meubles, appareils d'éclairage et autres articles de ménage
	47.59A	Meubles
	47.59B	Autres équipements du foyer
47.6	47.6	Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé
47.61	47.61Z	Livres
47.62	47.62Z	Journaux et papeterie
47.63	47.63Z	Enregistrements musicaux et vidéo
47.64	47.64Z	Articles de sport
47.65	47.65Z	Jeux et jouets
47.7	47.7	Autres commerces de détail en magasin spécialisé
47.71	47.71Z	Habillement
47.72		Chaussures et articles en cuir
	47.72A	Chaussure
	47.72B	Maroquinerie et articles de voyages
47.73	47.73Z	Produits pharmaceutiques
47.74	47.74Z	Articles médicaux et orthopédiques
47.75	47.75Z	Parfumerie et produits de beauté
47.76	47.76Z	Fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour animaux
47.77	47.77Z	Articles d'horlogerie et bijouterie
47.78		Autre commerce de détail de bien neufs en magasins spécialisé
	47.78A	Optique
	47.78B	Charbons et combustibles
	47.78C	Autres commerces de détail spécialisés divers
47.79	47.79Z	Commerce de détail de biens d'occasion en magasin
47.8	47.8	Commerce de détail sur éventaires et marchés
47.81	47.81Z	Alimentaire
47.82	47.82Z	Textiles, habillement et chaussures
47.89	47.89Z	Autres commerces de détail
47.9	47.9	Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés
47.91		Vente à distance
	47.91A	Vente à distance sur catalogue général
	47.91B	Vente à distance sur catalogue spécialisé
47.99		Autres commerces de détail hors magasin, éventaires ou marchés
	47.99A	Vente à domicile
	47.99B	Vente par automates et autres commerces hors magasin, éventaires ou marchés (non compris ailleurs).

Fédérations professionnelles et institutions du commerce

AC Nielsen

✉ 9, avenue des Trois-Fontaines
95007 CERGY-PONTOISE
☎ Tél. : 01 34 41 44 44
Fax : 01 30 38 60 77

www.acnielsen.com/fr

Association des chambres françaises du commerce et de l'industrie

✉ 45, avenue d'Iéna
BP 3003
75773 PARIS CEDEX 16
☎ Tél. : 01 40 69 37 00
Fax : 01 47 20 61 28

www.acfci.cci.fr

Académie des sciences commerciales

✉ 8, place Porte de Champerret
75017 PARIS
☎ Tél. : 01 42 24 41 33
Fax : 01 42 24 56 65

www.academie-des-sciences-commerciales.fr

Association française de recherches en études statistiques commerciales

✉ 46, rue de Clichy
75009 PARIS
☎ Tél. : 01 48 74 32 80
Fax : 01 40 16 90 20

www.ifls.net

Association permanente des chambres de métiers

✉ 12, avenue Marceau
75008 PARIS
☎ Tél. : 01 44 43 10 00
Fax : 0 47 20 34 48

www.apcm.fr

Association pour le commerce et les services en ligne

✉ 15, rue de la Banque
75002 PARIS
☎ Tél. : 01 49 26 03 04
Fax : 01 49 26 03 52

www.acsel.asso.fr

Banque de France Direction de la balance des paiements

✉ 39, rue Croix des Petits-Champs
75008 PARIS
☎ Tél. 01 42 92 42 92

www.banque-france.fr

Centre de recherche pour l'étude des conditions de vie

✉ 142, rue Chevaleret
75016 PARIS
☎ Tél. : 01 40 77 85 00
Fax : 01 40 77 85 33

www.credoc.asso.fr

Comité des constructeurs français d'automobiles

✉ 2, rue de Presbourg
75008 PARIS
☎ Tél. : 01 49 52 51 00
Fax : 01 49 52 51 88

www.ccfra.fr

Centre d'observation économique de la CCI de Paris

✉ 27, avenue de Friedland
75008 PARIS
☎ Tél. : 01 55 65 55 65
Fax : 01 55 65 78 68

www.coe.ccip.fr

Comité professionnel de développement de la bijouterie, de la joaillerie et de l'orfèvrerie

✉ 22, avenue Franklin-Roosevelt
75008 PARIS
☎ Tél. : 01 53 77 29 00
Fax : 01 43 59 02 74

www.cpdhbjo.com

Confédération française de la boucherie, boucherie-charcuterie, traiteurs

✉ 98, boulevard Pereire
75850 PARIS CEDEX 17
☎ Tél. : 01 40 53 47 50
Fax : 01 43 80 23 85

www.boucherie-france.org

Confédération française du commerce de gros interentreprises et du commerce international

✉ 18, rue des Pyramides
75001 PARIS
☎ Tél. : 01 44 55 35 00
Fax : 01 42 86 01 83

www.cgi-cf.com

Confédération générale de l'alimentation en détail

✉ 56, rue de Londres
75008 PARIS
☎ Tél. : 01 44 90 88 44
Fax : 01 45 22 64 12

www.cgad.fr

Confédération générale des petites et moyennes entreprises

✉ 10, terrasse Bellini
92806 PUTEAUX CEDEX
☎ Tél. : 01 47 62 73 73
Fax : 01 47 73 08 86

www.cgpme.fr

Confédération nationale de la boulangerie et boulangerie-pâtisserie française

✉ 27, rue Eylau
75782 PARIS CEDEX 16
☎ Tél. : 01 53 70 16 25
Fax : 01 47 27 15 77

www.boulangerie.org

Confédération nationale de la triperie française

✉ 111, rue de l'Aubrac V 209
94535 RUNGIS CEDEX
☎ Tél. : 01 46 75 93 20
Fax : 01 45 60 91 71

www.produitstripiers.com

Confédération nationale des artisans pâtissiers, chocolatiers, confiseurs, glacières et traiteurs de France

✉ 31, rue Marius AUFAN
92309 LEVALLOIS PERRET CEDEX
☎ Tél. : 01 40 89 96 70
Fax : 01 40 89 96 71

www.confederationdelapatisserie.com

Confédération nationale des charcutiers, charcutiers-traiteurs et traiteurs de France

✉ 15, rue Jacques-Bingen
75017 PARIS
☎ Tél. : 01 44 29 90 55
Fax : 01 42 67 56 33

www.charcutiers-traiteurs.com

Confédération nationale des détaillants, détaillants-fabricants et artisans de la confiserie, chocolaterie, biscuiterie

✉ 64, rue de Caumartin
75009 PARIS
☎ Tél. : 01 42 85 18 20
Fax : 01 40 16 01 45

www.chocolatiers.fr

Confédération nationale des glaciers de France

✉ 64, rue de Caumartin
75009 PARIS
☎ Tél. : 01 48 74 72 28
Fax : 01 49 95 03 44

www.lemondedudessert.tm.fr

Confédération nationale des poissonniers de France

✉ 1, rue Concarneau - Bâtiment A6 - Marée 321
94569 RUNGIS CEDEX
☎ Tél. : 01 46 86 96 29
Fax : 01 46 87 46 18

www.poissonniers.com

Confédération nationale du commerce horticole

✉ 22, rue Esquirol
75013 PARIS
☎ Tél. : 01 44 24 96 97
Fax : 01 44 24 01 24

www.fnmj.com

Conseil du commerce de France

✉ 40, boulevard Malesherbes
75008 PARIS
☎ Tél. : 01 40 15 03 03
Fax : 01 40 15 97 22

www.cdcf.com

Conseil national des centres commerciaux

✉ 43, boulevard Haussmann
75009 PARIS
☎ Tél. : 01 53 43 82 60
Fax : 01 53 43 82 61

www.cncc.com

Conseil national des professions de l'automobile

✉ 50, rue Rouget-de-l'Isle
92158 SURESNES CEDEX
☎ Tél. : 01 40 99 55 00
Fax : 01 47 28 44 15

www.cnpa.fr

Conseil national des succursalistes de l'habillement

✉ 109, rue du Faubourg Saint-Honoré
75008 PARIS
☎ Tél. : 01 44 70 77 94
Fax : 01 44 70 78 89

www.cnsh.fr

DIA-MART

✉ 18, rue de Turbigo
75002 PARIS
☎ Tél. : 01 42 36 00 36
Fax : 01 42 36 00 31

www.dia-mart.fr

Direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales

✉ 3-5, rue Barbet-de-Jouy
75353 PARIS 07 SP

☎ Tél. : 01 43 19 36 36

Fax : 01 43 19 53 74

www.pme.gouv.fr

Fédération de la boucherie hippophagique de France

✉ 13, rue des Fossés
77000 MELUN

☎ Tél. : 01 64 37 03 75

Fax : 01 64 87 04 27

Fédération des coopératives de commerçants

✉ 77, rue de Lourmel
75015 PARIS

☎ Tél. : 01 44 37 02 00

Fax : 01 44 37 02 02

www.les-enseignes-du-commerce-associe.org

Fédération des entreprises de la vente à distance

✉ 60, rue de La Boétie
75008 PARIS

☎ Tél. : 01 42 56 38 86

Fax : 01 45 63 91 95

www.fevad.com

Fédération des entreprises du commerce et de la distribution

✉ 12, rue Euler
75008 PARIS

☎ Tél. : 01 44 43 99 00

Fax : 01 47 20 53 53

www.fcd.asso.fr

Fédération des magasins de bricolage

✉ 5, rue Maubeuge
75009 PARIS

☎ Tél. : 01 42 82 15 00

Fax : 01 42 82 17 80

www.fmbricolage.org

Fédération des syndicats de la distribution automobile

✉ 10, rue Pergolèse
75016 PARIS

☎ Tél. : 01 45 00 39 71

Fax : 01 45 00 93 60

www.feda.fr

Fédération des syndicats pharmaceutiques de France

✉ 13, rue Ballu
75009 PARIS CEDEX 09

☎ Tél. : 01 44 53 19 25

Fax : 01 44 53 21 75

www.fspf.fr

Fédération française de la distribution industrielle

✉ 22, rue de Dunkerque
75010 PARIS

☎ Tél. : 01 48 78 02 06

Fax : 01 40 23 00 69

www.fenetec.fr

Fédération française de la franchise

✉ 60, rue de La Boétie
75008 PARIS

☎ Tél. : 01 53 75 22 25

Fax : 01 53 75 22 20

www.franchise-fff.com

Fédération française des Marchés d'intérêt national

✉ 457 Rue de la Tour - Centra 249
94576 RUNGIS CEDEX

☎ Tél. : 01 41 80 80 85
Fax : 01 41 80 80 36

www.ffmin.com

Fédération française des négociants en appareils sanitaires

✉ 5, rue Cardinal-Mercier
75009 PARIS

☎ Tél. : 01 40 82 91 44
Fax : 01 40 82 91 45

www.fnas.fr

Fédération française du négoce, de l'ameublement et de l'équipement de la maison

✉ 59, rue Saint-Lazare
75009 PARIS

☎ Tél. : 01 42 85 87 55
Fax : 01 42 80 68 84

www.fnaem.fr

Fédération nationale de l'artisanat de l'automobile

✉ 9-11, avenue Michelet
93583 SAINT-OUEN CEDEX

☎ Tél. : 01 40 11 94 27
Fax : 01 43 80 78 04

www.fna.fr

Fédération nationale de l'épicerie

✉ 5, rue des Reculettes
75013 PARIS

☎ Tél. : 01 55 43 31 75
Fax : 01 55 43 31 99

www.fnde.com

Fédération nationale des chambres syndicales d'artisans et de commerçants professionnels de l'électricité ou de l'électronique

✉ 1, place Uranie
94345 JOINVILLE-LE-PONT

☎ Tél. : 01 43 97 31 30
Fax : 01 43 97 32 79

www.fedelec.fr

Fédération nationale des chambres syndicales des horlogers, bijoutiers, joailliers, orfèvres détaillants et artisans de France

✉ 26, rue Renard
75004 PARIS

☎ Tél. : 01 42 77 07 37
Fax : 01 42 77 07 42

www.fedehbjo.com

Fédération nationale de détaillants en chaussures de France

✉ 46, boulevard Magenta
75010 PARIS

☎ Tél. : 01 42 06 79 30
Fax : 01 42 06 52 09

www.chaussure.org

Fédération nationale de l'équipement bureautique informatique et mobiliers

✉ 12, rue des Pyramides
75001 PARIS

☎ Tél. : 01 42.96.38.99
Fax : 01 42 60 26 73

www.fnebim.fr

Fédération nationale des détaillants en produits laitiers

✉ 5, rue des Reculettes
75013 PARIS

☎ Tél. : 01 55 43 31 55
Fax : 01 43 31 80 52

www.fromagersdefrance.com

Fédération nationale de l'habillement

✉ 9, rue des Petits-Hôtels
75010 PARIS

☎ Tél. : 01 42 02 17 69
Fax : 01 42 02 53 95

www.federation-habillement.fr

Fédération nationale des syndicats de commerçants non sédentaires

✉ 14, rue de Bretagne
75003 PARIS

☎ Tél. : 01 48 87 51 45
Fax : 01 48 87 58 40

www.fnscmf.fr

Fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs

✉ 124, boulevard Haussmann
75008 PARIS

☎ Tél. : 01 44 70 77 90
Fax : 01 44 70 77 91

www.filieresport.com

Institut français de la mode

✉ 33, rue Jean-Goujon
75008 PARIS

☎ Tél. : 01 56 59 22 22
Fax : 01 56 59 22 00

www.ifm-paris.org

IRI-SECODIP

✉ 4, rue André-Derain
78240 CHAMBOURCY

☎ Tél. : 01 30 06 22 00
Fax : 01 30 65 09 45

www.infores.com

NEGOCIA-CCI de PARIS

✉ 8, avenue de la Porte-Champerret
75838 PARIS CEDEX 17

☎ Tél. : 01 44 09 32 00
Fax : 01 44 09 35 99

www.negocia.fr

TMO Régions

✉ 6, rue de Gurvand
BP 40709
35007 RENNES CEDEX

☎ Tél. : 02 99 30 59 96
Fax : 02 99 30 58 87

www.tmoregions.fr

Union du grand commerce de centre-ville

✉ 18, avenue de l'Opéra
75001 PARIS

☎ Tél. : 01 40 15 60 71
Fax : 01 40 15 60 14

www.ucv.com

Union fédérale des marchés

✉ 1 cours de Marseille-Fruileg-442
94642 RUNGIS CEDEX

☎ Tél. : 01 46 87 47 20
Fax : 01 46 87 35 02

Union nationale des industries françaises de l'ameublement

✉ 28 bis, avenue Daumesnil
75012 PARIS

☎ Tél. : 01 44 68 18 00
Fax : 01 44 74 37 55

www.unifa.org

Union nationale des syndicats de détaillants en fruits, légumes et primeurs

✉ 5, rue des Reculettes
75013 PARIS

☎ *Tél. : 01 55 43 31 75*
Fax : 01 55 43 31 99

www.fnde.com

Union professionnelle artisanale

✉ 53, rue Ampère
75017 PARIS

☎ *Tél. : 01 47 63 31 31*
Fax : 01 47 63 31 10

www.upa.fr

Activité économique

L'activité économique d'une unité de production est le processus qui conduit à la fabrication d'un produit ou à la mise à disposition d'un service. La nomenclature des activités économiques en vigueur en France est la Nomenclature d'activités française (Naf). Dans la plupart des statistiques, on repère l'activité principale d'une entreprise, d'une unité locale ou d'un établissement, il s'agit alors d'un classement par secteur.

Activité principale

L'activité principale exercée (APE) est déterminée en fonction de la ventilation des différentes activités de l'entreprise. Comme la valeur ajoutée des différentes branches d'activité est souvent difficile à déterminer à partir des enquêtes statistiques, c'est la ventilation du chiffre d'affaires selon les branches qui est utilisée comme critère de détermination.

Chiffre d'affaires hors taxes

Produit des ventes, déduction faite des remises, de la taxe sur la valeur ajoutée et des autres taxes sur le chiffre d'affaires.

Correction des variations saisonnières

L'évolution d'une série statistique peut en général se décomposer en effets de trois facteurs : un *trend*, une composante saisonnière et une composante irrégulière. La correction des variations saisonnières est une technique que les statisticiens emploient pour éliminer l'effet des fluctuations saisonnières normales sur les données, de manière à en faire ressortir les tendances fondamentales (*trend* et composante irrégulière).

Économie nationale

Ensemble des unités résidentes sur le territoire économique. Le territoire économique

français comprend la métropole et les départements d'outre-mer.

Effectifs salariés

Par salariés, il faut entendre toutes les personnes qui travaillent, aux termes d'un contrat, en échange d'un salaire ou d'une rétribution équivalente.

Effectifs non salariés

Les non-salariés sont les personnes qui travaillent mais sont rémunérées sous une autre forme qu'un salaire.

Entreprises

Les entreprises comprennent les entreprises individuelles (personnes physiques) et les sociétés (personnes morales). À noter que le mot « entreprise » désigne ici toute unité légale déclarée au répertoire et pas nécessairement un « acteur économique » au sens de la loi de modernisation de l'économie (LME) et du décret n° 2008-1354 du 18 décembre 2008 qui définit les catégories de taille d'entreprises et prend en compte en plus la notion d'indépendance et les structures de groupes. 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 (SA) et les sociétés en commandite par action.

Entreprise individuelle

Les entreprises individuelles sont des entreprises non financières qui n'ont pas la forme juridique de sociétés.

Remarque : en comptabilité nationale, les entreprises individuelles ne sont pas dissociées des ménages qui les possèdent.

Établissement

L'établissement est une unité de production géographiquement individualisée, mais juridiquement dépendante de l'entreprise. L'établissement constitue le niveau le mieux adapté à une approche géographique de l'économie.

Remarque : la population des établissements est relativement stable dans le temps et est moins affectée par les mouvements de restructuration juridique et financière que celle des entreprises.

Exportations

Ensemble des biens et des services fournis par des résidents à des non-résidents, à titre onéreux ou gratuit.

Groupe

Un groupe de sociétés ou d'entreprises est constitué par l'ensemble des sociétés (entreprises, personnes morales) dépendant d'un centre de décision ultime : la société tête de groupe, qui peut notamment unifier certains aspects de la gestion financière et de la fiscalité. Néanmoins, le groupe peut comporter une pluralité de centres de décision, en ce qui concerne la politique de production, de vente, etc.

Le lien de dépendance est mesuré par la part des voix détenues en assemblée générale ordinaire.

On définit :

- le contour restreint ou « noyau dur » du groupe comme l'ensemble des entreprises détenues directement ou indirectement à plus de 50 % par une société mère, tête de groupe ; la société mère n'est détenue majoritairement, ni directement ni indirectement, par aucune autre société. Dans cette définition, les groupes forment des ensembles disjoints deux à deux ;
- le contour « élargi » du groupe comme l'ensemble de toutes les entreprises dépen-

dant du groupe, quel que soit leur degré de dépendance vis-à-vis du centre de décision. Au niveau statistique, le contour élargi des groupes est formé de l'ensemble des entreprises appartenant au contour élargi d'au moins un groupe, sans pouvoir associer une entreprise à un groupe plutôt qu'à un autre.

Remarque : l'espace économique où sont implantés les groupes et leurs filiales dépasse le territoire national. En revanche, les enquêtes ou les données administratives recueillent les données économiques des entreprises concernées situées sur le territoire français. Plutôt que de « contour des groupes » et « statistiques sur les groupes et leurs entreprises », il faudrait parler de contour et statistiques de la partie française des groupes.

Importations

Ensemble des biens et des services fournis par des non-résidents à des résidents, à titre onéreux ou gratuit.

Indice

L'indice d'une grandeur est le rapport entre la valeur de cette grandeur au cours d'une période courante et sa valeur au cours d'une période de base. Il mesure la variation relative de la valeur entre la période de base et la période courante. Souvent, on multiplie le rapport par 100 ; on dit « indice base 100 à telle période ».

Les indices permettent de calculer et de comparer facilement les évolutions de plusieurs grandeurs entre deux périodes données.

Inflation

L'inflation est la perte du pouvoir d'achat de la monnaie qui se traduit par une augmentation générale et durable des prix.

Elle doit être distinguée de l'augmentation du coût de la vie. La perte de valeur des unités de monnaie est un phénomène qui touche l'éco-

nomie nationale dans son ensemble, sans discrimination entre les catégories d'agents. En revanche, l'augmentation du coût de la vie affecte la répartition fonctionnelle et personnelle des revenus, sans toucher à la relation entre la masse monétaire et le produit national définissant le pouvoir d'achat de la monnaie.

La plupart du temps, pour évaluer le taux d'inflation on utilise l'indice des prix à la consommation.

Investissement

L'investissement, ou la formation brute de capital fixe au sens de la comptabilité nationale, est constitué par les acquisitions moins cessions d'actifs fixes réalisées par les producteurs résidents. Les actifs fixes sont les actifs corporels ou incorporels issus de processus de production et utilisés de façon répétée ou continue dans d'autres processus de production pendant au moins un an.

Ménages

Un ménage, au sens statistique, est défini comme l'ensemble des occupants d'une résidence principale, qu'ils aient ou non des liens de parenté. Un ménage peut ne comprendre qu'une seule personne.

Remarque : ne font pas partie des ménages les personnes vivant dans des habitations mobiles (y compris les marins et les sans-abri) et la population des communautés (foyers de travailleurs, maisons de retraite, résidences universitaires, maisons de détention...).

Au sens de la comptabilité nationale, il s'agit d'individus ou groupes d'individus considérés tant dans leur fonction de consommateurs que dans celle, éventuelle, d'entrepreneurs produisant des biens marchands ou des services financiers et non financiers marchands (*cf. entreprise individuelle*).

Personne occupée

Le nombre de personnes occupées comprend les salariés, auquel on rajoute les

non-salariés, le personnel extérieur mis à disposition par une autre entreprise, le personnel intérimaire, et desquels on retranche le personnel mis à disposition par l'entreprise.

Point de vente

Un point de vente ou magasin, est un établissement de vente au détail qui a une réelle activité de vente et qui possède une surface de vente. On exclut donc les établissements auxiliaires, comme les entrepôts ou les bureaux d'entreprises commerciales, sans chiffre d'affaires propre. En revanche on inclut les stands fixes et les bureaux de vente (ou lieux de prise de commande).

Production, au sens de la comptabilité nationale

C'est l'activité qui combine des ressources en main-d'œuvre, capital et biens et services pour fabriquer des biens ou fournir des services, et le résultat de cette activité. Les processus purement naturels sans intervention ou contrôle humain ne font pas partie de la production.

Résidents

Personnes physiques :

- les personnes, quelle que soit leur nationalité, qui ont leur domicile principal en France, à l'exception des fonctionnaires et militaires étrangers en poste en France qui sont non-résidents quelle que soit la durée de leur mission ;
- les fonctionnaires et militaires français en poste à l'étranger ;
- les fonctionnaires français mis à la disposition d'une organisation internationale ou de tout autre employeur non-résident.

Personnes morales :

- les personnes morales (françaises ou étrangères) pour leurs seuls établissements situés en France, à l'exception des personnes morales non-résidentes énumérées ;

– les ambassades, missions diplomatiques, consulats français à l'étranger et les unités de l'armée française stationnées à l'étranger.

Non-résidents

Personnes physiques :

- les personnes, quelle que soit leur nationalité, française ou étrangère, qui ont leur domicile principal à l'étranger ;
- les fonctionnaires et militaires étrangers en poste en France.

Personnes morales :

- les personnes morales (françaises ou étrangères) pour leurs seuls établissements situés à l'étranger, à l'exception, pour les françaises, des personnes morales résidentes énumérées ci-dessous ;

– les ambassades, missions diplomatiques et consulats étrangers en France ainsi que les unités d'armée étrangère venant à séjourner en France ;

– les organismes internationaux de caractère intergouvernemental installés en France.

Valeur ajoutée

Elle est égale à la valeur de la production diminuée de la consommation intermédiaire. Cette dernière est la valeur des biens et services transformés ou entièrement consommés au cours du processus de production. L'usure des actifs fixes mis en œuvre n'est pas prise en compte.