

1.1 Panorama du secteur du commerce

En 2008, l'**ensemble du commerce** regroupe près de 677 000 entreprises qui réalisent un chiffre d'affaires de 1 374 milliards d'euros. Il emploie près de 3 millions de salariés en équivalents-temps plein, soit 22 % des emplois du secteur marchand hors agriculture. Le taux de marge commerciale est en moyenne de 21,5 %. Le commerce génère 207 milliards d'euros de valeur ajoutée. Sa part de valeur ajoutée dans l'ensemble du secteur marchand hors agriculture est de 20 %, mesure proche de celle de l'emploi.

Parmi les salariés du commerce, la proportion de femmes est de 50 % et celle des salariés travaillant à temps partiel est de 25 %.

Le secteur du commerce se décompose en trois grands ensembles : le commerce de gros, le commerce de détail et le commerce et la réparation d'automobiles et de motocycles. Pour les biens de consommation, le commerce de gros et le commerce de détail distribuent des produits identiques, mais, alors que le commerce de détail vend principalement aux particuliers, les clients du commerce de gros sont le plus souvent d'autres entreprises du commerce, grossistes ou détaillants, qui revendent en l'état ces produits. Le commerce d'automobiles et de motocycles est quant à lui issu d'un découpage sectoriel destiné à isoler ces produits ; il est composé à la fois de grossistes et de détaillants.

Les entreprises du commerce de détail sont de loin les plus nombreuses (66 % des entreprises du commerce) et occupent près de 1,6 million de salariés en équivalents-temps plein, soit 54 % des emplois de l'ensemble du commerce. En revanche, les entreprises du commerce de détail réalisent 32 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce, tandis que celles du commerce de gros en réalisent

57 %. Cet écart a deux explications. D'une part, une même marchandise peut transiter par plusieurs intermédiaires successifs, alors qu'elle fait le plus souvent l'objet d'une seule vente au détail. D'autre part, de nombreuses marchandises, comme les biens d'équipement par exemple, sont achetées par des utilisateurs professionnels et ne transitent donc jamais par le commerce de détail.

Le taux de marge est de 27,6 % dans le commerce de détail contre 19,6 % dans le commerce de gros. Ceci explique pourquoi la part de la valeur ajoutée du commerce de détail (40 %) dans l'ensemble du commerce est plus grande que celle de son chiffre d'affaires (32 %), alors que pour le commerce de gros, la part de la valeur ajoutée (50 %) est plus faible que celle du chiffre d'affaires (57 %).

Parmi les salariés, la proportion de femmes dans le commerce de détail est particulièrement élevée (64 %) alors qu'elle n'est que de 35 % dans le commerce de gros. La proportion de temps partiel est également plus forte dans le commerce de détail (35 %). De fait, les femmes travaillent plus souvent à temps partiel que les hommes. Dans l'ensemble du commerce, 12 % des hommes travaillent à temps partiel contre 38 % pour les femmes.

La part du commerce et de la réparation d'automobiles et de motocycles dans l'ensemble du commerce est de l'ordre de 10 %, que ce soit en termes de nombre d'entreprises (11 %), de chiffre d'affaires (12 %), de valeur ajoutée (10 %) ou d'emplois (13 %). Le taux de marge de ce secteur (13,8 %) est le plus faible de l'ensemble du commerce. C'est également le secteur où la proportion de femmes (20 %) est la plus faible. ■

Définitions

Ensemble du commerce : il regroupe les entreprises des trois secteurs suivants :

- commerce et réparation d'automobiles et de motocycles (45) ;
- commerce de gros (46) ;
- commerce de détail (47).

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2009 », *Insee Première*, à paraître.
- « La situation du commerce en 2009 », *Document de travail*, Insee, juin 2010.

Panorama du secteur du commerce 1.1

1. Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises (en milliers)	Chiffre d'affaires HT (Md€)	Valeur ajoutée (Md€)	Taux de marge commerciale (%)	Salariés		
					Nombre en équivalents-temps plein (en milliers)	Proportion de femmes (%)	Part de temps partiel (%)
Commerce de gros¹ dont :	155,1	778,8	103,1	19,6	960,6	35,3	11,7
Centrales d'achats et intermédiaires du commerce	41,5	130,6	9,8	n.s.	70,1	44,1	15,6
Produits agricoles bruts et animaux vivants	6,0	60,3	3,7	11,3	45,7	29,0	11,9
Produits alimentaires	18,3	138,5	22,5	25,7	156,0	36,1	12,1
Biens domestiques	35,5	137,6	24,5	30,3	177,2	52,3	16,9
Équipements de l'information et de la communication	6,3	48,0	5,6	15,7	59,0	32,3	9,3
Autres équipements industriels	23,0	86,9	15,9	24,4	213,9	26,3	8,7
Autres commerces de gros spécialisés ²	18,2	165,7	19,4	19,1	222,7	27,6	8,6
Commerce de détail³ dont :	446,4	434,1	83,9	27,6⁴	1 578,5	64,2	35,4
Alimentation non spécialisée, grands magasins et bazars	21,9	190,5	26,1	19,1	567,1	65,3	42,0
Alimentation spécialisée et artisanat commercial	102,6	31,6	10,6	35,3 ⁴	204,1	52,9	31,4
Technologies de l'information et de la communication	6,9	8,5	1,4	25,2	23,9	38,7	19,0
Bricolage et équipement du foyer	35,5	47,1	10,7	34,8	189,6	46,2	21,7
Biens culturels et de loisirs	21,8	18,8	3,9	30,4	84,5	53,8	31,3
Autres commerces de détail en magasin spécialisé	141,9	100,0	25,4	36,8	428,5	78,2	36,5
Événementaires et marchés	84,4	5,8	1,6	43,3	13,1	49,5	49,9
Vente à distance, à domicile et par automate	27,5	17,9	3,2	44,3	47,7	58,2	20,3
Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	75,1	161,4	20,5	13,8	364,9	19,7	10,1
Commerce, entretien et réparation automobiles	59,3	137,1	16,0	11,4	287,3	19,5	10,1
Équipements d'automobiles et de motocycles	15,7	24,3	4,5	26,6	77,6	20,2	9,7
Total commerce	676,6	1 374,2	207,5	21,5⁴	2 904,0	50,3	25,4

1. Le secteur du commerce de gros comprend également le secteur du commerce de gros non spécialisé (46.902) non présenté dans ce tableau, mais néanmoins inclus dans le total de cette ligne.

2. Ce secteur comprend les commerces de gros de : combustibles et produits annexes, minerais et métaux, bois et matériaux de construction, appareils sanitaires et produits de décoration, quincaillerie, fournitures pour plomberie et chauffage, produits chimiques, autres produits intermédiaires, déchets et débris.

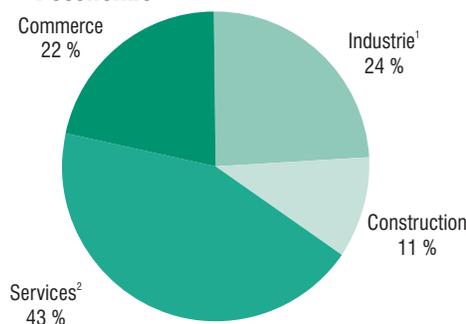
3. Le secteur du commerce de détail comprend également le secteur des carburants (47.3) non présenté dans ce tableau, mais néanmoins inclus dans le total de cette ligne.

4. Hors artisanat commercial.

Champ : France ; France métropolitaine pour proportion de femmes et temps partiel.

Source : Insee, É sane 2008, Déclaration annuelle des données sociales, Clap.

2. Part de l'emploi salarié du commerce dans l'économie



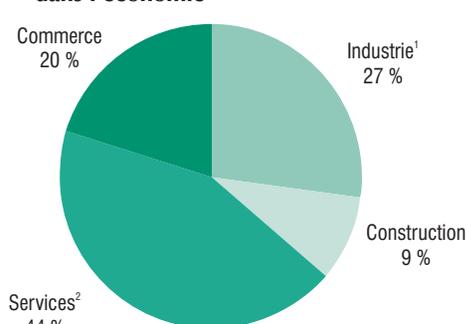
1. Y compris industries agricoles et alimentaires.

2. Transports, activités financières, activités immobilières, services aux entreprises et autres services.

Champ : France ; effectif salarié des activités marchandes hors agriculture en équivalents-temps plein.

Source : Insee, Clap.

3. Part de la valeur ajoutée du commerce dans l'économie



1. Y compris industries agricoles et alimentaires.

2. Transports, activités financières, activités immobilières, services aux entreprises et autres services.

Champ : France ; activités marchandes hors agriculture.

Source : Insee, É sane 2008.

1.2 Conjoncture du commerce en 2010

L'activité française accélère au 2^e trimestre 2010 avec une croissance du PIB de 0,7 % (après 0,2 % au 1^{er} trimestre). La reprise des investissements des entreprises et la consommation des ménages ont notamment soutenu la croissance française.

Les **enquêtes de conjoncture** pointent actuellement vers une progression de l'activité. L'économie française continuerait en effet de croître sur un rythme modéré au 2^e semestre 2010 : le commerce mondial devrait ralentir d'ici la fin de l'année mais la demande intérieure soutiendrait la croissance.

La production de la branche commerce, qui se redresse au 2^e trimestre 2010 (+ 0,7 % après - 0,1 % au 1^{er} trimestre) devrait continuer de croître au même rythme jusqu'à la fin de l'année (+ 0,6 % par trimestre).

Dans le commerce de gros, la forte dégradation du climat conjoncturel observée entre mi-2008 et mi-2009 s'est continuellement estompée jusqu'au début de l'année 2010. À partir du 3^e trimestre 2009, les grossistes ont indiqué une reprise progressive de l'activité : l'indicateur synthétique du climat des affaires a en effet augmenté depuis mi-2009, jusqu'à atteindre sa moyenne de longue période en juillet 2010 pour la première fois depuis deux

ans. Selon les grossistes interrogés en septembre 2010, la reprise observée au 2^e trimestre se confirme au 3^e trimestre. Les ventes globales ont encore augmenté et les échanges avec l'étranger, en particulier les exportations, continuent de s'améliorer. Les perspectives générales d'activité progressent notablement, s'établissant ainsi à un niveau sensiblement supérieur à leur moyenne de longue période. Les intentions de commandes restent proches de la normale sur le marché national comme à l'étranger.

Dans le commerce de détail et l'automobile, la conjoncture s'améliore encore en septembre 2010 : l'indicateur synthétique du climat des affaires progresse depuis son très bas niveau de décembre 2008, et se situe désormais assez nettement au-dessus de sa moyenne de longue période. Si l'activité passée s'est raffermie dans le commerce de détail à la fin de l'été 2010, celle-ci s'est repliée dans le commerce automobile. Cependant, les prévisions pour l'ensemble du secteur sont bien orientées : les intentions de commandes et les perspectives générales d'activité pour l'automne 2010 se renforcent, signe que les chefs d'entreprise deviennent plus optimistes sur la situation globale du commerce. ■

Définitions

Enquêtes de conjoncture : l'enquête de conjoncture dans le commerce de gros est bimestrielle et effectuée auprès d'un échantillon de 3 000 grossistes. L'enquête de conjoncture dans le commerce de détail et le commerce et la réparation automobiles est mensuelle et effectuée auprès d'un échantillon de 3 750 détaillants.

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 en soldes d'opinion : différences entre pourcentages de réponses positives et 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.

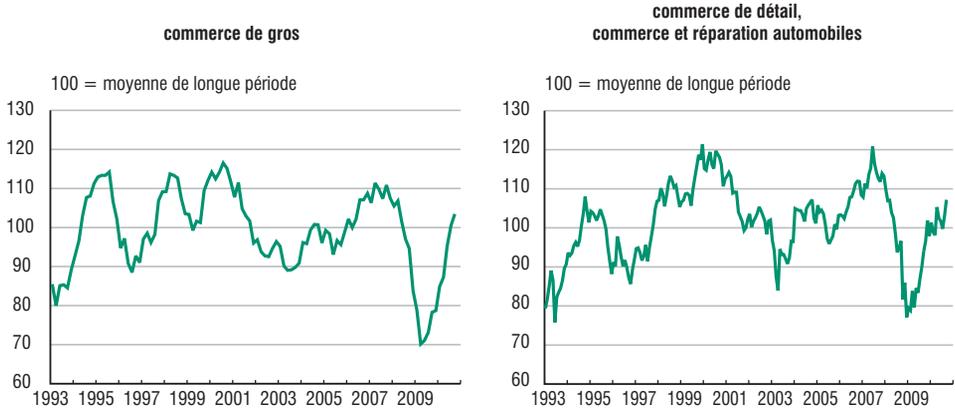
Les indicateurs synthétiques du climat des affaires résument l'opinion des chefs d'entreprise sur la conjoncture dans le commerce : plus leur valeur est élevée, plus le jugement des commerçants est favorable. Ces deux indicateurs synthétisent les principaux soldes d'opinions corrigés des variations saisonnières (CVS) de chaque enquête. Ils sont normalisés pour être de moyenne 100 et d'écart-type 10.

Pour en savoir plus

- « Note de conjoncture », Insee.
- Enquête mensuelle dans le commerce de détail, *Informations rapides*, Insee.
- Enquête bimestrielle dans le commerce de gros, *Informations rapides*, Insee.

Conjoncture du commerce en 2010 1.2

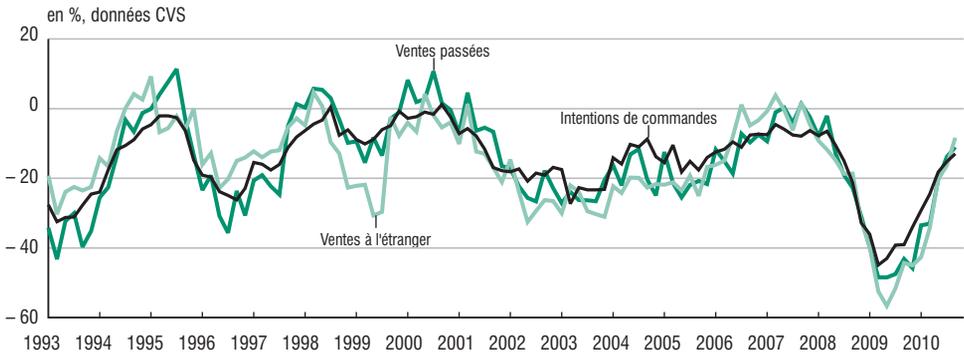
1. Indicateur synthétique de climat des affaires



Champ : France métropolitaine.

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

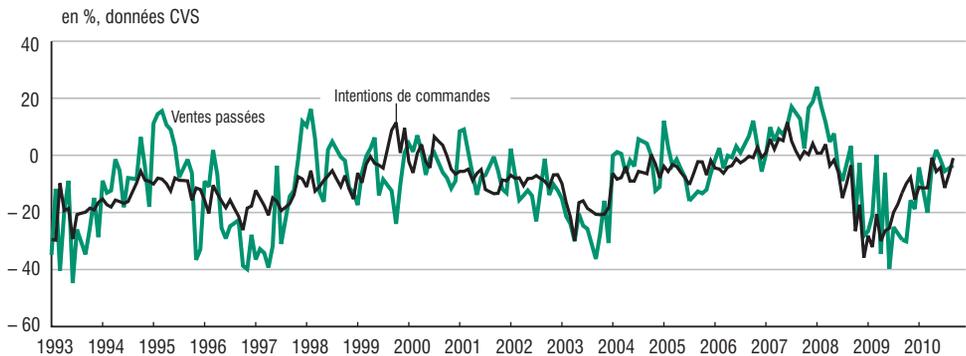
2. Ventes passées et ventes à l'étranger, intentions de commandes dans le commerce de gros



Champ : France métropolitaine.

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

3. Ventes passées et intentions de commandes dans le commerce de détail et le commerce et la réparation automobiles



Champ : France métropolitaine.

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

1.3 Emploi dans le commerce

Fin 2008, le commerce emploie plus de 3 millions de salariés, soit un peu moins d'un salarié sur cinq de l'ensemble des secteurs marchands, et 371 000 non-salariés. 1,7 million de salariés travaillent dans le commerce de détail (hors artisanat commercial), 1 million dans le commerce de gros et 0,4 million dans le commerce et la réparation automobiles.

En 2009, dans le commerce comme dans l'ensemble des secteurs marchands, l'emploi baisse fortement. En **glissement annuel**, entre fin 2008 et fin 2009, le commerce enregistre une perte de 50 300 **emplois salariés**, soit -1,7 %. L'emploi salarié diminue fortement à partir du 3^e trimestre 2008. En **moyenne annuelle**, l'effectif salarié perd 39 300 emplois, soit -1,3 % ; le niveau moyen de l'emploi en 2009 est ainsi nettement inférieur à celui de 2008. Le commerce de détail est le secteur qui est le moins touché par cette baisse (-0,4 % en moyenne annuelle). L'emploi salarié moyen annuel diminue plus fortement dans le commerce de gros (-2,4 %) et dans le commerce et la réparation automobiles (-2,3 %).

Depuis 1989, l'emploi salarié du commerce augmente régulièrement, à l'exception du creux conjoncturel de 1993, de l'essoufflement en 2002, puis de la crise de 2009. Entre 2003 et 2006, l'emploi salarié évolue peu (en 2003, le commerce de détail assure la plus

grande part de la croissance de l'emploi salarié commercial). L'augmentation en 2006 et 2007 permet de franchir le seuil des trois millions d'emplois au premier trimestre 2007. Du troisième trimestre 2008 au troisième trimestre 2009, l'emploi salarié du commerce diminue pour repasser sous la barre des trois millions. Sur le dernier trimestre de l'année 2009, l'emploi est stable.

La part de salariés à temps partiel dans le commerce de gros est peu importante (11,7 %) ; c'est dans le commerce de gros de biens d'équipements industriels qu'elle est la plus faible.

Le commerce de détail est un secteur jeune. En 2009, il emploie 14 % de 15-24 ans contre 9 % dans l'ensemble de l'économie. Il est aussi particulièrement féminisé (61 % de femmes). Près de la moitié des salariés sont des **employés**. Le temps partiel des salariés est fréquent dans le commerce de détail (35 %), particulièrement dans les grandes surfaces à prédominance alimentaire (43 %).

Le secteur du commerce et de la réparation automobiles est aussi un secteur jeune (14 % des actifs de 15-24 ans). La proportion de femmes y est faible (20 % contre 48 % dans l'ensemble de l'économie). Dans ce secteur, la part de salariés qui ne travaillent pas à temps complet est faible par rapport à celle de l'ensemble du commerce (10 % contre 25 %). ■

Définitions

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

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.

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

Employés : il s'agit ici des vendeurs en gros et au détail dans tous les types de points de vente y compris la vente ambulante, des caissiers travaillant dans tout type de magasin (traditionnel, grande surface...), des gérants salariés ou mandataires de station service, des vendeurs à domicile, représentants et des vendeurs en automobile.

Pour en savoir plus

- « La situation du commerce en 2009 », *Document de travail*, Insee, 2010.
- « Le commerce en 2009 », *Insee Première*, à paraître.

Emploi dans le commerce 1.3

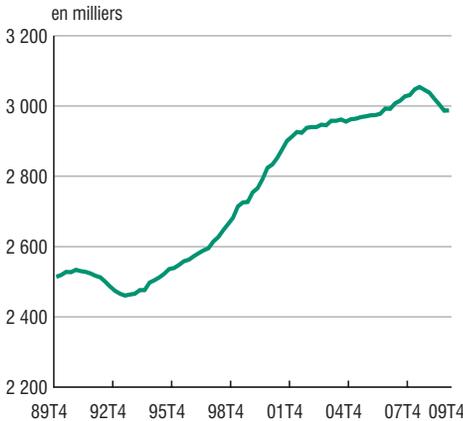
1. Évolution de l'emploi salarié et proportion de salariés ne travaillant pas à temps complet

Secteurs d'activité	Effectif fin 2008 (milliers)	Effectif moyen en 2009 (milliers)	Taux d'évolution annuel moyen de l'effectif en fin d'année 2000-2008 (%)	Taux d'évolution annuel de l'effectif moyen (%)		Proportion de salariés non à temps complet en 2008 (%)
				2008/2007	2009/2008	
Commerce de gros	991,9	975,2	0,1	0,6	-2,4	11,7
Intermédiaires du commerce de gros	70,2	...	0,4	15,6
Produits agricoles bruts et animaux vivants	20,2	...	-2,1	11,9
Produits alimentaires, de boissons et de tabac	162,8	...	0,3	12,1
Biens domestiques	192,0	...	-0,1	16,9
Équipements de l'information et de la communication	63,3	...	-8,6	9,3
Autres équipements industriels	234,0	...	3,2	8,7
Autres commerces de gros spécialisés et commerces non spécialisés	249,4	...	1,4	9,4
Commerce de détail	1 660,1	1 649,7	1,5	1,6	-0,4	35,4
Grandes surfaces à prédominance alimentaire	561,7	...	1,8	43,1
Petites surfaces alimentaires spécialisées ou non	140,4	...	1,1	31,4
Autres commerces de détail en magasin ou non	958,0	...	1,4	31,4
Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	386,0	381,4	0,2	-0,3	-2,3	10,0
Total commerce	3 038,0	3 006,3	0,9	1,0	-1,3	25,1
Ensemble des secteurs marchands (hors agriculture)	16 206,7	15 973,8	0,5	0,5	-2,4	...

Champ : France métropolitaine.

Sources : Insee ; Unedic, DADS 2008.

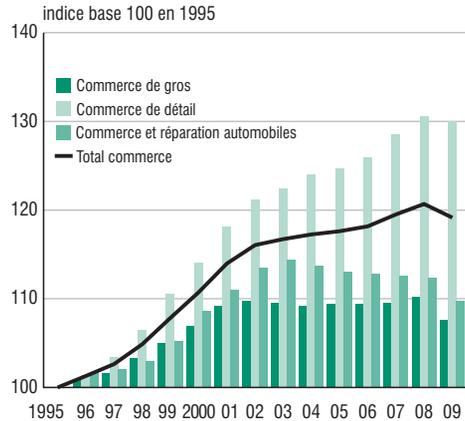
2. Effectifs salariés du commerce en fin de trimestre



Champ : France métropolitaine.

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

3. Évolution de l'emploi salarié en moyenne annuelle



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes nationaux.

4. Actifs du commerce en 2009

Secteurs d'activité	Actifs occupés (a) (%)				Effectifs non salariés (b) (milliers)				
	Proportion de femmes	Proportion d'actifs		Proportion d'employés	2004	2005	2006	2007	2008p
de 15 à 24 ans		de 50 ans ou +							
Ensemble du commerce	48	12	21	35	362,5	363,1	358,6	371,4	371,4
Commerce de gros	34	6	23	18
Commerce de détail	61	14	20	49
Commerce et réparation automobiles	20	14	21	16
Ensemble de l'économie	48	9	26	29	2 269,5	2 295,6	2 315,7	2 332,2	2 347,2

Champ : France métropolitaine.

Sources : (a) Insee, enquête Emploi - (b) Insee ; Dares.

1.4 Salaires dans le commerce

En 2008, un salarié du commerce perçoit en moyenne un **salaire brut** horaire de 15,15 euros et la moitié des salariés du commerce ont un salaire brut horaire inférieur à 12,16 euros. Le salaire brut horaire moyen est moins élevé dans le commerce que dans l'industrie ou les services.

Il existe des disparités importantes de salaire entre les trois grands secteurs du commerce et selon les catégories socio-professionnelles. 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 2008. En effet, le salaire dépend de différents facteurs tels que l'âge, la catégorie socio-professionnelle, le sexe et le temps de travail.

L'effet spécifique de la catégorie professionnelle est important. En 2008, à sexe, région, taille et activité de l'établissement, condition d'emploi et âge égaux, dans le commerce de détail, un cadre perçoit en moyenne un salaire plus élevé de 117,8 % par rapport à un ouvrier ; ce ratio est de

29,6 % pour un salarié exerçant une profession intermédiaire.

En 2008, à catégorie socio-professionnelle, âge, secteur d'activité, taille et région de l'établissement égaux, les salariés du commerce à temps partiel perçoivent en moyenne un salaire brut horaire moyen inférieur à celui des salariés à temps complet, de 0,8 % dans le commerce de détail, de 2,1 % dans le commerce et la réparation automobiles et de 2,5 % dans le commerce de gros.

De même, toutes choses égales par ailleurs, les femmes touchent un salaire inférieur de 5,7 % à celui des hommes dans le commerce de détail, de 9,5 % dans le commerce et la réparation automobiles et de 9,3 % dans le commerce de gros.

En outre, toutes choses égales par ailleurs, en 2008, les salariés qui travaillent en province ont un salaire inférieur à celui des salariés d'Île-de-France, de 10,0 % pour le commerce de gros, de 7,9 % pour le commerce et la réparation automobiles et de 5,9 % pour le commerce de détail. ■

Définitions

Salaire brut : il 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 2008.

Salaire médian : si l'on ordonne une distribution de salaires, la médiane est la valeur qui partage cette distribution en deux parties égales ; ainsi le salaire médian est le salaire au-dessous et au dessus duquel se trouvent 50 % des salaires.

Pour en savoir plus

- « Les revenus d'activité des indépendants », *Insee Références*, septembre 2009.
- « La situation du commerce en 2009 », *Document de travail*, Insee, 2010.
- « Le commerce en 2009 », *Insee Première*, à paraître.

Salaire dans le commerce 1.4

1. Salaires bruts horaires moyens et médians des salariés en 2008

en euros

Secteur d'activité		Temps complet	Temps partiel	Ensemble
Commerce de gros	Moyenne	18,76	16,94	18,65
Commerce de détail	Moyenne	13,26	11,62	12,87
Commerce et réparation automobiles	Moyenne	14,86	13,56	14,79
Total commerce	Moyenne	15,63	12,48	15,15
Salaire médian	Médiane	12,56	10,60	12,16
Industrie	Moyenne	18,29	18,46	18,30
Construction	Moyenne	15,84	14,92	15,80
Services	Moyenne	20,19	15,41	19,44

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, DADS 2008.

2. Salaires bruts horaires moyens selon le sexe et la catégorie socioprofessionnelle en 2008

en euros

Secteur d'activité	Cadres	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers
Hommes				
Commerce de gros	36,87	18,92	13,32	12,79
Commerce de détail	28,47	15,87	11,48	11,88
Commerce et réparation automobiles	32,34	18,40	12,37	12,14
Femmes				
Commerce de gros	30,28	17,27	12,79	11,88
Commerce de détail	24,04	14,19	10,76	11,07
Commerce et réparation automobiles	27,27	15,81	11,62	11,15

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, DADS 2008.

3. Effets « toutes choses égales par ailleurs » de la catégorie socioprofessionnelle, de la région, du secteur d'activité de l'établissement, de l'âge ou de la condition d'emploi sur le salaire en 2008

en %

	Commerce de gros	Commerce de détail	Commerce et réparation automobiles
Catégorie socioprofessionnelle			
Cadres	+ 146,9	+ 117,8	+ 127,3
Professions intermédiaires	+ 39,9	+ 29,6	+ 38,4
Employés	+ 8,9	- 0,3	+ 3,8
Ouvriers	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>
Autres	+ 264,5	+ 187,6	+ 187,9
Région			
<i>Île-de-France</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>
Province	- 10,0	- 5,9	- 7,9
Âge			
Moins de 32 ans	- 14,0	- 7,6	- 11,3
Entre 32 et 43 ans	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>
44 ans ou plus	+ 7,3	+ 4,3	+ 3,7
Sexe			
Homme	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>
Femme	- 9,3	- 5,7	- 9,5
Taille d'établissement			
Entre 0 et 9 salariés	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>
Entre 10 et 49 salariés	+ 6,3	+ 1,5	+ 7,0
50 salariés ou plus	+ 9,2	+ 4,6	+ 12,2
Condition d'emploi			
Temps complet	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>
Temps partiel	- 2,5	- 0,8	- 2,1

Champ : France métropolitaine.

Lecture : en 2008, dans le commerce de détail, la différence de salaire entre une femme et un homme, à catégorie socioprofessionnelle, taille et activité de l'établissement, région, conditions d'emploi et âge égaux est de - 5,7 %.

Note : pour discerner les effets de la catégorie socioprofessionnelle, de la région, de l'âge, du sexe, de la taille et de l'activité de l'établissement, ou de la condition d'emploi d'une personne sur les écarts de salaires au salaire moyen, au sein d'un des trois sous-secteurs du commerce, on met en œuvre une analyse de la variance. Celle-ci permet d'évaluer l'impact d'un facteur sur l'écart salarial, tous autres facteurs égaux par ailleurs.

Source : Insee, DADS 2008.

1.5 Démographie des entreprises commerciales

Environ une **entreprise** française (unité légale du répertoire Sirene) sur quatre (22,8 %) appartient au commerce. Début 2009, en France, 667 100 entreprises sont recensées dans le secteur du commerce et 45 200 dans l'**artisanat commercial**. En considérant l'ensemble, 58 % sont dans le commerce de détail, 25 % dans le commerce de gros et les intermédiaires du commerce, 11 % dans le commerce et la réparation automobiles, et 6 % dans l'artisanat commercial. Les entreprises du commerce sont en majorité composées de SARL (49 %) et d'entreprises individuelles (43 %).

Début 2009, le commerce de gros compte 178 000 entreprises. Les **intermédiaires du commerce** représentent plus du quart des entreprises de ce secteur. Par ailleurs, 60 % des entreprises du commerce de gros sont des SARL.

À cette même date, les 412 000 entreprises du commerce de détail sont pour plus de la moitié (56 %) dans le commerce de détail non alimentaire en magasins spécialisés. Contrairement aux deux autres secteurs, le commerce de détail est composé en majorité d'entreprises individuelles (51 %).

Sur les 45 200 entreprises de l'artisanat commercial début 2009, 88 % sont des boulangeries-pâtisseries. Comme dans le commerce de détail, les entreprises individuelles sont la forme d'entreprise la plus présente dans l'artisanat commercial (59 %).

Début 2009, le secteur du commerce et de la réparation automobiles compte 77 100 entreprises. Les entreprises d'entretien et de réparation de véhicules automobiles sont les plus nombreuses avec près de la moitié des effectifs (48 %). ■

Définitions

Entreprise : au sens employé ici d'unité légale, les entreprises comprennent les entreprises individuelles (personnes physiques) et les sociétés (personnes morales). À noter que le mot « entreprise » désigne donc ici toute unité légale déclarée au répertoire et pas nécessairement un « acteur économique » au sens de la LME (Loi de modernisation de l'économie) 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 correspondant à des catégories juridiques différentes (il en existe plus de 200) : 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.

Depuis le 1^{er} janvier 2007, le champ des entreprises dénombrées a été élargi au secteur marchand non agricole et les critères pour dénombrer les entreprises actives ont été améliorés.

Artisanat commercial : boulangeries, pâtisseries (NAF 10.71B à 10.71D) et charcuteries (NAF 10.13B). Parce que l'on transforme les *inputs*, ces secteurs sont classés de façon native dans l'industrie. Mais leurs caractéristiques sociales les rapprochent du commerce de détail et on les rajoute donc fréquemment dans le commerce.

Intermédiaires du commerce (46.11Z à 46.19B) : ils sont une composante du commerce de gros. Selon la définition donnée par la nomenclature d'activités et de produits françaises (NAF Rév.2), 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

- « La situation du commerce en 2009 », *Document de travail*, Insee, 2010.
- « Le commerce en 2009 », *Insee Première*, à paraître.

Démographie des entreprises commerciales 1.5

1. Nombre d'entreprises commerciales présentes dans le répertoire au 01/01/2009 selon les différentes formes juridiques

Secteur d'activité (NAF)	Entreprises individuelles	Sociétés de personnes	SARL unipersonnelles	Autres SARL	Sociétés de capitaux	Autres sociétés	Ensemble
Commerce de gros (y compris intermédiaires)	42 355	902	14 296	93 327	6 765	20 399	178 044
Intermédiaires du commerce de gros	31 193	174	2 746	12 475	681	2 137	49 406
Commerce de gros de :							
produits agricoles bruts et d'animaux vivants	1 527	61	520	2 900	289	1 089	6 386
produits alimentaires, boissons et tabac	1 982	168	1 837	11 631	1 183	3 347	20 148
biens domestiques	2 861	174	2 957	25 448	1 349	3 734	36 523
équipements de l'information et de la communication	493	34	773	6 121	512	1 373	9 306
autres équipements industriels	1 496	152	2 122	14 153	1 480	4 120	23 523
autres commerces de gros spécialisés	1 541	97	1 657	10 794	1 162	3 563	18 814
commerce de gros non spécialisé	1 262	42	1 684	9 805	109	1 036	13 938
Commerce de détail	211 363	8 176	29 468	145 516	4 660	12 789	411 972
Magasin non spécialisé	14 045	369	1 650	12 079	1 201	3 706	33 050
<i>dont grandes surfaces alimentaires (supermarchés, hypermarchés)</i>	70	184	157	2 099	1 022	2 796	6 328
Alimentaire en magasin spécialisé	23 457	1 274	3 482	16 487	265	871	45 836
Non alimentaire	87 296	6 445	21 783	105 112	3 031	7 415	231 082
carburants	857	31	286	3 055	38	92	4 359
équipements de l'information et de la communication	1 505	31	956	4 390	57	175	7 114
autres équipements du foyer	10 443	151	4 078	22 262	948	2 124	40 006
biens culturels et de loisirs	12 012	1 116	2 140	11 319	343	882	27 812
autres commerces de détail	62 479	5 116	14 323	64 086	1 645	4 142	151 791
Commerce de détail sur éventaires et marchés	79 884	50	1 014	5 474	15	253	86 690
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	6 681	38	1 539	6 364	148	544	15 314
Commerce et réparation automobiles	24 120	223	8 039	38 360	1 652	4 730	77 124
Commerce de véhicules automobiles	6 559	85	2 673	13 699	1 004	2 889	26 909
Entretien et réparation de véhicules automobiles	14 526	114	4 031	17 766	314	896	37 647
Commerce d'équipements automobiles	1 202	18	718	4 061	281	756	7 036
Commerce et réparation de motocycles	1 833	6	617	2 834	53	189	5 532
Total commerce	277 838	9 301	51 803	277 203	13 077	37 918	667 140
Artisanat commercial	26 795	314	2 446	14 732	140	801	45 228
Boulangerie - pâtisserie	23 600	290	2 185	13 093	104	720	39 992
Charcuterie	3 195	24	261	1 639	36	81	5 236
Total commerce et artisanat commercial	304 633	9 615	54 249	291 935	13 217	38 719	712 368

Champ : France.

Source : Insee, répertoire Sirene.

1.6 Créations d'entreprises commerciales

En 2009, les **créations** d'entreprises augmentent fortement dans l'ensemble de l'économie (+ 75 %). Cette forte hausse est en grande partie due au nouveau **régime d'auto-entrepreneur** qui facilite la création d'entreprises. Hors-régime de l'auto-entrepreneuriat, les créations sont en baisse dans les trois secteurs du commerce comme dans l'ensemble de l'économie. Tous les secteurs du commerce profitent de cette nouvelle possibilité. 130 000 entreprises commerciales (hors artisanat commercial) sont ainsi créées, soit une hausse de 70 % par rapport à 2008. Les créations d'entreprises commerciales représentent un peu moins du quart des créations d'entreprises françaises en 2009.

Hors artisanat commercial, parmi les entreprises commerciales créées en 2009, 20 % appartiennent au commerce de gros, 71 % au commerce de détail et 9 % au commerce et à la réparation d'automobiles.

Les trois secteurs du commerce connaissent une augmentation des créations en 2009. Cette hausse est de 89 % pour le commerce de détail et de 85 % pour le commerce et la réparation d'automobiles. Les créations d'entreprises du commerce de gros augmentent de façon moins importante (+ 21 %).

En 2009, le **taux de création** d'entreprises commerciales françaises est de 19 %. Ce sont les régions du sud qui ont les taux de création les plus élevés : le Languedoc-Roussillon (25 %), la région Provence - Alpes - Côte d'Azur (21 %) et l'Aquitaine (21 %) ; mais aussi celles du nord avec le Nord - Pas-de-Calais (21 %) et la Picardie (21 %).

C'est le secteur du commerce de détail qui profite le plus du nouveau régime d'auto-entrepreneur. Dans ce secteur, 61 % des créations d'entreprises sont le fait d'auto-entrepreneurs. Au contraire, dans le commerce de gros, seulement 26 % des créations sont dues à l'auto-entrepreneuriat. ■

Définitions

Création : depuis le 1^{er} janvier 2007, les créations d'entreprises sont dénombrées selon des concepts harmonisés au niveau européen : une création d'entreprise correspond à l'apparition d'une unité légale exploitante n'ayant pas de prédécesseur ; de plus, la statistique de créations d'entreprises concerne l'ensemble des activités marchandes hors agriculture. La série des créations d'entreprises a été recalculée de 2000 à 2008 en Naf Rév.2, selon cette définition et ce champ. Du fait du changement de nomenclature (passage de Rév.1 à Rév.2), les données sur ce thème ne peuvent être comparées à celles des précédentes publications.

Régime d'auto-entrepreneur : créé par la loi de modernisation de l'économie (LME) d'août 2008, il s'applique depuis le 1^{er} janvier 2009 aux personnes physiques qui créent ou possèdent déjà une entreprise individuelle pour exercer une activité commerciale, artisanale ou libérale (hormis certaines activités), à titre principal ou complémentaire. Cette entreprise doit remplir certaines conditions fiscales : moins de 80 000 euros de chiffre d'affaires pour une activité commerciale ou moins de 32 000 euros pour les prestations de services et les activités libérales. L'auto-entrepreneuriat offre des formalités de création d'entreprises allégées ainsi qu'un mode de calcul et de paiement simplifié des cotisations sociales et de l'impôt sur le revenu (voir *Glossaire*).

Comme les déclarations de créations sont simplifiées, l'information statistique disponible sur les auto-entrepreneurs est, en partie, lacunaire. Le nombre de créations d'auto-entrepreneurs mesuré par l'Insee est en fait un comptage du nombre des « demandes de création » ; il intègre en effet, sans distinction, toutes les demandes de création sous ce régime, que l'activité démarre ou non effectivement après, et celles à qui ce régime a été refusé après la demande de création. Or, selon le concept harmonisé au niveau européen, une création d'entreprise doit s'accompagner de la mise en œuvre effective de nouveaux moyens de production. Les entreprises créées hors du régime d'auto-entrepreneur satisfont ce critère, mais seules les créations d'auto-entrepreneurs qui satisfont ce critère devraient être « légitimement » comptabilisées comme créations. Malheureusement, on ne dispose pas de cette information.

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

Pour en savoir plus

- « La création d'entreprise en 2009 dopée par les auto-entrepreneurs », *Insee Première* n° 1277, janvier 2010.
- « Le commerce en 2009 », *Insee Première*, à paraître.
- « La situation du commerce en 2009 », *Document de travail*, Insee, 2010.

Créations d'entreprises commerciales 1.6

1. Créations d'entreprises commerciales

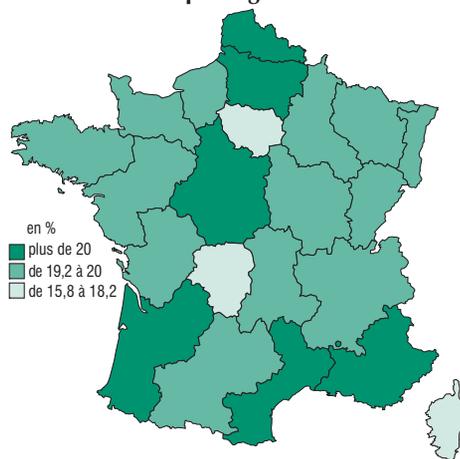
Secteurs d'activité	Nombre de créations				Évolution (%)		
	2007	2008	2009		2008/2007	2009/2008	
			Avec auto-entrepreneurs	Sans auto-entrepreneurs	Avec auto-entrepreneurs	Sans auto-entrepreneurs	
Commerce de gros (y compris intermédiaires)	22 039	21 646	26 253	19 455	-1,8	21,3	-10,1
Intermédiaires du commerce de gros	10 693	10 334	13 623	9 537	-3,4	31,8	-7,7
Commerce de gros de :							
produits agricoles bruts et d'animaux vivants	260	262	297	227	0,8	13,4	-13,4
produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 508	1 566	1 881	1 494	3,8	20,1	-4,6
biens domestiques	3 443	3 075	3 178	2 554	-10,7	3,3	-16,9
équipements de l'information et de la communication	566	605	668	525	6,9	10,4	-13,2
autres équipements industriels	1 295	1 493	1 581	1 334	15,3	5,9	-10,6
autres commerces de gros spécialisés	1 603	1 809	2 068	1 589	12,9	14,3	-12,2
commerce de gros non spécialisé	2 671	2 502	2 957	2 195	-6,3	18,2	-12,3
Commerce de détail	48 433	48 285	91 428	35 441	-0,3	89,4	-26,6
Magasin non spécialisé	2 882	3 236	3 999	3 254	12,3	23,6	0,6
Alimentaire en magasin spécialisé	4 227	4 008	4 721	3 503	-5,2	17,8	-12,6
Non alimentaire	21 681	19 468	26 738	15 970	-10,2	37,3	-18,0
carburants	177	157	162	160	-11,3	3,2	1,9
équipements de l'information et de la communication	1 291	1 424	2 005	1 125	10,3	40,8	-21,0
autres équipements du foyer	4 206	3 864	4 210	2 961	-8,1	9,0	-23,4
biens culturels et de loisirs	1 869	1 835	2 269	1 554	-1,8	23,7	-15,3
autres commerces de détail	14 138	12 188	18 092	10 170	-13,8	48,4	-16,6
Commerce de détail sur éventaies et marchés	15 452	16 449	32 969	9 045	6,5	100,4	-45,0
Commerce de détail hors magasin, éventaies ou marchés	4 191	5 124	23 001	3 669	22,3	348,9	-28,4
Commerce et réparation automobiles	6 729	6 601	12 189	6 394	-1,9	84,7	-3,1
Commerce de véhicules automobiles	2 646	2 808	4 660	2 785	6,1	66,0	-0,8
Entretien et réparation de véhicules automobiles	2 866	2 639	5 607	2 590	-7,9	112,5	-1,9
Commerce d'équipements automobiles	658	618	1 097	594	-6,1	77,5	-3,9
Commerce et réparation de motocycles	559	536	825	425	-4,1	53,9	-20,7
Total commerce	77 201	76 532	129 870	61 290	-0,9	69,7	-19,9
Artisanat commercial	2 877	1 884	2 075	1 677	-34,5	10,1	-11,0
Total commerce et artisanat commercial	80 078	78 416	131 945	62 967	-2,1	68,3	-19,7
Ensemble de l'économie française¹	325 739	331 439	580 193	260 174	1,7	75,1	-21,5

1. Ensemble des activités marchandes hors agriculture.

Champ : France.

Source : Insee, fichier Sirene.

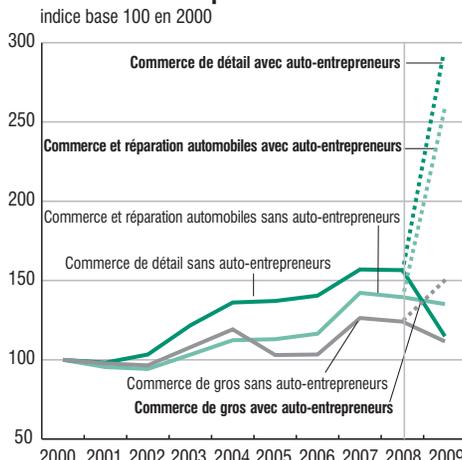
2. Taux de création d'entreprises commerciales par région en 2009



Champ : France métropolitaine, entreprises y compris auto-entrepreneuriat.

Source : Insee, fichier Sirene.

3. Évolution des créations d'entreprises commerciales depuis 2000



Champ : France.

Source : Insee, fichier Sirene.

1.7 Évolution des prix à la consommation

L'évolution de l'**indice des prix à la consommation** est de + 0,9 % entre fin 2008 et fin 2009. C'est l'une des évolutions les plus faibles depuis la fin des années 1990. Au cours de l'année 2009, il est arrivé que les **prix** en glissement annuel baissent (- 0,7 % entre juillet 2008 et juillet 2009). De telles évolutions n'avaient plus été rencontrées depuis 1957. L'**inflation** est principalement portée par l'accroissement des prix des services, mais les mouvements erratiques des prix de l'année 2009 sont le reflet de ceux des produits pétroliers. Par ailleurs, l'**inflation sous-jacente** a continué sa lente progression (+ 1,8 % en 2009 contre + 1,7 % en 2008).

Les évolutions des cours du pétrole brut en euros sont à l'origine des brusques variations de l'indice des prix des produits pétroliers, à la hausse comme à la baisse. Le glissement annuel des prix des produits pétroliers était de - 14,9 % fin 2008 et, dans le sillage de la baisse des cours, il s'est établi à - 27,4 % en juillet 2009. Après un retournement à la hausse des cours du pétrole brut, l'évolution des prix des produits pétroliers s'établit à + 3,6 % fin 2009. Les prix de l'énergie, quant à eux, s'accroissent de + 1,1 % fin 2009 contre une baisse de - 7,0 % fin 2008.

Les prix de l'ensemble des produits manufacturés sont en légère baisse (- 0,1 % fin 2009). Les prix de nombreux biens durables continent de

décroître : équipements audio-visuels, photo et cinéma, de téléphone et de télécopie et matériels de traitement de l'information. La poursuite de la hausse des cours des matières premières minérales reste visible sur les prix de l'horlogerie, de la bijouterie et de la joaillerie et des autres pièces de rechange et accessoires pour véhicules.

Dans l'alimentation, les prix sont également en légère baisse en 2009 (- 0,3 %). Cette baisse traduit notamment le recul des prix des produits laitiers (- 4,3 % pour le lait et la crème et - 3,4 % pour les yaourts et desserts lactés). Par ailleurs, du fait d'une demande morose, les prix des légumes frais diminuent de 5,4 %. Dans le même temps, la hausse de la fiscalité sur les alcools en janvier 2009 est à l'origine de l'augmentation de prix des eaux de vie et liqueurs, des bières, des vins et des apéritifs.

Dans la **grande distribution**, l'évolution des prix des **produits de grande consommation** passe de + 3,6 % en 2008 à - 0,2 % en 2009. Elle est de + 0,7 % dans les autres formes de vente contre + 4,8 % en 2008.

En France, l'inflation mesurée à partir de l'**indice des prix à la consommation harmonisé au niveau européen** (IPCH) s'établit à + 1,0 % en 2009 (+ 1,2 % en 2008). La hausse est de + 1,5 % en 2009 (contre + 2,2 % en 2008) pour les pays membres de l'Union européenne et de + 0,9 % (après + 1,6 % en 2008) pour la zone euro. ■

Définitions

Indice des prix à la consommation (IPC) : instrument de mesure de l'**inflation**. Il permet d'estimer, entre deux périodes données, la variation moyenne des prix des produits consommés par les ménages à qualité constante. Des indices partiels, comme l'indice 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 : indice excluant les prix administrés (tabac, tarifs publics) et les prix fortement volatils en raison des facteurs climatiques (produits frais) ou de l'évolution des cours du pétrole ou des matières premières, corrigé des mesures fiscales et des variations saisonnières.

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 : produits alimentaires hors produits frais et produits d'entretien et d'hygiène-beauté.

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.

Évolution des prix à la consommation 1.7

1. Quelques évolutions de prix en 2009 et 2008

	glissement annuel en % (décembre n/décembre n-1)	
	2008	2009

Dans l'alimentation

Eaux de vie et liqueurs	4,3	3,9
Bières	1,7	3,0
Fruits surgelés, appertisés ou secs	5,7	2,9
Vins	5,9	2,8
Apéritifs	0,6	2,6
Alimentation hors produits frais	3,9	0,0
Alimentation	3,2	-0,3
Produits frais	-1,5	-2,1
Huiles et margarines	9,2	-3,4
Yaourts et desserts lactés	1,9	-3,4
Lait et crème	6,4	-4,3
Légumes frais	-0,8	-5,4

Dans le secteur des produits manufacturés

Horlogerie, bijouterie, joaillerie	8,2	6,4
Journaux	1,6	5,2
Verrerie, faïence et porcelaine	1,3	5,1
Magazines	3,0	4,0
Autres pièces de rechange et accessoires	5,4	3,6
Ustensiles de ménage en métal	2,7	2,9
Lubrifiants	6,1	2,7
Habillement-chaussures	0,6	0,8
Produits manufacturés hors habillement-chaussures	0,4	0,0
Produits manufacturés	0,1	-0,1
Produits de santé	-1,8	-1,8
Appareils de cuisson	-2,3	-2,5
Appareils de lavage	-0,1	-3,5
Pneumatiques	1,7	-7,5
Matériels de traitement de l'information (y c. micro-ordinateurs)	-14,1	-9,1
Équipement de téléphone et de télécopie	-13,8	-12,8
Équipements photo et cinéma	-20,5	-14,5
Équipements audio-visuels	-15,0	-15,3

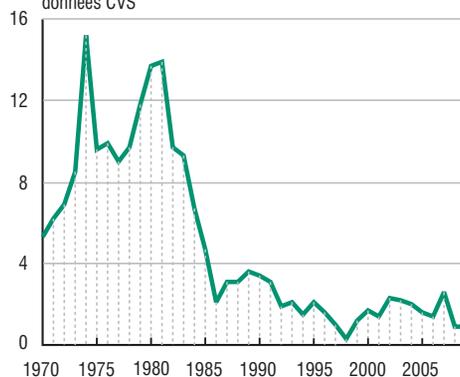
Dans le secteur de l'énergie

Carburants	-14,50	4,50
Produits pétroliers	-14,90	3,60
Combustibles liquides	-21,90	2,50
Énergie	-7,00	1,10
Gaz liquéfiés	7,00	-8,90
Gaz de ville	16,80	-10,20

Champ : France.
Source : Insee

2. Évolution de l'indice d'ensemble des prix à la consommation

glissement annuel en % (décembre n/décembre n-1), données CVS



Champ : France.

Lecture : l'indice d'ensemble des prix à la consommation a augmenté de 0,9 % entre décembre 2008 et décembre 2009 (même valeur qu'entre décembre 2007 et décembre 2008).

Source : Insee.

3. Évolution du prix des carburants

indice mensuel base 100 en 1998



Champ : France.

Source : Insee.

4. Évolution annuelle des prix des produits de grande consommation

	Grande distribution (en %)	Autres formes de vente (en %)	Écart (en point)
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
2007	2,3	3,7	-1,4
2008	3,6	4,8	-1,2
2009	-0,2	0,7	-0,9

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, indice des prix de grande consommation.

1.8 Échanges extérieurs

En 2008, sur les 157 000 opérateurs travaillant à l'international, près de la moitié font partie du secteur du commerce : les **entreprises** du commerce représentent 42 % de l'ensemble des exportateurs français et 51 % des importateurs. En terme de nombre d'opérateurs, il s'agit du secteur le plus important, loin devant l'industrie qui rassemble moins d'un quart des opérateurs.

En revanche, quand on considère les valeurs des biens échangés, le secteur du commerce ne vient qu'en seconde position derrière l'industrie. Il représente malgré tout une part importante des échanges français, particulièrement à l'**importation** (44 % des importations et 22 % des **exportations**).

Par rapport aux autres secteurs, le commerce effectue des échanges avec un grand nombre de pays partenaires, seule l'industrie étant plus diversifiée en termes de destinations : en moyenne, les entreprises du commerce échangent avec quatre pays différents.

En terme de nombre de salariés, les entreprises exportatrices et importatrices du secteur du commerce sont principalement de petite taille. Ce secteur comprend en effet peu d'entreprises exportatrices de plus de 250 salariés (2 %). De plus, parmi les entreprises exportatrices de moins de 250 salariés, on retrouve une part prépondérante d'entreprises de moins de 20 salariés (79 %), alors que celle des 20 à 250 salariés est assez faible (17 %). En valeurs échangées, les disparités par taille d'entreprise se réduisent du fait de la forte concentration des échanges. Les entreprises de plus de 250 salariés représentent ainsi 19 % des exportations et 32 % des importations du commerce.

Définitions

Entreprises : voir *fiche 1.5*. Les entreprises dont il est question dans cette fiche sont les sociétés qui font des déclarations en douane. Les groupes industriels créent fréquemment des filiales spécialisées dans l'import-export. Dans ce cas, les mouvements sont déclarés par la filiale commerciale et par conséquent imputés au secteur du commerce.

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.

Seules les entreprises redevables de l'information statistique auprès des Douanes sont comptabilisées dans cette étude : il s'agit des entreprises ayant, soit effectué avec un pays tiers (hors UE) au moins une exportation (resp. importation) d'une valeur supérieure à 1 000 euros ou d'une quantité supérieure à 1 000 kg, soit réalisé avec l'ensemble des pays de l'UE des expéditions annuelles (resp. introductions) supérieures à 150 000 euros (seuil d'exemption de déclaration statistique). Les données utilisées sont celles disponibles au 5 février 2010.

Pour en savoir plus

- « Le commerce extérieur au premier semestre 2010 », Direction générale des douanes et droits indirects, (DGDDI), août 2010, site lekiosque.finances.gouv.fr/APPCHIFFRE/P_boussole.asp
- « Les opérateurs du commerce extérieur en 2009 », DGDDI, août 2010.

Les exportations du secteur du commerce sont, un peu plus que dans les autres secteurs d'activité, polarisées sur l'Union européenne (70% contre 64 % pour l'ensemble des ventes françaises) et sur l'Afrique (8 % contre 6 %). Les entreprises du secteur commercial réalisent ainsi près de 30 % des ventes françaises vers l'Afrique, soit une part bien supérieure à leur part globale (22 %). Parmi les principaux autres partenaires viennent les États-Unis et la Chine.

À l'importation, la structure géographique des échanges est plus équilibrée du fait de l'importance des achats en provenance d'Asie (20 % du total des achats). À lui seul, le secteur du commerce concentre près des deux tiers des importations françaises d'Asie. La Chine est le deuxième pays fournisseur du secteur, toutes zones confondues.

Le secteur du commerce capte l'essentiel des échanges de produits agricoles, aussi bien à l'exportation qu'à l'importation. Si ces échanges ne forment que 12 % des ventes du secteur à l'international et 3 % des achats internationaux, ils représentent plus des trois quarts des exportations de produits agricoles français ainsi que les deux tiers de leurs importations. De même environ 45 % des exportations de produits pétroliers raffinés et de textiles-habillement sont réalisées par les entreprises du commerce. Parmi les autres produits les plus exportés par ce secteur figurent, entre autres, les produits de l'industrie agroalimentaire (12 %) et les produits chimiques, parfums et cosmétiques (13 %). ■

1. Nombre d'opérateurs du secteur du commerce par taille et valeurs échangées en 2008

Taille d'entreprise	Exportations				Importations			
	Entreprises		Valeurs		Entreprises		Valeurs	
	Nombre ¹	Répartition (%)	Montants échangés (millions d'euros)	Répartition (%)	Nombre ¹	Répartition (%)	Montants échangés (millions d'euros)	Répartition (%)
Plus de 250 salariés	635	1,6	17 673	19,0	768	1,4	51 328	32,2
De 20 à 250 salariés	6 759	16,8	23 301	25,0	8 320	14,9	48 956	30,7
Moins de 20 salariés	31 945	79,4	50 969	54,8	44 679	79,9	57 565	36,1
Taille non renseignée	890	2,2	1 089	1,2	2 122	3,8	1 663	1,0
Ensemble	40 229	100,0	93 033	100,0	55 889	100,0	159 513	100,0

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

Champ : France métropolitaine.

Lecture : 40 229 entreprises du commerce sont des exportatrices. Parmi celles-ci, 1,6 % comptent plus de 250 salariés et leurs exportations s'élevaient à 17 673 millions d'euros.

Source : Douanes.

2. Répartition des échanges en valeurs des entreprises du commerce suivant la zone géographique en 2008

	Exportations				Importations	
	Répartition des exportations des entreprises commerciales selon la destination		Part des exportations des entreprises commerciales dans l'ensemble des exportations		Répartition des importations des entreprises commerciales selon l'origine	
					Part des importations des entreprises commerciales dans l'ensemble des importations	
Union européenne	69,6	24,4	60,0	43,0		
Pays tiers	30,4	18,5	40,0	44,2		
Europe hors Union européenne	6,8	19,0	7,9	36,9		
Afrique	8,3	29,8	3,8	28,6		
Amérique	5,9	16,5	6,0	31,9		
Asie	7,1	16,5	20,1	64,7		
Proche et Moyen-Orient	2,3	15,4	2,2	37,5		
Ensemble	100,0	22,3	100,0	43,5		

Champ : France métropolitaine.

Lecture : 24,4 % des exportations françaises vers l'Union européenne sont effectuées par des entreprises du commerce. L'Union européenne totalise 69,6 % des exportations des entreprises commerciales.

Source : Douanes.

3. Répartition des échanges des entreprises du commerce suivant le produit en 2008

	Exportations		Importations	
	Part des produits dans les exportations des entreprises commerciales	Part des exportations des entreprises commerciales dans l'ensemble des exportations des produits	Part des produits dans les importations des entreprises commerciales	Part des importations des entreprises commerciales dans l'ensemble des importations des produits
	Produits agricoles, sylvicoles, de la pêche et de l'aquaculture	11,9	78,9	3,3
Hydrocarbures naturels, autres produits des industries extractives, électricité, déchets	1,5	12,1	7,5	24,4
Produits des industries agroalimentaires	12,4	31,3	8,5	57,6
Produits pétroliers raffinés et coke	7,3	46,6	4,2	42,8
Équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	18,0	19,6	23,8	49,5
dont : produits informatiques, électroniques et optiques	9,7	32,6	11,8	60,3
Matériels de transport	5,5	6,0	13,0	39,3
Autres produits industriels	42,3	23,6	38,8	44,8
dont : textiles, habillement, cuir et chaussures	8,3	44,3	8,8	66,8
produits chimiques, parfums et cosmétiques	13,4	25,0	8,0	39,9
Autres	1,1	29,5	1,0	51,2
Total	100,0	22,3	100,0	43,5

Champ : France métropolitaine.

Lecture : 31,3 % des exportations françaises de produits des industries agroalimentaires sont effectuées par des entreprises du commerce. Ces produits représentent 12,4 % des exportations des entreprises commerciales.

Source : Douanes.

1.9 Proximité des commerces

À u 1^{er} janvier 2009, 67 % des communes de France métropolitaine possèdent au moins un commerce de détail (y compris artisanat commercial). Ce taux est plus élevé dans l'**espace à dominante urbaine** (74 %) que dans l'**espace à dominante rurale** où trois communes sur cinq possèdent un commerce de détail (60 %). Les boulangeries-pâtisseries sont les commerces présents dans le plus de communes : près d'une commune sur trois (31 %) possèdent une boulangerie-pâtisserie dans le rural et 43 % des communes en possèdent dans l'urbain. Les commerces alimentaires vendent des produits renouvelés fréquemment par les ménages ; ils ont par conséquent besoin d'être au plus près de la population. Les commerces non alimentaires sont en général présents dans beaucoup moins de communes car ils ont tendance à se regrouper près des zones à forte densité de manière à disposer d'une zone de chalandise suffisante. Ainsi, seulement 12 % des communes de France métropolitaine possèdent un commerce d'habillement.

Lorsque l'on tient compte de la population, la répartition des commerces est bien meilleure. 96 % des habitants de France métropolitaine possèdent un commerce de détail dans leur commune de résidence ; ce taux est de 97 % dans l'urbain et de 89 % dans le rural. Ce sont bien sûr les communes

les plus grandes qui ont des commerces. 77 % des personnes habitants dans l'urbain ont à disposition dans leur commune un supermarché ou un hypermarché contre seulement 42 % dans le rural. Ce taux pour les commerces de chaussures est de 62 % dans l'urbain et 28 % dans le rural.

Les **commerces de quotidienneté** constituent le socle commercial des plus petites communes. 54 % des communes rurales de l'espace à dominante rurale possèdent au moins un commerce de quotidienneté. Le plus souvent, il s'agit d'une boulangerie-pâtisserie ou d'un débit de boissons. Dans le périurbain, 64 % des communes possèdent un commerce de quotidienneté. Enfin, dans les communes plus denses (ville-centre, banlieue, commune d'une unité urbaine de l'espace à dominante rurale), l'équipement en commerce de quotidienneté est quasi-généralisé.

Pour la population ne disposant pas de commerce de quotidienneté dans sa commune, le temps d'accès à ces commerces est hétérogène selon la région. En Alsace, un ménage met en moyenne 3 minutes en voiture (aller simple) pour se rendre au commerce de quotidienneté le plus proche, lorsque celui-ci n'est pas dans sa commune de résidence. Ce temps d'accès est maximal dans le Sud-Est, où les régions sont plus montagneuses. Il atteint près de 9 minutes en Corse. ■

Définitions

Commerce de quotidienneté : le commerce de quotidienneté englobe des activités commerciales correspondant à un approvisionnement fréquent des ménages. Il regroupe les charcuteries (10.13B), les boulangeries-pâtisseries (10.71B, 10.71C et 10.71D), le commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé (commerce de détail de fruits et légumes (47.21Z), boucheries (47.22Z), poissonneries (47.23Z), crémeries (47.24Z), boissons (47.25Z) etc.), les alimentations générales (47.11B), les supérettes (47.11C), les commerces sur éventaires et marchés (47.8), les services de traiteurs (56.21Z), les débits de boissons (56.30Z), les commerces de journaux et papeterie (47.62Z) et les pharmacies (47.73Z).

Le zonage en aires urbaines, défini sur la base du recensement de 1999, décline le territoire en deux grandes catégories :

- l'**espace à dominante urbaine**, composé des pôles urbains (**ville-centre** et **banlieue**) et du périurbain (couronnes périurbaines et communes multipolarisées) ;
- l'**espace à dominante rurale**, qui comprend des petites **unités urbaines** et des **communes rurales**.

Pour en savoir plus

- « Le commerce de proximité », *Insee Première* n° 1292, mai 2010.
- « À la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population », *Insee Première* n° 1245, juin 2009.

1. Équipement des communes en commerce

en %

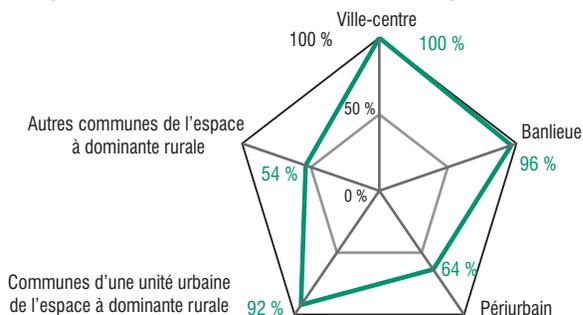
	Part des communes possédant au moins un commerce de détail			Part de la population ayant à disposition au moins un commerce de détail dans sa commune de résidence		
	en métropole	en espace à dominante urbaine	en espace à dominante rurale	en métropole	en espace à dominante urbaine	en espace à dominante rurale
Alimentaire						
Alimentation générale, supérette	26	29	23	76	81	57
Boulangerie, pâtisserie	37	43	31	88	91	72
Boucherie, charcuterie	22	26	18	77	82	56
Primeur	7	10	4	54	62	19
Supermarché, hypermarché	13	17	9	70	77	42
Pharmacie						
Pharmacie	23	29	17	82	87	59
Non alimentaire (hors pharmacie)						
Magasin d'habillement	12	16	9	68	74	40
Magasin de chaussures	7	9	5	56	62	28
Magasin d'électroménager	8	10	5	58	64	28
Magasin de meubles	9	13	5	60	68	24
Quincaillerie, bricolage	13	17	10	65	71	39
Librairie	13	16	9	68	74	40
Magasin d'articles de sport	10	13	6	60	67	28
Fleuriste	17	23	12	75	81	47
Commerce de détail (y compris artisanat commercial)	67	74	60	96	97	89

Champ : France métropolitaine.

Lecture : 26 % des communes de France métropolitaine possèdent une alimentation générale ou une supérette. Dans ces communes, vivent 76 % de la population métropolitaine. Ainsi, 76 % de la population dispose d'une alimentation générale ou d'une supérette dans sa commune.

Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements 2009 (Sirene), recensement de la population 2007.

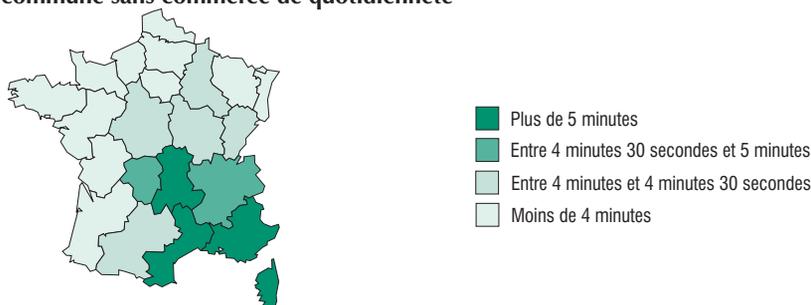
2. Part des communes possédant au moins un commerce de quotidieneté



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements 2009 (Sirene).

3. Temps moyen d'accès à un commerce de quotidieneté pour la population résidant dans une commune sans commerce de quotidieneté



Sources : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements 2009 (Sirene), recensement de la population 2007 - Inra UMR1041 CESAER, Distancier Odomatrix - traitements Insee.