

3.1 Panorama du commerce de détail

En 2008, le **commerce de détail**, y compris l'artisanat commercial, regroupe environ 446 000 entreprises qui réalisent un chiffre d'affaires de 434 milliards d'euros. Il emploie près de 1,6 million de salariés en équivalents-temps-plein. La proportion de femmes est de 64 % parmi les salariés ; 35 % des salariés travaillent à temps partiel. Le taux de marge du commerce de détail (hors artisanat commercial) est de 27,6 %, soit un niveau bien supérieur à celui du commerce de gros (19,6 %).

Le secteur « Alimentation non spécialisée, grands magasins et bazars » représente à lui seul 44 % du chiffre d'affaires ; viennent ensuite les « Autres commerces de détail en magasin spécialisé » (23 %), le « Bricolage et équipement du foyer » (11 %) et l'« Alimentation spécialisée et artisanat commercial » (7 %). Ces quatre secteurs représentent ainsi 85 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce de détail et 88 % des salariés en équivalents-temps-plein du commerce de détail. Le taux de marge commercial apparaît nettement plus élevé dans les formes de ventes sans magasin, avec 44 % pour la « Vente à distance, à domicile et par

automate » et 43 % pour les ventes sur « Éventaires et marchés ».

La majeure partie des entreprises du commerce de détail sont des structures de petite taille : 54 % n'ont aucun salarié et 98 % comptent moins de 20 salariés. Cependant, le commerce de détail comprend aussi quelques très grandes entreprises de sorte que les 2 % d'entreprises de 20 salariés ou plus concentrent 60 % des emplois salariés du secteur.

En 2009, le chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce de détail marque un léger repli (- 0,5 % en volume). Mais ceci masque des disparités profondes entre les différents secteurs du commerce de détail. Hors carburants, la baisse a été particulièrement forte pour le secteur des « Biens culturels et de loisirs » (- 4,4 %) et le secteur du « Bricolage et équipement du foyer » (- 2,6 %). À l'inverse, celui des technologies de l'information et de la communication s'est accru de 12,3 %.

Entre 2003 et 2009, le chiffre d'affaires du commerce de détail a augmenté en moyenne de 2,4 % par an en volume. ■

Définitions

Commerce de détail (47) : ce secteur regroupe :

- alimentation non spécialisée, grands magasins et bazars (47.1) ;
- alimentation spécialisée (47.2) et artisanat commercial (10.13B, 10.71B, 10.71C, 10.71D soit les charcuteries, boulangeries et pâtisseries) ;
- carburants (47.3) ;
- technologies de l'information et de la communication (47.4) ;
- bricolage et équipement du foyer (47.5) ;
- biens culturels et de loisirs (47.6) ;
- autres commerces de détail en magasin spécialisé (47.7) ;
- éventaires et marchés (47.8) ;
- vente à distance, à domicile et par automate (47.9).

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 commerce de détail 3.1

1. Chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires HT (M€)	Taux de marge commerciale (%)	Salariés		
				Nombre en équivalents-temps plein	Proportion de femmes (%)	Temps partiel (%)
Commerce de détail¹	446 391	434 076	27,6²	1 578 493	64,2	35,4
<i>dont : Alimentation non spécialisée, grands magasins et bazars</i>	21 941	190 533	19,1	567 133	65,3	42,0
<i>Alimentation spécialisée et artisanat commercial</i>	102 631	31 637	35,3 ²	204 121	52,9	31,4
<i>Technologies de l'information et de la communication</i>	6 910	8 546	25,2	23 867	38,7	19,0
<i>Bricolage et équipement du foyer</i>	35 509	47 129	34,8	189 607	46,2	21,7
<i>Biens culturels et de loisirs</i>	21 811	18 757	30,4	84 471	53,8	31,3
<i>Autres commerces de détail en magasin spécialisé</i>	141 918	99 983	36,8	428 469	78,2	36,5
<i>Événementaires et marchés</i>	84 390	5 818	43,3	13 071	49,5	49,9
<i>Vente à distance, à domicile et par automate</i>	27 466	17 910	44,3	47 716	58,2	20,3

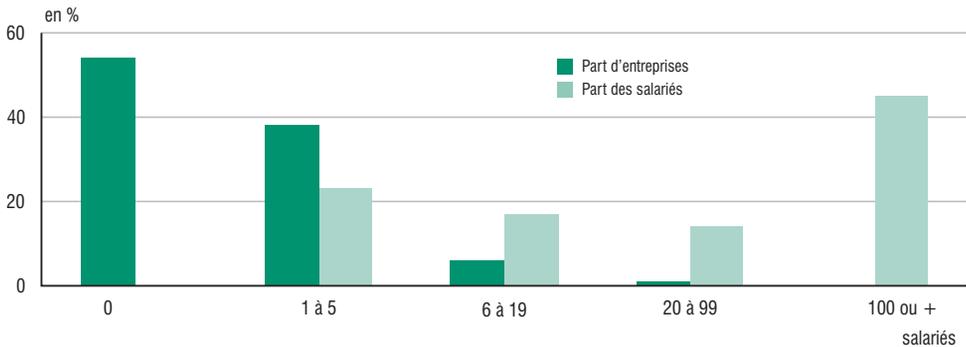
1. Le secteur du commerce de détail comprend également le secteur des carburants (47.3) non présenté dans ce tableau, mais néanmoins inclus dans le total de cette ligne.

2. Hors artisanat commercial : l'artisanat commercial est une activité relevant de l'industrie car elle concerne la transformation de matières premières, elle ne dégage donc pas de marge commerciale.

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

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

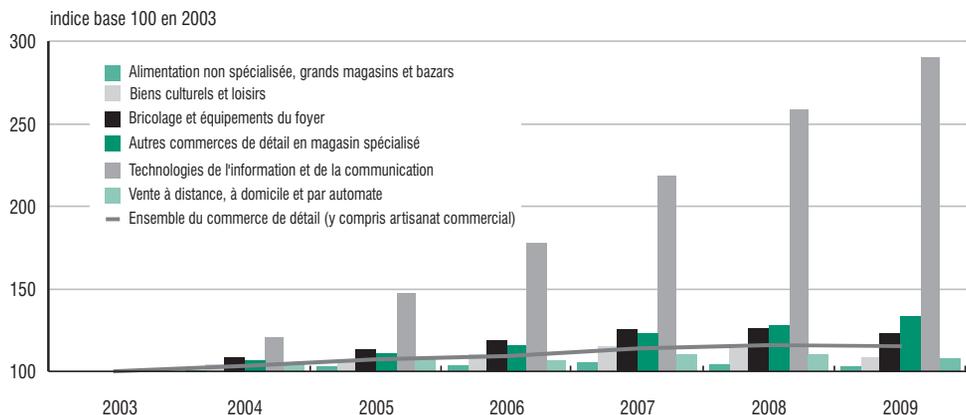
2. Répartition des entreprises et des salariés selon la taille de l'entreprise



Champ : France.

Source : Insee, Clap.

3. Évolution du chiffre d'affaires en volume de 2003 à 2009



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, indice de chiffre d'affaires.

3.2 Alimentation non spécialisée, grands magasins et bazars

Le secteur **alimentation non spécialisée, grands magasins et bazars** compte 21 900 entreprises soit 4,9 % de l'ensemble des entreprises du commerce de détail. Les entreprises de ce secteur emploient 567 000 salariés en équivalents-temps plein. C'est le secteur du commerce de détail qui emploie le plus de salariés (36 %). Le chiffre d'affaires de ces entreprises est de 190 milliards d'euros ; elles génèrent à elles seules presque la moitié du chiffre d'affaires du commerce de détail (44 %). En revanche, les taux de marge réalisés dans l'alimentation non spécialisée, grands magasins et bazars sont largement en dessous de la moyenne dans le commerce de détail : il est de 19,1 % dans ce secteur contre 27,6 % dans l'ensemble du commerce de détail.

Le secteur alimentation non spécialisée, grands magasins et bazars cachent de fortes disparités en termes de taille d'entreprises : dans ce secteur se côtoient des **petites surfaces alimentaires** et des **grandes surfaces alimentaires**. Ainsi, 86 % des entreprises du secteur ont moins de 10 salariés et 96 % des entreprises ont moins de 50 salariés. Les entreprises de 50 salariés ou plus ne représentent donc que 4 % des entreprises du secteur mais elles emploient 79 % des effectifs salariés. Les entreprises de 200 salariés ou plus, qui représentent 1 % des entreprises, emploient à elles seules 61 % des effectifs salariés.

Le chiffre d'affaires en volume de l'alimentation non spécialisée, grands magasins et bazars augmente globalement de 2,4 % entre 2003 et 2009 alors que dans l'ensemble du commerce de détail, il augmente de 15 %. Le chiffre d'affaires dans ce secteur augmente de façon progressive et modérée de 5,2 % entre 2003 et 2007 (contre + 13,9 % dans l'ensemble du commerce de détail) puis il diminue de 2,7 % entre 2007 et 2009 sous l'effet de la crise économique (+ 1,1 % dans l'ensemble du commerce de détail).

Les grandes surfaces alimentaires (GSA) sont assez bien réparties sur tout le territoire français. Les régions administratives françaises possèdent entre 1,2 et 2,5 établissements de grandes surfaces alimentaires pour 10 000 habitants. Les régions les mieux desservies en grandes surfaces alimentaires sont la Basse-Normandie et la Lorraine (2,5 établissements pour 10 000 habitants), suivies par la Bourgogne et la Bretagne (2,4). La région la moins concentrée en grandes surfaces alimentaires est l'Île-de-France (1,2 établissement pour 10 000 habitants) suivie par les régions Provence - Alpes - Côte d'Azur (1,4) et Rhône-Alpes (1,5) : dans ces régions, on retrouve les trois plus grandes communes françaises (Paris, Marseille et Lyon) dans lesquelles la densité de grandes surfaces est plus faible. Les autres régions ont toutes autour de 2 grandes surfaces alimentaires pour 10 000 habitants. ■

Définitions

Alimentation non spécialisée, grands magasins et bazars (47.1) : ce secteur regroupe l'ensemble du commerce non spécialisé :

– le commerce de détail en magasin non spécialisé à prédominance alimentaire qui contient le commerce de détail de produits surgelés (47.11A), les **petites surfaces alimentaires** [épiceries (47.11B), supérettes (47.11C)], et les **grandes surfaces alimentaires** [supermarchés (47.11D), magasins multi-commerces (47.11E), hypermarchés (47.11F)] ;

– le commerce de détail sans prédominance alimentaire en magasin non spécialisé qui contient les grands magasins (47.19A), et les bazars (47.19B).

La distinction entre les petites surfaces alimentaires et les grandes surfaces alimentaires provient d'un critère de taille de magasin. Les petites surfaces alimentaires ont une surface de vente inférieure à 400 m² tandis que la surface minimale de vente des grandes surfaces alimentaires est de 400 m² (et de 2 500 m² pour les hypermarchés).

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2009 », *Insee Première*, à paraître.
- « La situation du commerce en 2009 », *Document de travail*, Insee, juin 2010.
- « À la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population », *Insee Première* n° 1245, juin 2009.
- « Les chiffres-clefs du commerce », DGCS, édition 2010.

Alimentation non spécialisée, grands magasins et bazars 3.2

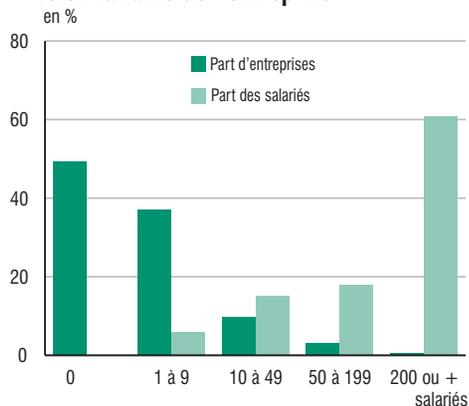
1. Chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires HT (M€)	Taux de marge commerciale (%)	Salariés		
				Nombre en équivalents-temps plein	Proportion de femmes (%)	Temps partiel (%)
Alimentation non spécialisée, grands magasins et bazars	21 941	190 533	19,1	567 133	65,3	42,0

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

Source : Insee, *Ésane 2008, Clap, Dads*.

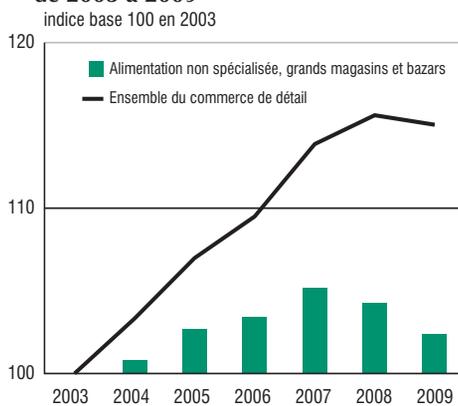
2. Répartition des entreprises et des salariés selon la taille de l'entreprise



Champ : France.

Source : Insee, *Connaissance locale de l'appareil productif 2008 (Clap)*.

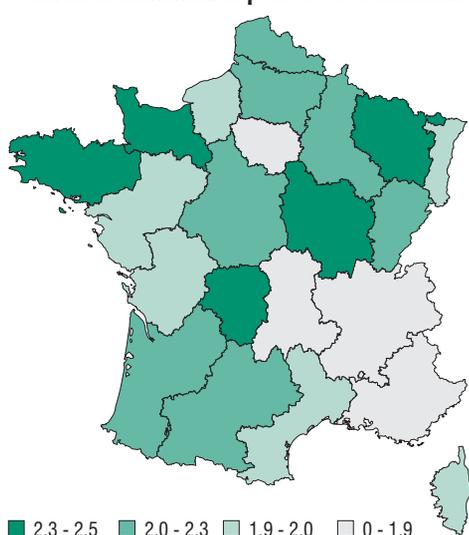
3. Évolution du chiffre d'affaires en volume de 2003 à 2009



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, *indice de chiffre d'affaires*.

4. Nombre d'établissements des grandes surfaces alimentaires pour 10 000 habitants



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

5. Les dix plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

- ATAC
- AUCHAN FRANCE
- CARREFOUR HYPERMARCHÉS
- CORA
- CSF
- DISTRIBUTION CASINO FRANCE
- LIDL
- MAGASINS GALERIES LAFAYETTE
- MONOPRIX EXPLOIT PAR ABRÉVIATION MPX
- SAS ED

Champ : France.

Source : Insee, *Ésane 2008*.

3.3 Alimentation spécialisée et artisanat commercial

Le commerce alimentaire spécialisé et l'artisanat commercial compte 102 600 entreprises. Ces entreprises emploient 204 100 salariés, soit 13 % de l'effectif salarié total du commerce de détail. Le chiffre d'affaires total généré par le commerce alimentaire spécialisé et l'artisanat commercial est de 31,6 milliards d'euros. Ce chiffre d'affaires représente 7 % du chiffre d'affaires du commerce de détail et 14 % du chiffre d'affaires du commerce alimentaire en magasin. Le taux de marge commerciale des entreprises du commerce alimentaire spécialisé est assez élevé puisqu'il s'élève à 35,3 % alors que dans l'ensemble du commerce de détail, il n'est que de 27,6 %.

Une grande majorité des entreprises de commerce alimentaire spécialisé et d'artisanat commercial est de très petite taille. 91 % des entreprises du secteur ont moins de 6 salariés et 97 % des entreprises ont moins de 11 salariés. Les entreprises sans salarié représentent 38 % des entreprises du secteur. Les 3 % d'entreprises de 10 salariés ou plus emploient 27 % de l'effectif salarié total du secteur.

Depuis 2003, l'évolution du chiffre d'affaires en volume du commerce alimentaire spécialisé est légèrement décroissante : -0,4 % par an en moyenne entre 2003 et 2009, bien en dessous de l'ensemble du commerce de détail (+2,4 %). Cette baisse a tendance à s'accroître depuis 2007 : le chiffre d'affaires en volume du secteur

décroit de 0,9 % par an en moyenne entre 2007 et 2009.

Les disparités de répartition des boulangeries-pâtisseries sur le territoire français sont assez importantes. Le nombre d'établissements de boulangeries-pâtisseries pour 10 000 habitants par région s'étend de 3,9 à 14,7. La région qui est de loin la plus concentrée en boulangeries-pâtisseries est la Corse (14,7 établissements pour 10 000 habitants), suivie par le Languedoc-Roussillon (10,8) et l'Auvergne (10,3). Les régions du nord de la France jusqu'à la région Centre en passant par l'Île-de-France sont les moins bien desservies en boulangeries-pâtisseries. L'Île-de-France est la région la moins concentrée (3,9 établissements pour 10 000 habitants) suivie par le Nord (6,0) puis par la Picardie (6,4), la Haute-Normandie (6,8) et la région Centre (7,4).

Les métiers de bouche s'adaptent à des évolutions qui sont autant sociales qu'économiques ; ils se transforment profondément. Ces entreprises artisanales s'efforcent toutes de développer leurs activités autour de produits et services à plus forte valeur ajoutée, comme l'activité de charcuterie traiteur en complément de la boucherie, ou celle de traiteur de la mer pour les poissonneries. Par ailleurs, ces métiers doivent faire face à une autre difficulté : de moins en moins de jeunes s'orientent vers ces métiers. Pourtant, la majorité des salariés des métiers de bouche expriment à l'égard de leur entreprise un bon niveau de satisfaction. ■

Définitions

Commerce alimentaire spécialisé (47.2) : sont compris dans ce groupe les commerces de détail de fruits et légumes (47.21Z), de viandes et de produits à base de viande (47.22Z), de poissons, crustacés et mollusques (47.23Z), de pain, pâtisserie et confiserie (47.24Z), de boissons (47.25Z), de produits à base de tabac (47.26Z) et les autres commerces de détail alimentaires en magasins spécialisés (47.29Z). Les entreprises dans ce secteur font de la revente en l'état. Elles ne fabriquent pas les produits qu'elles distribuent.

Artisanat commercial : sont compris dans cette catégorie des entreprises qui ont une activité de fabrication des produits alimentaires en plus de leur activité de distribution de ces produits aux particuliers. Sont compris dans ce groupe les charcuteries (10.13B) et les boulangeries-pâtisseries (10.71B, 10.71C et 10.71D).

Métiers de bouche : ils regroupent les métiers de boucher, charcutier, poissonnier, chocolatier, pâtissier et boulanger. Ces professions nécessitent une formation spécifique (CAP, BEP) pour être pratiquées. Dans ce secteur, les besoins en main-d'œuvre sont importants.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2009 », *Insee Première*, à paraître.
- « La situation du commerce en 2009 », *Document de travail*, Insee, juin 2010.
- « À la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population », *Insee Première* n° 1245, juin 2009.
- « Les chiffres-clefs du commerce », DGCIS, édition 2010.

Alimentation spécialisée et artisanat commercial 3.3

1. Chiffres clés

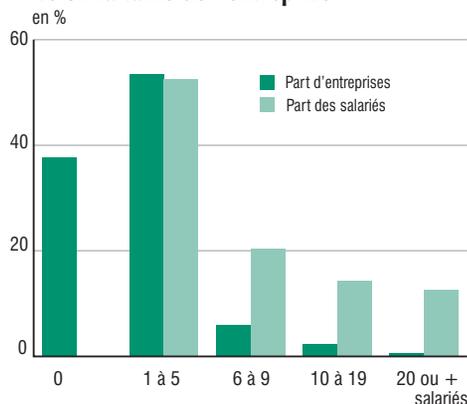
	Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires HT (M€)	Taux de marge commerciale ¹ (%)	Salariés		
				Nombre en équivalents-temps plein	Proportion de femmes (%)	Temps partiel (%)
Alimentation spécialisée et artisanat commercial	102 631	31 637	35,3	204 121	52,9	31,4

1. Hors artisanat commercial.

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

Source : Insee, *Ésane 2008, Dads, Clap*.

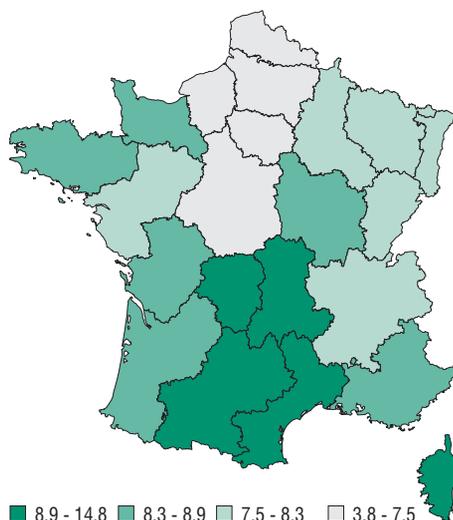
2. Répartition des entreprises et des salariés selon la taille de l'entreprise



Champ : France.

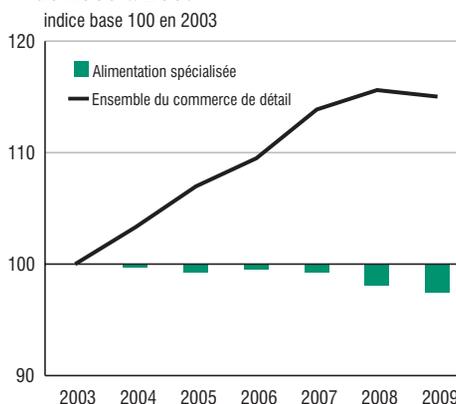
Source : Insee, *Connaissance locale de l'appareil productif 2008 (Clap)*.

4. Nombre d'établissements de la boulangerie-pâtisserie pour 10 000 habitants



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

3. Évolution du chiffre d'affaires en volume de 2003 à 2009



Champ : France métropolitaine.

Note : pour des questions de sources, il n'est pas possible de fournir l'évolution du chiffre d'affaires en volume des secteurs de l'artisanat commercial. Est présentée ici uniquement l'évolution du chiffre d'affaires en volume du commerce alimentaire spécialisé en magasin.

Source : Insee, *indice de chiffre d'affaires*.

5. Les dix plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

AÉROBOUTIQUE FRANCE

AR

BLADIS

BOUCHERIES J'M

CARNIVAR

DIFFUSION DESPINASSE VIANDES

ÉTABLISSEMENTS NICOLAS

NATURALIA FRANCE

PHYTHEA

SOCIÉTÉ DES BOUCHERIES DISCOUNT

Champ : France.

Source : Insee, *Ésane 2008*.

3.4 Équipements de l'information et de la communication

Le secteur de l'**équipement de l'information et de la communication** compte 6 900 entreprises en 2008, soit 3,3 % des entreprises du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé. Le secteur comprend la vente des ordinateurs, des unités périphériques et des logiciels ainsi que des matériels de télécommunication, des matériels audio et vidéo. Ce secteur réalise un chiffre d'affaire de 8,5 milliards d'euros soit 4,9 % du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé. Le taux de marge commerciale du secteur s'élève à 25,2 %. Il s'agit du plus faible taux de marge commerciale du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé.

Ce secteur emploie 23 900 salariés en équivalents-temps plein, dont 38,7 % de femmes et 19 % de temps partiels. Il est concentré : une entreprise sur deux n'a pas de salarié et près de 92 % des entreprises ont au plus cinq salariés. À l'inverse, les entreprises de vingt salariés ou plus comptent pour 1 % de l'ensemble des entreprises du secteur mais elles emploient 57 % des salariés du secteur.

Entre 2003 et 2009, l'évolution annuelle moyenne du chiffre d'affaires en volume du

secteur de l'équipement de l'information et de la télécommunication est de près de 20 %. Ce secteur se détache très nettement du commerce de détail dont l'évolution annuelle moyenne du chiffre d'affaires avoisine les 2,5 % entre 2003 et 2009. Cette forte progression résulte notamment d'une forte baisse de prix sur les matériels informatiques. L'évolution du chiffre d'affaires en valeur est tout de même positive entre 2003 et 2009 (+ 2,6 % par an). En 2009, le secteur de l'équipement de l'information et de la communication est le secteur qui connaît la plus forte augmentation parmi les activités du commerce de détail : son chiffre d'affaires en volume croît de 12 % contre une diminution de 0,5 % dans l'ensemble du commerce de détail.

Les établissements d'équipements de l'information et de la communication sont relativement bien répartis sur le territoire. Plus de la moitié des régions possèdent entre 1,3 et 1,5 établissement pour 10 000 habitants. Ce taux est un peu plus élevé au Sud et un peu plus faible dans les régions au Nord. ■

Définitions

Équipements de l'information et de la communication : regroupe trois secteurs du commerce de détail qui sont le commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels (47.41Z), le commerce de détail de matériels de télécommunication (47.42Z) et le commerce de matériels d'audio/vidéo (47.43Z).

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2009 », *Insee Première*, à paraître.
- « La situation du commerce en 2009 », *Document de travail*, Insee, juin 2010.
- « Le commerce électronique », *Insee Première* n° 1040, septembre 2005.
- « Les acteurs du commerce électronique », *Insee Première* n° 999, janvier 2005.

Équipements de l'information et de la communication 3.4

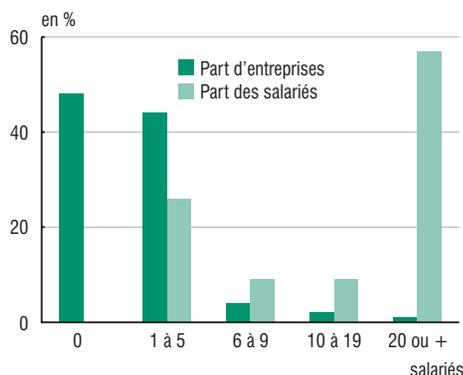
1. Chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires HT (M€)	Taux de marge commerciale (%)	Salariés		
				Nombre en équivalents-temps plein	Proportion de femmes (%)	Temps partiel (%)
Technologies de l'information et de la communication	6 910	8 546	25,2	23 867	38,7	19,0

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

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

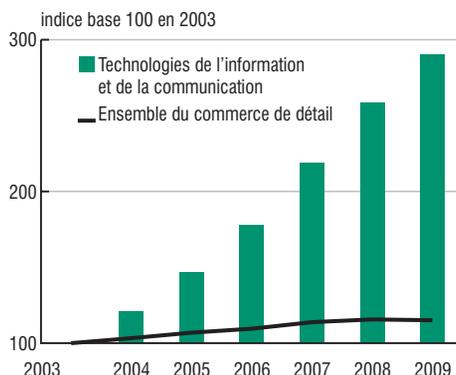
2. Répartition des entreprises et des salariés selon la taille de l'entreprise



Champ : France.

Source : Insee, Connaissance locale de l'appareil productif 2008 (Clap).

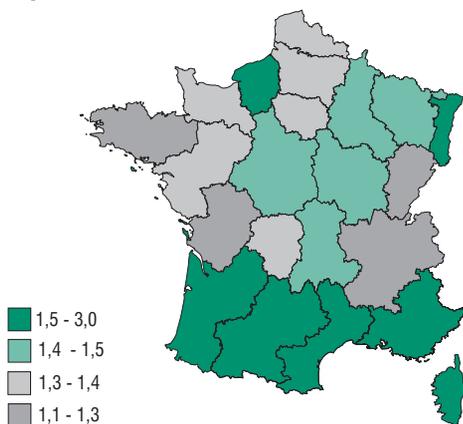
3. Évolution du chiffre d'affaires en volume de 2003 à 2009



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, indice de chiffre d'affaires.

4. Nombre d'établissements par région pour 10 000 habitants



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

5. Les dix plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

AUTOBACS FRANCE

COBRA SON

CODIREP SNC

FNAC PÉRIPHÉRIE

MAGMA DISTRIBUTION

MICROMANIA

PC CITY (FRANCE)

SERAP

SURCOUF

THE PHONE HOUSE

Champ : France.

Source : Insee, É sane 2008.

3.5 Bricolage et équipement du foyer

Le secteur du **bricolage et de l'équipement du foyer** comprend notamment les grandes surfaces de bricolage, les ventes de meubles et les appareils électroménagers.

En 2008, ce secteur compte environ 35 500 entreprises, soit 8 % de l'ensemble du commerce de détail. Son chiffre d'affaires est de 47 milliards d'euros, ce qui représente 11 % de l'ensemble du chiffre d'affaires du commerce de détail. Les entreprises du bricolage et de l'équipement du foyer emploient 189 600 salariés en équivalents-temps plein, soit 12 % de l'ensemble du commerce de détail. En moyenne chaque entreprise occupe 5,3 salariés équivalents-temps plein contre 3,5 dans l'ensemble du commerce de détail.

Les entreprises de plus de 20 salariés sont relativement peu nombreuses (2 %) mais elles emploient 60 % des salariés. Inversement, les entreprises de 5 salariés ou moins représentent 88 % des entreprises et n'emploient que 20 % des salariés.

Dans le secteur du bricolage et équipement du foyer, 46,2 % des salariés sont des femmes et la proportion de salariés travaillant à temps partiel est de 21,7 %. Ainsi, ce secteur connaît une proportion de femmes

plus faible que l'ensemble du commerce de détail (64,2 %) ; il en est de même pour la part des salariés à temps partiel (35,4 % dans l'ensemble du commerce de détail).

En 2008, le taux de marge du secteur s'établit à 34,8 %, niveau supérieur à celui de l'ensemble du commerce de détail (27,6%).

En 2009, le secteur du bricolage et de l'équipement du foyer connaît une nette baisse de son chiffre d'affaires en volume (-2,6 %), contre -0,5 % pour l'ensemble du commerce de détail. Dès 2008, ce secteur avait connu un ralentissement de la croissance de son activité (+0,7 %) bien plus marqué que l'ensemble du commerce de détail (+1,5 %). Néanmoins, sur l'ensemble de la période 2003 à 2009, ce secteur reste plus dynamique, son chiffre d'affaires augmentant de 3,5 % en moyenne annuelle contre seulement 2,4 % pour l'ensemble du commerce de détail.

Le nombre d'établissements de bricolage et de quincailleries pour 10 000 habitants est relativement homogène sur l'ensemble du territoire. Tandis qu'il varie de 0,8 en Île-de-France à 4,3 pour la Corse, il se situe autour de 2 pour 10 000 habitants dans la plupart des régions. ■

Définitions

Bricolage et équipement du foyer (47.5) : ce secteur regroupe les entreprises spécialisées dans la vente au détail de :

- textiles (47.51Z) ;
- bricolage et quincailleries : quincailleries, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m²) (47.52A) et quincailleries, peintures et verres en grandes surfaces (400 m² ou plus) (47.52B) ;
- tapis, moquettes et revêtements de murs et sols (47.53Z) ;
- appareils électroménagers (47.54Z) ;
- meubles (47.59A) ;
- autres équipements du foyer (47.59B).

Pour en savoir plus

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

Bricolage et équipement du foyer 3.5

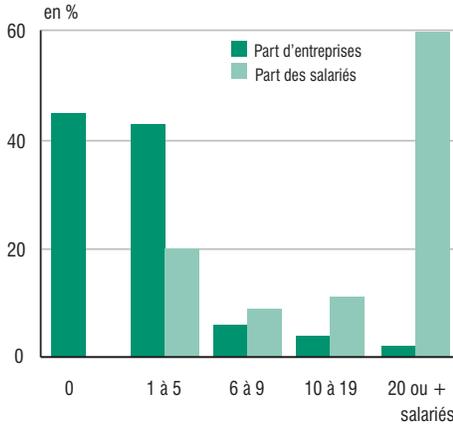
1. Chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires HT	Taux de marge commerciale (%)	Salariés		
		(M€)		Nombre en équivalents-temps plein	Proportion de femmes (%)	Temps partiel (%)
Bricolage et équipement du foyer	35 509	47 129	34,8	189 607	46,2	21,7

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

Source : Insee, *Ésane 2008, Déclaration annuelle des données sociales, Clap.*

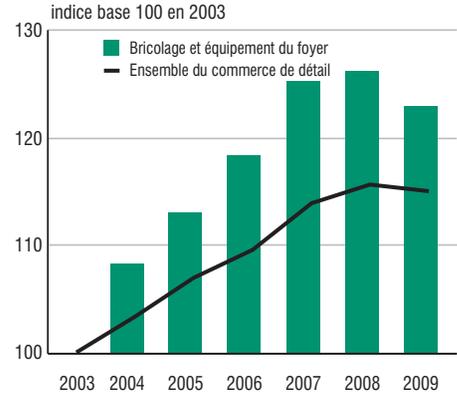
2. Répartition des entreprises et des salariés selon la taille de l'entreprise



Champ : France.

Source : Insee, *Connaissance locale de l'appareil productif 2008 (Clap).*

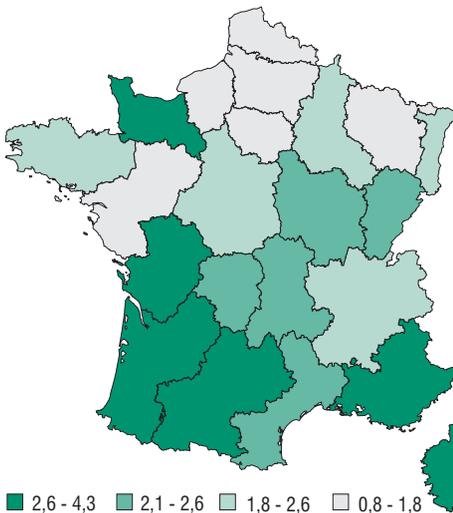
3. Évolution du chiffre d'affaires en volume de 2003 à 2009



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, *indice de chiffre d'affaires.*

4. Nombre d'établissements de bricolage et quincaillerie par région pour 10 000 habitants



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

5. Les dix plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

- BOULANGER
- BRICO DÉPÔT
- CASTORAMA FRANCE
- CONFORAMA FRANCE
- DARTY OUEST
- ÉTABLISSEMENTS DARTY ET FILS
- LEROY MERLIN FRANCE
- MEDIA SATURN FRANCE
- MEUBLES IKÉA FRANCE SNC
- SOCIÉTÉ D'EXPLOITATION RAPP

Champ : France.

Source : Insee, *Ésane 2008.*

3.6 Biens culturels et de loisirs

En 2008, 21 800 entreprises sont spécialisées dans la vente au détail de **biens culturels et de loisirs** soit 10,6 % des entreprises du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé. Les produits vendus sont divers : livres, journaux et papeterie ainsi que articles de sport, jeux, jouets et enregistrement musicaux. Le chiffre d'affaires du secteur dépasse 18,7 milliards d'euros soit 10,7 % du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé. Le taux de marge commerciale du secteur est de 30,4 %, légèrement au-dessus du taux de marge commerciale de l'ensemble du commerce de détail.

Les entreprises du commerce de détail de l'ensemble de biens culturels et de loisirs emploient 84 500 salariés en équivalents-temps plein, soit 11,6 % des salariés du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé. Le taux de féminisation du secteur est de 53,8 % et le nombre de salariés qui travaillent à temps partiel est de 31,3 %. Les entreprises sont de petite taille : une entreprise sur deux n'a aucun salarié et 95 % des entreprises ont au plus cinq salariés. Les entreprises de 20 salariés ou plus ne représentent que 1 %

de l'ensemble des entreprises du secteur ; elles réalisent cependant 54 % du chiffre d'affaires.

En 2009, l'activité des entreprises de l'ensemble des biens culturels et de loisirs a diminué de 4,5 % en volume par rapport à 2008. L'ensemble du commerce de détail, quant à lui, a décliné de 0,5 % sur la même période. Cette baisse des ventes en 2009 du commerce de biens culturels et de loisirs interrompt un rythme de croissance annuelle moyen du chiffre d'affaires en volume de 2,6 % sur la période 2003 à 2008.

Les points de vente de livres, journaux et papeterie se répartissent de manière hétérogène sur le territoire. On retrouve une forte concentration de ces commerces dans le Sud de la France : on compte plus de 3 commerces de livres, journaux et papeterie pour 10 000 habitants en Auvergne, Aquitaine, Midi-Pyrénées, Languedoc-Roussillon, Provence - Alpes - Côte d'Azur et Corse. Dans le nord de la France, cette densité est plus faible et ne dépasse pas 2 commerces pour 10 000 habitants dans cinq régions. ■

Définitions

Biens culturels et de loisirs : ce secteur regroupe cinq secteurs du commerce de détail :

- livres (47.61Z) ;
- journaux et papeterie (47.62Z) : pour les journaux et les livres, il s'agit aussi bien de commerce en magasin qu'en kiosque. La vente par correspondance est exclue de ce secteur, de même que la vente de livres d'occasion ;
- enregistrements musicaux et vidéo (47.63Z) ;
- articles de sports (47.64Z) ;
- jeux et jouets (47.65Z).

Pour en savoir plus

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

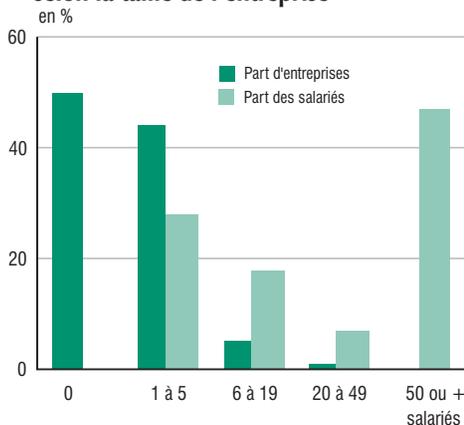
1. Chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires HT (M€)	Taux de marge commerciale (%)	Nombre en équivalents-temps plein	Proportion de femmes (%)	Temps partiel (%)
Biens culturels et de loisirs	21 811	18 757	30,4	84 471	53,8	31,3

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

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

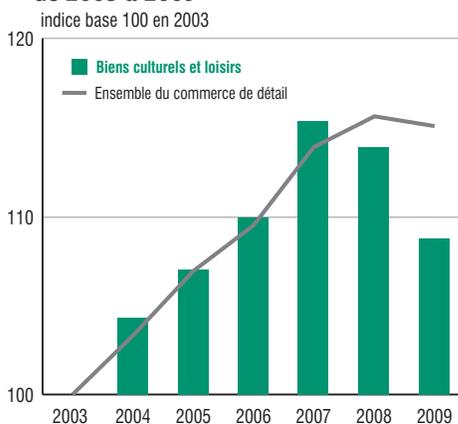
2. Répartition des entreprises et des salariés selon la taille de l'entreprise



Champ : France.

Source : Insee, Connaissance locale de l'appareil productif 2008 (Clap).

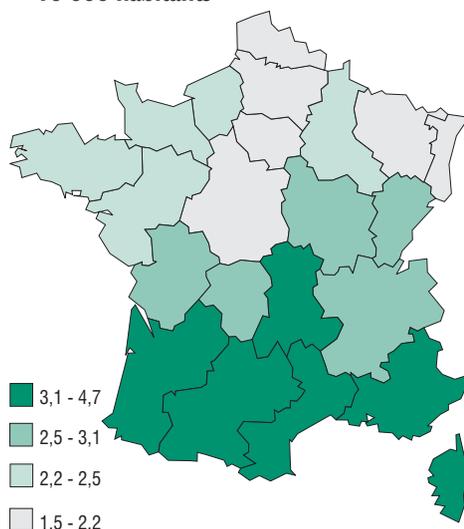
3. Évolution du chiffre d'affaires en volume de 2003 à 2009



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, indice de chiffre d'affaires.

4. Nombre d'établissements de livres, journaux et papeterie par région pour 10 000 habitants



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

5. Les dix plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

COURIR FRANCE

DECATHLON FRANCE

FOOT LOCKER FRANCE

LEXISNEXIS SA

LUDENDO FRANCE

RELAIS FRANCE

SOC DIVERTISSEMENT ARTICLES DE LOISIRS

TOYS R'US

VIRGIN STORES

Champ : France.

Source : Insee, É sane 2008.

3.7 Autres commerces de détail en magasin spécialisé

En 2008, les 141 900 autres commerces de détail en magasin spécialisé réalisent un chiffre d'affaires de 100 milliards d'euros. Ce secteur représente près de 32 % des entreprises et 23 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce de détail. Le taux de marge commerciale de l'ensemble des autres commerces en magasin spécialisé s'élève à 37 % et compte ainsi parmi les plus importants du commerce de détail.

Depuis 2003, les ventes en volume des autres commerces de détail en magasin spécialisé n'ont cessé d'augmenter. Il s'agit du secteur ayant enregistré la croissance la plus forte après celle des technologies de l'information et de la communication en termes de chiffre d'affaires en volume depuis 2003 : l'évolution est de 33 %, soit 4,9 % en moyenne annuelle. Ce rythme est deux fois plus élevé que celui de l'ensemble du commerce de détail. Cette croissance est tirée vers le haut par le secteur du commerce de produits pharmaceutiques qui voit son chiffre d'affaires en volume croître de 6,2 % par an de 2003 à 2009. En 2009, la croissance du chiffre d'affaires en volume de l'ensemble du secteur reste proche de celle de 2008 avec un très léger ralentissement (3,8 % en 2009 contre 4,1% en 2008). Cette

croissance est due à l'augmentation des ventes de produits pharmaceutiques. Les autres secteurs des autres commerces de détail en magasin spécialisé voient généralement leur chiffre d'affaires en volume stagner ou décroître en 2009.

Dans ce secteur, les entreprises de petite taille sont très largement majoritaires. En effet, neuf entreprises sur dix comptent 5 salariés ou moins et 37 % des salariés de ce secteur travaillent dans ces petites entreprises. En 2009, le secteur des autres commerces en magasin spécialisé emploie 428 500 salariés en équivalents-temps plein, soit 27 % de l'ensemble des salariés du commerce de détail. Parmi les salariés, 78 % sont des femmes et 37 % travaillent à temps partiel.

La répartition des points de vente d'habillement en France met en évidence de nombreuses disparités régionales. Ainsi, le Sud connaît une plus forte atomisation de ces commerces que le reste de la France. De façon générale, les régions du Sud recensent plus de dix magasins d'habillement pour 10 000 habitants. La Corse compte quant à elle plus de 27 magasins d'habillement pour 10 000 habitants. Les trois quarts des régions françaises recensent au plus 10 établissements pour 10 000 habitants. ■

Définitions

Autres commerces de détail en magasin spécialisé (47.7) : ce secteur regroupe l'habillement (47.71Z), la chaussure (47.72A), la maroquinerie et articles de voyage (47.72B), les produits pharmaceutiques (47.73Z), les articles médicaux et orthopédiques (47.74Z), la parfumerie et produits de beauté (47.75Z), les fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour animaux (47.76Z), les articles d'horlogerie et bijouterie (47.77Z), l'optique (47.78A), charbons et combustibles (47.78B), les autres commerces de détail spécialisés divers (47.78C) et les biens d'occasion en magasin (47.79Z).

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2009 », *Insee Première* à paraître
- « La situation du commerce en 2009 », Insee, *Document de travail*, juin 2010.
- « Les achats d'habillement depuis 45 ans : avantage de produits importés, des prix en baisse », *Insee Première* n° 1242, juin 2009
- « L'activité des officines pharmaceutiques et les revenus de leurs titulaires : situation en 2006 et évolutions depuis 2001 », Insee, *Document de travail*, E 2009/04, juillet 2009.
- « Les réseaux d'enseigne dans l'habillement - des structures diversifiées autour de marques propres », *Insee Première* n° 1298, juin 2010.

Autres commerces de détail en magasin spécialisé 3.7

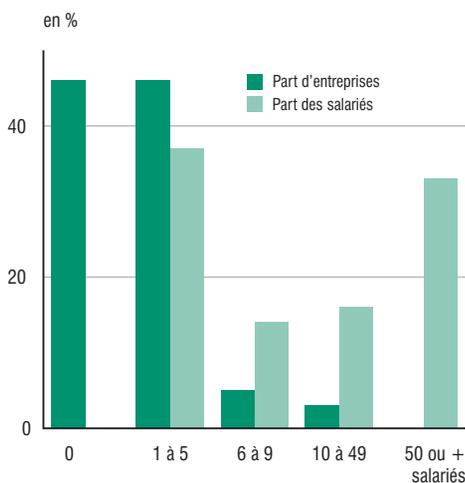
1. Chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires HT (M€)	Taux de marge commerciale (%)	Salariés		
				Nombre en équivalents-temps plein	Proportion de femmes (%)	Temps partiel (%)
Autres commerces de détail en magasin spécialisé	141 918	99 983	36,8	428 469	78,2	36,5

Champ : France.

Source : Insee, Ésane 2008, DADS, Clap.

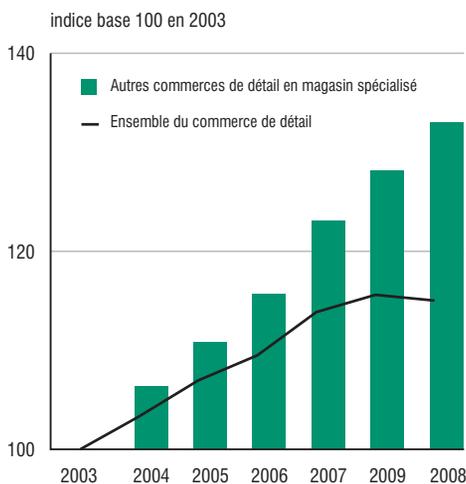
2. Répartition des entreprises et des salariés selon la taille de l'entreprise



Champ : France.

Source : Insee, Connaissance locale de l'appareil productif 2008 (Clap).

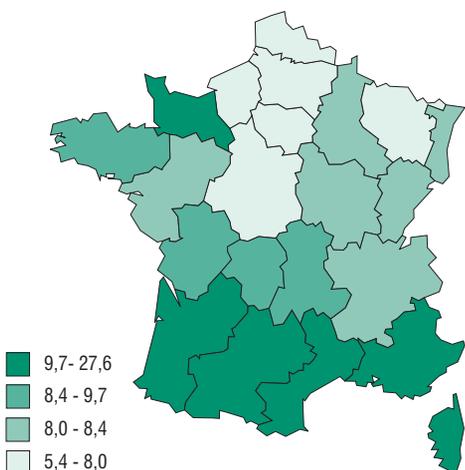
3. Évolution du chiffre d'affaires en volume de 2003 à 2009



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, indice de chiffre d'affaires.

4. Nombre d'établissements de l'habillement par région pour 10 000 habitants



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

5. Les dix plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

BOLLORE ÉNERGIE
CIE EUROPÉENNE DE LA CHAUSSURE
FNAC PARIS
H&M HENNES & MAURITZ
KIABI EUROPE
LA HALLE
RELAIS FNAC
SÉPHORA
THÉVENIN DUCROT DISTRIBUTION
VÊTIR

Champ : France.

Source : Insee, Ésane 2008.

3.8 Événements et marchés

En 2004, on dénombre en France près de 8 000 marchés répartis dans 6 000 communes. 80 % des marchés sont de plein air et 20 % sont des marchés couverts. Commerçants, producteurs et artisans s'y côtoient. Ces marchés se tiennent en grande majorité une fois par semaine (76 %) et sont le plus souvent mixtes (82 % des marchés sont à la fois alimentaires et non alimentaires).

En 2008, les commerçants sur événements et marchés réalisent un chiffre d'affaires de 5,8 milliards d'euros hors taxes, soit 1,3 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce de détail. Les 84 400 entreprises du secteur emploient environ 13 000 salariés en équivalents-temps plein.

Le secteur du commerce sur événements et marchés est composé très majoritairement d'entreprises de petite taille. La grande majorité des entreprises du secteur n'emploie aucun salarié (91 %) et quasiment toutes les entreprises de ce secteur (plus de 99 %) ont moins de 6 salariés. Les entreprises de moins de 6 salariés emploient 86 % du nombre de salariés total dans le secteur.

Le chiffre d'affaires en volume du **commerce de détail sur événements et marchés** recule globalement de 9 % entre 2003 et 2009 alors qu'il augmente de 15 % dans l'ensemble du commerce de détail. Il a augmenté de 2,8 % entre 2003 et 2005 puis diminué globalement de 11,5 % entre 2005 et 2009. Après avoir fortement baissé entre 2005 et 2008, il tend à se stabiliser en 2009 malgré un contexte économique difficile.

Les **établissements du commerce de détail sur événements et marchés** sont très présents dans les régions du sud de la France sur la côte méditerranéenne, et dans les régions de la côte Atlantique, de l'Aquitaine aux Pays de la Loire. Le Languedoc-Roussillon est la région qui a la plus forte concentration d'établissements dans ce secteur (18,6 établissements pour 10 000 habitants) suivie par la région Poitou-Charentes (17,3), la Provence - Alpes - Côte d'Azur (15,8), l'Aquitaine (14,4), les Pays de la Loire (14,2) et la région Midi-Pyrénées (13,9). Les régions où le nombre de commerces sur événements et marchés est le plus bas sont le Limousin (8,5), l'Alsace (8,6) et la Lorraine (10). ■

Définitions

Commerce de détail sur événements et marchés (47.8) : ce secteur regroupe le commerce de détail de tous types de produits neufs ou d'occasion présentés sur des événements, généralement mobiles, installés sur la voie publique ou sur un emplacement de marché déterminé. Ce secteur regroupe trois secteurs à un niveau plus fin : le commerce de détail alimentaire sur événements et marchés (47.81Z), le commerce de détail de textiles, d'habillement et de chaussures sur événements et marchés (47.82Z) et les autres commerces de détail sur événements et marchés (47.89Z).

L'activité des marchés retracée ici est sous-estimée puisqu'elle ne prend pas en compte les producteurs.

Établissements du commerce de détail sur événements et marchés : lors de l'inscription au répertoire Sirene, une entreprise qui exerce une activité de commerce ambulant doit ouvrir un « établissement » correspondant à cette activité. L'adresse de cet établissement est alors soit une adresse de domiciliation (fournie par une entreprise de domiciliation) soit celle du siège si l'entreprise a plusieurs établissements, soit l'adresse du domicile pour une personne physique. Elle est *a priori* différente du lieu d'exercice de l'activité (marché). C'est cette adresse, renseignée lors de l'inscription au répertoire Sirene, qui a été utilisée pour élaborer la carte de la figure 4.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2009 », *Insee Première*, à paraître.
- « La situation du commerce en 2009 », *Document de travail*, Insee, juin 2010.
- « Les marchés en France », DCASPL, juin 2005.
- « Les marchés et le commerce alimentaire », DCASPL, juillet 2001.

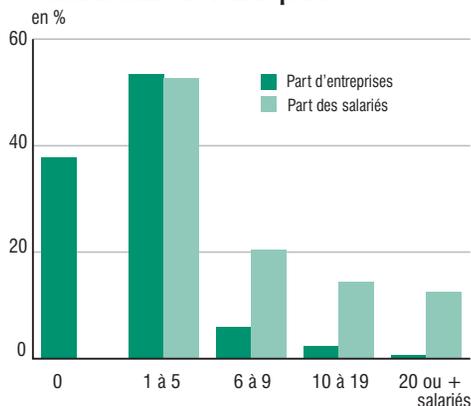
1. Chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires HT (M€)	Taux de marge commerciale (%)	Salariés		
				Nombre en équivalents-temps plein	Proportion de femmes (%)	Temps partiel (%)
Événementaires et marchés	84 390	5 818	43,3	13 071	49,5	49,9

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

Source : Insee, *Ésane 2008, Dads, Clap*.

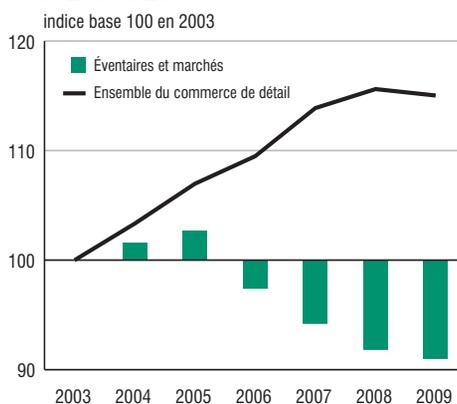
2. Répartition des entreprises et des salariés selon la taille de l'entreprise



Champ : France.

Source : Insee, *Connaissance locale de l'appareil productif 2008 (Clap)*.

3. Évolution du chiffre d'affaires en volume de 2003 à 2009



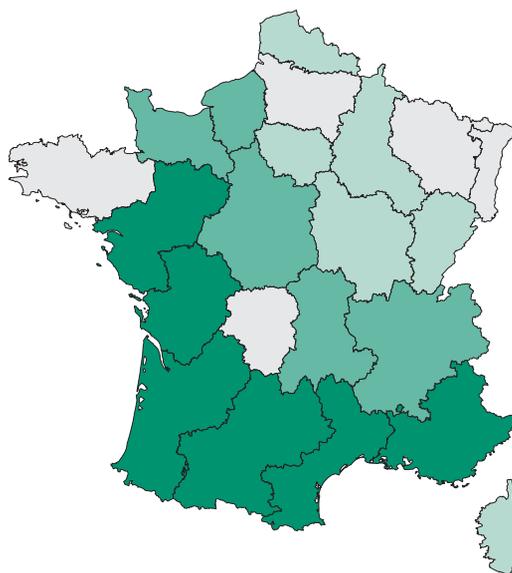
Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, *indice de chiffre d'affaires*.

4. Nombre de commerces sur événementaires et marchés pour 10 000 habitants



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



3.9 Vente à distance, à domicile et par automate

La vente à distance, à domicile et par automate compte 27 500 entreprises en 2008, soit 6,2 % des entreprises du commerce de détail. Le secteur de la vente à distance représente 17,9 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit 4,1 % du commerce de détail, et emploie 47 700 salariés, soit 3,1 % du commerce de détail. Le taux de marge commerciale du secteur (44,3 %) est le plus élevé du commerce de détail.

En 2008, le secteur de la vente à distance, à domicile et par automate est le secteur le plus concentré du commerce de détail. De fait, 80 % des entreprises n'ont pas de salarié et les 2 % d'entreprises qui ont plus de 20 salariés emploient 80 % de l'ensemble des salariés du secteur.

En 2009, le chiffre d'affaires du secteur de la vente à distance, à domicile et par

automate diminue de 1,8 % en volume. Depuis fin 2008, de nombreuses entreprises de vente par correspondance connaissent des difficultés, ce qui se répercute largement sur l'ensemble du secteur. Néanmoins, on constate une forte implication de la vente par correspondance dans le commerce électronique et une présence de plus en plus marquée sur le réseau internet. La connexion à l'internet via les technologies autorisant les hauts débits (câble et ADSL pour l'essentiel) poursuit sa montée en puissance et favorise ainsi les ventes électroniques. Le classement des plus grandes entreprises du secteur en 2008 est révélateur de la montée d'internet : de plus en plus les entreprises qui ne vendent que sur l'internet (*Pure players*) se hissent dans les dix premières entreprises en termes de chiffre d'affaires. ■

Définitions

Vente à distance, à domicile et par automate : ce secteur regroupe :

- les entreprises de la vente à distance qui s'effectue sur catalogue général (47.91A) pour tout type de produit par tout type de média (correspondance, télévision, minitel, internet...) ou sur catalogue spécialisé (47.91B) par tout type de média ;
- les entreprises de vente à domicile (47.99A) qui représente le commerce de détail de tout produit exercé par démarchage au domicile ou sur le lieu de travail du consommateur ;
- les entreprises de vente par automate (47.99B). Cette dernière activité ne comprend pas la maintenance et la réparation des appareils de distribution automatique.

Pure players : la catégorie regroupe les entreprises exerçant uniquement leurs activités sur l'internet. Les entreprises réalisant des ventes sur l'internet pour compte de tiers (galeries marchandes, comparateurs de coût et autres portails) y sont aussi incluses.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2009 », *Insee Première*, à paraître.
- « La situation du commerce en 2009 », *Document de travail*, Insee, juin 2010.
- « Le commerce électronique », *Insee Première* n° 1040, septembre 2005.
- « Les acteurs du commerce électronique », *Insee Première* n° 999, janvier 2005.

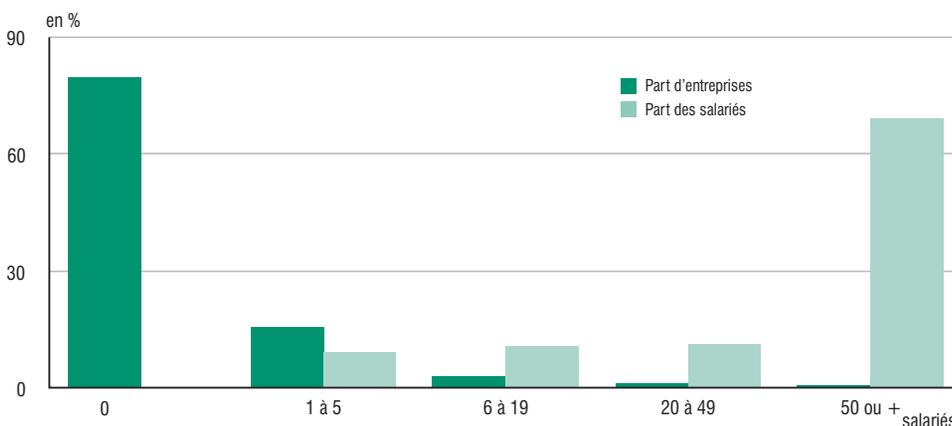
Vente à distance, à domicile et par automate 3.9

1. Chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires HT (M€)	Taux de marge commerciale (%)	Salariés		
				Nombre en équivalents-temps plein	Proportion de femmes (%)	Temps partiel (%)
Vente à distance, à domicile et par automate	27 466	17 910	44,3	47 716	58,2	20,3

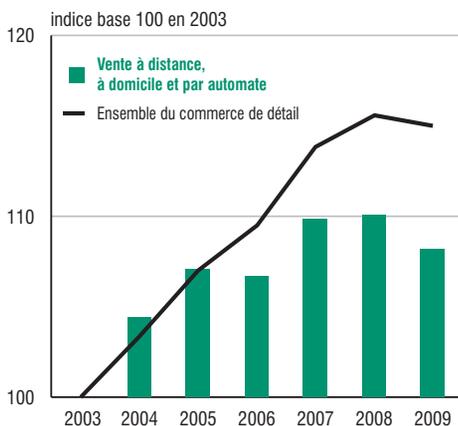
Champ : France ; France métropolitaine pour proportion de femmes et temps partiel
 Source : Insee, É sane 2008, DADS, Clap.

2. Répartition des entreprises et des salariés selon la taille de l'entreprise



Champ : France.
 Source : Insee, Connaissance locale de l'appareil productif 2008 (Clap).

3. Évolution du chiffre d'affaires en volume de 2003 à 2009



Champ : France métropolitaine.
 Source : Insee, indice de chiffre d'affaires.

4. Les dix plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires



Champ : France.
 Source : Insee, É sane 2008.