

---

# Annexes

---

## Le champ du commerce

Dans cet ouvrage, le champ du commerce est défini par référence à la Nomenclature d'activités française (NAF Rév. 2, c'est à dire selon la version révisée 2 en vigueur depuis janvier 2008). Au sens de la NAF Rév.2, le commerce recouvre toutes les formes de commercialisation des marchandises revendues en l'état et la réparation d'automobiles et de motocycles. Le service commercial comprend les opérations usuelles associées au commerce : classement, fractionnement, conditionnement, entreposage, livraison, installation, etc. Dans le cas de la revente en l'état, la valeur du service commercial peut être mesurée par la marge commerciale, égale à la différence entre le prix de vente et le coût d'achat.

### Donneurs d'ordres

Les donneurs d'ordres qui achètent des produits pour la revente en l'état relèvent, pour cette activité, du commerce. Cependant, au sens de la NAF Rév.2, un donneur d'ordre qui possède les principales matières premières et qui sous-traite l'ensemble du processus de production industrielle à une autre unité relève de l'industrie manufacturière. En revanche, un donneur d'ordre qui ne possède pas les principales matières premières et qui sous-traite l'ensemble du processus de production industrielle à une autre unité relève du commerce, si c'est sa seule activité.

### Intermédiaires du commerce et centrales d'achats

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

### Artisanat commercial

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

### Méthodologie : nomenclatures

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

Dans le cadre de la NAF Rév.2, le secteur d'activité du commerce est organisé en trois divisions. Une première associe le commerce de gros ou de détail d'automobiles, la réparation des véhicules et la fourniture de pièces. Une autre division couvre le commerce de gros (hors automobile) en distinguant intermédiaires et revendeurs. La dernière division recouvre le commerce de détail.

Pour les besoins d'analyses spécifiques sur le commerce, des regroupements de secteurs d'activité ont été réalisés dans cet ouvrage. Pour la grande majorité d'entre eux, ces regroupements reposent sur la NAF Rév.2.

---

## Sources

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

**Enquête annuelle d'entreprise (EAE)** : effectuée jusqu'en 2007, cette enquête permet de déterminer l'activité principale de l'entreprise. Elle a été remplacée par l'enquête sectorielle annuelle (ESA) à partir de l'enquête relative à 2008. Le champ couvert est celui de la France métropolitaine et des départements d'outre-mer.

**Ésane** : dispositif de production des statistiques structurelles d'entreprises qui combine des données administratives (obtenues à partir des déclarations annuelles de bénéficiaires faites à l'administration fiscale, et à partir des déclarations annuelles de données sociales qui fournissent des informations sur les salariés) et des données obtenues à partir d'un échantillon d'entreprises enquêtées par un questionnaire spécifique pour produire les statistiques structurelles d'entreprises. Il remplace depuis 2008 le précédent système, composé de deux dispositifs (les enquêtes annuelles d'entreprise : EAE et le système unifié de statistique d'entreprise s'appuyant sur les déclarations fiscales : SUSE), en les unifiant.

**Indice de chiffre d'affaires (ICA)** : les indices de chiffre d'affaires permettent de mesurer mensuellement l'évolution de l'activité dans les secteurs du commerce de gros et du commerce de détail et le commerce et la réparation automobiles.

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

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

## Pour en savoir plus

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

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

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

---

## La réglementation du commerce

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

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

### Professions réglementées

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

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

### Activités réglementées

Parmi les principales, on relève le régime des autorisations préalables d'exploitation commerciale. La mise en œuvre de la loi d'orientation du commerce et de l'artisanat du 27 décembre 1973 dite loi Royer, modifiée par la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 dite loi Raffarin, a instauré une procédure spécifique d'autorisation préalable d'exploitation commerciale, indépendante de la délivrance du permis de construire. Cette procédure s'appliquait notamment à tous les projets de création ou d'extension de commerce de détail et d'ensemble commercial d'une surface de vente supérieure à 300 m<sup>2</sup>.

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

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

Les projets soumis à une demande d'autorisation d'exploitation commerciale doivent tenir compte de trois critères rénovés qui concernent :

- l'aménagement du territoire, les projets devant contribuer à l'animation de la vie urbaine, rurale et de montagne. Cette animation passe notamment par le maintien des activités dans les zones rurales et par le rééquilibrage des agglomérations grâce au développement des activités en centre-ville ;

- des critères induits par la loi du 12 décembre 2000, dite loi « SRU ». Sont ainsi examinés les effets des projets sur les flux de transport (flux de voitures particulières et de véhicules de livraison), mais aussi l'insertion des projets dans les réseaux de transport collectif ;

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

Par ailleurs, le seuil du déclenchement de la procédure d'autorisation d'exploitation commerciale est relevé de 300 m<sup>2</sup> à 1 000 m<sup>2</sup>. Ce nouveau dispositif vise de la sorte à assurer un développement équilibré de toutes les formes de commerce en prévenant les risques de dévitalisation des centres-villes et de désertification des zones rurales tout en répondant à des objectifs d'aménagement équilibré du territoire et de développement durable.

### **Interdiction de la revente à perte**

L'interdiction de la revente à perte constitue un grand principe du droit commercial français. Elle a été définie par la loi du 1<sup>er</sup> juillet 1996 relative à la loyauté et à l'équilibre des relations commerciales, dite loi Galland qui a été modifiée successivement par la loi en faveur des PME du 2 août 2005, par la loi du 3 janvier 2008, dite loi Chatel, et par la loi de modernisation de l'Économie du 4 août 2008 : il s'agit de se prémunir contre les dérives d'une concurrence par les prix bas mais également de lutter contre le phénomène dit des « marges arrières », c'est-à-dire le déplacement de la négociation commerciale du prix de vente facturé vers les réductions de prix hors facture et la coopération commerciale. L'objectif est de faciliter la négociation commerciale entre fournisseurs et détaillants en la rendant plus transparente et de rééquilibrer les relations commerciales en modifiant le calcul du seuil de revente à perte (SRP) afin d'y intégrer les marges arrières. La loi Chatel a modifié les critères d'appréciation de la revente à perte. Le SRP se calcule désormais en se fondant sur le prix unitaire, trois fois net, c'est-à-dire intégrant non seulement toutes les réductions de prix sur facture mais aussi tous les avantages financiers et également tous les services de coopération commerciale majoré de diverses taxes (dont la TVA) et du prix du transport. Par ailleurs, dans un souci de simplification et de transparence, l'ensemble de la relation commerciale entre fournisseurs et distributeurs est désormais défini dans une convention unique. Enfin, la loi de modernisation de l'économie met en œuvre la dernière étape de la réforme des relations commerciales en autorisant la négociabilité des conditions générales de vente qui peuvent être différenciées selon les catégories d'acheteurs et de produits ou de demandeurs de prestations de services. Il doit résulter de ces réformes la disparition progressive des marges arrières en intégrant dans le prix des produits les différentes contreparties au contrat de vente dès lors que celles-ci ont été clairement identifiées ; une concurrence plus saine entre les entreprises résultant de la liberté de négocier et de choisir ; des baisses de prix et des gains de pouvoir d'achat pour les consommateurs.

### **Prohibition des offres de prix abusivement bas**

Demeurent prohibées les offres de prix ou pratiques de prix de vente aux consommateurs abusivement bas par rapport aux coûts de production, de transformation, de commercialisation, dès lors que ces offres ou pratiques ont pour objet, ou peuvent avoir pour effet, d'éliminer d'un marché ou d'empêcher d'accéder à un marché, une entreprise ou l'un de ses produits.

## Ventes réglementées

Certaines formes de vente (liquidations, ventes au déballage, soldes et magasins ou dépôt d'usine) sont encadrées par des dispositions du code de commerce pour garantir l'exercice d'une concurrence loyale entre les différentes formes de commerce et assurer la protection du consommateur.

## Ventes au déballage

Cette forme de vente est régie par l'article L.310-2 du code de commerce, dernièrement modifié par l'article 54 de la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008. Il s'agit des ventes de marchandises effectuées dans des locaux ou sur des emplacements non destinés à la vente au public de ces marchandises, ainsi qu'à partir de véhicules spécialement aménagés à cet effet. Elles sont limitées à deux mois par année civile par emplacement et soumises à déclaration auprès du maire de la commune concernée. La participation des particuliers à ces manifestations est strictement encadrée.

## Ventes en liquidation

Les liquidations sont définies par l'article L.310-1 du code de commerce. Ces ventes sont accompagnées ou précédées de publicité et annoncées comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de la totalité ou partie des marchandises d'un établissement commercial à la suite d'une décision, quelle qu'en soit la cause, de cessation, de suspension saisonnière, de changement d'activité ou de modification substantielle des conditions d'exploitation. Elles sont soumises à un régime de déclaration auprès du préfet du département concerné. La durée maximale de la vente en liquidation, ne peut excéder deux mois ou, en cas de suspension saisonnière d'activité, quinze jours. Dans le cadre d'une vente en liquidation les marchandises peuvent être revendues à perte.

## Soldes

C'est l'article L.310-3 du code de commerce qui définit les soldes, les périodes autorisées et les marchandises concernées. Il qualifie les soldes de ventes accompagnées ou précédées de publicité et annoncées comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de marchandises en stock.

La loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie a modifié l'organisation des soldes, notamment en ce qui concerne leur calendrier.

Les deux périodes de soldes saisonniers (été/hiver) étaient jusqu'alors fixées par le préfet de département et limitées à une durée maximale de six semaines chacune. Depuis janvier 2009, les dates des soldes saisonniers sont fixées nationalement - avec une possibilité de dérogation pour les départements frontaliers ou ceux connaissant une forte saisonnalité des ventes - et chaque période est limitée à cinq semaines. Il est à noter que les entreprises de vente à distance qui effectuent des soldes sont aussi soumises à la date nationale (article 47 de la loi n° 2011-525 du 17 mai 2011) et ce quel que soit le lieu d'implantation du siège social. Par ailleurs, chaque commerçant a la possibilité de procéder à deux semaines de soldes complémentaires (dits soldes flottants) à des dates librement choisies à l'exception du mois précédent les soldes saisonniers.

Pendant les soldes saisonniers ou complémentaires les marchandises peuvent être revendues à perte.

## Magasins ou dépôts d'usine

Depuis la loi du 5 juillet 1996, l'usage des appellations « magasin d'usine » et « dépôt d'usine » est réglementé. En effet, ces dénominations sont réservées aux producteurs qui vendent directement au public la partie de leur production non écoulée dans les circuits de distribution ou faisant l'objet de retour. Ces ventes directes concernent exclusivement les productions de la saison antérieure de commercialisation, justifiant ainsi une vente à prix modéré.

## Ouverture et fermeture des commerces

La réglementation de l'emploi des salariés du commerce le dimanche relève de la législation sociale. Ces dispositions figurent dans le code du travail (art. L 3132-1 et suivants). Un salarié ne peut travailler plus de 6 jours par semaine : au moins un jour de repos doit lui être accordé chaque semaine et, en principe, le dimanche.

Toutefois, le principe du repos dominical connaît plusieurs types de dérogations qui peuvent, selon le cas, être permanentes ou temporaires, soumises ou non à autorisation, applicables à l'ensemble du territoire ou à certaines zones précisément délimitées, etc. Les dispositions applicables ont été modifiées en dernier lieu par la loi du 10 août 2009 « réaffirmant le principe du repos dominical et visant à adapter les dérogations à ce principe dans les communes et zones touristiques et thermales ainsi que dans certaines grandes agglomérations pour les salariés volontaires ».

## Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC)

La loi de modernisation de l'économie modifie à compter du 26 novembre 2008 la composition des commissions départementales chargées de délivrer les autorisations d'exploitation commerciale et modifie leur dénomination. Les commissions départementales d'équipement commercial (CDEC) deviennent les commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC).

Les CDAC sont composées de huit membres (cinq élus locaux et trois personnalités qualifiées en matière de consommation, de développement durable et d'aménagement du territoire). Le rôle de ces commissions est de garantir le respect de la liberté d'entreprendre et le développement maîtrisé des activités commerciales tout en permettant un aménagement équilibré du territoire, avec la prise en compte de critères rénovés tels que l'aménagement du territoire et le respect de la protection de l'environnement. Enfin, ces autorisations d'exploitation commerciale doivent être compatibles avec les schémas de cohérence territoriale, documents d'urbanisme organisant les aires urbaines. Au cours des dernières années, les commissions départementales ont vu leur activité augmenter régulièrement. Ces commissions ont examiné environ 1 400 dossiers en 2010 pour environ 3,8 millions de m<sup>2</sup> de surface de vente. Près de 14% de ces demandes ont fait l'objet d'un recours administratif préalable obligatoire devant la Commission nationale. Au total, toutes commissions confondues, près de 80 % des demandes sont autorisées. Seules les décisions de la commission nationale sont susceptibles de recours pour excès de pouvoir devant le juge administratif.

---

## **Pour en savoir plus**

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

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

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

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

Articles L.310-1 à L.310-7 du code de commerce

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

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

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

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

---





## Le petit et le grand commerces

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

### Définitions du petit et du moyen commerce

**Petit commerce alimentaire** : ensemble des sociétés non financières et entrepreneurs individuels (SNFEI) ayant pour activité principale le commerce de produits surgelés, l'alimentation générale de petite surface, la gestion de supérettes et le commerce alimentaire spécialisé.

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

**Petit et moyen commerce non alimentaire** : il comprend :

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

### Définitions du grand commerce

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

**Grands magasins** : magasins d'au moins 2 500 m<sup>2</sup> et réalisant moins d'un tiers de leurs chiffres d'affaires en produits alimentaires.

**Grandes entreprises de vente à distance** : ensemble des SNFEI de vente à distance à catalogue général ou spécialisé ayant au moins 50 salariés.

**Grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé (ou grand commerce spécialisé intégré)** : ensemble des SNFEI du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé (hors produits pharmaceutiques, combustibles, et biens d'occasion), satisfaisant à une des conditions suivantes :

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

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

## Grandes surfaces et succursalisme

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

## Établissement des comptes du grand commerce non alimentaire spécialisé

Le grand commerce non alimentaire spécialisé étant défini comme un ensemble de SNFEI, ses résultats sont chiffrés à partir des données comptables de celles-ci. Les deux sources utilisées sont les déclarations fiscales au titre des bénéficiaires industriels et commerciaux (BIC) et les réponses à l'enquête sectorielle annuelle dans le commerce qui, outre les données comptables, comporte des informations sur les effectifs salariés, le nombre de magasins et leur surface de vente, ainsi que la répartition des ventes par produits.

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

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

---

### Pour en savoir plus

« La situation du commerce en 2010 », *Document de travail*, Insee, décembre 2011.

« Le commerce en 2010 - Retour contrasté à la croissance », *Insee Première* n° 1363, août 2011.

---

## Les branches du commerce dans l'économie

Les **branches** du commerce retracent toutes les activités de revente en l'état de marchandises et les activités de services commerciaux, que ces activités soient réalisées par une société non financière ou entreprise individuelle (SNFEI) commerciale, industrielle ou de services. La notion de branche diffère de celle de secteur d'activité : les secteurs du commerce rassemblent uniquement les SNFEI dont l'activité principale est commerciale, même si ces dernières ont également des activités secondaires ne relevant pas du commerce. L'ouvrage du « Commerce en France » suit principalement une approche sectorielle. Cette annexe propose un éclairage complémentaire en termes de branches, directement comparable aux données diffusées par la Comptabilité nationale, mais qui diffère de la fiche de synthèse sectorielle « 1.1 Panorama du commerce ».

Le **poids** des branches du commerce dans la **valeur ajoutée** de l'ensemble des branches de l'économie est d'environ 11 % en 2010 (en valeur). Il est de 18 % dans l'ensemble des branches principalement marchandes, non financières et non agricoles (hors loyers imputés).

### 1. Décomposition du PIB à prix courants en 2009

	en Md €
Approche valeur ajoutée	
Valeur ajoutée du commerce	176,1
Valeur ajoutée des autres branches	1528,5
<b>Valeur ajoutée totale au prix de base</b>	<b>1704,6</b>
Approche sectorielle	
Ensemble valeur ajoutée des branches principalement marchandes non financières, non agricoles	977,3
Agriculture	25,8
Loyers imputés	191,8
Activités financières et assurance	76,3
Secteur non marchand <sup>1</sup>	417,2
Activités des ménages en tant qu'employeurs et activités des organisations associatives	16,3
<b>Valeur ajoutée totale au prix de base</b>	<b>1704,6</b>
Impôts sur les produits	200,9
Subventions sur les produits	- 16,2
<b>PIB</b>	<b>1889,2</b>

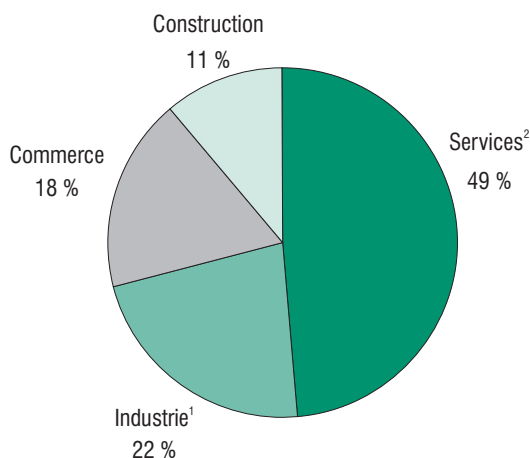
1. Ce secteur comprend les administrations publiques, l'enseignement, la santé humaine et l'action sociale, la recherche et développement non marchande, les arts, spectacles et activités récréatives non marchandes.

Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux.

**L'évolution** de la valeur ajoutée en volume des branches du commerce est proche de celle de l'ensemble de l'économie. Plus dynamique sur la période 1999-2002, la valeur ajoutée des branches du commerce croît à un rythme plus faible que celle de l'ensemble de l'économie jusqu'en 2006, avant de retrouver une croissance annuelle de 3 % en 2007 et 2008. En 2009, elle chute fortement avec la crise (- 5,1 %, contre -2,4 % pour l'ensemble des branches). Cette baisse se ressent sur toutes les branches du commerce à l'exception de celle du commerce de détail.

## 2. Part de la branche commerce dans la valeur ajoutée de l'ensemble des branches principalement marchandes, non financières et non agricoles en 2009



1. Y compris industries agricoles, alimentaires, et énergie.

2. Services principalement marchands, hors activités financières et d'assurance, hors loyers imputés, et hors activité des ménages.

Champ : France. Activités principalement marchandes, non financières et non agricoles, et hors loyers imputés (hors AZ, GL68I, KZ, OQ, SZ1, TZ, UZ de la nomenclature agrégée).

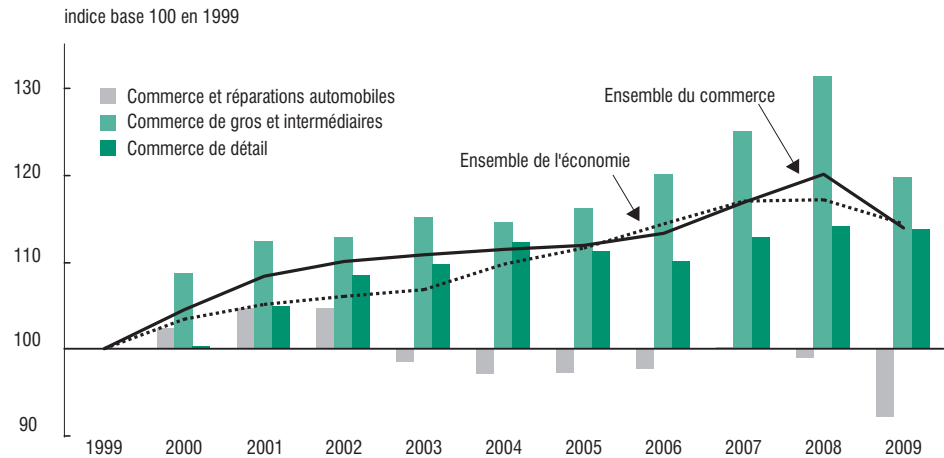
Source : Insee, Comptes nationaux, base 2005.

Depuis 1999 et jusqu'au repli de 2009, la valeur ajoutée en volume de la **branche du commerce de gros** a continuellement augmenté, avec une progression très importante entre 2005 et 2008. En 2009, la branche commerce de gros contribue pour 45 % à la valeur ajoutée en valeur du commerce. Cette branche concerne les flux commerciaux entre entreprises, et comprend également des services commerciaux spécifiques (centrales d'achats, coopération commerciale par exemple). Elle est sensible aux fluctuations du commerce extérieur dont dépend en partie l'acheminement de ses produits, ainsi qu'aux achats en biens d'investissement ou en consommation intermédiaire des sociétés.

Avec une valeur ajoutée quasi-stable depuis 2004, **la branche du commerce de détail** porte moins qu'auparavant la croissance du commerce. En 2009, elle représente 42 % de la valeur ajoutée en valeur du commerce. Cette branche comprend les activités de vente aux particuliers des produits commercialisables.

**La branche du commerce et de la réparation automobiles** n'est plus assez importante depuis le début des années 1990 pour contribuer significativement à la croissance des branches du commerce. Elle a connu d'importants changements depuis vingt ans : restructuration des réseaux des constructeurs nationaux, implantation de réseaux étrangers, émergence des grandes surfaces dans la distribution de carburants et de pièces détachées et, dans la réparation, développement des centre-autos. La crise de 2009 l'a particulièrement affectée (- 7 %). En 2009, 13 % de la valeur ajoutée en valeur du commerce relève des activités de commerce et de réparation automobiles.

### 3. Évolution de la valeur ajoutée des activités commerciales en volume



Champ : France.

Source : Insee, Comptes nationaux.

#### Définitions

**Branche d'activité** : il s'agit du regroupement de SNFEI et parties de SNFEI qui produisent la même catégorie de biens et de prestations.

**Valeur ajoutée** : la valeur ajoutée (VA) est le solde du compte de production. Elle est égale à la valeur de la production diminuée de la consommation intermédiaire. On considère ici la valeur ajoutée brute calculée par la Comptabilité nationale. Celle-ci diffère légèrement de celle qui est calculable à partir des données fiscales des SNFEI, en particulier par la valorisation des stocks. L'évolution de la valeur ajoutée est mesurée « en volume » (ici en milliards de l'année 2005 et aux prix chaînés de l'année précédente). Les évolutions en valeur (c'est-à-dire à prix courant) sont alors corrigées des évolutions de prix.

#### Pour en savoir plus

« Le commerce en 2010 - Retour contrasté à la croissance », *Insee Première* n° 1363, août 2011.

« La situation du commerce en 2010 », Insee, *Document de travail*, juin 2011.

« Les comptes nationaux en base 2005 », [www.insee.fr](http://www.insee.fr).



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

## Postes utilisés dans l'ouvrage par référence aux nomenclatures

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



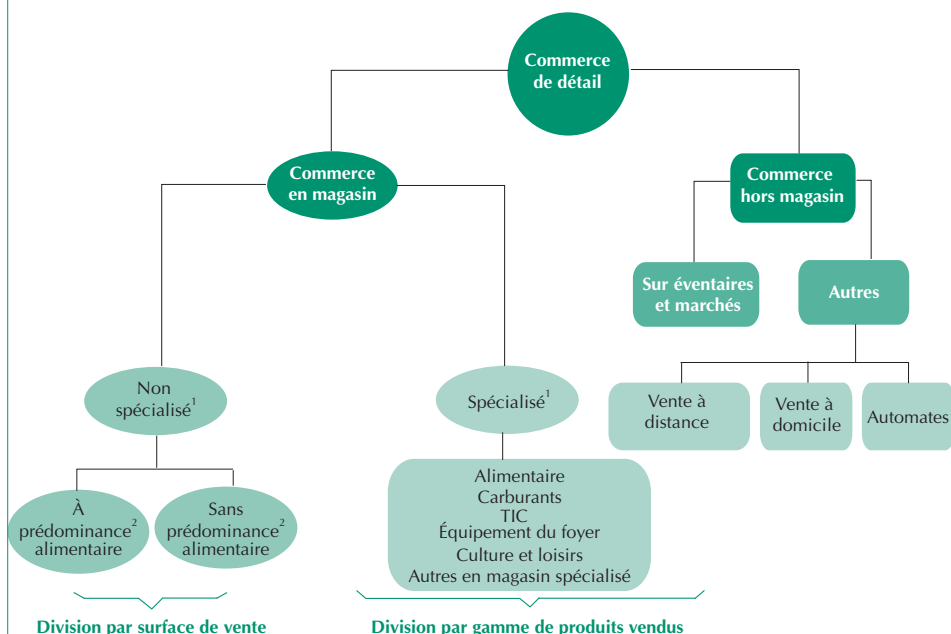
<b>51.4</b>	<b>51.4</b>	<b>Commerce de gros de biens de consommation non alimentaires</b>
51.41	51.4A	Textiles
51.42		Habillement et chaussures
	51.4C	Habillement
	51.4D	Chaussure
51.43	51.4F	Appareils électroménagers et radios
51.44		Céramique, verrerie et produits
	51.4H	Vaisselle et verrerie de ménage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

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

#### Activités artisanales à caractère commercial

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

## Structure de la division des activités du commerce de détail



1 - 2. Voir définitions ci-dessous.

## Structure de la division des activités du commerce de détail : spécialisation et prédominance alimentaire

### 1. Spécialisation

La spécialisation s'apprécie à partir de la gamme (classe à 4 positions de la NAF) des produits vendus (fruits et légumes frais, boissons, textiles, etc.). Il existe 7 gammes relatives aux produits alimentaires et 23 gammes relatives aux produits non alimentaires. Si l'une de ces 30 gammes génère plus de la moitié de la valeur ajoutée du magasin, le commerce est spécialisé sur cette gamme. Dans le cas contraire, il faut considérer les gammes significatives : celles générant au moins 5 % de la valeur ajoutée. De leur nombre dépend la spécialisation. Avec 4 classes au plus concernées, le commerce est spécialisé : son classement précis au sein des groupes (niveau 3 positions de la NAF) s'effectue en fonction de la gamme (niveau 4 positions de la NAF) réalisant la plus forte valeur ajoutée. Avec 5 classes au moins concernées, le commerce est non spécialisé (voir liste des gammes).

### 2. Prédominance alimentaire

Il y a prédominance alimentaire lorsque la valeur ajoutée en produits alimentaires, boissons et tabac représente au moins 35 % de la valeur ajoutée totale. Sinon, il y a prédominance non alimentaire. Le classement s'achève en appliquant des critères de surface commerciale.

## Liste des gammes de produits utilisées pour définir la spécialisation

(Sur les ventes au détail en magasin)

### **Alimentaire (7 gammes) :**

Fruits et légumes  
Viandes et produits à base de viande  
Poissons, crustacés et mollusques  
Pain, pâtisserie et confiserie  
Boissons  
Produits à base de tabac  
Autres produits alimentaires

### **Non alimentaire (23 gammes) :**

Carburants  
Ordinateurs, unités périphériques et logiciels  
Matériels de télécommunication  
Matériels audio et vidéo  
Textiles  
Quincaillerie, peintures et verres  
Tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols  
Appareils électroménagers  
Meubles et équipements du foyer  
Livres  
Journaux et papeterie  
Enregistrements musicaux et vidéo  
Articles de sport  
Jeux et jouets  
Habillement  
Chaussure et articles en cuir  
Produits pharmaceutiques  
Articles médicaux et orthopédiques  
Parfumerie et produits de beauté  
Fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour animaux  
Articles d'horlogerie et bijouterie  
Autres biens neufs

## Structure de la division des activités du commerce de détail : magasins non spécialisés

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

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

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

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

### les grandes surfaces :

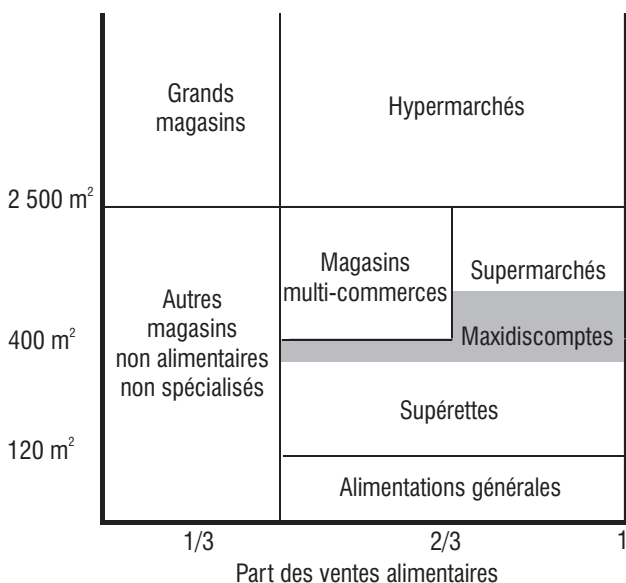
- les « hypermarchés », dont la surface de vente est d'au moins 2 500 m<sup>2</sup> ;
- les « supermarchés », dont la surface est comprise entre 400 m<sup>2</sup> et 2 500 m<sup>2</sup> et qui réalisent plus des 2/3 de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires ;
- les « magasins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

### les petites surfaces :

- les « supérettes », dont la surface de vente est comprise entre 120 m<sup>2</sup> et 400 m<sup>2</sup> ;
- les « alimentations générales », dont la surface de vente est inférieure à 120 m<sup>2</sup>.

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

Surface des magasins



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

**Les intitulés des différents postes de la nomenclature présentés ici sont synthétiques ;  
vous pouvez trouver la formulation précise et officielle sur le site de l'Insee :**

*<http://www.insee.fr>, rubrique « Définitions et méthodes »*

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

<b>46.3</b>	<b>46.3</b>	<b>Commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac</b>
46.31	46.31Z	Fruits et légumes
46.32		Viandes et produits à base de viande
	46.32A	Viandes de boucherie
	46.32B	Produits à base de viande
	46.32C	Volailles et gibier
46.33	46.33Z	Produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses comestibles
46.34	46.34Z	Boissons
46.35	46.35Z	Produits à base de tabac
46.36	46.36Z	Sucre, chocolat et confiserie
46.37	46.37Z	Café, thé, cacao et épices
46.38		Autres produits alimentaires, y compris poissons, crustacés et mollusques
	46.38A	Poissons, crustacés et mollusques
	46.38B	Alimentaire spécialisé divers
46.39		Commerce de gros non spécialisé de denrées, boissons et tabac
	46.39A	Produits surgelés
	46.39B	Alimentaire non spécialisé
<b>46.4</b>	<b>46.4</b>	<b>Commerce de gros de biens domestiques</b>
46.41	46.41Z	Textiles
46.42	46.42Z	Habillement et chaussures
46.43	46.43Z	Appareils électroménagers
46.44	46.44Z	Vaisselle, verrerie et produits d'entretien
46.45	46.45Z	Parfumerie et produits de beauté
46.46	46.46Z	Produits pharmaceutiques
46.47	46.47Z	Meubles, tapis et appareils d'éclairage
46.48	46.48Z	Articles d'horlogerie et bijouterie
46.49	46.49Z	Autres biens domestiques
<b>46.5</b>	<b>46.5</b>	<b>Commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication</b>
46.51	46.51Z	Ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels
46.52	46.52Z	Composants et équipements électroniques et télécommunication
<b>46.6</b>	<b>46.6</b>	<b>Commerce de gros d'autres équipements industriels</b>
46.61	46.61Z	Matériel agricole
46.62	46.62Z	Machines-outils
46.63	46.63Z	Machines pour l'extraction, la construction et le génie civil
46.64	46.64Z	Machines pour l'industrie textile et l'habillement
46.65	46.65Z	Mobilier de bureau
46.66	46.66Z	Autres machines et équipements de bureau
46.69		Autres machines et équipements
	46.69A	Matériel électrique
	46.69B	Fournitures et équipements industriels divers
	46.69C	Fournitures et équipements divers pour le commerce et les services
<b>46.7</b>	<b>46.7</b>	<b>Autres commerces de gros spécialisés</b>
46.71	46.71Z	Combustibles et produits annexes
46.72	46.72Z	Minerais et métaux
46.73		Bois, matériaux de construction et appareils sanitaires
	46.73A	Bois, matériaux de construction
	46.73B	Appareils sanitaires, produits de décoration
46.74		Quincaillerie et fournitures pour plomberie et chauffage
	46.74A	Quincaillerie
	46.74B	Fournitures pour la plomberie et le chauffage
46.75	46.75Z	Produits chimiques
46.76	46.76Z	Autres produits intermédiaires
46.77	46.77Z	Déchets et débris
<b>46.9</b>	<b>46.9</b>	<b>Commerce de gros non spécialisé</b>
46.90	46.90Z	Commerce de gros non spécialisé

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

<b>47.1</b>	<b>47.1</b>	<b>Commerce de détail en magasin non spécialisé</b>
47.11		Commerce de détail en magasin non spécialisé à prédominance alimentaire
	47.11A	Produits surgelés
	47.11B	Alimentation générale
	47.11C	Supérettes
	47.11D	Supermarchés
	47.11E	Magasins multi-commerces
	47.11F	Hypermarchés
47.19		Autre commerce de détail en magasin non spécialisé
	47.19A	Grands magasins
	47.19B	Autres commerces de détail en magasin non spécialisé
<b>47.2</b>	<b>47.2</b>	<b>Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé</b>
47.21	47.21Z	Fruits et légumes
47.22	47.22Z	Viandes et produits à base de viande
47.23	47.23Z	Poissons, crustacés et mollusques
47.24	47.24Z	Pain, pâtisserie et confiserie
47.25	47.25Z	Boissons
47.26	47.26Z	Produits à base de tabac
47.29	47.29Z	Autres commerces de détail alimentaires
<b>47.3</b>	<b>47.3</b>	<b>Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé</b>
47.30	47.30Z	Carburants
<b>47.4</b>	<b>47.4</b>	<b>Commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé</b>
47.41	47.41Z	Ordinateurs, unités périphériques et logiciels
47.42	47.42Z	Matériels de télécommunication
47.43	47.43Z	Matériels audio et vidéo
<b>47.5</b>	<b>47.5</b>	<b>Commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé</b>
47.51	47.51Z	Textiles
47.52		Quincaillerie, peintures et verres
	47.52A	Quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m <sup>2</sup> )
	47.52B	Quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m <sup>2</sup> ou plus)
47.53	47.53Z	Tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols
47.54	47.54Z	Appareils électroménagers
47.59		Meubles, appareils d'éclairage et autres articles de ménage
	47.59A	Meubles
	47.59B	Autres équipements du foyer
<b>47.6</b>	<b>47.6</b>	<b>Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé</b>
47.61	47.61Z	Livres
47.62	47.62Z	Journaux et papeterie
47.63	47.63Z	Enregistrements musicaux et vidéo
47.64	47.64Z	Articles de sport
47.65	47.65Z	Jeux et jouets
<b>47.7</b>	<b>47.7</b>	<b>Autres commerces de détail en magasin spécialisé</b>
47.71	47.71Z	Habillement
47.72		Chaussure et articles en cuir
	47.72A	Chaussure
	47.72B	Maroquinerie et articles de voyage
47.73	47.73Z	Produits pharmaceutiques
47.74	47.74Z	Articles médicaux et orthopédiques
47.75	47.75Z	Parfumerie et produits de beauté
47.76	47.76Z	Fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour animaux
47.77	47.77Z	Articles d'horlogerie et bijouterie
47.78		Autres commerces de détail de biens neufs en magasin spécialisé
	47.78A	Optique
	47.78B	Charbons et combustibles
	47.78C	Autres commerces de détail spécialisés divers
47.79	47.79Z	Commerce de détail de biens d'occasion en magasin



<b>47.8</b>	<b>47.8</b>	<b>Commerce de détail sur éventaies et marchés</b>
47.81	47.81Z	Alimentaire
47.82	47.82Z	Textiles, habillement et chaussures
47.89	47.89Z	Autres commerces de détail
<b>47.9</b>	<b>47.9</b>	<b>Commerce de détail hors magasin, éventaies ou marchés</b>
47.91		Vente à distance
	47.91A	Vente à distance sur catalogue général
	47.91B	Vente à distance sur catalogue spécialisé
47.99		Autres commerces de détail hors magasin, éventaies ou marchés
	47.99A	Vente à domicile
	47.99B	Vente par automates et autres commerces de détail hors magasin, éventaies ou marchés (non compris ailleurs).

## Fédérations professionnelles et institutions du commerce

### AC Nielsen

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

[www.nielsen.com/fr](http://www.nielsen.com/fr)

### Association pour le commerce et les services en ligne

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

[www.acsel-net.org](http://www.acsel-net.org)

### Assemblée des chambres françaises de commerce et de l'industrie

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

[www.cci.fr/afci](http://www.cci.fr/afci)

### Association française de recherches en études statistiques commerciales

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

[www.ifls.net](http://www.ifls.net)

### Assemblée permanente des chambres de métiers

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

[www.artisanat.fr](http://www.artisanat.fr)

### Académie des sciences commerciales

✉ 8, avenue de la porte de Champerret  
75017 PARIS  
☎ Tél. : 01 42 24 41 33  
Fax : 01 42 24 56 65

[www.academie-des-sciences-commerciales.fr](http://www.academie-des-sciences-commerciales.fr)

### Banque de France Direction de la balance des paiements

✉ 31, rue Croix des petits-champs  
75001 PARIS  
☎ Tél. 01 42 92 42 92

[www.banque-france.fr](http://www.banque-france.fr)

### Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie

✉ 142, rue Chevaleret  
75013 PARIS  
☎ Tél. : 01 40 77 85 00  
Fax : 01 40 77 85 33

[www.credoc.fr](http://www.credoc.fr)

### Centre régional d'observation du commerce, de l'industrie et des services de la CCIP

✉ 27, avenue de Friedland  
75008 PARIS  
☎ Tél. : 01 55 65 82 00  
Fax : 01 55 65 82 62

[www.crocis.ccip.fr](http://www.crocis.ccip.fr)

### Comité des constructeurs français d'automobiles

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

[www.ccfa.fr](http://www.ccfa.fr)

---

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

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

[www.cpdhbjo.com](http://www.cpdhbjo.com)

---

### Confédération française de la boucherie, boucherie-charcuterie, traiteurs

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

[www.boucherie-france.org](http://www.boucherie-france.org)

---

### Confédération française du commerce de gros interentreprises et du commerce international

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

[www.cgi-cf.com](http://www.cgi-cf.com)

---

### Confédération générale de l'alimentation en détail

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

[www.cgad.fr](http://www.cgad.fr)

---

### Confédération générale des petites et moyennes entreprises

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

[www.cgpme.fr](http://www.cgpme.fr)

---

### Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie française

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

[www.boulangerie.org](http://www.boulangerie.org)

---

### Confédération nationale de la triperie française

✉ La maison des éleveurs  
149, rue de Bercy  
75012 PARIS  
☎ Tél. : 01 43 41 64 19

[www.produitstriperiers.com](http://www.produitstriperiers.com)

---

### Confédération nationale des charcutiers-traiteurs de France

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

[www.charcutiers-traiteurs.com](http://www.charcutiers-traiteurs.com)

---

### Confédération nationale des glaciers de France

✉ 64, rue de Caumartin  
75009 PARIS  
☎ Tél. : 01 48 74 72 28  
Fax : 01 49 70 89 69

[www.lemondedudessert.fr](http://www.lemondedudessert.fr)

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

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

[www.chocolatiers.fr](http://www.chocolatiers.fr)

### Confédération nationale des artisans pâtisseries chocolatiers confiseurs glacières traiteurs de France

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

[www.confederationdelapatisserie.com](http://www.confederationdelapatisserie.com)

### Fédération nationale des métiers de la jardinerie

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

[www.fnmj.com](http://www.fnmj.com)

### Confédération nationale des poissonniers de France

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

[www.cession-commerce.com](http://www.cession-commerce.com)

### Conseil du commerce de France

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

[www.cdcf.com](http://www.cdcf.com)

### Conseil national des centres commerciaux

✉ 3, rue du Havre  
75008 PARIS  
☎ Tél. : 01 53 43 82 60  
Fax : 01 53 43 82 61

[www.cncc.com](http://www.cncc.com)

### Conseil national des professions de l'automobile

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

[www.cnpa.fr](http://www.cnpa.fr)

### DIA-MART

✉ 40, rue du Faubourg Poissonnière  
75010 PARIS  
☎ Tél. : 01 42 36 00 36  
Fax : 01 42 36 00 31

[www.dia-mart.fr](http://www.dia-mart.fr)

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

✉ 3-5, rue Barbet-de-Jouy  
75353 PARIS 07 SP  
☎ Tél. : 01 43 19 36 36  
Fax : 01 43 19 53 74

[www.pme.gouv.fr](http://www.pme.gouv.fr)

### Fédération de la boucherie hippophagique de France

✉ 13, rue des Fossés  
77000 MELUN  
☎ Tél. : 01 64 37 03 75  
Fax : 01 64 87 04 27

[www.lesmetiersducheval.com](http://www.lesmetiersducheval.com)

### Fédération des enseignes de l'habillement

✉ 18, avenue de l'Opéra  
75001 PARIS

☎ Tél. : 01 47 03 17 51  
Fax : 01 47 03 11 84

[www.f-e-h.com](http://www.f-e-h.com)

---

### Fédération des enseignes du commerce associé

✉ 77, rue de Lourmel  
75015 PARIS

☎ Tél. : 01 44 37 02 00  
Fax : 01 44 37 02 02

[www.commerce-associe.fr](http://www.commerce-associe.fr)

---

### Fédération des entreprises du commerce et de la distribution

✉ 12, rue d'Euler  
75008 PARIS

☎ Tél. : 01 44 43 99 00  
Fax : 01 47 20 53 53

[www.fcd.asso.fr](http://www.fcd.asso.fr)

---

### Fédération des entreprises de la vente à distance

✉ 60, rue de La Boétie  
75008 PARIS

☎ Tél. : 01 42 56 38 86

[www.fevad.com](http://www.fevad.com)

---

### Fédération française de la franchise

✉ 9, rue Alfred de Vigny  
75008 PARIS

☎ Tél. : 01 53 75 22 25  
Fax : 01 53 75 22 20

[www.franchise-fff.com](http://www.franchise-fff.com)

---

### Fédération française des marchés d'intérêt national

✉ 459 Rue de la Tour - Centra 249  
94576 RUNGIS Cedex

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

[www.ffmin.com](http://www.ffmin.com)

---

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

✉ 59, rue Saint-Lazare  
75009 PARIS

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

[www.fnaem.fr](http://www.fnaem.fr)

---

### Fédération française des négociants en appareils sanitaires

✉ 5, rue Cardinal-Mercier  
75009 PARIS

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

[www.fnas.fr](http://www.fnas.fr)

---

### Fédération des magasins de bricolage

✉ 5, rue Maubeuge  
75009 PARIS

☎ Tél. : 01 42 82 15 00  
Fax : 01 42 82 17 80

[www.fmbricolage.org](http://www.fmbricolage.org)

---

### Fédération nationale de l'artisanat de l'automobile

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

☎ Tél. : 01 40 11 12 96  
Fax : 01 40 11 09 46

[www.fna.fr](http://www.fna.fr)

### Fédération nationale de l'épicerie

✉ 5, rue des Reculettes  
75013 PARIS  
☎ Tél. : 01 55 43 31 75  
Fax : 01 55 43 31 99

[www.fnde.com](http://www.fnde.com)

---

### Fédération nationale des détaillants en produits laitiers

✉ 5 rue des Reculettes  
75013 PARIS  
☎ Tél. : 01 55 43 31 55  
Fax : 01 43 31 80 52

[www.fromagersdefrance.com](http://www.fromagersdefrance.com)

---

### Fédération nationale des professionnels de l'électricité et de l'électronique

✉ 1, place Uranie  
94345 JOINVILLE-LE-PONT  
☎ Tél. : 01 43 97 31 30  
Fax : 01 43 97 32 79

[www.fedelec.fr](http://www.fedelec.fr)

---

### Fédération nationale des horlogers bijoutiers joailliers orfèvres

✉ 26, rue renard  
75004 PARIS  
☎ Tél. : 01 42 77 07 37  
Fax : 01 42 77 07 42

[www.fedehbjo.com](http://www.fedehbjo.com)

---

### Fédération Nationale des détaillants en chaussures de France

✉ 46 Boulevard Magenta  
75010 PARIS  
☎ Tél. : 01 42 06 79 30  
Fax : 01 42 06 52 09

[www.chaussure.org](http://www.chaussure.org)

---

### Fédération nationale de l'équipement du bureau et de la papeterie

✉ 12, rue des Pyramides  
75001 PARIS  
☎ Tél. : 01 42.96.38.99  
Fax : 01 42 60 26 73

[www.la-feb.org](http://www.la-feb.org)

---

### Fédération nationale de l'habillement

✉ 9, rue des Petits-Hôtels  
75010 PARIS  
☎ Tél. : 01 42 02 17 69  
Fax : 01 42 02 53 95

[www.federation-habillement.fr](http://www.federation-habillement.fr)

---

### Fédération nationale des syndicats de commerçants des marchés de France

✉ 14, rue de Bretagne  
75003 PARIS  
☎ Tél. : 01 48 87 43 80  
Fax : 01 48 87 58 40

[www.fnscmf.com](http://www.fnscmf.com)

---

### Fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs

✉ 109, rue du Faubourg Saint-Honoré  
75008 PARIS  
☎ Tél. : 01 44 70 77 90  
Fax : 01 44 70 77 91

[www.filieresport.com](http://www.filieresport.com)

---

### Fédération des syndicats de la distribution automobile

✉ 10, rue Pergolèse  
75016 PARIS  
☎ Tél. : 01 45 00 39 71  
Fax : 01 45 00 93 60

[www.feda.fr](http://www.feda.fr)

### Fédération des syndicats pharmaceutiques de France

✉ 13, rue Ballu  
75009 PARIS CEDEX 09  
☎ Tél. : 01 44 53 19 25  
Fax : 01 44 53 21 75

[www.fspf.fr](http://www.fspf.fr)

---

### Institut français de la mode

✉ 36, quai d'Austerlitz  
75013 PARIS  
☎ Tél. : 01 70 38 89 89  
Fax : 01 70 38 89 00

[www.ifm-paris.org](http://www.ifm-paris.org)

---

### IRI France

✉ 4, rue André-Derain  
78240 CHAMBOURCY  
☎ Tél. : 01 30 65 01 69

[www.infores.com](http://www.infores.com)

---

### NOVANCIA (exNEGOCIA)-CCI de Paris

✉ 8 Avenue de la Porte Champerret  
75838 PARIS CEDEX 17  
☎ Tél. : 01 44 09 31 00  
Fax : 01 44 09 35 99

[www.novancia.fr](http://www.novancia.fr)

---

### TMO Régions

✉ 6 rue de Gurvand  
BP 40709  
35007 RENNES CEDEX  
☎ Tél. : 02 99 30 59 96  
Fax : 02 99 30 58 87

[www.tmoregions.fr](http://www.tmoregions.fr)

---

### Union du grand commerce de centre-ville

✉ 18, avenue de l'Opéra  
75001 PARIS  
☎ Tél. : 01 40 15 60 71  
Fax : 01 40 15 60 14

[www.ucv.com](http://www.ucv.com)

---

### Union fédérale des marchés

✉ 14 rue du Séminaire  
94550 CHEVILLY LARUE  
☎ Tél. : 01 46 87 47 20

---

### Union nationale des industries françaises de l'ameublement

✉ 28 bis, avenue Daumesnil  
75012 PARIS  
☎ Tél. : 01 44 68 18 00  
Fax : 01 44 74 37 55

[www.unifa.org](http://www.unifa.org)

---

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

✉ 5, rue des Reculettes  
75013 PARIS  
☎ Tél. : 01 55 43 31 90  
Fax : 01 43 31 82 41

[www.unfd.fr](http://www.unfd.fr)

---

### Union professionnelle artisanale

✉ 53, rue Ampère  
75017 PARIS  
☎ Tél. : 01 47 63 31 31  
Fax : 01 47 63 31 10

[www.upa.fr](http://www.upa.fr)

### Activité économique

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

### Activité principale

L'activité principale exercée (APE) est déterminée en fonction de la ventilation des différentes activités de la SNFEI. C'est la ventilation du chiffre d'affaires selon les branches qui est utilisée comme critère de détermination, dans la mesure où la valeur ajoutée, qui serait une mesure plus juste, est souvent difficile à déterminer par branche d'activité à partir des enquêtes statistiques.

### Artisanat commercial

Il est constitué des secteurs boulangeries, pâtisseries (NAF 10.71B à 10.71D) et charcuteries (NAF 10.13B).

### Auto-entrepreneur

Le régime de l'auto-entrepreneur a été créé par la Loi de modernisation de l'économie (LME) d'août 2008. Il s'applique depuis le 1<sup>er</sup> 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. La SNFEI individuelle doit remplir les conditions du régime fiscal de la micro-entreprise (réaliser 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). La personne physique doit opter pour exercer en franchise de TVA. Le régime de l'auto-entrepreneur offre des formalités de création de SNFEI allégées ainsi qu'un mode de calcul et de paiement simplifié des cotisations sociales et de l'impôt sur le revenu.

L'auto-entrepreneur bénéficie ainsi :

- d'un régime microsocial simplifié ;
- d'une dispense d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés (RCS) pour les commerçants, ou au répertoire des métiers (RM) pour les artisans ;
- d'une exonération de TVA ;
- et sur option, d'un régime microfiscal simplifié (versement libératoire de l'impôt sur le revenu) et d'une exonération de taxe professionnelle pendant trois ans à compter de la date de création.

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 intègre en effet, sans distinction, toutes les demandes de création sous ce régime, qu'elles démarrent ou non leur activité après, et celles à qui ce régime aura été refusé après la demande de création. Or, selon le concept harmonisé au niveau européen, une création de SNFEI doit s'accompagner de la mise en œuvre effective de nouveaux moyens de production. Les SNFEI 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. L'Insee n'a pas encore les moyens de le vérifier. Ainsi, le nombre d'auto-entrepreneurs correspond au nombre de demandes de créations reçues par l'Insee. Il ne tient pas compte des refus de statut accordés ultérieurement, ni de ce que 50 % environ des auto-entrepreneurs dans le commerce ne démarrent pas d'activité économique.

## Branche

Une branche (ou branche d'activité) regroupe des unités de production homogènes, c'est-à-dire qui fabriquent des produits (ou rendent des services) qui appartiennent au même item de la nomenclature d'activité économique considérée.

## Chiffre d'affaires hors taxes

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

## Commerce

L'ensemble du commerce regroupe les SNFEI des trois secteurs suivants :

- Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles (NAF 45)
- Commerce de gros (NAF 46)
- Commerce de détail (NAF 47)
- Artisanat commercial (NAF 10.13B, 10.71B, 10.71C, 10.71D) : il s'agit des boulangeries, pâtisseries et charcuteries. Parce qu'ils transforment 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.

## Correction des variations saisonnières

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

## Créations de SNFEI

La série des créations de SNFEI est constituée à partir des informations du répertoire Sirene. Toute SNFEI, personne physique ou morale, est inscrite au répertoire lors de sa première déclaration de démarrage d'activité non salariée et reçoit un numéro d'identification unique.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2007, la définition des créations de SNFEI qui sont dénombrées par l'Insee s'appuie, pour faciliter les comparaisons, sur les concepts harmonisés au niveau européen : une création de SNFEI correspond à l'apparition d'une unité légale exploitante n'ayant pas de prédécesseur. Ce concept de création est fondé sur la mise en oeuvre de nouveaux moyens de production.

Depuis cette date, la statistique de créations de SNFEI concerne l'ensemble des activités marchandes hors agriculture.

La série des créations de SNFEI 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.

## Économie nationale

Ensemble des unités résidentes sur le territoire économique. Le territoire économique français comprend la métropole et les départements d'outre-mer.

### Effectifs salariés

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

### Effectifs non salariés

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

### Emploi salarié

L'Insee réalise des estimations trimestrielles (corrigées des variations saisonnières) fondées sur les estimations annuelles antérieures, à l'aide d'indicateurs adaptés. Ils proviennent de trois sources portant sur les établissements de dix salariés et plus : l'enquête sur l'activité et les conditions d'emploi de la main d'œuvre (Acemo), réalisée par le Ministère du Travail, la statistique établie par l'Unedic à partir des déclarations des établissements affiliés au régime d'assurance chômage et, depuis le quatrième trimestre 1999, la statistique de l'Urssaf établie à partir des déclarations des établissements versant des cotisations sociales. Quelle que soit leur source, les indicateurs trimestriels présentent un biais par rapport aux estimations annuelles. En effet, ils ne tiennent pas compte des mouvements d'emploi qui ont eu lieu dans les établissements de moins de dix salariés ou dans ceux qui viennent de se créer. Une correction est alors nécessaire. Les séries obtenues sont réalisées pour chacune des trois composantes du commerce, et corrigées des variations saisonnières. Enfin, lorsqu'on dispose des estimations annuelles, un ajustement des résultats trimestriels des années concernées est effectué.

### Entreprise individuelle

Elle est la propriété exclusive d'une personne physique. L'entrepreneur exerce son activité sans avoir créé de personne juridique distincte. Les différentes formes d'entreprises individuelles sont : commerçant, artisan, profession libérale, agriculteur.

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

### Établissement

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

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

### Exportations

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

## Groupe

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

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

On définit :

- le contour restreint ou «noyau dur» du groupe comme l'ensemble des SNFEI détenues directement ou indirectement à plus de 50 % par une société mère, tête de groupe ; la société mère n'est détenue majoritairement, ni directement ni indirectement, par aucune autre société. Dans cette définition, les groupes forment des ensembles disjoints deux à deux ;
- le contour «élargi» du groupe comme l'ensemble de toutes les SNFEI dépendant du groupe, quel que soit leur degré de dépendance vis-à-vis du centre de décision. Au niveau statistique, le contour élargi des groupes est formé de l'ensemble des SNFEI appartenant au contour élargi d'au moins un groupe, sans pouvoir associer une SNFEI à un groupe plutôt qu'à un autre.

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

## Importations

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

## Indice

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

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

## Inflation

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

Elle doit être distinguée de l'augmentation du coût de la vie. La perte de valeur des unités de monnaie est un phénomène qui touche l'économie nationale dans son ensemble, sans discrimination entre les catégories d'agents. En revanche, l'augmentation du coût de la vie affecte la répartition fonctionnelle et personnelle des revenus, sans toucher à la relation entre la masse monétaire et le produit national définissant le pouvoir d'achat de la monnaie.

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

## Investissement

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

## Ménages

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

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

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

## Personne occupée

Le nombre de personnes occupées comprend les salariés, auquel on rajoute les non-salariés, le personnel extérieur mis à disposition par une autre entreprise, le personnel intérimaire, et auquel on retranche le personnel mis à disposition par la SNFEI.

## Point de vente

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

## Production, au sens de la comptabilité nationale

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

## Résidents - Non résidents

### Résidents :

#### Personnes physiques :

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

### **Personnes morales :**

- les personnes morales (françaises ou étrangères) pour leurs seuls établissements situés en France, à l'exception des personnes morales non-résidentes énumérées ;
- les ambassades, missions diplomatiques, consulats français à l'étranger et les unités de l'armée française stationnées à l'étranger.

### **Non-résidents :**

#### **Personnes physiques :**

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

#### **Personnes morales :**

- les personnes morales (françaises ou étrangères) pour leurs seuls établissements situés à l'étranger, à l'exception, pour les françaises, des personnes morales résidentes énumérées ci-dessous ;
- les ambassades, missions diplomatiques et consulats étrangers en France ainsi que les unités d'armée étrangère venant à séjourner en France ;
- les organismes internationaux de caractère intergouvernemental installés en France.

## **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<sup>e</sup> des déclarations de 2009.

## **Secteur d'établissements**

C'est un regroupement de tous les établissements de sociétés ou d'entrepreneurs individuels qui ont la même activité principale.

## **SNFEI**

Les sociétés non financières et entrepreneurs individuels (SNFEI) correspondent à la notion juridique de SNFEI, c'est à dire à toutes les unités légales déclarées au répertoire Sirene.

Il ne s'agit donc pas de la notion de SNFEI en tant qu'acteur économique définie dans la loi de modernisation économique (LME) et son décret d'application n° 2008-1354 du 18 décembre 2008, que les statistiques ne permettent pas encore d'appréhender.

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.

## **Sociétés non financières**

Ce sont les unités institutionnelles qui sont des producteurs marchands dont la fonction principale consiste à produire des biens et des services non financiers, et dont les opérations de répartition et les opérations financières sont séparées de celles de leurs propriétaires. 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.

## **Taux de marge commerciale**

Il s'agit du rapport de la marge commerciale aux ventes de marchandises. La marge commerciale est égale aux ventes de marchandises moins les achats de marchandises et les variations de stocks.

## **Valeur ajoutée**

La valeur ajoutée d'une SNFEI est le solde du compte de production. Elle est égale à la valeur de la production d'une SNFEI diminuée de la consommation intermédiaire. Cette dernière est la valeur des biens et services transformés ou entièrement consommés au cours du processus de production. L'usure des actifs fixes mis en œuvre n'est pas prise en compte. Ici, on considère la valeur ajoutée qui est calculable à partir des données fiscales des SNFEI. Elle diffère un peu du concept de valeur ajoutée calculée par la Comptabilité nationale, en particulier par la valorisation des stocks. On raisonne en comptes du secteur commercial ; la valeur ajoutée liée aux activités secondaires non commerciales des SNFEI du commerce est donc prise en compte.