

Le commerce en 2007 : une année dynamique

Christophe Michel, Sophie O'Prey et Vincent Vicaire*

En 2007, la consommation des ménages et l'investissement des entreprises demeurent dynamiques. Dans ce contexte, les trois grands secteurs du commerce sont tous en progression. Dans le commerce de gros, l'activité reprend après un ralentissement en 2006 ; tous les secteurs du commerce de gros sont en croissance, à l'exception du commerce de gros en biens intermédiaires non agricoles en léger retrait. Les secteurs les plus dynamiques restent le commerce de biens d'équipement professionnel et le commerce de biens de consommation non alimentaires.

Dans le commerce de détail et l'artisanat commercial, la croissance est toujours tirée par les commerces non alimentaires spécialisés et les pharmacies. Les grands magasins enregistrent également une belle performance et les grandes surfaces alimentaires progressent légèrement. Le commerce et la réparation automobiles redémarrent en 2007.

Dans l'ensemble du commerce, la progression de l'emploi salarié et celle du nombre d'entreprises sont essentiellement portées par le commerce de détail, et dans une moindre mesure par le commerce de gros.

Après une année 2006 plutôt marquée par un ralentissement, l'activité dans le commerce est dynamique en 2007. C'est dans le commerce de gros et des intermédiaires du commerce que la croissance des ventes en volume est la plus forte avec + 3,1 %, après + 2,2 % en 2006. La consommation dite commercialisable des ménages, acquise pour l'essentiel auprès des entreprises du commerce de détail, progresse de 2,7 % en volume ; c'est presque un demi-point de plus que le taux moyen observé sur la période 1999-2006. Dans le commerce et la réparation automobiles, les ventes redémarrent en 2007 (+ 2,0 % en volume), après une stagnation en 2006. Ce sont les ventes d'automobiles qui progressent le plus (+ 3,4 %).

Les ventes reprennent dans le commerce de gros

Avec l'amélioration de la conjoncture, les ventes de marchandises du commerce de gros (hors intermédiaires du commerce) accélèrent en volume en 2007 : + 2,8 % après + 2,1 % en 2006 (figure 1). Elles s'élèvent désormais à 520 milliards d'euros courants en 2007. Traditionnellement, les moteurs du commerce de gros sont les biens d'équipement professionnel et les biens de consommation non alimentaires.

Dans le commerce de gros de biens de consommation non alimentaires, les ventes sont plus soutenues en 2007 qu'en 2006 : + 5,5 % après + 4,5 %. Dans ce secteur, les évolutions sont assez homogènes entre les différents produits et orientées à la hausse. Ainsi, les ventes en volume augmentent de 6,2 % pour les grossistes en produits pharmaceutiques et de 5,2 % pour les autres produits.

Dans le commerce de gros de biens d'équipement professionnel, les ventes ralentissent légèrement en volume : + 5,4 % après + 7,5 %. C'est le résultat d'évolutions contrastées au sein du secteur : les ventes des grossistes en matériel informatique ou agricole progressent en

* Christophe Michel, Sophie O'Prey et Vincent Vicaire, Insee.

1. Ventes de marchandises du commerce de gros

en %

| | Évolution en volume au prix de l'année précédente | | | | | | | | Valeur 2007 (milliards d'euros) | Contribution à la croissance (en volume) du commerce de gros en 2007 |
|---|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------------------------------|--|
| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | | |
| Commerce de gros de : | | | | | | | | | | |
| Biens d'équipement professionnel | 9,1 | 10,4 | 3,7 | 3,6 | 10,7 | 7,6 | 7,5 | 5,4 | 119,4 | 1,2 |
| Biens de consommation non alimentaires | 8,6 | 7,3 | 7,2 | 5,4 | 2,8 | 10,5 | 4,5 | 5,5 | 114,3 | 1,2 |
| Biens intermédiaires non agricoles | 3,2 | 2,5 | 2,9 | -3,0 | 2,3 | -4,7 | 0,4 | -0,7 | 118,2 | -0,1 |
| Produits alimentaires | 1,9 | 0,4 | -3,1 | -2,3 | 3,3 | 4,5 | 1,4 | 2,3 | 112,6 | 0,5 |
| Produits agricoles bruts | 1,8 | -4,6 | 2,8 | -1,8 | -2,2 | 8,7 | -11,4 | 0,2 | 48,3 | 0,0 |
| Total commerce de gros (hors intermédiaires) | 5,2 | 4,1 | 2,6 | 0,5 | 4,2 | 5,0 | 2,1 | 2,8 | 520,0¹ | 2,8 |
| Intermédiaires du commerce | 11,6 | 8,3 | 0,4 | 2,3 | 5,4 | 4,1 | 2,4 | 4,2 | 107,3 | /// |
| Ensemble commerce de gros et intermédiaires | 6,2 | 4,7 | 2,3 | 0,8 | 4,4 | 4,8 | 2,2 | 3,1 | 627,3 | /// |

1. Ce total intègre les 7,2 milliards de ventes de marchandises des autres grossistes spécialisés et non spécialisés (519.A et B). L'impact de leur évolution a été intégrée à celle du secteur des biens intermédiaires pour que le total des contributions coïncide avec la croissance de l'ensemble des grossistes.

Source : Insee, comptes du commerce.

volume de façon soutenue ; à l'inverse, celles en matériel électrique ou électronique diminuent.

Les ventes du commerce de gros de produits alimentaires progressent de 2,3 % en volume, en nette augmentation par rapport à 2006. Elles progressent dans tous les sous-secteurs, même si cette croissance doit beaucoup au commerce de gros de boissons, stimulé par le fort dynamisme des débouchés extérieurs. En dépit d'une production agricole gênée par des conditions climatiques perturbées, le commerce de gros de produits frais parvient à afficher une croissance en volume supérieure à celle de 2006 et une croissance en valeur soutenue par des prix en hausse.

Les ventes des grossistes en produits agricoles bruts stagnent en 2007. Sur le marché des céréales, les récoltes ont en effet été peu dynamiques. L'offre n'a pu répondre qu'imparfaitement à la demande, ce qui a généré des hausses de prix importantes.

Les ventes des grossistes en biens intermédiaires non agricoles sont en léger retrait de 0,7 % en volume. Cette baisse est essentiellement le fait des grossistes en carburants et en combustibles (- 6,9 % en volume). En effet, même si l'appréciation de l'euro par rapport au dollar a permis de contenir la hausse du prix de ces produits, la demande de fioul a été limitée par la clémence du climat.

Croissance du commerce de détail

En 2007, dans l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries), les ventes au détail atteignent 447,3 milliards d'euros, toutes taxes comprises (figure 2). Elles augmentent de 2,9 % en volume, soit plus rapidement que les cinq années précédentes.

Les ventes des pharmacies et des commerces d'articles médicaux progressent en volume de 6,0 % en 2007. Hors pharmacies, la croissance en volume des ventes du commerce de détail s'élève à 2,7 %.

Les ventes du commerce non alimentaire spécialisé continuent à prospérer, elles augmentent de 5,4 % en volume en 2007. Ces commerces réalisent un peu plus d'un tiers des ventes de l'ensemble du commerce de détail, mais ont assuré plus des trois quarts de la croissance en

volume des ventes au détail (hors pharmacies). Parmi eux, les spécialistes de l'équipement du foyer (électroménager, télévision, meubles, etc.) sont particulièrement dynamiques. Les magasins spécialisés dans l'aménagement de l'habitat (bricolage, revêtement de sols, etc.), dans la culture, les sports et les loisirs conservent une croissance plus modérée. Les grands magasins et autres commerces généralistes non alimentaires (les bazars) progressent aussi fortement en 2007.

Les ventes sont en revanche moins dynamiques dans les secteurs alimentaires et secteurs à prédominance alimentaire. Dans les grandes surfaces d'alimentation générale, la croissance est supérieure à celle des trois années précédentes, mais elle reste modérée (+ 1,2 % en volume contre + 0,6 % en 2006) ; elle contribue peu à la croissance de l'ensemble. Les ventes des magasins d'alimentation spécialisée et d'artisanat commercial sont quasi stables en volume en 2007 (- 0,5 %), comme en 2005 et 2006. Les ventes des petites surfaces d'alimentation générale et des magasins de produits surgelés stagnent elles aussi, après deux années de repli.

Enfin, au sein du commerce hors magasin, la vente à distance (vente par correspondance traditionnelle et *e-commerce*) se développe, mais son poids dans le commerce reste encore faible. L'essor du commerce électronique est réel mais diffus ; il concerne d'autres secteurs commerciaux et se développe aussi dans les services, en particulier les voyages. La vente à distance ne contribue quasiment pas à la croissance de l'ensemble du commerce de détail.

Reprise des ventes dans le commerce et la réparation automobiles

En 2007, les ventes au détail de l'ensemble des secteurs du commerce et de la réparation automobiles progressent de 2,0 % en volume, après une année de stagnation (*figure 2*).

2. Activité des formes de vente du commerce de détail

| Formes de vente ¹ | Évolution en volume au prix de l'année précédente | | | | | | | | | Valeur 2007 (milliards d'euros) | Contribution à la croissance ² |
|--|---|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|--------------|---------------------------------------|---|
| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | | | |
| Ensemble commerce de détail et artisanat commercial, dont : | 4,4 | 2,9 | 2,5 | 2,3 | 2,6 | 2,4 | 2,3 | 2,9 | 447,3 | /// | |
| Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques | 8,0 | 7,3 | 6,9 | 6,4 | 7,6 | 6,2 | 7,4 | 6,0 | 37,8 | 0,0 | |
| Commerce de détail et artisanat commercial³ | 4,1 | 2,5 | 2,1 | 2,0 | 2,2 | 2,1 | 1,8 | 2,7 | 409,5 | 2,7 | |
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial ⁴ | 3,1 | -1,9 | 0,6 | -2,4 | -2,0 | -0,2 | -0,2 | -0,5 | 34,4 | 0,0 | |
| Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés | -0,7 | 2,0 | 0,8 | 1,7 | 1,3 | -1,4 | -2,2 | -0,3 | 15,5 | 0,0 | |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 2,7 | 1,1 | 1,4 | 1,9 | 0,6 | 0,1 | 0,6 | 1,2 | 172,9 | 0,5 | |
| Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés | 8,2 | 1,0 | 0,7 | 1,1 | 5,1 | 2,6 | 0,8 | 4,8 | 7,2 | 0,1 | |
| Magasins non alimentaires spécialisés | 6,8 | 5,8 | 4,1 | 3,2 | 4,7 | 5,5 | 4,4 | 5,4 | 156,8 | 2,0 | |
| Commerce hors magasin | 1,8 | 1,0 | 0,3 | 3,0 | 5,9 | 1,4 | 0,5 | 1,2 | 20,6 | 0,1 | |
| Commerce et réparation automobiles | 1,8 | 5,6 | 0,8 | -1,2 | 2,0 | 3,5 | 0,1 | 2,0 | 141,3 | /// | |

1. L'activité de certaines grandes entreprises relève de deux ou plusieurs formes de vente ; ainsi, les ventes d'une entreprise peuvent être réparties entre les formes de vente d'hypermarchés, de supermarchés et de petites surfaces d'alimentation.

2. Contribution à la croissance, en 2007, des ventes de l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors pharmacies et hors commerce d'articles médicaux et orthopédiques (en volume).

3. Hors pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques.

4. Boulangeries, pâtisseries, charcuteries.

Source : Insee, *comptes du commerce*.

Les immatriculations de véhicules particuliers neufs augmentent en effet fortement en 2007 (+ 3,2 %). Celles des marques françaises reculent légèrement, tandis que celles des marques étrangères progressent : elles représentent 48,2 % des immatriculations neuves en 2007, contre 45,7 % en 2006.

Le secteur du commerce et de la réparation de motocycles connaît une croissance modérée (+ 1,5 %) alors que les ventes du secteur de l'entretien et de la réparation de véhicules automobiles diminuent en volume en 2007, comme en 2006, sans doute en lien avec la baisse du nombre des accidents de la route.

Le commerce de détail de carburants a une influence négative sur les ventes du secteur. La hausse du prix des carburants (+ 1,8 %) pèse sur le volume des ventes qui continue de diminuer (- 1,3 %) toutefois moins fortement qu'en 2006.

Les magasins alimentaires continuent de perdre des parts de marché

En 2007, l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial représente 83,2 % des ventes de produits commercialisables hors véhicules automobiles (*définitions*). Les secteurs du commerce et de la réparation automobiles réalisent 10,5 % de ces ventes (pièces détachées et carburants). Les autres secteurs (grossistes, producteurs et prestataires de services) réalisent le complément lors de ventes directes aux particuliers, soit 6,3 % du total des ventes au détail de marchandises (*figure 3*).

Sur ce marché, qui atteint 538 milliards d'euros en 2007, le partage entre les grandes formes de vente évolue peu au cours du temps. Les grandes surfaces alimentaires réalisent le tiers des ventes mais, leurs parts de marché s'effritent sur le moyen terme : - 2,2 points entre 1999 et 2007. Cet effritement s'explique par la plus faible progression en volume des produits alimentaires par rapport au non alimentaire dans la consommation des ménages, et par le fléchissement des parts de marché des grandes surfaces alimentaires en produits non alimentaires. Au cours de la même période, la part de marché des commerces alimentaires spécialisés recule de 1,1 point, celle des commerces non alimentaires spécialisés augmente de 2,0 points et celle des pharmacies de 0,9 point.

3. Parts de marché de l'ensemble des produits commercialisables hors véhicules automobiles

| Formes de vente | en % de la valeur TTC | | | | | | | | | |
|--|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--|
| | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | |
| Ensemble commerce de détail et artisanat à caractère commercial | 84,1 | 84,3 | 84,5 | 84,7 | 84,5 | 84,3 | 83,6 | 83,4 | 83,2 | |
| Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale | 10,4 | 10,2 | 10,1 | 10,2 | 10,1 | 10,0 | 9,7 | 9,4 | 9,3 | |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 34,4 | 34,4 | 34,2 | 34,1 | 34,1 | 33,5 | 32,8 | 32,5 | 32,2 | |
| Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | |
| Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques | 6,1 | 6,2 | 6,3 | 6,5 | 6,6 | 6,8 | 6,9 | 7,0 | 7,0 | |
| Magasins non alimentaires spécialisés (y compris réparation, hors pharmacies) | 27,6 | 27,9 | 28,3 | 28,6 | 28,4 | 28,6 | 28,9 | 29,2 | 29,6 | |
| Commerce hors magasin | 4,3 | 4,1 | 4,1 | 4,0 | 4,0 | 4,1 | 4,0 | 3,9 | 3,8 | |
| Ventes au détail du commerce automobile¹ | 9,2 | 9,2 | 9,1 | 9,1 | 9,2 | 9,4 | 10,1 | 10,3 | 10,5 | |
| Autres ventes au détail² | 6,7 | 6,5 | 6,4 | 6,3 | 6,3 | 6,2 | 6,3 | 6,3 | 6,3 | |
| Ensemble des ventes au détail et réparations | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | |
| Ensemble des ventes au détail et réparations (milliards d'euros) | 397 | 421 | 441 | 456 | 472 | 489 | 506 | 521 | 538 | |

1. À l'exclusion des ventes et réparations de véhicules automobiles, y compris les ventes et réparations de motocycles.

2. Ventes au détail du commerce de gros, de divers prestataires de services et ventes directes des producteurs.

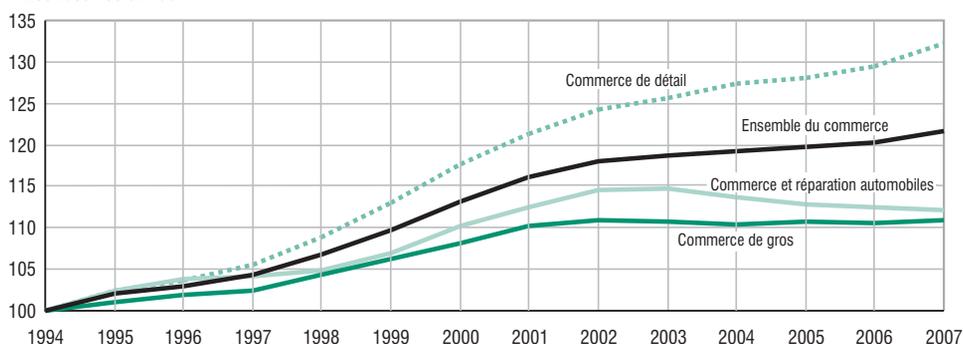
Source : Insee, comptes du commerce.

Croissance de l'emploi salarié portée par le commerce de détail

Fin 2007, plus de trois millions de salariés et environ 360 000 non-salariés travaillent dans le commerce. Le commerce occupe 19 % de l'ensemble des salariés des secteurs principalement marchands. En moyenne annuelle en 2007, les secteurs commerciaux emploient 37 100 salariés de plus qu'en 2006, soit une hausse de 1,2 %. Cette hausse provient essentiellement du commerce de détail (+ 2,2 %) et dans une moindre mesure du commerce de gros (+ 0,3 %). L'emploi salarié diminue légèrement dans le commerce et la réparation automobiles (- 0,2 %) (figure 4).

4. Évolution des effectifs salariés dans le commerce en moyenne annuelle

indice base 100 en 1994



Source : Insee, comptes du commerce.

Rebond des créations d'entreprises dans le commerce en 2007

En 2007, les créations d'entreprises accélèrent dans le commerce (+ 14,6 %) comme dans l'ensemble de l'économie (+ 12,5 %). La hausse avait été beaucoup plus modérée dans le commerce en 2006 (figure 5).

Avec 78 500 entreprises commerciales (hors artisanat commercial) créées en France en 2007 (à comparer à un stock de 655 000 entreprises au 1^{er} janvier 2007), le commerce représente près d'un quart des créations de l'économie. C'est le secteur qui contribue le plus à la hausse des créations.

5. Créations d'entreprises dans le commerce entre 2004 et 2007

| | Nombre d'entreprises créées (en milliers) | | | | Évolution (en %) | | |
|--|--|--------------|--------------|--------------|---------------------|------------|-------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2005/2004 | 2006/2005 | 2007/2006 |
| Total commerce | 69,6 | 67,0 | 68,5 | 78,5 | - 3,7 | 2,2 | 14,6 |
| Commerce de gros | 20,9 | 18,0 | 18,2 | 22,0 | - 13,8 | 0,8 | 21,5 |
| Commerce de détail et réparation | 43,2 | 43,5 | 44,6 | 49,5 | 0,7 | 2,7 | 10,9 |
| Commerce et réparation automobiles | 5,5 | 5,6 | 5,7 | 7,0 | 0,3 | 3,3 | 21,8 |
| Artisanat commercial | 2,3 | 2,5 | 2,7 | 3,3 | 9,4 | 8,2 | 23,7 |
| Ensemble commerce et artisanat commercial | 71,9 | 69,5 | 71,2 | 81,8 | - 3,3 | 2,5 | 14,9 |
| Ensemble de l'économie (France) | 268,4 | 270,3 | 285,7 | 321,5 | 0,7 | 5,7 | 12,5 |

Source : Insee, Sirene.

Hors artisanat commercial, parmi les entreprises créées dans le commerce en 2007, 63,0 % appartiennent au commerce de détail, 28,1 % au commerce de gros (y compris les intermédiaires) et 8,9 % au commerce et à la réparation automobiles. La hausse des créations est particulièrement marquée dans le commerce et la réparation automobiles (+ 21,8 %) et dans le commerce de gros (+ 21,5 %). Elle est plus modérée dans le commerce de détail (+ 10,9 %), tout en restant importante. ■

Définitions

L'**évolution des ventes « en volume » ou aux prix de l'année précédente**, pour une année donnée, s'obtient en déflétant l'évolution des ventes en valeur par un indice mesurant l'évolution des prix par rapport à l'année précédente. Pour les commerces de détail et l'automobile, cet indice de prix est obtenu à partir de l'évolution des prix de la consommation des ménages issue des comptes nationaux et de la structure des ventes du secteur de l'année. Pour le commerce de gros, les prix de vente des produits sont élaborés à partir de différents indicateurs disponibles : prix de vente des industriels, prix des producteurs agricoles, prix sur le marché de gros à Rungis, prix du commerce extérieur...

Les **ventes** présentées ici diffèrent du chiffre d'affaires réalisé par les secteurs commerciaux pour différentes raisons. Elles ne comprennent pas les ventes de **services** facturées aux clients ou aux fournisseurs ni celle des **biens produits**. Dans le commerce de détail, certains commerçants travaillent « à la commission » et par conséquent n'incluent dans leur chiffre d'affaires que les commissions perçues (débitants de tabac, marchands de journaux...); les ventes correspondantes sont alors estimées pour se rapprocher de la consommation des ménages en valeur.

La **consommation commercialisable** est une partie de la consommation effective des ménages. Elle comprend les produits susceptibles d'être vendus aux ménages par le commerce et les activités de réparation associées. Sont donc exclus les dépenses d'eau, de gaz naturel et d'électricité, ainsi que les services consommés par les ménages tels que les transports, la location immobilière, les services financiers, les services récréatifs et de soins personnels, l'éducation, la santé, l'action sociale...

Par convention, l'analyse des **parts de marché** porte sur les ventes au détail toutes taxes comprises (TTC) de produits commercialisables hors ventes de véhicules, caravanes et remorques, neufs ou d'occasion, et hors entretien et réparation de véhicules, mais y compris produits liés à l'automobile. Les produits liés à l'automobile comprennent les pièces détachées et les pneumatiques, même dans le cas où ils sont montés par les réparateurs, ainsi que les carburants et lubrifiants.

Créations d'entreprises : depuis le 1^{er} janvier 2007, la définition des créations d'entreprises dénombrées par l'Insee est modifiée. Elle s'appuie dorénavant, pour faciliter les comparaisons, sur les concepts harmonisés au niveau européen : une création d'entreprise correspond à l'apparition d'une unité légale exploitante n'ayant pas de prédécesseur. On retiendra comme créations :

- les créations d'entreprises correspondant à la création de nouveaux moyens de production ;
- les cas où l'entrepreneur reprend une activité après une interruption de plus d'un an ;
- les reprises par une nouvelle entreprise de tout ou partie des activités et moyens de production d'une autre entreprise s'il n'y a pas continuité de l'entreprise requise (on considère qu'il n'y a pas continuité si parmi les trois éléments suivants concernant le siège de l'entreprise, deux sont modifiés lors de la reprise : l'unité légale contrôlant l'entreprise, l'activité économique et la localisation).

Sources

Les comptes du commerce s'insèrent dans le cadre des comptes nationaux et sont publiés en « base 2000 ». Ils sont établis selon les concepts et définitions du système européen des comptes (SEC 1995). Les ventes sont issues du compte spécialisé du commerce présenté deux fois par an, en juin et en décembre, à la Commission des comptes commerciaux de la Nation (CCCN). À la commission de juin 2008 ont été présentées les premières estimations détaillées de l'année 2007 ; ces données sont dites provisoires. Les évaluations des ventes de 2006 sont issues d'un compte dit semi-définitif ; elles seront révisées en décembre 2008. Les ventes de l'année 2005 et antérieures sont celles du compte définitif.

Pour en savoir plus

Arnaud F., Houriez G., Mahieu R., « Les comptes de la Nation en 2007 - La progression de l'activité se maintient », *Insee Première* n° 1189, mai 2008.

Consalès G., « En 2007, la consommation des ménages demeure solide », *Insee Première* n° 1192, mai 2008.

Tellier S., « Un rythme des créations d'entreprises très élevé en 2007 », *Insee Première* n° 1172, janvier 2008.

« Rapport sur l'activité du commerce en 2007 », Document de travail, Insee, consultable sur insee.fr

« Le commerce en 2006 », collection Comptes nationaux, Insee.

« Le commerce en France », *Insee Références*, édition 2007.
