

**Direction des Statistiques d'Entreprises**

**E 2011/05**

**La situation du commerce en 2010**

**Rapport établi pour la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation**

Division Commerce

Document de travail



**Institut National de la Statistique et des Études Économiques**

Rapport établi pour la réunion de la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation du 28 juin 2011.

Ce rapport est une version actualisée du rapport sur les comptes commerciaux établi en décembre 2010.

A la division « Commerce » de l'INSEE, Catherine BASSELIER, Philippe BOURIEAU, Karine DIARD, Laure GENEDES, Stéphanie LEMERLE et Christèle RANNOU-HEIM en ont assuré la rédaction sous la direction de Pierre BISCOURP, rapporteur général de la commission.

Institut National de la Statistique et des Études Économiques

*Série des documents de travail  
de la Direction des Statistiques d'Entreprises*

**E 2011/05**

**La situation du commerce en 2010**

**Rapport établi pour la Commission  
des Comptes Commerciaux de la Nation**

*Division Commerce*

*Juin 2011*

*Ces documents de travail ne reflètent pas la position de l'INSEE et n'engagent que leurs auteurs.  
Working papers do not reflect the position of INSEE but only their author's views.*

## La situation du commerce en 2010

### Résumé :

L'année 2010 est marquée par une reprise modérée des ventes après le coup de frein de 2009.

Le redémarrage est net dans le commerce de gros (+ 2,8 % en volume), sans pour autant effacer la forte baisse d'activité de 2009. La reprise est plus timide dans le commerce de détail et le commerce et la réparation automobiles (+ 1,6 % et + 1,2 %). Le commerce de détail non alimentaire renoue nettement avec la croissance, tandis que l'alimentaire reste pratiquement stable. L'emploi salarié repart à la hausse en 2010. Le rebond est toutefois d'ampleur modeste, un peu inférieur à celui de l'ensemble de l'emploi salarié marchand. Les créations d'entreprises commerciales restent soutenues par le régime des auto-entrepreneurs.

### Mots-clés :

Commerce, commerce de détail, commerce de gros, commerce et réparation automobile, consommation des ménages, emploi, démographie des entreprises

## The economic situation of trade in 2010

### Abstract :

In 2010, the trade industry started recovering from the previous year's slowdown.

Although the recovery of sales in volume was marked in the wholesale trade industry (+ 2,8 %), it remained insufficient to compensate for the strong drop of 2009. Overall, the recovery was weaker in the retail trade and in the motor trade industries (+ 1,6 % and + 1,2 %). Whereas sales of the non-food retail trade sector grew markedly again, primarily food retailing and craft sectors remained almost stable overall. Salaried employment in the trade industries also started recovering slowly in 2010, although a little more slowly than in the rest of the economy. As in 2009, firm creations in the trade industry were steady, due to the new regime of "autoentrepreneur" (one-person business).

### Keywords :

Trade, retail trade, wholesale trade, motor trade, distributive trades, household consumption, business demography, employment.

# LE COMMERCE EN 2010

## Rapport sur les comptes - Juin 2011

### Sommaire

Avertissement-----	5
DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE -----	7
VUE D'ENSEMBLE-----	9
1 - Reprise des ventes dans le commerce-----	11
1.1 - Commerce de gros : redémarrage plus difficile pour les intermédiaires -----	12
1.2 - Commerce de détail : bonne dynamique pour les secteurs non alimentaires -----	15
1.3 - Commerce et réparation automobile : nouvelle hausse des ventes -----	18
2 - L'emploi salarié repart à la hausse -----	20
2.1 - La structure de l'emploi -----	20
2.2 - L'emploi salarié progresse, après deux années de baisse-----	20
2.3 - Augmentation de l'emploi non salarié en 2008-----	22
2.4 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros-----	23
3 - Forte croissance du nombre d'entreprises commerciales -----	24
3.1 - Forte augmentation du nombre d'entreprises commerciales entre début 2009 et début 2010-----	24
3.2 - Les créations d'entreprises toujours aussi nombreuses en 2010 -----	25
3.3 - Diminution des défaillances d'entreprises dans le commerce en 2010 -----	27
CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS-----	29
1 - Produits agricoles bruts : ventes en baisse, hausse des prix-----	30
2 - Produits alimentaires, les prix soutiennent la reprise -----	32
3 - Les biens domestiques retrouvent la santé -----	34
4 - Équipements de l'information et de la communication : ventes en hausse, prix en baisse-----	36
5 - Timide reprise pour les autres équipements industriels-----	37
6 - Hausse des prix des matières premières pour les biens intermédiaires et les combustibles -----	39
7 - Les prix soutiennent les ventes des centrales d'achat-----	41
8 - La clientèle intérieure du commerce de gros -----	43
9 - Le poids du commerce international dans l'activité du commerce de gros en 2008 -----	44
10 - Légère baisse de l'emploi salarié dans le commerce de gros en 2010-----	47
11 - Les créations d'entreprises augmentent dans le commerce de gros-----	48
CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL -----	49
1 - Reprise des ventes du commerce de détail non alimentaire-----	50
1.1 - Les ventes du petit commerce alimentaire restent stables en volume -----	53
1.2 - Un léger mieux pour les grandes surfaces à prédominance alimentaire -----	54
1.3 - Forte hausse des ventes du commerce non alimentaire non spécialisé-----	54
1.4 - Le commerce non alimentaire spécialisé retrouve une croissance dynamique-----	55
2 - Les parts de marché par forme de vente -----	61
2.1 - Produits alimentaires -----	63
2.2 - Produits non alimentaires -----	64
3- Hausse de la consommation commercialisable des ménages -----	66
4- Augmentation des effectifs salariés dans le commerce de détail-----	69
4.1 - En 2010, l'emploi salarié augmente légèrement-----	69
4.2 - 42 % des employés du commerce de détail travaillent le dimanche en 2010 -----	70
4.3 - Le taux de sous-emploi en légère augmentation entre 2009 et 2010 dans le commerce de détail --	70
5- Le nombre d'entreprises du commerce de détail augmente fortement-----	72
CHAPITRE III : LE « GRAND COMMERCE » NON ALIMENTAIRE SPÉCIALISÉ-----	73
1 - Reprise du grand commerce non alimentaire spécialisé-----	73
2 - Une définition élargie du grand commerce ?-----	78
2.1 - Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés-----	78
2.2 - Carburants -----	79

2.3 - Grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé -----	79
3 - L'emploi dans le grand commerce en 2008 -----	81
CHAPITRE IV : L'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL -----	83
1 - La structure de l'équipement commercial du commerce de détail : plus de 90 % des entreprises n'ont qu'un seul magasin -----	83
1.1 - Le nombre de stations-service diminue toujours -----	85
1.2 - La construction de locaux du commerce -----	85
2 - L'équipement commercial dans le grand commerce -----	86
3 - L'équipement en grandes surfaces alimentaires (GSA) -----	87
3.1 - Le nombre de GSA par département -----	87
3.2 - Densité en GSA par département -----	90
CHAPITRE V : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION AUTOMOBILE -----	93
1 - Nouvelle progression du commerce de véhicules automobiles avant la disparition de la prime à la casse -----	94
2 - Stabilité dans l'entretien-réparation, hausse des ventes dans l'équipement automobile -----	95
3 - Le commerce et réparation de motocycles à la peine -----	96
4 - L'emploi salarié repart à la hausse dans le commerce et la réparation automobile -----	97
5 - Le nombre de créations d'entreprises continue d'augmenter fortement en 2010 -----	98
ANNEXES - MÉTHODES ET DÉFINITIONS -----	99
ANNEXE I - Les comptes du commerce en base 2005 -----	101
ANNEXE II - Le changement de nomenclature dans les secteurs du commerce -----	102
ANNEXE III - Définition du champ du commerce et des activités artisanales à caractère commercial -----	109
ANNEXE IV - Réconciliation des ventes au détail et de la consommation commercialisable des ménages -----	113
ANNEXE V - Les indicateurs de la démographie des entreprises -----	116
ANNEXE VI - Méthodes et sources sur l'emploi -----	118
ANNEXE VII - Les comptes du grand commerce non alimentaire -----	120
ANNEXE VIII - Les indices de prix utilisés dans le commerce de gros -----	121
ANNEXE IX - Le prix du service commercial ou de la marge commerciale -----	122
ANNEXE X - Les formes du commerce par taille -----	123
ANNEXE XI - Définition de l'artisanat commercial retenu pour le rapport sur les comptes du commerce -----	124
ANNEXE XII - Typologie des magasins non spécialisés -----	126
ANNEXE XIII - La réglementation du commerce -----	128
ANNEXE XIV - Définitions pour l'analyse du commerce de détail en NAF rév.2 -----	132
ANNEXES STATISTIQUES -----	137
ANNEXE I - Les ventes de marchandises du commerce de gros -----	138
ANNEXE II - Les ventes du commerce de détail -----	140
ANNEXE III - La consommation commercialisable des ménages -----	161
ANNEXE IV - Démographie des entreprises commerciales -----	164
ANNEXE V - Emploi -----	168
Textes officiels relatifs à la commission des comptes commerciaux de la Nation -----	172
BIBLIOGRAPHIE -----	176
DIFFUSION -----	178

**Institut national  
de la statistique  
et des études économiques**

Direction générale  
18, Bd Adolphe Pinard  
75675 Paris cedex14  
Tél : 01 41 17 50 50  
[www.insee.fr](http://www.insee.fr)

**Directeur de la publication**  
Jean-Philippe COTIS  
© Insee 2011

## Avertissement

Le compte spécialisé du commerce est présenté deux fois par an à la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation (CCCN). Il s'insère dans le dispositif d'ensemble des comptes nationaux français, grâce à des concepts et des définitions similaires et en s'articulant sur ses agrégats.

**A la mi 2011, ces comptes sont élaborés pour la première fois en "base 2005"<sup>1</sup>.** Le passage de la base 2000 à la base 2005 se traduit par l'adoption d'une nouvelle nomenclature d'activités et de produits (NAF rév.2), par la révision d'un certain nombre de méthodes et d'hypothèses de calcul de la comptabilité nationale et par l'utilisation d'un processus de production des statistiques annuelles d'entreprises profondément modifié (Ésane). La forme du rapport sur les comptes est également révisée pour tenir compte des préconisations du groupe composé de représentants des fédérations professionnelles, de la DGCIS et de l'Insee qui a travaillé à son amélioration.

Toutes les données présentées dans ce premier rapport en nouvelle base sont en nomenclature NAF rév.2<sup>2</sup>. Les données antérieures à 2008 ont été rétopolées pour tenir compte du changement de nomenclature et des changements sectoriels qui l'accompagnent. La rétopolation a été faite jusqu'en 2000 pour les données en valeur mais le passage aux volumes n'a pu se faire que jusqu'en 2005, les indices de prix en nouvelle nomenclature n'étant pas tous disponibles avant cette date.

Les résultats de l'année 2008, définitifs, sont issus du nouveau système d'information « Ésane » sur la statistique d'entreprise. Ceux de 2009 et de 2010 sont encore provisoires et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee.

En régime permanent, le calendrier de publication des comptes commerciaux est tributaire de la mise à disposition des différentes sources d'informations, notamment des données statistiques d'entreprises, sur lesquelles les comptes s'appuient.

Pour les **comptes relatifs à l'année  $n$ , le calendrier est le suivant :**

- Les ventes des secteurs commerciaux, présentées à la commission de **juin de l'année  $n+1$**  fournissent les premières informations sur les comptes sectoriels de l'année  $n$ . Ces données sont dites **provisoires**, car les ventes de  $n$  sont élaborées en faisant évoluer celles de  $n-1$  à partir des indices de chiffres d'affaires mensuels calculés par l'INSEE (déclarations mensuelles CA3 pour le paiement de la TVA), et en utilisant les premières estimations de la consommation finale des ménages évaluées par les comptables nationaux.
- En **décembre  $n+1$** , ces résultats provisoires sont susceptibles d'une première révision, fonction des informations statistiques collectées entre juin et décembre ; en particulier, les comptes sectoriels de l'année  $n-1$  sont en principe arrêtés en décembre  $n+1$  (cf infra), de sorte que l'évolution « provisoire » fondée sur les CA3 et appliquée au niveau  $n-1$ , peut être affinée par la prise en compte du niveau  $n-1$  définitif.
- En **juin  $n+2$** , les évaluations des ventes de l'année  $n$  bénéficient d'un apport beaucoup plus important d'informations sur les comptes des entreprises. Jusqu'en 2009, ces informations provenaient à ce stade essentiellement des déclarations fiscales. Le nouveau système rénové de données d'entreprises Ésane, permettra d'intégrer à ces comptes dits **semi-définitifs (sd) ou révisés (r)**, un ensemble sensiblement plus complet de données d'entreprises, mettant en cohérence les liasses fiscales et les données de l'enquête sectorielle sur le commerce.
- En **décembre  $n+2$**  sont arrêtés les comptes **définitifs** ; ceux-ci s'appuient sur une exploitation d'Ésane permettant d'affiner les premiers résultats fournis en juin.

Il était prévu que les comptes des secteurs commerciaux de 2008 soient publiés non pas en décembre mais en juin 2011 en nouvelle nomenclature. La mise en place de la nouvelle base n'a pas permis de faire les vérifications nécessaires sur tous les postes des comptes de résultat. **Il a donc été jugé préférable de reporter à décembre la publication de ces comptes qui sera réalisée en même temps que ceux de l'année 2009.**

<sup>1</sup> Cf annexe 1

<sup>2</sup> Cf annexe 2



# DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE

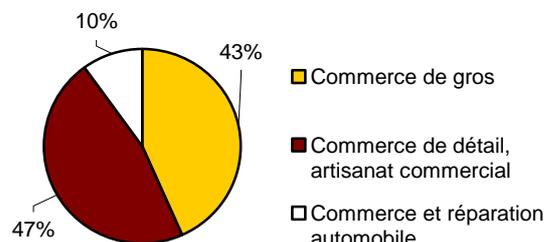
Sauf mention contraire, l'artisanat commercial est compté avec le commerce dans les données ci-dessous

Valeur ajoutée en 2008	Commerce	Part dans l'économie*
Valeur ajoutée (en millions d'euros)	204 083	15,0%

\*Ensemble des activités sauf les services principalement non marchands et les activités des ménages employeurs

Source : Insee, comptes du commerce

## Répartition de la valeur ajoutée en 2008



Source : Insee, comptes du commerce

## Chiffre d'affaire HT des secteurs commerciaux (milliards d'€)

	2008	2009 (p)	2010(p)
Commerce de gros	769,8	681,1	722,9
Com. détail, artis. com.	437,4	419,6	431,5
Commerce, répar. auto.	161,8	153,6	158,7
Ensemble commerce	1 369,0	1 254,3	1 313,0

Source : Insee, comptes du commerce

Pour le chiffre d'affaires (HT) ci-contre, le secteur correspond à l'activité principale de l'entreprise. Il est à distinguer des ventes du commerce de détail (460 Mds TTC en 2010) et du commerce automobile (113 Mds TTC) qui sont présentées dans le rapport par type de magasin (formes de ventes) et en comptant celles pour lesquelles les professionnels ne perçoivent que des commissions pour assurer la cohérence avec la consommation des ménages. Pour le commerce de gros, les ventes (477 Mds HT) n'incluent que les marchandises et pas les services commerciaux.

## Taux de marge commerciale

(rapport entre la marge commerciale et les ventes de marchandises)

hors artisanat commercial	2008
Commerce de gros	17,5%
Commerce de détail	27,8%
Commerce, répar. auto.	13,8%

Source : Insee, comptes du commerce

## Emploi au 31/12 dans les secteurs du commerce

Milliers

hors artisanat commercial	2008	2009	2010(p)
Effectif salarié	3 008,4	2 965,6	2 976,4
Effectif non salarié	374,7	nd	nd

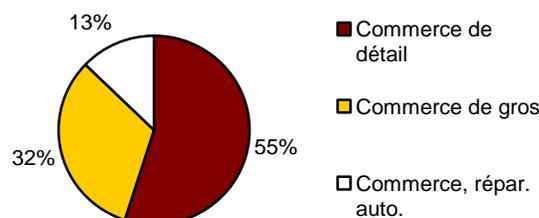
Source : Insee

## Effectifs salariés au 31/12 dans les secteurs du commerce

hors artisanat commercial	2010(p) en milliers	Part dans secteurs principalement marchands
Commerce de détail	1638,9	10,2%
Commerce de gros	958,2	6,0%
Commerce, répar. auto.	379,3	2,4%
Ensemble commerce	2976,4	18,6%

Source : Insee- estimations d'emploi

## Répartition de l'emploi salarié du commerce en 2010



Source : Insee - estimation d'emploi

## Démographie d'entreprise 2010

	Commerce	Ensemble de l'économie	Part du commerce
Nombre d'entreprises	774 646	3 432 089	22,6%
Nombre de créations	132 858	622 036	21,4%
Nombre de créations (hors auto-entrepreneurs)	60 766	262 337	23,2%
Taux de créations (en %)	17,2%	18,1%	///
Taux de créations (hors auto-entrepreneurs, en %)	7,8%	7,6%	///
Nombre de défaillances (hors artisanat commercial)	11 528	50 682	22,7%

Sources : Sirene-Bodacc

Les données présentées ici concernent les entreprises (unités légales) des secteurs du commerce. Elles portent sur la dernière année disponible dans les statistiques de l'Insee. C'est la première fois qu'elles sont présentées dans la base 2005 des comptes nationaux et en nomenclature Naf rév.2.  
(p) = résultat provisoire, susceptible d'être révisé.



## VUE D'ENSEMBLE

---

Malgré un début d'année encore marqué par les effets de la crise, les secteurs du commerce connaissent un net redémarrage d'activité en 2010. La hausse du pouvoir d'achat des ménages (+ 1,2 %) s'accompagne d'une relance de leur consommation (+ 1,7 %), portée par les achats d'automobiles en anticipation de la suppression de la prime à la casse fin 2010<sup>3</sup>. Le passage au « tout numérique » s'étend sur le territoire français, favorisant la consommation de produits électroniques.

Du côté des entreprises, les investissements productifs en biens d'équipements retrouvent une bonne dynamique.

L'année est marquée également par la hausse des prix des matières premières à partir du second semestre. Les tensions au Moyen-Orient et au Maghreb font craindre une raréfaction de l'offre de pétrole face à une demande croissante, entraînant les cours vers le haut. Pour le blé, la canicule en Russie a limité les quantités disponibles et participé ainsi à une envolée des prix.

Dans le commerce de gros, ces hausses de prix se traduisent par une forte croissance des ventes en valeur dans les secteurs des combustibles, des minerais et métaux et des céréales.

Autre élément clé, l'accélération du développement du commerce électronique. L'enquête de l'Insee sur les technologies de l'information et de la communication et le commerce électronique en 2010 montre que le montant des ventes par voie électronique représente 13 % du chiffre d'affaires total des sociétés (commerciales ou non) et celui des achats électroniques 13 % du total de leurs achats. Les commandes passées ou reçues via d'autres réseaux électroniques que les sites web représentent les trois quarts du montant des achats ou des ventes électroniques. Par ailleurs, selon Médiamétrie, plus d'un Français sur deux achète et paye en ligne, soit 27,2 millions d'acheteurs sur 53,6 millions de personnes de plus de 11 ans. Sur les 9 premiers mois de 2010, la croissance du CA atteindrait 16 %. Aujourd'hui, on compte 73 200 sites marchands français contre 64 100 il y a un an. Les internautes seniors sont les plus actifs (61 %).

Dans le commerce de détail et l'artisanat commercial<sup>4</sup>, les ventes dans leur ensemble renouent avec la croissance après un léger recul en 2009 (+ 1,6 % en volume contre - 1 % en 2009). Mais seules les formes de ventes non alimentaires progressent. Les grands magasins connaissent une explosion des ventes liée au retour de la clientèle internationale, chinoise en particulier. La hausse est un peu moins spectaculaire dans le commerce spécialisé, mais certains sous-secteurs comme celui des équipements de l'information et de la communication (+ 6,6 % des ventes en volume) sont toujours très dynamiques.

La plupart des formes de ventes alimentaires accusent un nouveau retrait des ventes en volume. Les supermarchés font exception avec une croissance de 1,4 %. Les prix, en hausse dans le sillage de l'envolée des cours des matières premières agricoles, permettent une petite progression des ventes en valeur dans toutes les formes de vente alimentaires, sauf dans les hypermarchés où elles sont tout juste stables.

Les ventes de l'ensemble du commerce et de la réparation automobile augmentent en volume de 1,2 % en 2010. Celles du principal secteur, celui du commerce de véhicules automobiles, ont une progression un peu moins soutenue qu'en 2009 (+ 1,5 % en volume après + 1,9 % en 2009). Ce sont les ventes de pièces détachées et d'équipements automobile qui enregistrent la meilleure performance (+ 5,4 % pour le gros et + 3 % pour le détail), le secteur de l'entretien et réparation de véhicules automobiles restant au niveau de 2009.

L'emploi salarié repart à la hausse en 2010 après deux années de repli avec une progression un peu inférieure à celle de l'ensemble de l'emploi salarié marchand. C'est dans le commerce de détail que la croissance de l'emploi salarié est la plus marquée (+ 0,8 %).

---

<sup>3</sup> Insee, Note de conjoncture, mars 2011

<sup>4</sup> En nouvelle nomenclature (NAF Rév.2), ce secteur comprend les ventes de carburants auparavant classées en commerce automobile. En revanche, les services de réparations domestiques quittent le secteur pour rejoindre celui des services. Cf. annexe 2

*Les créations d'entreprises commerciales continuent à être soutenues par le régime des auto-entrepreneurs mis en place le 1<sup>er</sup> janvier 2009, dans le secteur du commerce de détail en particulier. Au total, plus de 20 % des créations d'entreprises se font dans les secteurs commerciaux mais seules environ la moitié d'entre elles ont commencé véritablement une activité en 2009.*

## 1 - Reprise des ventes dans le commerce

Pour les trois secteurs du commerce, 2010 est marquée par une reprise modérée des ventes, après le coup de frein de 2009 : ce redémarrage est plus franc pour le commerce de gros qui avait beaucoup baissé, plus timide pour le commerce de détail et le commerce et la réparation automobile.

Après le fort repli accusé en 2009, les ventes du **commerce de gros et des intermédiaires** se redressent en volume (+ 2,8 %). Elles s'élèvent à 677 milliards d'euros.

Les ventes de l'ensemble du **commerce de détail et de l'artisanat commercial** (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) s'élèvent à 459,9 milliards d'euros toutes taxes comprises. Les formes de ventes non alimentaires renouent avec la croissance en volume (+ 1,8 % hors carburant) et surtout en valeur (+ 3,9 % hors carburant) tandis que la reprise est beaucoup plus timide dans le commerce alimentaire : les ventes stagnent en volume et croissent de 1,4 % en valeur.

Dans l'ensemble du **commerce et réparation automobile**, les ventes augmentent de 1,2 % en volume. Elles atteignent 112,8 milliards d'euros, soit une augmentation en valeur de 2,9 %. Le commerce de véhicules automobiles a une progression un peu moins soutenue qu'en 2009 avec + 1,5 % en volume (+ 1,9 % en 2009). Ce sont les ventes de pièces détachées et d'équipements automobile qui enregistrent la meilleure performance (+ 5,4 % pour le gros et + 3 % pour le détail), le secteur de l'entretien et réparation de véhicules automobiles restant stable.

**Tableau 1 :** Évolution *en volume* des ventes des secteurs commerciaux (taux de croissance en %)

	2006	2007	2008	2009sd	2010p
Commerce de gros et intermédiaires <sup>1</sup>	1,2	2,1	1,2	-5,1	2,8
Commerce de détail et artisanat commercial <sup>2</sup>	2,7	3,5	0,5	-1,0	1,6
Commerce et réparation automobile <sup>2</sup>	0,2	2,9	-2,6	0,2	1,2

<sup>1</sup> ventes hors taxes ; <sup>2</sup> ventes T.T.C.

Source : Insee - Comptes du Commerce

## 1.1 - Commerce de gros : redémarrage plus difficile pour les intermédiaires

Après le repli lié à la crise de 2009, les ventes du **commerce de gros et des intermédiaires du commerce**, sont reparties à la hausse en volume (+ 2,8 %) et surtout en valeur (+ 6,2 %) en 2010.

Elles s'élèvent à 677 milliards d'euros, y compris les intermédiaires du commerce et les centrales d'achat. Sans ces intermédiaires, elles atteignent 572 milliards d'euros (tableau 2). Tous les secteurs redémarrent après une année 2009 difficile. Les intermédiaires du commerce enregistrent encore un recul de leurs volumes (- 1,6 %), mais la hausse des prix leur permet une performance meilleure en valeur (+ 5,3 %). Il en est de même, quoique pour des raisons différentes, pour les produits agricoles bruts. Les ventes reculent de 3,6 % en volume en raison d'une plus petite récolte de céréales, mais progressent de 7 % en valeur. La sécheresse qui a sévi en Russie a limité l'offre mondiale de blé, provoquant ainsi une envolée des cours.

**Tableau 2** : Évolution *en valeur* des ventes de marchandises du commerce de gros (C.G.)

	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2010p
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	
<b>C.G. de produits agricoles bruts</b>	<b>-1,9</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,7</b>	<b>1,1</b>	<b>0,0</b>	<b>3,6</b>	<b>23,9</b>	<b>-15,1</b>	<b>7,0</b>	<b>52,3</b>
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-1,0	-1,6	-2,9	0,5	-0,6	-2,3	7,8	30,2	-17,6	8,6	39,0
- autres produits (1)	-3,7	1,6	5,3	1,2	4,6	4,6	-4,0	7,7	-7,1	2,7	13,3
<b>C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac</b>	<b>5,2</b>	<b>-2,6</b>	<b>0,4</b>	<b>1,3</b>	<b>4,1</b>	<b>3,1</b>	<b>3,6</b>	<b>4,2</b>	<b>-6,2</b>	<b>5,3</b>	<b>122,4</b>
- produits frais (2)	6,8	1,2	1,9	-0,4	2,2	1,1	4,1	5,5	-8,0	6,3	58,3
- boissons (alcoolisées ou non)	4,5	-2,5	4,4	9,1	4,9	2,6	4,8	3,5	-5,8	3,7	22,9
- autres produits (3)	3,6	-7,2	-3,4	-0,1	6,4	6,1	2,3	2,8	-3,9	4,9	41,2
<b>C.G. de biens domestiques</b>	<b>8,1</b>	<b>5,7</b>	<b>5,2</b>	<b>1,8</b>	<b>9,4</b>	<b>5,4</b>	<b>3,4</b>	<b>1,2</b>	<b>-2,0</b>	<b>4,7</b>	<b>136,4</b>
- produits pharmaceutiques	9,9	6,2	9,4	2,2	14,2	7,2	3,8	2,6	2,4	3,9	57,7
- autres produits (4)	7,1	5,4	2,5	1,4	6,1	4,1	3,2	0,3	-5,1	5,3	78,7
<b>C.G. d'équipements de l'information et de la communication</b>	<b>4,6</b>	<b>-7,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>10,3</b>	<b>7,2</b>	<b>7,7</b>	<b>3,8</b>	<b>-3,5</b>	<b>-15,3</b>	<b>5,9</b>	<b>40,0</b>
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	4,0	-10,0	0,2	17,8	6,4	5,8	3,7	-1,3	-15,0	2,9	27,1
- composants et équipements électroniques et télécommunication	5,7	-3,7	-0,9	-1,8	8,7	11,2	4,0	-8,1	-16,1	12,7	12,9
<b>C.G. d'autres équipements industriels</b>	<b>7,9</b>	<b>-5,3</b>	<b>-2,2</b>	<b>5,1</b>	<b>5,9</b>	<b>-3,9</b>	<b>8,1</b>	<b>2,7</b>	<b>-14,3</b>	<b>3,1</b>	<b>72,3</b>
- équipements de bureau (5)	4,0	-10,0	0,2	17,8	6,4	5,8	3,7	-4,9	-10,1	5,2	4,7
- matériel électrique	4,0	-8,0	-0,4	-1,4	6,9	10,3	5,1	1,9	-12,2	6,2	11,6
- autres équipements (6)	9,1	-4,4	-2,8	5,4	5,7	-7,3	9,1	3,5	-15,0	2,3	56,0
<b>Autres C.G. spécialisés</b>	<b>0,3</b>	<b>0,8</b>	<b>-1,4</b>	<b>8,9</b>	<b>3,1</b>	<b>7,4</b>	<b>5,5</b>	<b>7,9</b>	<b>-21,4</b>	<b>11,0</b>	<b>139,0</b>
- combustibles et produits annexes	-0,6	-8,5	1,4	12,8	11,9	6,5	2,8	16,5	-32,0	17,6	46,2
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	3,9	3,8	2,1	7,9	4,3	8,6	6,8	2,5	-8,0	1,9	51,6
- autres produits (8)	-2,2	6,0	-6,6	6,8	-5,3	7,0	6,7	5,0	-24,3	16,8	41,2
<b>Commerce de gros total :</b> (hors intermédiaires du commerce)	<b>4,3</b>	<b>-0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>4,5</b>	<b>5,5</b>	<b>3,9</b>	<b>4,7</b>	<b>5,3</b>	<b>-11,9</b>	<b>6,4</b>	<b>572,4</b>
<b>Intermédiaires du commerce</b>	<b>10,0</b>	<b>0,5</b>	<b>3,8</b>	<b>4,8</b>	<b>4,1</b>	<b>3,5</b>	<b>5,1</b>	<b>7,6</b>	<b>-10,3</b>	<b>5,3</b>	<b>104,3</b>
dont centrales d'achats	7,5	4,5	6,4	4,0	5,4	3,0	5,5	9,3	-10,7	5,1	85,9
<b>Commerce de gros et intermédiaires</b>	<b>5,2</b>	<b>-0,4</b>	<b>1,0</b>	<b>4,5</b>	<b>5,3</b>	<b>3,8</b>	<b>4,7</b>	<b>5,6</b>	<b>-11,7</b>	<b>6,2</b>	<b>676,7</b>

Source : Insee - Comptes du Commerce

- (1) fleurs et plantes, animaux vivants, cuirs et peaux
- (2) fruits et légumes, viandes, produits laitiers, œufs, huiles, poissons...
- (3) sucre, chocolat, confiserie, café, thé, cacao, épices, produits surgelés, tabac manufacturé...
- (4) textile, habillement, chaussures, électroménager, vaisselle, verrerie, parfumerie, meubles, tapis, éclairage, horlogerie, bijouterie
- (5) mobilier de bureau, autres machines et équipements de bureau
- (6) pour l'industrie, l'agriculture, le commerce et les services
- (7) bois, matériau de construction, appareils sanitaires, quincaillerie, fournitures pour plomberie et chauffage...
- (8) minerais, métaux, produits chimiques...

**Tableau 3 :** Évolution *en volume* des ventes de marchandises du commerce de gros (en %)

	Taux de croissance en %				
	2006	2007	2008d	2009sd	2010p
<b>Commerce de gros de:</b>					
- produits agricoles bruts et animaux vivants	-7,5	-12,8	17,3	5,1	-3,6
- produits alimentaires, boissons et tabac	0,6	0,9	-0,2	-2,5	2,7
- biens domestiques	7,4	4,0	1,9	-0,8	6,0
- équipements de l'information et de la communication	12,8	11,6	3,5	-11,4	12,2
- autres équipements industriels	-5,8	4,8	0,5	-15,4	2,8
- Autres commerces de gros spécialisés	0,6	0,8	-2,3	-10,6	2,7
- non spécialisé	10,5	6,1	3,5	-6,3	4,3
<b>Commerce de gros total :</b>					
(hors intermédiaires du commerce)	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>	<b>1,6</b>	<b>-6,0</b>	<b>3,7</b>
Intermédiaires du commerce	-1,0	2,9	-1,2	-0,2	-1,6
<b>Commerce de gros et intermédiaires</b>	<b>1,2</b>	<b>2,1</b>	<b>1,2</b>	<b>-5,1</b>	<b>2,8</b>

Source : Insee- Comptes du commerce

Les ventes du commerce de gros de **produits alimentaires** reviennent à des volumes comparables à ceux de 2008. La plupart des prix sont orientés à la hausse, parfois même très fortement comme pour les fruits et légumes (+ 13 %). Le secteur bénéficie d'une demande extérieure dynamique et d'un petit rebond de la consommation des ménages.

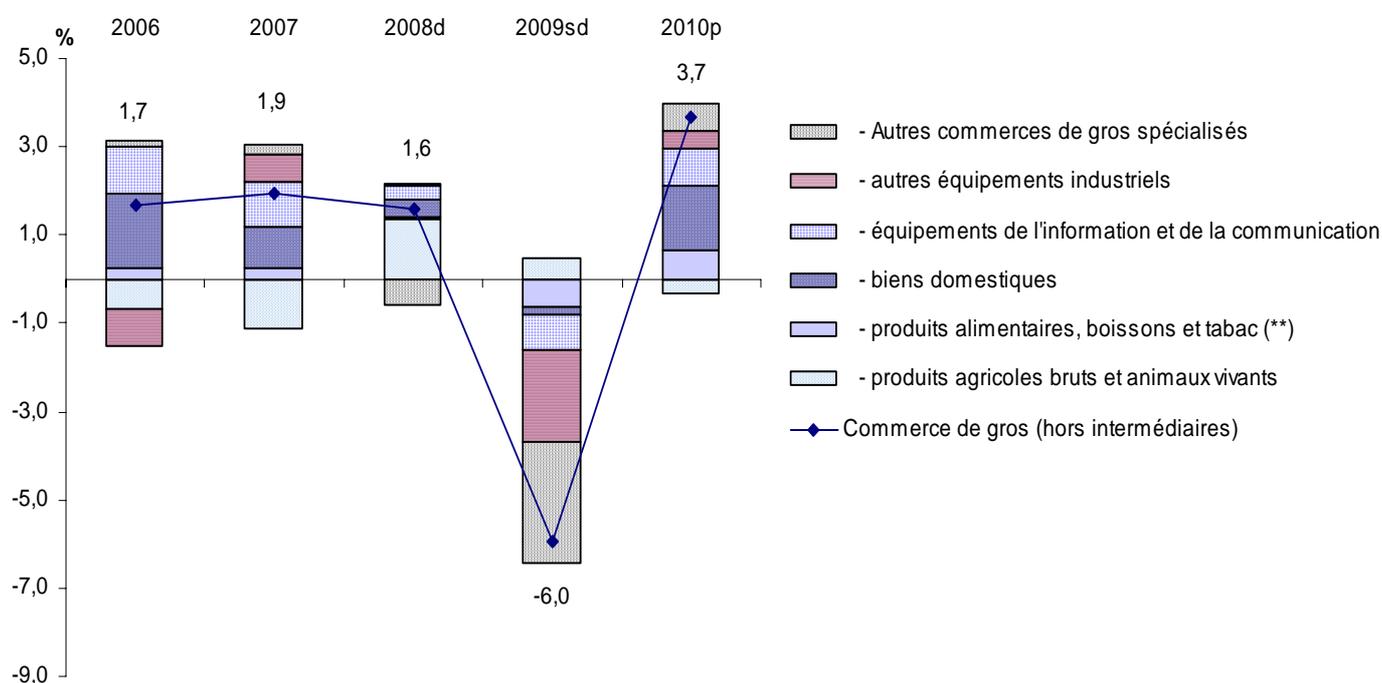
Les ventes de **biens domestiques** progressent, tirées par la reprise de la consommation des ménages. Les soldes de l'été ont remporté un franc succès, donnant un nouvel essor au secteur de l'habillement. Côté électroménager, les prix sont à nouveau orientés à la baisse, limitant la croissance des ventes en valeur (+ 2 %) alors que les volumes ont quasiment retrouvé le niveau d'avant crise (en hausse de 7,3 %).

La baisse des prix dans le secteur des **équipements de l'information et de la communication** ne dément pas la tendance des dix dernières années. Mais les ventes sont dynamiques, notamment grâce au commerce extérieur et croissent en volume (+ 12,2 %) et en valeur (+ 5,9 %).

Même si la croissance est plus timide dans le secteur des **autres équipements industriels** après le très fort repli enregistré en 2009, la reprise des investissements des entreprises en biens d'équipement se fait sentir et les ventes augmentent, en volume et en valeur ( respectivement + 2,8 % et + 3,1 %).

Enfin, les ventes des **autres commerces de gros spécialisés**, essentiellement composées de biens intermédiaires non agricoles, enregistrent une vive progression en valeur, en lien avec l'envolée des prix des matières premières. Pour l'ensemble du secteur, la progression des ventes est de 11% en valeur, mais elle est nettement plus importante pour les combustibles (+ 17,6 %) et surtout pour les minerais et métaux (+ 27,4 %).

**Graphique 1 :** Évolution en volume des ventes de marchandises du commerce de gros et contributions sectorielles (hors intermédiaires du commerce) (\*).



(\*) : L'évolution 2006 par rapport à 2005 ne reflète pas une mauvaise conjoncture pour le commerce de gros, mais une restructuration importante entre l'industrie et le commerce. Elle n'avait pu être prise en compte pour le semi-définitif qui de ce fait reflète mieux l'évolution économique à champ constant (c'est-à-dire en neutralisant l'effet de la restructuration). On trouvera une évaluation de l'effet de cette restructuration dans les chapitres « Commerce de gros » et « Comptes de secteurs » du rapport « Le commerce en 2007 », janvier 2009, Collection Comptes nationaux.

(\*\*) : Le commerce de gros non spécialisé a été inclus avec les produits alimentaires, boissons et tabac pour le calcul des contributions

**Tableau 4 :** Contributions des secteurs à la croissance en volume des ventes de marchandises du commerce de gros (hors intermédiaires)

En %	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	Poids en 2010
<b>Commerce de gros de:</b>						
- produits agricoles bruts et animaux vivants	-0,7	-1,1	1,4	0,5	-0,3	8,4%
- produits alimentaires, boissons et tabac (*)	0,3	0,3	0,0	-0,6	0,7	23,2%
- biens domestiques	1,7	0,9	0,4	-0,2	1,5	24,8%
- équipements de l'information et de la communication	1,1	1,0	0,3	-0,8	0,9	7,6%
- autres équipements industriels	-0,8	0,6	0,1	-2,1	0,4	12,9%
- Autres commerces de gros spécialisés	0,1	0,2	-0,6	-2,8	0,6	23,1%
<b>Commerce de gros total :</b> (hors intermédiaires du commerce)	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>	<b>1,6</b>	<b>-6,0</b>	<b>3,7</b>	<b>100,0%</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

(\*) : Le commerce de gros non spécialisé a été inclus avec les produits alimentaires, boissons et tabac pour le calcul des contributions.

(\*\*) : Pour des raisons d'arrondi, la somme des contributions peut différer légèrement de leur total arrondi.

L'évolution des ventes de marchandises du commerce de gros en volume (+ 3,7 % en 2010) peut se décomposer entre les différentes contributions sectorielles du commerce de gros. Ces contributions sectorielles s'expliquent par la combinaison du dynamisme des secteurs et de leur poids dans l'ensemble du commerce de gros.

En 2010, ce sont les biens domestiques qui contribuent le plus à la croissance des ventes (1,5 point). Non seulement leur poids est important dans les ventes, mais leur croissance est vive. Ils sont suivis par les équipements de l'information et de la communication (0,9 point) qui pèsent beaucoup moins dans les ventes du secteur, mais dont le dynamisme est encore plus soutenu. La contribution modérée des produits alimentaires et des autres commerces de gros spécialisés montre une relative atonie de ces secteurs, compte tenu de leur part élevée dans les ventes totales.

Le secteur des produits agricoles bruts est le seul dont la contribution à la croissance des ventes en volume soit négative. En 2009, il était à l'inverse le seul secteur qui présentait une contribution positive.

## 1.2 - Commerce de détail : bonne dynamique pour les secteurs non alimentaires

La consommation commercialisable des ménages est acquise pour l'essentiel auprès des entreprises du commerce de détail. Elle est en hausse de 2,6 % en 2010, après le repli de 2 % enregistré en 2009.

**En 2010, les ventes au détail, toutes taxes comprises, de l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial** (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) se sont élevées à 460 milliards d'euros<sup>5</sup> (tableau 5), soit 2,6 % de plus que l'année précédente. En volume, la hausse est moins marquée, à 1,6 % après le recul de 2009 (- 1 %) et la stabilité en 2008. La croissance retrouvée est cependant nettement inférieure au rythme des années 2000 à 2007.

**Tableau 5 :** Évolution des ventes du commerce de détail en *valeur T.T.C.* (en %)

Formes de vente	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	valeur 2010p (en G €)
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	2,9	4,2	1,8	2,9	0,7	2,1	2,5	1,7	-0,8	1,1	36,7
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	6,4	3,4	4,4	1,6	-1,1	-0,5	1,9	4,4	-0,2	2,5	11,9
Grandes surfaces d'alimentation générale	3,9	3,0	3,8	1,7	1,2	2,0	3,2	3,8	-2,9	1,4	173,8
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	2,3	1,6	1,3	5,0	2,0	0,5	4,7	1,0	-1,8	8,0	6,8
Magasins non alimentaires spécialisés	6,0	4,5	3,6	4,7	5,3	4,8	4,4	3,2	-3,4	3,7	206,7
dont :											
carburant	3,2	2,6	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	13,0	14,0
pharmacie	6,5	6,0	6,2	6,5	5,1	4,4	3,1	2,2	3,0	1,9	42,5
autres	6,2	4,3	3,0	4,4	4,7	4,9	5,0	2,2	-2,4	3,5	150,3
Commerce hors magasin	3,1	1,6	3,8	5,7	0,9	2,1	2,0	0,1	-3,7	2,3	24,1
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL</b>	<b>4,8</b>	<b>3,7</b>	<b>3,6</b>	<b>3,3</b>	<b>2,9</b>	<b>3,2</b>	<b>3,6</b>	<b>3,1</b>	<b>-2,9</b>	<b>2,6</b>	<b>460,0</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries. Cf. définition précise en annexe XI

<sup>5</sup> Une partie des ventes au détail sont réalisées par des grossistes, des prestataires de services et des producteurs.

**Tableau 6 :** Évolution des ventes du commerce de détail en *volume T.T.C.* (en %)

Formes de vente	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009sd	2010p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	-1,9	0,6	-2,4	-2,0	-0,2	0,7	0,6	-2,6	-1,1	-0,6
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	2,0	0,8	1,7	1,3	-1,4	-2,3	0,6	-0,5	0,6	0,9
Grandes surfaces d'alimentation générale	1,1	1,4	1,9	0,6	0,1	0,5	2,4	-0,5	-0,9	-0,2
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,0	0,7	1,1	5,1	2,6	0,5	4,7	-0,4	-2,3	7,2
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	6,2	4,6	3,6	4,7	5,4	5,5	5,3	2,1	-0,8	3,2
carburant	8,0	5,0	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	1,4
pharmacie	7,3	6,9	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	3,8
autres	5,8	4,1	3,1	4,7	5,5	5,5	5,8	1,6	-0,9	3,2
Commerce hors magasin	1,0	0,3	3,0	5,9	1,4	1,8	1,8	-0,9	-3,0	2,5
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL</b>	<b>3,0</b>	<b>2,6</b>	<b>2,3</b>	<b>2,5</b>	<b>2,4</b>	<b>2,7</b>	<b>3,5</b>	<b>0,5</b>	<b>-1,0</b>	<b>1,6</b>

Source : Insee – Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries. Cf. définition précise en annexe XI

#### ▪ Commerce alimentaire

Les ventes des **magasins d'alimentation spécialisée et d'artisanat commercial** diminuent (- 0,6 %) en volume, poursuivant leur tendance au repli constaté depuis de nombreuses années.

Les **petites surfaces d'alimentation générale** et les **magasins de produits surgelés** résistent mieux (+ 0,9 % en volume), mais leur contribution à l'évolution de l'ensemble du commerce de détail est nulle.

Les ventes des **grandes surfaces d'alimentation générale** (GSA) sont presque stables (- 0,2 %) après deux années de recul. Les supermarchés résistent mieux que les hypermarchés, confirmant ainsi la tendance des dernières années.

Dans toutes les formes de commerce alimentaire, les prix sont en hausse, soutenant la croissance des ventes en valeur.

#### ▪ Commerce non alimentaire

Les ventes en volume des **magasins non alimentaires spécialisés** retrouvent leur dynamique dans tous les secteurs en 2010, faisant ainsi des années 2000 à 2010 une décennie de croissance soutenue, interrompue seulement en 2009.

Le secteur des **équipements de l'information et de la communication** a la plus forte hausse en 2010, mais la baisse des prix des ordinateurs et de certains équipements de téléphonie conduisent à un repli des ventes en valeur. La reprise du marché de l'immobilier et la réorientation des choix des ménages vers les produits leur permettant d'améliorer leur habitat et l'équipement de celui-ci bénéficient au secteur de **l'équipement du foyer** qui enregistre une hausse en volume de 3,8 % des ventes tandis que celles des **biens culturels et des loisirs** ne progressent que de 1,3 %. Le rebond est net aussi dans les secteurs de **l'habillement et des autres équipements de la personne** avec + 5 % et + 4,6 % des ventes.

Les ventes de **carburants** ne se redressent que légèrement en volume (+ 1,4 %) ; en effet, les tensions sur le marché mondial font monter les prix à des niveaux très élevés et les ventes en valeur sont en forte hausse (+ 13 %).

Les **pharmacies** constituent un secteur atypique. En l'absence d'épidémie hivernale conséquente en 2010, la progression des ventes en volume est ralentie (+ 3,8 % après + 5,1 % en 2009).

Enfin, les ventes des **grands magasins** et autres commerces **généralistes non alimentaires** (« bazars ») connaissent un véritable « boom » en 2010 (+ 7,2 % en volume), profitant du retour des touristes et du succès

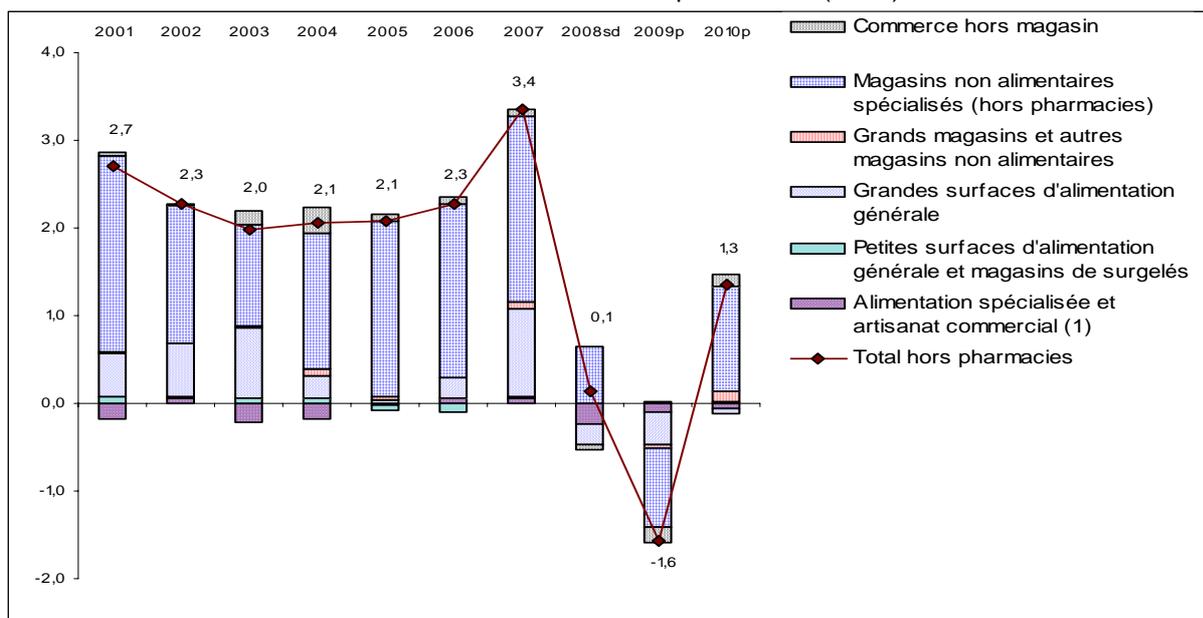
des soldes d'été. Mais du fait de leur poids, leur contribution à l'évolution de l'ensemble du commerce de détail est presque nulle.

▪ **Commerce hors magasin**

Le commerce hors magasin est tiré par la vente à distance (vente par correspondance traditionnelle et e-commerce) qui progresse de 3,4 % en volume en 2010 après une année 2009 en baisse (- 4,7 %).

Son poids dans le commerce reste faible malgré l'essor du commerce électronique. Ce dernier concerne également d'autres secteurs commerciaux et se développe aussi dans les services, en particulier la distribution de voyages.

**Graphique 2 :** Contributions des formes de vente à la croissance en volume de l'ensemble des ventes T.T.C. du commerce de détail et de l'artisanat commercial<sup>6</sup> hors pharmacies (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

**Tableau 7 :** Contributions des formes de vente à la croissance en volume de l'ensemble des ventes T.T.C. (hors pharmacies)

Contributions en %	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	poids du secteur dans le total
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	-0,2	0,1	-0,2	-0,2	0,0	0,1	0,1	-0,2	-0,1	-0,1	8,8%
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de surgelés	0,1	0,0	0,1	0,1	-0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	2,8%
Grandes surfaces d'alimentation générale	0,5	0,6	0,8	0,3	0,0	0,2	1,0	-0,2	-0,4	-0,1	41,5%
Grands magasins et autres magasins non alimentaires	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	1,6%
Magasins non alimentaires spécialisés (hors pharmacies)	2,2	1,6	1,2	1,5	2,0	2,0	2,1	0,7	-0,9	1,2	39,4%
Commerce hors magasin	0,1	0,0	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	-0,1	-0,2	0,1	5,9%
<b>Total hors pharmacies</b>	<b>2,7</b>	<b>2,3</b>	<b>2,0</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>2,3</b>	<b>3,4</b>	<b>0,1</b>	<b>-1,6</b>	<b>1,3</b>	<b>100,0%</b>

(1) Boulangeries, pâtisseries, charcuteries Note : pour des raisons d'arrondi, la somme des contributions peut différer légèrement de leur total.  
Source : Insee – Comptes du commerce

**Lecture :** La hausse des ventes de marchandises du commerce de détail hors pharmacies en volume (+ 1,3 % en 2010) est imputable essentiellement aux magasins non alimentaires spécialisés qui contribuent à hauteur de 1,2 %. Les contributions sectorielles s'expliquent par le dynamisme des secteurs et leur poids dans l'ensemble du commerce de détail.

<sup>6</sup> Une partie des ventes au détail sont réalisées par des grossistes, des prestataires de services et des producteurs.

### 1.3 - Commerce et réparation automobile : nouvelle hausse des ventes

En 2010, les ventes au détail de l'ensemble des secteurs du commerce et de la réparation automobile progressent de 1,2 % en volume. Elles étaient restées quasiment stables en 2009.

Les ventes du secteur du **commerce de véhicules automobiles** augmentent de 1,5 % en volume en 2010 après une hausse légèrement plus marquée en 2009 (+ 1,9 %). Elles profitent de la forte progression des ventes de voitures particulières neuves en fin d'année, le marché ayant été stimulé par la perspective de la fin de la prime à la casse et du durcissement des conditions du bonus-malus écologique. Les gammes économiques et écologiques sont les plus recherchées par les consommateurs.

La reprise du marché des voitures d'occasion<sup>7</sup>, amorcée au troisième trimestre de 2009 se confirme en 2010 (+ 2,8 %) après deux années successives de baisse (- 2,8 % en 2009 et - 3,2 % en 2008). Les véhicules très récents (de moins d'un an) et les voitures plus anciennes, de 4 à 5 ans pour lesquelles la décote est importante, sont les plus demandés.

En volume, les ventes du secteur de **l'entretien et réparation de véhicules automobiles** sont presque stables. La fiabilité croissante des véhicules joue dans ce sens, ainsi que la réduction du nombre d'accidents de la route. Mais la raréfaction des interventions s'accompagne d'un coût unitaire plus élevé et le résultat du secteur progresse en valeur (+ 3,5 %).

En revanche, les ventes progressent nettement en volume dans les secteurs du commerce de gros et de détail d'**équipements automobiles** (respectivement + 5,4 % et + 3 %).

**Tableau 8 :** Évolution des ventes au détail du commerce et réparation automobile - en valeur T.T.C. (en %)

Activités	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	Valeur 2010p (en G €)
Commerce de véhicules automobiles	7,3	1,3	-0,2	5,5	7,1	1,6	6,4	-0,4	1,8	2,5	80,1
Entretien et réparation de véhicules automobiles	5,2	5,6	3,1	7,3	2,4	4,3	4,1	1,8	-3,6	3,5	20,4
Commerce de gros d'équipements automobiles	1,9	6,8	5,1	-0,4	7,9	6,4	4,2	0,8	-5,6	7,2	1,1
Commerce de détail d'équipements automobiles	1,0	1,6	4,1	-1,2	8,4	1,5	4,6	2,0	1,3	5,7	8,6
Commerce et réparation de motocycles	3,9	1,4	1,8	5,0	-3,3	3,9	1,4	0,7	-7,6	-0,4	2,5
<b>ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>6,5</b>	<b>2,1</b>	<b>0,7</b>	<b>5,5</b>	<b>5,9</b>	<b>2,3</b>	<b>5,7</b>	<b>0,2</b>	<b>0,4</b>	<b>2,9</b>	<b>112,8</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

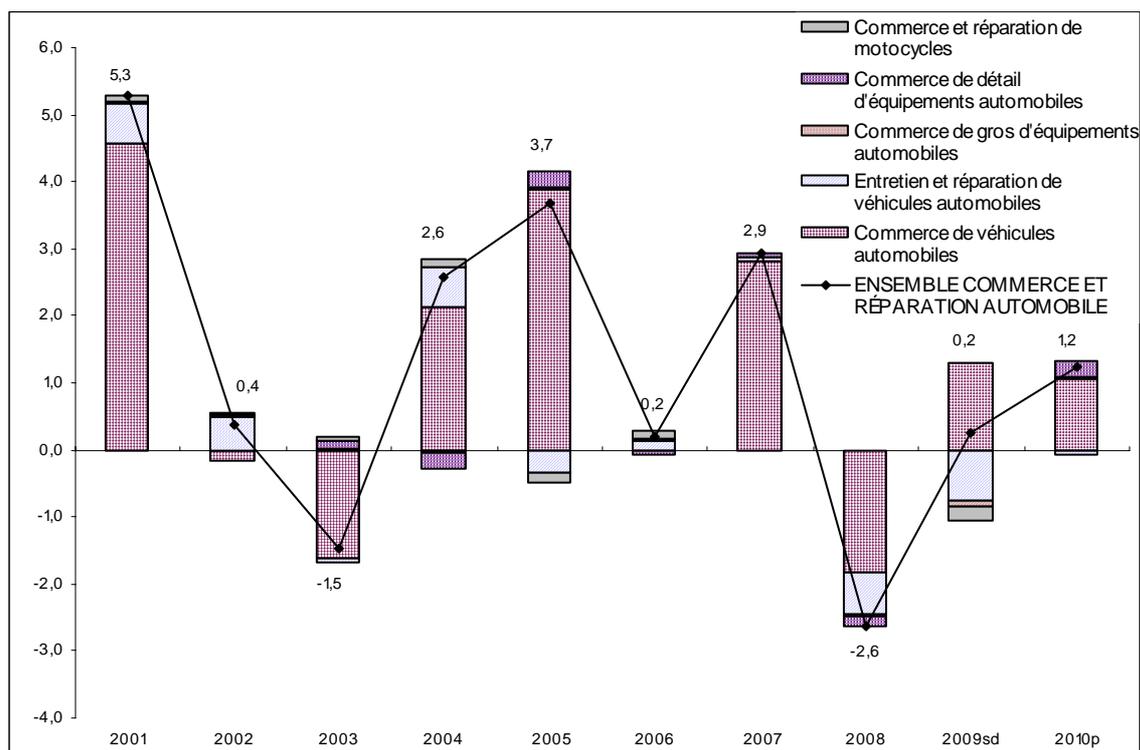
**Tableau 9 :** Évolution des ventes au détail du commerce et réparation automobile - en volume T.T.C. (en %)

Activités	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p
Commerce de véhicules automobiles	6,3	-0,2	-2,3	3,0	5,4	0,0	3,9	-2,6	1,9	1,5
Entretien et réparation de véhicules automobiles	3,3	2,8	-0,2	3,1	-1,8	0,8	0,4	-3,3	-4,0	-0,3
Commerce de gros d'équipements automobiles	0,2	4,7	3,2	-4,1	5,1	3,5	0,6	-2,8	-7,6	5,4
Commerce de détail d'équipements automobiles	-0,1	0,0	2,6	-4,9	5,5	-1,4	0,7	-2,2	-0,2	3,0
Commerce et réparation de motocycles	2,7	0,2	1,2	3,3	-4,1	3,1	-0,1	0,0	-8,5	-0,6
<b>ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>5,3</b>	<b>0,4</b>	<b>-1,5</b>	<b>2,6</b>	<b>3,7</b>	<b>0,2</b>	<b>2,9</b>	<b>-2,6</b>	<b>0,2</b>	<b>1,2</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

<sup>7</sup> Chiffres et statistiques n° 192, février 2001 – Commissariat général au développement durable

**Graphique 3 :** Contributions des secteurs à la croissance *en volume* de l'ensemble des ventes T.T.C. du commerce et réparation automobile<sup>8</sup> (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

**Tableau 10 :** Contributions des secteurs à la croissance *en volume* de l'ensemble des ventes T.T.C. du commerce et réparation automobile

Contributions en %	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	poids du secteur dans le total
Commerce de véhicules automobiles	4,6	-0,2	-1,6	2,1	3,9	0,0	2,8	-1,8	1,3	1,0	71,4%
Entretien et réparation de véhicules automobiles	0,6	0,5	0,0	0,6	-0,3	0,2	0,1	-0,6	-0,8	-0,1	17,7%
Commerce de gros d'équipements automobiles	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,1	1,0%
Commerce de détail d'équipements automobiles	0,0	0,0	0,1	-0,2	0,3	-0,1	0,0	-0,2	0,0	0,2	7,6%
Commerce et réparation de motocycles	0,1	0,0	0,0	0,1	-0,1	0,1	0,0	0,0	-0,2	0,0	2,3%
<b>ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>5,3</b>	<b>0,4</b>	<b>-1,5</b>	<b>2,6</b>	<b>3,7</b>	<b>0,2</b>	<b>2,9</b>	<b>-2,6</b>	<b>0,2</b>	<b>1,2</b>	<b>100,0%</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

Ce sont toujours les évolutions du commerce de véhicules qui déterminent les variations de l'ensemble du secteur commerce et réparation automobile, non pas en raison du dynamisme propre de ce sous-secteur, mais simplement en raison de son poids très prépondérant. En 2010, 1,0 point lui est attribuable sur les 1,2 point de croissance du secteur.

<sup>8</sup> Une partie des ventes au détail sont réalisées par des grossistes, des prestataires de services et des producteurs.

## 2 - L'emploi salarié repart à la hausse

### 2.1 - La structure de l'emploi

En 2010, un peu moins de trois millions de salariés travaillent dans le commerce (tableau 11), soit 18,6 % des salariés de l'ensemble des secteurs principalement marchands<sup>9</sup>.

Plus de la moitié d'entre eux sont dans le commerce de détail, et près d'un tiers dans le commerce de gros. Les non-salariés représentaient 374 700 emplois dans le commerce fin 2008, soit 11 % de l'emploi total.

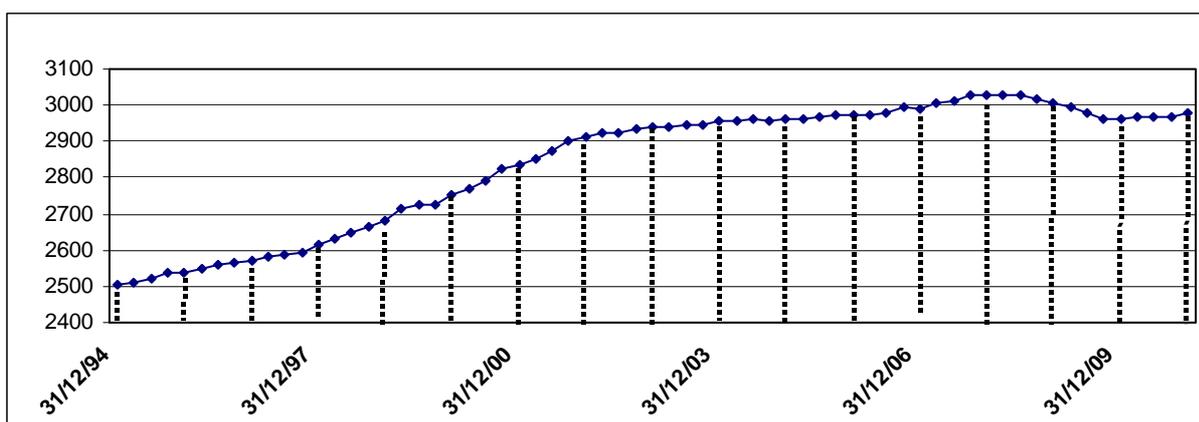
L'année 2009 a été marquée par la création, dans le cadre de la loi de modernisation de l'économie (LME), du régime des auto-entrepreneurs. **L'impact sur l'emploi de ce nouveau régime n'a pas encore pu être mesuré** car pour nombre de ces créations, leur existence ne s'est pas traduite par un démarrage réel de l'activité.

Le travail à temps partiel concerne un peu moins du quart des salariés du commerce. C'est dans le commerce de détail qu'il est le plus répandu (34 % en 2008<sup>10</sup>). En 2008, dans l'ensemble du commerce, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein de l'emploi à temps partiel) a représenté 65 % d'un temps plein<sup>11</sup>. Le volume de l'emploi salarié à temps partiel représente 17 % de l'ensemble du volume de l'emploi salarié.

### 2.2 - L'emploi salarié progresse, après deux années de baisse

De 1994 à mi-2008, l'emploi salarié du commerce n'a pas cessé de croître. De l'ordre de 2,5 millions en 1994, le nombre de salariés franchit la barre des 3 millions début 2007 (tableau 10 et graphique 4). Deux années de recul, ont suivi (- 0,7 % en 2008 et - 1,7 % en 2009) et en 2010, l'emploi salarié est à nouveau en légère hausse (+ 0,4 % en glissement annuel, entre le 31/12/2009 et le 31/12/2010). Le secteur gagne ainsi 11 800 emplois salariés. La progression est un peu moins forte que celle de l'ensemble de l'emploi salarié des secteurs principalement marchands (+ 0,8 %).

**Graphique 4 :** Effectifs salariés trimestriels de l'ensemble du commerce hors artisanat commercial de 1994 à 2010 (en milliers, données CVS)



Source : Insee, Estimations d'emploi

<sup>9</sup> Les données sur l'emploi se limitent ici à la France métropolitaine

<sup>10</sup> données DADS 2008

<sup>11</sup> Cf annexe méthodologique IX

**Tableau 11** : Effectifs salariés au 31/12 (en milliers, données CVS) <sup>12</sup>

SECTEURS D'ACTIVITE	2005	2006	2007	2008	2009	2010(p)
Commerce de détail	1586	1608	1640	1632	1625	1639
Commerce de gros	994	990	998	993	962	958
Commerce et réparation automobile	392	392	391	384	377	379
<b>Total Commerce</b>	<b>2972</b>	<b>2990</b>	<b>3029</b>	<b>3008</b>	<b>2965</b>	<b>2976</b>
<b>Total des secteurs principalement marchands</b>	<b>15921</b>	<b>16113</b>	<b>16384</b>	<b>16209</b>	<b>15876</b>	<b>16001</b>

Source : Insee, *Estimations d'emploi*

(p) : données provisoire

**Tableau 12** : Évolution des effectifs salariés du commerce (glissement sur 12 mois) données CVS

SECTEURS D'ACTIVITE	2008		2009		2010(p)	
	Variation en milliers	Variation en %	Variation en milliers	Variation en %	Variation en milliers	Variation en %
Commerce de détail	-8,0	-0,5	-6,1	-0,4	13,5	0,8
Commerce de gros	-5,4	-0,5	-30,6	-3,1	-4,0	-0,4
Commerce et réparation automobile	-7,1	-1,8	-7,3	-1,9	2,4	0,6
<b>Total Commerce</b>	<b>-20,7</b>	<b>-0,7</b>	<b>-43,8</b>	<b>-1,5</b>	<b>11,8</b>	<b>0,4</b>
<b>Secteurs principalement marchands</b>	<b>-174,3</b>	<b>-1,1</b>	<b>-333,0</b>	<b>-2,1</b>	<b>124,5</b>	<b>0,8</b>

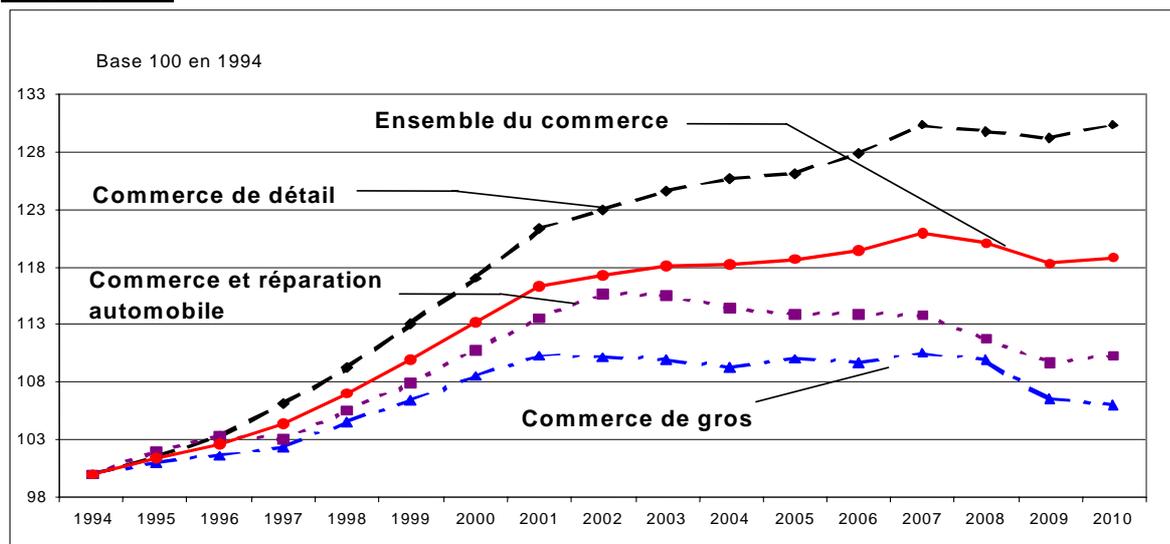
Source : Insee, *Estimations d'emploi*

(p) : données provisoires

Seul l'emploi du secteur du commerce de gros diminue encore (- 0,4 %) avec une perte de 4 000 salariés. Dans le commerce de détail, les deux années de recul (- 0,5 % en 2008 et - 0,4 % en 2009) laissent place à une augmentation qui permet de retrouver un niveau proche de 2007. Le commerce et la réparation automobile qui est plutôt sur une tendance à la baisse depuis 2002 gagne pour sa part 2 400 salariés (+ 0,6 %) par rapport à l'année 2009.

<sup>12</sup> Comme il s'agit de données CVS, les données des années antérieures à 2010 sont sujettes à de légères variations.

**Graphique 5 :** Évolution sur 12 mois de l'effectif salarié dans les secteurs du commerce



Source : Insee, *Estimations d'emploi*

### 2.3 - Augmentation de l'emploi non salarié en 2008<sup>13</sup>

En 2008, l'**emploi non salarié** du commerce (hors artisanat commercial) est estimé à un effectif de 374 700 personnes, soit 2 % de plus qu'en 2007 et un gain de 7 400 postes. Cette augmentation est un peu plus forte que celle de l'ensemble de l'économie (+ 0,7 %).

**Tableau 14 :** Effectifs non salariés au 31/12 en 2007 et 2008 (en milliers) et évolution en pourcentage

Secteur d'activité	2007	2008 <sup>(p)</sup>	2008/2007
Agriculture	460,2	454,1	-1,3%
Industrie	128,5	129,0	0,4%
Construction	276,8	278,4	0,6%
Tertiaire marchand	1 129,0	1 141,4	1,1%
dont Commerce	367,3	374,7	2,0%
Tertiaire non marchand	360,6	368,1	2,1%
<b>Emploi non salarié total</b>	<b>2 355,2</b>	<b>2 371,0</b>	<b>0,7%</b>

Source : Insee

(p) : données provisoires

Le commerce de gros contribue pour plus de la moitié à cette hausse avec 3 400 non-salariés supplémentaires alors que la grande majorité des non-salariés du commerce travaille dans le commerce de détail (72 %).

**Tableau 15 :** Effectifs non salariés du commerce au 31/12 en 2007 et 2008 (en milliers) et évolution en pourcentage

	2007	2008 <sup>(p)</sup>	2008/2007
Commerce de détail	266,2	269,1	1,1%
Commerce de gros	58,8	62,2	5,8%
Commerce automobile	42,2	43,4	2,8%
<b>Total Commerce</b>	<b>367,3</b>	<b>374,7</b>	<b>2,0%</b>

Source : Insee

(p) : données provisoires

<sup>13</sup> Les données de 2009 et 2010 sur les non salariés ne sont pas encore disponibles

## 2.4 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros

Les salariés du commerce perçoivent en moyenne un salaire brut<sup>14</sup> légèrement supérieur à 15 euros de l'heure en 2008. Le salaire brut horaire moyen est moins élevé dans le commerce que dans l'industrie ou dans les services (tableau 16).

**Tableau 16** : Salaires bruts horaires moyens de l'ensemble des salariés dans l'industrie, le commerce et les services en 2008 (en euros) (€/h)

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

Source : Insee - DADS 2008

**Tableau 17** : Salaires bruts horaires moyens des salariés du commerce selon la catégorie socio-professionnelle et le sexe en 2008 (en euros)

(€/h)

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

Source : Insee - DADS 2008

Il existe des disparités importantes de salaire entre les trois grands secteurs du commerce et selon les catégories socioprofessionnelles. C'est dans le commerce de gros, où les salariés sont plus qualifiés et plus âgés, que le salaire brut horaire moyen est le plus élevé en 2008. Dans tous les secteurs et quelle que soit la catégorie socio-professionnelle, les hommes ont un salaire horaire moyen brut supérieur à celui des femmes.

<sup>14</sup> Le salaire brut correspond à l'intégralité des sommes perçues par le salarié au titre de son contrat de travail, avant la déduction des cotisations salariales obligatoires.

### 3 - Forte croissance du nombre d'entreprises commerciales

#### **Avertissement**

Le terme « d'entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene, notion qui ne coïncide pas nécessairement avec celle d'entreprise « acteur économique » définie au sens de la LME et du décret n° 2008-1354 du 18 décembre 2008.

En 2010 comme en 2009, les créations d'entreprises dans le commerce (y compris artisanat) sont très nombreuses et représentent 21,4 % de celles de l'économie française. Elles sont en forte croissance depuis 2008 en raison de la mise en place du nouveau régime des auto-entrepreneurs. Sur les 132 900 créations d'entreprises commerciales en 2010, 55 % sont le fait de l'auto-entrepreneuriat (cf. annexe V), sans que l'on puisse savoir combien parmi elles correspondent à une mise en œuvre effective de moyens de production.

#### **3.1 - Forte augmentation du nombre d'entreprises commerciales entre début 2009 et début 2010**

La France compte 729 900 entreprises commerciales au 1er janvier 2010, auxquelles s'ajoutent 44 800 entreprises de l'artisanat commercial (boulangeries-pâtisseries, charcuteries). Le nombre total d'entreprises tous secteurs confondus<sup>15</sup> étant d'un peu plus de 3 millions, les entreprises commerciales représentent 21,3 % des entreprises de l'ensemble de l'économie.

Ces 774 600 entreprises du commerce et de l'artisanat commercial se répartissent à 59 % dans le commerce de détail, 24 % dans le commerce de gros et les intermédiaires du commerce, 11 % dans le commerce et la réparation automobile et 6 % dans l'artisanat commercial.

Le nombre d'entreprises commerciales a augmenté de 8,8 % entre début 2009 et début 2010 (tableau 18). Cette forte progression est due essentiellement au commerce de détail (+ 11,7 %) et au commerce et réparation automobile (+ 8,5 %). Dans le commerce de gros, le nombre d'entreprises augmente de manière moins importante (+ 4,7 %). Les entreprises du commerce sont en majorité composées de S.A.R.L. (46 %) et d'entreprises individuelles (46 %).

**Tableau 18** : Évolution du nombre d'entreprises du commerce en France

(nombre d'entreprises au 1<sup>er</sup> janvier en milliers)

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2007	2008	2009	2010 (sd)	2008/2007	2009/2008	2010/2009
Commerce de gros	170,9	176,0	178,6	186,9	3,0	1,5	4,7
Commerce de détail	397,2	404,3	411,1	459,4	1,8	1,7	11,7
Commerce et réparation automobile	74,3	75,7	77,0	83,6	1,8	1,8	8,5
<b>Total commerce</b>	<b>642,4</b>	<b>656,0</b>	<b>666,7</b>	<b>729,9</b>	<b>2,1</b>	<b>1,6</b>	<b>9,5</b>
Artisanat commercial	46,8	46,5	45,2	44,8	-0,6	-3,0	-0,8
<b>Total commerce et artisanat commercial</b>	<b>689,2</b>	<b>702,5</b>	<b>711,9</b>	<b>774,6</b>	<b>1,9</b>	<b>1,3</b>	<b>8,8</b>

Source : Insee - Sirene (France entière)

<sup>15</sup> Dans le cadre de la nouvelle démographie d'entreprises, le champ est désormais élargi à l'ensemble du secteur marchand non agricole. La notion d'entreprise retenue ici correspond aux unités légales du répertoire Sirene dans lequel des entités comme Carrefour ou Leclerc peuvent être enregistrées différemment selon le statut juridique des magasins (les magasins Leclerc sont des unités légales indépendantes alors que les magasins Carrefour sont des établissements d'une seule unité légale Carrefour).

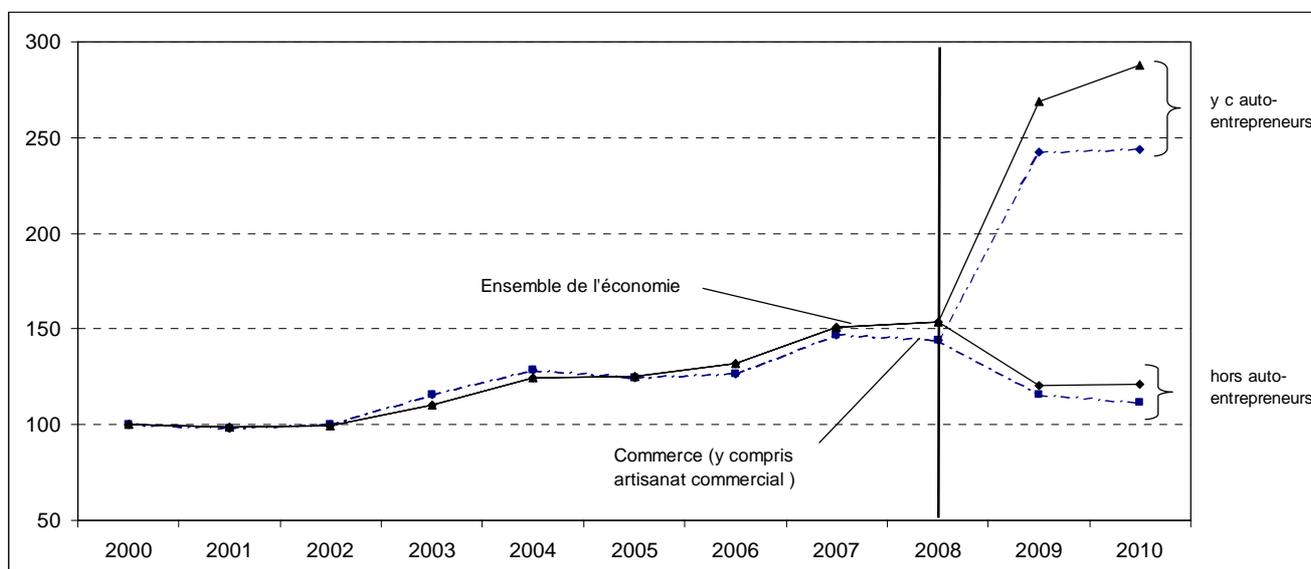
### 3.2 - Les créations d'entreprises toujours aussi nombreuses en 2010

En 2010, les créations d'entreprises commerciales se maintiennent à un niveau élevé. Y compris artisanat commercial et auto-entrepreneurs, 132 900 entreprises commerciales apparaissent en 2010 dans la France entière. Leur nombre continue d'augmenter dans l'ensemble des créations de l'économie (+ 7,2 %). Le commerce représente ainsi un peu plus de 20 % des créations au sens large de l'économie.

Les créations d'entreprises<sup>16</sup> croissent très fortement depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009 dans l'ensemble de l'économie en lien avec l'instauration du régime d'auto-entrepreneur. Celui-ci facilite la création d'entreprises et tous les secteurs du commerce ont profité de cette nouvelle possibilité.

Si ce nouveau régime n'avait pas été mis en place, les créations d'entreprises commerciales en 2010 auraient été comprises entre 59 000 (nombre d'entreprises créées sans les auto-entrepreneurs) et 131 000 (nombre de créations total, y compris auto-entrepreneurs). Il est difficile d'être plus précis à l'intérieur de cette fourchette : certains auto-entrepreneurs n'auraient pas créé d'entreprise, d'autres auraient choisi une autre forme juridique pour leur création.

**Graphique 6 :** Les créations d'entreprises de 2000 à 2010 (France entière) - base 100 en 2000



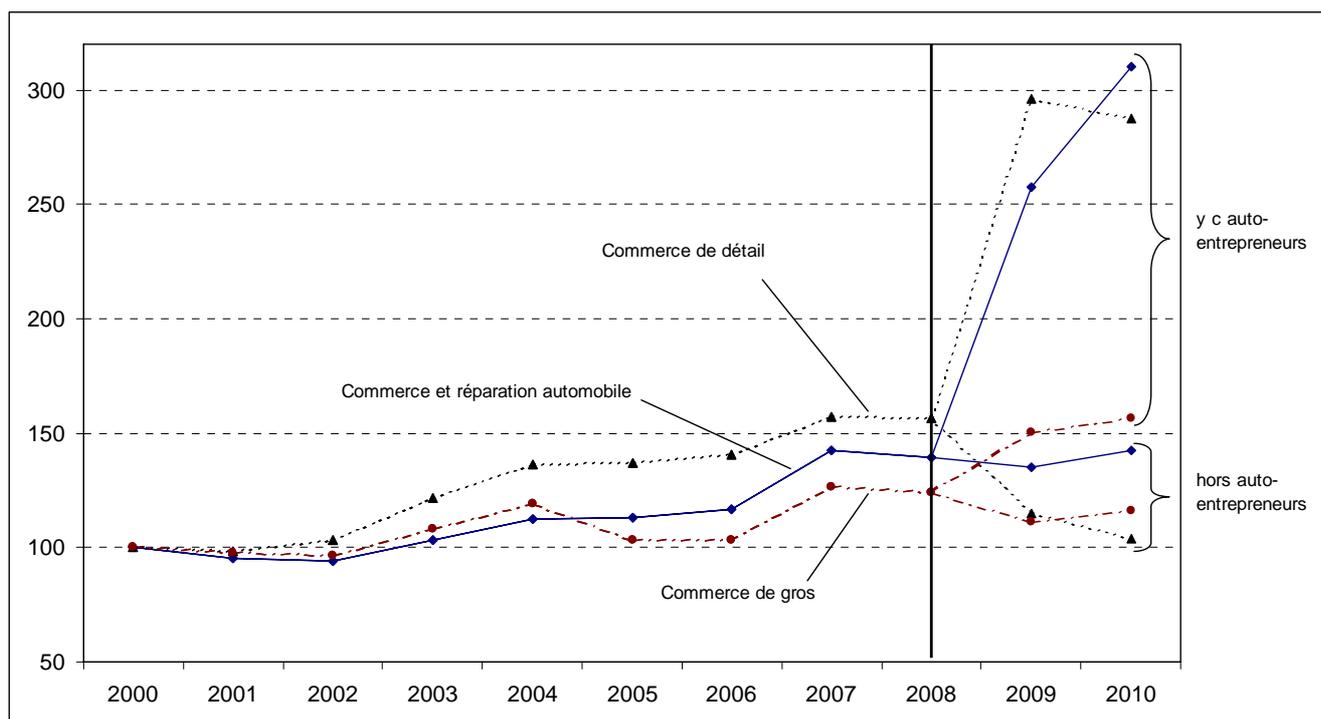
Source : Insee-Sirene

En 2010, parmi les 130 700 entreprises créées dans le commerce (hors artisanat), 67,9 % appartiennent au commerce de détail, 20,9 % au commerce de gros, et 11,2 % au commerce et à la réparation automobile.

Le commerce de gros est le secteur du commerce qui profite le moins de cet effet « auto-entrepreneur » (+ 21,3 % en 2009 et + 4,1 % en 2010). Tout en restant de loin les plus nombreuses, les créations d'entreprises sont en baisse dans le commerce de détail (- 3,0 %) après la très forte hausse de 2009 (+ 89,4 %). Dans le commerce et la réparation automobile, les créations continuent d'augmenter à un rythme soutenu en 2010 (+ 20 %).

<sup>16</sup> Cf. annexe méthodologique V.

**Graphique 7 :** Les créations d'entreprises par secteur de 2000 à 2010 (France entière) - base 100 en 2000



Source : Insee - Sirene

**Tableau 19 :** Les créations<sup>17</sup> d'entreprises dans le commerce entre 2007 et 2010 - France entière

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations d'entreprises				Évolution en %		
	2007	2008	2009	2010	2008/2007	2009/2008	2010/2009
Commerce de gros	22 039	21 646	26 253	27 319	-1,8	21,3	4,1
Commerce de détail	48 433	48 285	91 428	88 644	-0,3	89,4	-3,0
Commerce et réparation automobile	6 729	6 601	12 189	14 688	-1,9	84,7	20,5
<b>TOTAL COMMERCE</b>	<b>77 201</b>	<b>76 532</b>	<b>129 870</b>	<b>130 651</b>	<b>-0,9</b>	<b>69,7</b>	<b>0,6</b>
Artisanat commercial	2 877	1 884	2 075	2 207	-34,5	10,1	6,4
<b>TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>80 078</b>	<b>78 416</b>	<b>131 945</b>	<b>132 858</b>	<b>-2,1</b>	<b>68,3</b>	<b>0,7</b>
<b>Ensemble de l'économie française (*)</b>	<b>325 739</b>	<b>331 439</b>	<b>580 193</b>	<b>622 036</b>	<b>1,7</b>	<b>75,1</b>	<b>7,2</b>

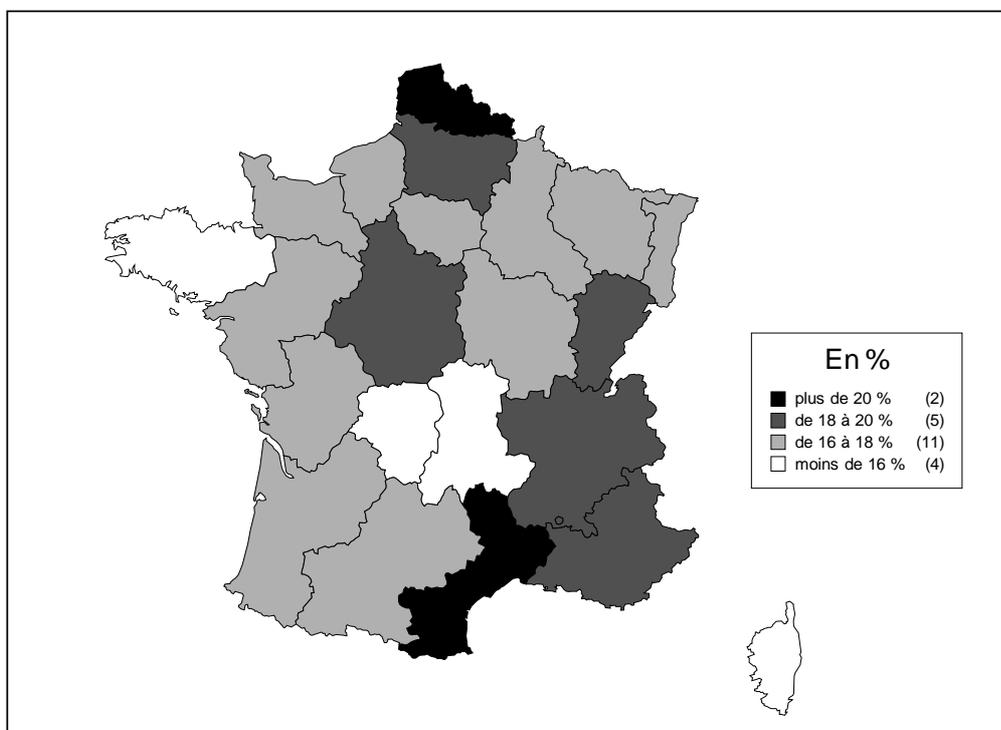
Source : Insee - Sirene

(\*) L'évolution 2007-2008 des créations d'entreprises de l'artisanat commercial est entachée d'une discontinuité. Celle-ci est le fait d'une meilleure connaissance de l'activité principale des entreprises créées au cours de la période 2007-2008. En effet durant cette période, les travaux liés aux changements de nomenclature ont permis de réévaluer plus précisément le champ des industries agro-alimentaires.

<sup>17</sup> Depuis le 1er janvier 2007, la notion de création a été modifiée (cf. encadré 2 sur les changements de concepts).

En 2010, pour les seules entreprises commerciales, le taux de création<sup>18</sup> national est de 17,9 %. Ce sont les régions du sud qui ont les taux de création les plus élevés : le Languedoc-Roussillon (21,6 %) et la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (18,9 %) ; mais aussi celles du nord : le Nord-Pas-de-Calais (20,5 %) et la Picardie (18,8 %) (carte 1 ci-après). A l'inverse, les régions Limousin (15,7 %), Auvergne (15,5 %) et Corse (14,1 %) possèdent les plus faibles taux de création.

**Carte 1 :** Taux de création d'entreprises commerciales par région en 2010

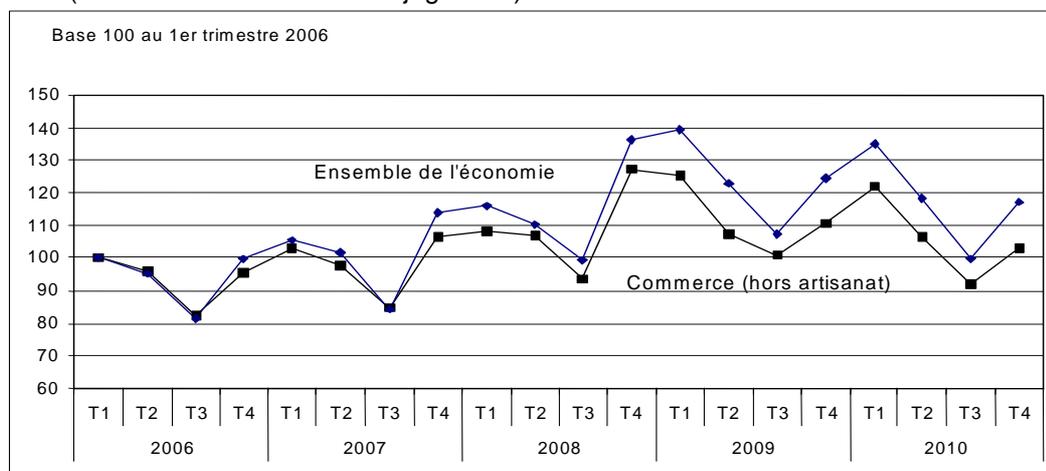


Source : Insee - Sirene

### 3.3 - Diminution des défaillances d'entreprises dans le commerce en 2010

Comme pour l'ensemble de l'économie (- 4,9 %), le nombre de défaillances diminue (- 4,6 %) dans le commerce en 2010. Cette baisse fait suite à deux années d'augmentation (+ 11,1 % en 2008 et + 1,8 % en 2009).

**Graphique 8 :** Les défaillances d'entreprises de 2006 à 2010 (France entière) - base 100 au 1er trimestre 2006 (données brutes en date de jugement)



Source : Insee - Bodacc

<sup>18</sup> Le taux de création se définit comme le rapport entre les créations et le stock d'entreprises.

**Tableau 20 : Les défaillances d'entreprises entre 2007 et 2010 (données brutes en date de jugement)**

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de défaillances				Evolution en %		
	2007	2008	2009	2010	2008/2007	2009/2008	2010/2009
Intermédiaires du commerce de gros	505	512	450	448	1,4	-12,1	-0,4
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	79	83	58	45	5,1	-30,1	-22,4
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	372	396	373	336	6,5	-5,8	-9,9
CG de biens domestiques	935	966	811	752	3,3	-16,0	-7,3
CG d'équipements de l'info et de la communication	242	227	223	146	-6,2	-1,8	-34,5
CG d'autres équipements industriels	396	410	493	455	3,5	20,2	-7,7
Autres CG spécialisés	391	444	498	471	13,6	12,2	-5,4
CG non spécialisé	376	369	389	406	-1,9	5,4	4,4
<b>COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)</b>	<b>3 296</b>	<b>3 407</b>	<b>3 295</b>	<b>3 059</b>	<b>3,4</b>	<b>-3,3</b>	<b>-7,2</b>
CD en magasin non spécialisé	514	551	589	650	7,2	6,9	10,4
CD alimentaire en magasin spécialisé	774	897	858	844	15,9	-4,3	-1,6
CD non alimentaire en magasins spécialisés	3 834	4 436	4 882	4 513	15,7	10,1	-7,6
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	63	62	61	79	-1,6	-1,6	29,5
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	147	139	262	242	-5,4	88,5	-7,6
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	944	1 116	1 330	1 157	18,2	19,2	-13,0
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	570	614	583	561	7,7	-5,0	-3,8
<i>Autres CD en mag spé</i>	2 110	2 505	2 646	2 474	18,7	5,6	-6,5
CD sur éventaies et marchés	697	787	579	541	12,9	-26,4	-6,6
CD hors magasin, éventaies ou marchés	207	277	330	427	33,8	19,1	29,4
<b>COMMERCE DE DETAIL</b>	<b>6 026</b>	<b>6 948</b>	<b>7 238</b>	<b>6 975</b>	<b>15,3</b>	<b>4,2</b>	<b>-3,6</b>
Commerce de véhicules automobiles	572	550	542	585	-3,8	-1,5	7,9
Entretien et réparation de véhicules automobiles	511	621	648	601	21,5	4,3	-7,3
Commerce d'équipements automobiles	155	189	185	157	21,9	-2,1	-15,1
Commerce et réparation de motocycles	113	146	172	151	29,2	17,8	-12,2
<b>COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>1 351</b>	<b>1 506</b>	<b>1 547</b>	<b>1 494</b>	<b>11,5</b>	<b>2,7</b>	<b>-3,4</b>
<b>TOTAL COMMERCE</b>	<b>10 673</b>	<b>11 861</b>	<b>12 080</b>	<b>11 528</b>	<b>11,1</b>	<b>1,8</b>	<b>-4,6</b>
<i>Ensemble de l'économie française</i>	<i>43 702</i>	<i>49 745</i>	<i>53 270</i>	<i>50 682</i>	<i>13,8</i>	<i>7,1</i>	<i>-4,9</i>

Source : Insee - Bodacc

Le nombre de défaillances d'entreprises en date de jugement diminue dans le commerce (- 4,6 %) en 2010 ainsi que dans l'ensemble de l'économie (- 4,9 %). Il diminue dans les trois secteurs du commerce : - 3,6 % pour le commerce de détail, - 3,4 % pour le commerce et la réparation automobile et - 7,2 % dans le commerce de gros.

**Définitions**

Les défaillances d'entreprises couvrent l'ensemble des jugements prononçant, soit l'ouverture d'une procédure de redressement judiciaire, soit directement la liquidation judiciaire. Elles ne tiennent pas compte de l'issue des procédures : liquidation ou redressement par continuation ou reprise. Une entreprise est en situation de défaillance ou de dépôt de bilan à partir du moment où une procédure de redressement judiciaire est ouverte à son encontre. Il ne faut pas confondre la notion de défaillance avec la notion plus large de cessation (arrêt total de l'activité économique de l'entreprise). Les liquidations qui font suite à une défaillance ne représentent qu'une partie (entre 10 et 20 %), variable avec le temps et le secteur d'activité, de l'ensemble des cessations d'entreprises.

**Sources**

Voir *Informations Rapides* sur les défaillances d'entreprises : [http://www.insee.fr/fr/indicateurs/indic\\_conj/donnees/defa.pdf](http://www.insee.fr/fr/indicateurs/indic_conj/donnees/defa.pdf)

# CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS

Dans le commerce de gros, l'année 2010 est marquée par les premiers signes de reprise après la récession de 2009. Le volume d'affaires se redresse et les ventes de l'ensemble du secteur enregistrent une légère augmentation (+ 2,8 %). Les prix repartent également à la hausse, tirés par la croissance rapide des prix des matières premières à partir du second semestre. Les secteurs du commerce de gros de combustibles, puis de céréales et de fruits et légumes profitent le plus de cette hausse des prix (près de 19 % pour les combustibles et aux alentours de 14 % pour les céréales et fruits et légumes).

Les intermédiaires du commerce enregistrent encore un recul de leurs ventes en volume (- 1,6 %), mais la hausse des prix leur permet une performance meilleure en valeur (+ 5,3 %).

En 2010, le premier contributeur au dynamisme du commerce de gros, hors intermédiaires, est le secteur des biens domestiques. Un quart des ventes du commerce de gros sont issues de ce secteur et elles ont augmenté de 6 % en volume. Toutefois, le secteur d'équipements de l'information et de la communication est plus dynamique encore, avec une hausse des ventes en volume de 12,2 %. C'est aussi le plus petit des différents sous-ensembles, son impact dans l'ensemble du commerce est donc limité.

Cette année encore, le secteur des grossistes en produits agricoles bruts présente un profil différent des autres secteurs du commerce. Après avoir été le seul en croissance en 2009, il est le seul à connaître un recul de ses ventes en volume en 2010. Cette baisse est due aux céréales dont la récolte a pâti de conditions météorologiques défavorables.

Dans la plupart des secteurs du commerce de gros, l'activité est liée aux évolutions de la demande extérieure et aux tendances du marché mondial. En 2008, les exportations représentent 14,6 % des ventes des grossistes et les importations 23,4 % de leurs achats<sup>19</sup>.

Le commerce de gros emploie près de 960 000 salariés en 2010, soit un tiers des effectifs du commerce.

Au 1<sup>er</sup> janvier 2010, le nombre d'entreprises du commerce de gros est de l'ordre de 187 000 et dans le courant de l'année 2010, on recense plus de 27 000 créations. Plus de la moitié d'entre elles ont lieu dans le secteur des intermédiaires.

## Synthèse sur les évolutions des ventes *en volume* des secteurs du commerce de gros

	Taux de croissance en %				
	2006	2007	2008d	2009sd	2010p
<b>Commerce de gros de:</b>					
- produits agricoles bruts et animaux vivants	-7,5	-12,8	17,3	5,1	-3,6
- produits alimentaires, boissons et tabac	0,6	0,9	-0,2	-2,5	2,7
- biens domestiques	7,4	4,0	1,9	-0,8	6,0
- équipements de l'information et de la communication	12,8	11,6	3,5	-11,4	12,2
- autres équipements industriels	-5,8	4,8	0,5	-15,4	2,8
- Autres commerces de gros spécialisés	0,6	0,8	-2,3	-10,6	2,7
- non spécialisé	10,5	6,1	3,5	-6,3	4,3
<b>Commerce de gros total :</b>					
(hors intermédiaires du commerce)	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>	<b>1,6</b>	<b>-6,0</b>	<b>3,7</b>
Intermédiaires du commerce	-1,0	2,9	-1,2	-0,2	-1,6
<b>Commerce de gros et intermédiaires</b>	<b>1,2</b>	<b>2,1</b>	<b>1,2</b>	<b>-5,1</b>	<b>2,8</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

<sup>19</sup> Insee - Enquête structurelle annuelle auprès des entreprises

# 1 - Produits agricoles bruts : ventes en baisse, hausse des prix

Les évolutions de l'année 2010 sont à l'opposé de celles de 2009. Après une bonne année 2009, les ventes en volume des grossistes en produits agricoles bruts sont en baisse en 2010 (- 3,6 %). En revanche les prix soutiennent largement les ventes en valeur, qui augmentent de 7 %, sans retrouver cependant le niveau record de 2008.

Le secteur est essentiellement composé des grossistes en céréales d'une part et en animaux sur pied d'autre part. Ces deux sous-secteurs suivent des évolutions en volume divergentes en 2010, fortement négative pour le premier (- 5,5%), positive pour le second (+ 1,3 %). En raison de leur poids prédominant dans le secteur, les grossistes en céréales influencent fortement la tendance de l'ensemble.

**Tableau 1** : Les ventes des produits agricoles bruts

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2010p
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	
EN VALEUR											
<b>C.G. de produits agricoles bruts</b>	-1,9	-0,6	-0,4	0,7	1,1	0,0	3,6	23,9	-15,1	7,0	52,3
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-1,0	-1,6	-2,9	0,5	-0,6	-2,3	7,8	30,2	-17,6	8,6	39,0
- autres produits (*)	-3,7	1,6	5,3	1,2	4,6	4,6	-4,0	7,7	-7,1	2,7	13,3
EN VOLUME											
<b>C.G. de produits agricoles bruts</b>						-7,5	-12,8	17,3	5,1	-3,6	
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail						-11,2	-17,1	23,7	7,1	-5,5	
- autres produits (*)						-0,2	-5,0	0,8	-1,2	1,5	

Source : Insee - Comptes du commerce

(\*) fleurs et plantes, animaux vivants, cuirs et peaux

## ▪ Céréales<sup>20</sup> et aliments du bétail

Les grossistes en **céréales** ont enregistré une diminution des ventes en volume (- 5,5 %). Côté production, la sécheresse printanière a provoqué une baisse des rendements. En conséquence, les productions céréalières françaises reculent nettement, exception faite de la production de blé, grâce à un accroissement des surfaces cultivées. La récolte française de blé dur a augmenté de 17 %<sup>21</sup>.

Sur le plan mondial, le bilan céréalier est déficitaire, la consommation étant supérieure à la production. La forte sécheresse qui a touché les pays de l'est de l'Europe a fait baisser les exportations de la Russie et des pays de la Mer Noire et a entraîné les prix à la hausse. En revanche, malgré des conditions climatiques pas toujours favorables, les exportations françaises de blé tendre ont augmenté en 2010.

Côté oléagineux, la production française diminue de 12 % entre 2009 et 2010. La baisse est particulièrement importante pour le colza (- 15 %), et l'est moins pour le tournesol (- 4,4 %).

Globalement, les grossistes en céréales et aliments du bétail enregistrent un repli de leurs ventes en volume, compensé par une bonne progression en valeur. Toutefois, après la forte chute de 2009, les niveaux exceptionnels de 2008 ne sont pas de nouveau atteints.

## ▪ Les animaux vivants et autres produits

Les ventes en gros des autres produits agricoles bruts ont augmenté de 1,5 % en volume et de 2,7 % en valeur. Les évolutions au sein du secteur sont très diverses avec une forte progression pour les grossistes « en cuirs et peaux » et des ventes quasiment stables pour les grossistes en fleurs et plantes.

Contrairement à 2009, les grossistes **en animaux vivants** voient leurs ventes progresser de 1,3 % en volume et ces ventes sont soutenues par les prix qui ont de nouveau augmenté après leur fort repli de l'an passé.

<sup>20</sup> Environ 45 % des ventes des grossistes en produits agricoles bruts, source É sane-commerce 2008

<sup>21</sup> Agreste Bilan conjoncturel 2010, Octobre-Novembre 2010

En 2010, les ventes des grossistes en **fleurs et plantes** augmentent légèrement en volume (+ 0,9 %), sur fond de petite baisse des prix (- 0,9 %).

Quant aux grossistes **en peaux et cuirs**, leurs ventes en volume et en valeur augmentent nettement (respectivement + 14,3 % et + 19,8 %).

#### **Encadré 1 Organisation du secteur des céréales et aliments pour le bétail**

Ce secteur (qui comprend les coopératives) assure la collecte, le stockage et la distribution de la production nationale de céréales et oléagineux, aussi bien à destination des transformateurs qu'à l'exportation.

La commercialisation de ces deux produits, qui représente près des deux tiers de leur chiffre d'affaires global, génère d'importants flux internes au secteur, de la collecte locale vers les coopératives régionales et les grossistes exportateurs.

L'évolution du volume des ventes de ce commerce dépend étroitement de celle des livraisons agricoles, qu'elle reflète avec un certain décalage dû aux mouvements des stocks.

Ce secteur inclut les « collecteurs agréés », c'est-à-dire les grossistes (coopératives et négociants) habilités par France Agrimer à être les réceptionnaires exclusifs de toutes les livraisons des agriculteurs en céréales et oléagineux. Du fait de ce positionnement, la mise sur le marché dépend du volume de la production agricole. Le prix tient compte des conditions globales du marché européen et mondial et, pour les céréales, d'éventuelles opérations d'intervention (achat pour stockage afin de désengorger le marché) décidées par l'Union européenne.

On peut approximativement estimer que la commercialisation d'une année civile est composée à 30 % du reliquat de la collecte n-1 et à 70 % de la collecte n. Mais il y a naturellement une forte imprécision autour de cette clef de répartition en raison des variations annuelles de collecte d'une part, et de la date de clôture d'exercice des grossistes d'autre part. Par rapport à 2009, les stocks de report sont prévus en baisse en 2010.

Enfin, les grossistes en « céréales et aliments pour le bétail » commercialisent également d'autres produits, comme les oléagineux pour lesquels le reliquat de l'année n-1, commercialisé en n est moindre.

## 2 - Produits alimentaires, les prix soutiennent la reprise

En 2010, le taux de croissance des ventes en volume du commerce de gros de **produits alimentaires** redevient positif et le volume des ventes atteint en 2008 est quasiment retrouvé. Les prix soutiennent de nouveau les ventes, mais ne permettent pas d'effacer totalement la baisse en valeur de 2009. Dans tous les secteurs du commerce de gros de produits alimentaires à l'exception de ceux de viandes de boucherie, des produits surgelés et de l'alimentaire non spécialisé, les prix sont orientés à la hausse. La hausse d'indice de prix la plus importante est celle du commerce de gros de fruits et légumes (+ 13 % par rapport à 2009). Le secteur a également bénéficié du dynamisme de la demande extérieure et de la consommation des ménages.

En 2010, l'excédent commercial des industries agroalimentaires se redresse fortement. L'amélioration résulte principalement de la hausse des exportations de vins et de boissons alcooliques et à un moindre niveau de celles des produits laitiers (hors beurre) et des plats préparés, secteurs fortement tournés vers l'exportation. Toutefois l'excédent commercial reste limité par la reprise des importations des produits laitiers et des plats préparés<sup>22</sup>.

**Tableau 2** : Les ventes des produits de consommation alimentaires

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2010p
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	
EN VALEUR											
<b>C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac</b>	5,2	-2,6	0,4	1,3	4,1	3,1	3,6	4,2	-6,2	5,3	122,4
- produits frais (*)	6,8	1,2	1,9	-0,4	2,2	1,1	4,1	5,5	-8,0	6,3	58,3
- boissons (alcoolisées ou non)	4,5	-2,5	4,4	9,1	4,9	2,6	4,8	3,5	-5,8	3,7	22,9
- autres produits (**)	3,6	-7,2	-3,4	-0,1	6,4	6,1	2,3	2,8	-3,9	4,9	41,2
EN VOLUME											
<b>C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac</b>						0,6	0,9	-0,2	-2,5	2,7	
- produits frais (*)						-2,2	0,4	0,1	-2,0	2,0	
- boissons (alcoolisées ou non)						2,0	2,9	-0,5	-8,0	2,9	
- autres produits (**)						3,5	0,4	-0,5	-0,1	3,6	

Source : Insee - Comptes du commerce

(\*) Fruits et légumes, viandes et produits à base de viande, produits laitiers, œufs, huiles, poissons, crustacés et mollusques

(\*\*) sucre, chocolat, confiserie, café, thé, cacao, épices, produits surgelés, tabac manufacturé...

### ▪ Produits frais.

Les grossistes en produits frais connaissent des évolutions contrastées en volume de ventes selon les secteurs :

- fruits et légumes, - 6,0 %,
- viandes de boucherie, + 7,6 %,
- produits à base de viande, + 1,4 %,
- volailles, gibiers, - 2,4 %,
- produits laitiers, œufs, + 6,8 %,
- poissons, crustacés, + 8,0 %.

Après avoir atteint en 2009 des niveaux inégalés depuis le début de la décennie, les volumes des ventes des grossistes en *fruits et légumes*<sup>23</sup> marquent le pas en 2010 et baissent de 6,0 %. Toutefois, les prix sont en forte hausse, + 13 %, et soutiennent suffisamment les ventes pour qu'elles augmentent en valeur de 6,3 %. En 2010, la production de fruits et légumes a pâti de récoltes tardives et faibles, en raison de conditions météorologiques défavorables, combinées à des cessations d'activité. Les aléas climatiques ont également touché les pays fournisseurs, notamment le Maroc et l'Espagne, ce qui a eu pour conséquence un recul des importations françaises.

<sup>22</sup> Agreste Synthèses, Industries agroalimentaires, Avril 2011, n°2011/147

<sup>23</sup> 32 % des ventes des produits frais, source É sane-commerce 2008.

Les ventes en volume des grossistes en *viandes de boucheries* poursuivent la reprise amorcée à la fin de 2009 et dépassent le niveau atteint en 2007. La consommation de viande ovine continue de se rétracter. Sur l'année 2010, les achats de viande ovine des ménages sont inférieurs de 6 % en tonnes à 2009 et de 3 % en valeur<sup>24</sup>.

Les ventes des grossistes de *volailles et gibiers* continuent de baisser en 2010 en valeur et en volume, respectivement - 0,7 % et - 2,4%. Pourtant, la production et la consommation de volailles sont en hausse en 2010. Le solde du commerce extérieur de viandes et préparations de volailles reste positif, mais continue de se rétracter en 2010 (- 8 % par rapport à 2009). Les exportations se réduisent vers l'Union Européenne, alors qu'elles augmentent vers les pays tiers, notamment le Moyen-Orient. A l'inverse, les importations sont en diminution depuis les pays tiers et en augmentation depuis l'Europe, notamment depuis l'Allemagne et les Pays-Bas (+ 12 000 tonnes chacun)<sup>25</sup>.

Les ventes en gros de *produits laitiers et œufs* connaissent en 2010 une forte hausse en volume (+ 6,8 %) comme en valeur (+ 6,8 %). Côté production, 2010 est marquée par une reprise de la collecte laitière et les fabrications des principaux produits laitiers de grande consommation progressent fortement.

Après quatre années consécutives de baisse, les grossistes en *poissons et crustacés* enregistrent une hausse de leurs ventes en volume (+ 8 %). Les prix sont stables.

#### ▪ **Boissons**

Les ventes des grossistes en *boissons* augmentent de 2,9 % en volume, et de 3,7 % en valeur.

Les boissons commercialisées par les grossistes sont à près de 67 % des boissons alcoolisées (hors cidre et bière qui représentent 8 %). Les évolutions sont donc déterminées en grande partie par le marché du vin et dans une mesure plus modeste par celui des boissons alcooliques distillées (e.g cognac) et le champagne pour lesquels le commerce extérieur joue un rôle important.

En 2010, la valeur des exportations de boissons poursuit sa reprise, après la chute brutale du début 2009. Les ventes à l'étranger de vins et d'alcools sont très dynamiques, en particulier vers les pays tiers, notamment les États-Unis, qui importent de plus en plus de champagne et de cognac, et la Chine, qui importe des vins de Bordeaux et aussi du cognac.

#### ▪ **Autres produits alimentaires**

Les ventes des grossistes des autres produits alimentaires sont en hausse en volume (+ 3,6 %). Le secteur est également soutenu par les prix, en particulier pour le sucre, chocolat et confiserie et café, thé, cacao et épices.

Les grossistes en sucre, chocolat et confiserie (14 % des ventes de ce groupe) enregistrent une croissance exceptionnelle de leurs ventes en volume et en valeur (respectivement + 16,9 % et + 21,4 %). Sur le marché français, les ventes de *chocolat* pendant les périodes de fêtes sont plus élevées qu'en 2009. Toutefois, sur l'ensemble de l'année, les ventes intérieures de chocolats affichent un léger recul par rapport à 2009 (- 2,8 %), essentiellement dû au repli du marché des tablettes<sup>26</sup>. Concernant le *sucre*<sup>27</sup>, le marché mondial est tendu du fait de la flambée des prix des matières premières combinée à une baisse de la production. En France, la production de sucre baisse également, mais reste suffisante pour augmenter les livraisons au marché intérieur.

Les ventes des grossistes en produits surgelés sont en hausse en 2010 (+ 5,1 %) mais les prix diminuent (- 1,1 %).

L'excédent commercial des autres produits alimentaires poursuit son essor, principalement grâce à la hausse des exportations de cacao, chocolats et produits de confiserie, et de plats préparés.

<sup>24</sup> Agreste Conjoncture, Panorama au 7 mars 2011, n°2

<sup>25</sup> Agreste infos rapides, Aviculture, mai 2011

<sup>26</sup> Syndicat du chocolat

<sup>27</sup> Environ 35 % des ventes des grossistes français en sucre, chocolat et confiserie, source Ésane-commerce 2008

### 3 - Les biens domestiques retrouvent la santé

Les ventes reprennent chez les grossistes en biens domestiques tant en valeur (+ 4,7 %) qu'en volume (+ 6 %).

**Tableau 3 :** Les ventes de biens domestiques

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2010p
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	
EN VALEUR											
<b>C.G. de biens domestiques</b>	8,1	5,7	5,2	1,8	9,4	5,4	3,4	1,2	-2,0	4,7	136,4
- produits pharmaceutiques	9,9	6,2	9,4	2,2	14,2	7,2	3,8	2,6	2,4	3,9	57,7
- autres produits (*)	7,1	5,4	2,5	1,4	6,1	4,1	3,2	0,3	-5,1	5,3	78,7
EN VOLUME											
<b>C.G. de biens domestiques</b>						7,4	4,0	1,9	-0,8	6,0	
- produits pharmaceutiques						7,2	5,4	4,4	4,3	6,3	
- autres produits (*)						4,4	2,9	0,2	-4,4	5,8	

Source : Insee - Comptes du commerce

(\*) textile, habillement, chaussures, électroménager, vaisselle, verrerie, parfumerie, meubles, tapis, appareils d'éclairage, horlogerie, bijouterie...

#### ▪ Produits pharmaceutiques

Après un ralentissement pendant la crise de 2009, les grossistes en *produits pharmaceutiques* retrouvent un rythme de croissance rapide de leurs ventes en volume (+ 6,3 %). La reprise est plus modérée en valeur (+ 3,9 %) du fait d'un recul des prix, fruit des efforts de nombreux pays en faveur de la maîtrise des dépenses de santé, de l'arrivée dans le domaine public de brevets de produits innovants et du développement des génériques<sup>28</sup>.

En ce qui concerne le secteur de l'automédication (6,4 % du marché des médicaments<sup>29</sup>), l'année est marquée par un léger recul du marché due à l'absence de pathologie notable, et par la stabilité des prix.

#### ▪ Autres biens domestiques

Les ventes des grossistes des autres biens domestiques retrouvent globalement une bonne dynamique en 2010 en volume (+ 5,8 %) et en valeur (+ 5,3 %) mais les résultats sont inégaux entre les secteurs.

Les entreprises de *l'habillement et de l'équipement du foyer* avaient été particulièrement touchées par la modification du comportement des ménages dans le contexte de crise de l'année 2009. Mais la consommation de produits de l'habillement a redémarré et l'année 2010 est marquée par le succès des soldes d'été<sup>30</sup>. Pourtant, l'année n'a pas été toujours facile dans le secteur de l'habillement, tant côté production que côté exportations. Mais des signes de changement se sont fait de plus en plus sentir, avec la hausse de prix des matières premières et des coûts salariaux en Asie qui modifient les stratégies d'approvisionnement des distributeurs. Les importations françaises d'habillement repartent au second semestre, signe d'une reprise de l'activité commerciale. Les livraisons en provenance de l'Union Européenne sont en léger recul mais l'approvisionnement asiatique et turc progresse nettement (respectivement, + 11 % et + 8 %). Sur l'année, les ventes des grossistes de l'habillement sont en hausse de 5 %.

Côté textile, la production et les exportations augmentent de 5 % en 2010<sup>31</sup> et les ventes en valeur de 5,6 %, soutenues par des prix un peu supérieurs à ceux de 2009.

La reprise de l'immobilier, de son côté, s'est accompagnée d'une croissance de la demande pour les produits d'équipement du foyer. Le marché de *l'électroménager* (21 % des ventes du secteur hors produits pharmaceutiques) en particulier est tiré par les appareils de grande capacité et par la recherche d'économie d'énergie. Les ventes en volume augmentent de 7,3 % et la baisse des prix conduit à un résultat de + 2 % en valeur.

<sup>28</sup> LEEM, les entreprises du médicament, <http://www.leem.org>

<sup>29</sup> AFIPA, les chiffres du marché de l'automédication, communiqué de presse du 16 mars 2011

<sup>30</sup> IFLS, La Lettre, septembre 2010

<sup>31</sup> Institut français de la mode, La lettre économique, n°188, janvier 2011

La croissance est très vive dans le secteur de *l'horlogerie bijouterie*. Celui-ci est soutenu par la hausse des cours des métaux précieux et de l'accroissement de la demande en provenance, notamment, de nouveaux secteurs tels que ceux des nanotechnologies, des technologies environnementales et des biotechnologies. Les ventes enregistrent une forte progression, tant en volume qu'en valeur (respectivement, + 25 % et + 38 %).

Après la forte baisse enregistrée en 2009, les ventes du secteur de la *parfumerie et des produits de beauté* retrouvent presque leur niveau de 2008. Les prix sont en légère hausse et les volumes profitent d'une bonne dynamique (+ 6,5 %) de la demande.

## 4 - Équipements de l'information et de la communication : ventes en hausse, prix en baisse

**Tableau 4** : Les ventes de biens d'équipements de l'information et de la communication

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2010p
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	
EN VALEUR											
<b>C.G. d'équipements de l'information et de la communication</b>	4,6	-7,7	-0,3	10,3	7,2	7,7	3,8	-3,5	-15,3	5,9	40,0
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	4,0	-10,0	0,2	17,8	6,4	5,8	3,7	-1,3	-15,0	2,9	27,1
- composants et équipements électroniques et télécommunication	5,7	-3,7	-0,9	-1,8	8,7	11,2	4,0	-8,1	-16,1	12,7	12,9
EN VOLUME											
<b>C.G. d'équipements de l'information et de la communication</b>						12,8	11,6	3,5	-11,4	12,2	
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels						10,9	14,1	8,2	-10,5	10,9	
- composants et équipements électroniques et télécommunication						16,4	7,2	-6,3	-13,4	15,3	

Source : Insee - Comptes du commerce

Le recul des prix, ininterrompu dans ce secteur depuis dix ans se poursuit en 2010, notamment pour les ventes d'ordinateurs, d'équipements informatiques périphériques et de logiciels sur le marché intérieur. La forte dynamique des ventes en volume (+ 12,2 %), largement portée par la bonne tenue du commerce extérieur, permet néanmoins une progression significative en valeur (+ 5,9 %).

Concernant l'investissement des entreprises pour ce type de matériel tel qu'il est mesuré en comptabilité nationale, les estimations confirment une reprise mais on reste en deçà des niveaux de 2008.

## 5 - Timide reprise pour les autres équipements industriels

Dans ce secteur, trois quarts des ventes concernent des équipements industriels liés à la production, 16 % du matériel électrique et 6 % du mobilier et de l'équipement de bureaux.

La santé de ce secteur est très liée aux évolutions de l'investissement national et aux projets d'équipement des pays partenaires. Le marché mondial des biens d'équipement retrouve une bonne dynamique en 2010, l'Union Européenne étant un peu en retard sur le redémarrage par rapport à la Chine ou aux États-Unis. La satisfaction des besoins en biens d'équipement pour les entreprises françaises passe en partie par des importations (36 %), dont les grossistes se font le relais. A l'inverse, une partie de la production nationale en biens d'équipement industriels est commercialisée à l'exportation par l'intermédiaire de ces grossistes : 14 % de leurs ventes sont ainsi réalisées à l'exportation.

Après le recul historique enregistré en 2009, les ventes des grossistes français repartent plutôt timidement en 2010. Les prix, en très légère progression, soutiennent à peine la progression des volumes (+ 2,8 % en volume et + 3,1 % en valeur).

**Tableau 5** : Les ventes des autres équipements industriels

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2010p
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	
EN VALEUR											
<b>C.G. d'autres équipements industriels</b>	7,9	-5,3	-2,2	5,1	5,9	-3,9	8,1	2,7	-14,3	3,1	72,3
- équipements de bureau (*)	4,0	-10,0	0,2	17,8	6,4	5,8	3,7	-4,9	-10,1	5,2	4,7
- matériel électrique	4,0	-8,0	-0,4	-1,4	6,9	10,3	5,1	1,9	-12,2	6,2	11,6
- autres équipements (**)	9,1	-4,4	-2,8	5,4	5,7	-7,3	9,1	3,5	-15,0	2,3	56,0
EN VOLUME											
<b>C.G. d'autres équipements industriels</b>						-5,8	4,8	0,5	-15,4	2,8	
- équipements de bureau (*)						4,4	1,8	-6,8	-9,6	6,0	
- matériel électrique						4,4	0,7	1,1	-12,2	2,8	
- autres équipements (**)						-8,6	6,0	1,0	-16,6	2,6	

Source : Insee - Comptes du commerce

(\*) mobilier de bureau, autres machines et équipements de bureau

(\*\*) pour l'industrie, l'agriculture, le commerce et les services

### ▪ Le matériel électrique

Les prix des ventes en gros de *matériel électrique* sont sujets à des variations importantes d'année en année. En 2010, ils augmentent de 3,3 % permettant un net rebond des ventes en valeur du secteur (+ 6,2 %) malgré une reprise seulement discrète des volumes (+ 2,8 %).

La demande domestique reste relativement atone en 2010 mais les exportations et les importations soutiennent le marché<sup>32</sup>.

### ▪ Les équipements de bureau

Le secteur des *équipements de bureau* connaît un bon redémarrage des ventes après une année 2009 très difficile : + 6,0 % en volume et + 5,2 % en valeur.

### ▪ Les autres équipements

Les ventes des grossistes en *autres biens d'équipement* repartent timidement. Les prix sont presque stables (- 0,3 %), et la croissance en valeur atteint 2,3 %. Mais les sous-secteurs connaissent des situations variables :

<sup>32</sup> Selon les premières tendances qui se dégagent de l'élaboration des comptes nationaux annuels

Les grossistes en *matériel agricole* accusent un nouveau recul de leurs ventes en valeur (- 7,6 %) et en volume (- 8 %). Signe encourageant, le marché des agroéquipements repart au deuxième semestre 2010 après un début d'année difficile suivant la tendance de 2009. La production française ne cesse d'augmenter et les marchés étrangers se reprennent. Les échanges commerciaux de la France sont ainsi très dynamiques au second semestre, surtout à l'exportation (+ 37,6 % et + 10,9 % à l'importation). Au premier semestre, les stocks des distributeurs se sont assainis, revenant à un niveau plus proche de la réalité du marché<sup>33</sup>.

Les ventes des grossistes en *matériel pour la construction* se redressent (+ 7,3 % en volume et + 6,7 % en valeur) en lien avec la conjoncture favorable dans la construction, mais elles restent cependant à un niveau très inférieur à celui d'avant crise.

Le rebond des investissements industriels profite aux ventes des grossistes en *machines-outils* (+ 1,1 % en volume) mais surtout au secteur des *fournitures et équipements pour l'industrie* (+ 6,8 % en volume). Dans les deux cas, les prix sont quasiment stables.

---

<sup>33</sup> AXEMA, union des industriels de l' agroéquipement, communiqué de presse, janvier 2011

## 6 - Hausse des prix des matières premières pour les biens intermédiaires et les combustibles

Les ventes des autres commerces de gros spécialisés sont essentiellement composées de biens intermédiaires non agricoles. Elles progressent légèrement en volume et sont « boostées » en valeur par les hausses de prix des matières premières.

**Tableau 6** : Les ventes des autres commerces de gros spécialisés

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2010p
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	
EN VALEUR											
<b>Autres C.G. spécialisés</b>	<b>0,3</b>	<b>0,8</b>	<b>-1,4</b>	<b>8,9</b>	<b>3,1</b>	<b>7,4</b>	<b>5,5</b>	<b>7,9</b>	<b>-21,4</b>	<b>11,0</b>	<b>139,0</b>
- combustibles et produits annexes	-0,6	-8,5	1,4	12,8	11,9	6,5	2,8	16,5	-32,0	17,6	46,2
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (*)	3,9	3,8	2,1	7,9	4,3	8,6	6,8	2,5	-8,0	1,9	51,6
- autres produits (**)	-2,2	6,0	-6,6	6,8	-5,3	7,0	6,7	5,0	-24,3	16,8	41,2
EN VOLUME											
<b>Autres C.G. spécialisés</b>						<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>-2,3</b>	<b>-10,6</b>	<b>2,7</b>	
- combustibles et produits annexes						-3,7	1,1	-5,1	-10,4	-1,3	
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (*)						4,8	1,0	-0,9	-7,8	1,4	
- autres produits (**)						0,1	0,1	-0,8	-14,0	9,1	

Source : Insee - Comptes du commerce

(\*) bois, matériaux de construction, appareils sanitaires, quincaillerie, fournitures pour plomberie et chauffage...

(\*\*) minerais, métaux, produits chimiques...

### ▪ Combustibles et produits annexes

Les ventes des grossistes en *combustibles et produits annexes* sont encore en léger recul en volume tandis que les prix sont en forte croissance et poussent les ventes en valeur (+ 17,6 %).

Malgré l'hiver rigoureux, la consommation totale réelle de produits pétroliers se contracte à nouveau en 2010 (- 1,8 %) <sup>34</sup>. Tous les produits à l'exception du gazole sont concernés. La consommation unitaire des véhicules routiers recule. Le parc de véhicules essence est en baisse et les voitures particulières roulent moins, entraînant un net repli des livraisons de supercarburant <sup>35</sup>. Le fioul domestique, dont le prix augmente fortement, est de moins en moins utilisé (- 5,3 %). L'utilisation du fioul lourd est freinée également par la hausse des prix, mais aussi par la nécessité de limiter les émissions de gaz à effet de serre par l'industrie (- 15,0 %). Enfin, la crise économique se fait toujours sentir dans la pétrochimie (- 3 % pour les livraisons de bases pétrochimiques) et le trafic aérien (- 4,5 % pour la consommation de carburateurs).

Les livraisons de gazole bénéficient quant à elles de la croissance de l'activité du transport routier de marchandises et de la diésélisation du parc avec un transfert de la consommation de supercarburant vers celle de gazole.

S'agissant des carburants, les prix à la pompe augmentent nettement après une année de recul : le prix du gazole à la pompe croit de 14,4 % en 2010 (contre - 21,2 % en 2009) et celui du SP95 de 11,3 % (contre - 11,2 %). En moyenne sur l'année, les prix moyens en euro du pétrole importé sont en hausse de 37,5 % pour le brut et de 29,8 % pour les produits raffinés.

La plus grande partie de la distribution intérieure de produits pétroliers passe par le canal des grossistes en combustibles <sup>36</sup>, pour la plupart filiales des raffineurs. Une autre part importante s'effectue par l'intermédiaire des centrales d'achats spécialisées dans l'approvisionnement en carburants des stations-service de la grande distribution alimentaire. Le complément provient principalement de livraisons directes des sociétés pétrolières à leur réseau de distributeurs-détaillants et à certains gros consommateurs finaux (industriels et transporteurs).

<sup>34</sup> Commissariat général au développement durable, Chiffres et statistiques n°191, février 2011

<sup>35</sup> SoeS, les comptes des transports en 2010 ( Premiers résultats), mars 2011

<sup>36</sup> Plus de 60 % des ventes totales des opérations exprimées en m<sup>3</sup> - Source Ministère de l'industrie - DIDEME. Le pétrole en 2003.

#### ▪ **Produits pour l'installation de l'habitat et de la construction**

La reprise des ventes des grossistes *en produits pour l'installation de l'habitat et la construction* est encore timide (+ 1,4 % en volume) et les prix soutiennent tout juste les ventes en valeur (+ 1,9 %).

Le commerce de gros du *bois, des matériaux de construction, des appareils sanitaires ou de plomberie* connaissent une demande atone. En 2010 pourtant, après trois années de baisse, les autorisations de construire des logements augmentent nettement (+ 15,1% par rapport à 2009). Les mises en chantier reprennent à un rythme plus modéré (+ 3,5 %) <sup>37</sup> mais le nombre de logements terminés diminue encore (- 14,9 % en 2010 après - 7,1 % en 2009). De même, les travaux d'entretien et d'amélioration des logements anciens continuent de décroître <sup>38</sup>.

En ce qui concerne les locaux non résidentiels, la diminution est un peu plus modérée pour les autorisations (- 3,9 %), mais très forte pour les mises en chantier (- 19,6 %).

Seul, le secteur de *la quincaillerie* connaît une croissance de ses ventes plus significative (+ 2,3 % en volume et + 4,7 % en valeur).

#### ▪ **Les autres produits intermédiaires**

La reprise des ventes en volume est plus dynamique pour les autres grossistes du secteur des biens intermédiaires avec + 9,1 %. L'évolution des prix vient renforcer cette croissance et l'augmentation en valeur des ventes atteint + 16,8 %. Elle concerne principalement les grossistes des minerais et métaux (35 % des ventes de ce secteur), des produits chimiques (36 %), des fibres textiles et papiers-carton en l'état (23 % des ventes) et plus marginalement des déchets et débris (5 %).

Après un recul marqué en 2009, les ventes du sous-secteur des minerais et métaux connaissent la plus forte augmentation, en volume (+ 19,6 %) et en valeur (+ 27,4 %).

Les principaux débouchés des grossistes en *minerais et métaux* sont les branches productrices de ces produits elles-mêmes, ainsi que la construction automobile (par exemple avec les produits de la fonderie), le secteur de la construction et dans une certaine mesure celui de la fabrication de matériel électrique, et pour les trois quarts de ces grossistes, les clients sont des industriels. Or, la production de l'industrie automobile se stabilise à peine en 2010 après le recul important de l'année précédente. La dynamique du secteur viendrait donc essentiellement en 2010 des branches productrices de minerais et métaux et du secteur de la construction.

Les prix des produits métalliques importés et commercialisés par les grossistes sont repartis à la hausse après les importants reculs de 2009 : en dollars, le prix du minerai de fer gagne jusqu'à 64 % en 2010 ; celui des métaux non ferreux plus de 40 %. Le cours en dollars du nickel croît de 49 %, celui du cuivre de 46 % et celui du zinc de 30 %.

<sup>37</sup> Commissariat général au développement durable, chiffres et statistiques, n°187, janvier 2011

<sup>38</sup> CGDD/SOeS, Premiers résultats 2010 – Comptes du logement 2009

## 7 - Les prix soutiennent les ventes des centrales d'achat

Freinées par le recul des centrales d'achat, les ventes de marchandises des *intermédiaires du commerce* ont perdu 1,6 % en volume.

**Tableau 7** : Les ventes de marchandises des intermédiaires du commerce

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2010p
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	
EN VALEUR											
<b>Intermédiaires du commerce</b>	<b>10,0</b>	<b>0,5</b>	<b>3,8</b>	<b>4,8</b>	<b>4,1</b>	<b>3,5</b>	<b>5,1</b>	<b>7,6</b>	<b>-10,3</b>	<b>5,3</b>	<b>104,3</b>
dont :											
- centrales d'achats	7,5	4,5	6,4	4,0	5,4	3,0	5,5	9,3	-10,7	5,1	85,9
<i>alimentaires</i>	6,7	4,7	6,1	-1,2	-0,1	1,4	4,2	9,7	-9,0	-0,2	40,1
<i>non alimentaires</i>	8,5	4,2	6,7	11,1	12,0	4,8	6,8	9,0	-12,3	10,3	45,8
- autres intermédiaires du commerce	18,5	-11,6	-5,5	7,9	-1,2	5,4	3,5	-0,2	-8,3	6,1	18,4
EN VOLUME											
<b>Intermédiaires du commerce</b>						<b>-1,0</b>	<b>2,9</b>	<b>-1,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>-1,6</b>	
dont :											
- centrales d'achats						-1,5	3,7	-0,2	0,1	-2,3	
<i>alimentaires</i>						-1,1	2,0	5,3	-6,4	-2,4	
<i>non alimentaires</i>						-1,9	5,4	-5,3	6,1	-2,1	
- autres intermédiaires du commerce						1,2	-0,4	-5,5	-1,3	1,6	

Source : Insee - Comptes du commerce

Les *centrales d'achat* alimentaires, enregistrent en effet une troisième année consécutive de recul des ventes en volume : en 2010, la baisse est de plus de 2 %. Dans les centrales non alimentaires, il est indispensable de considérer séparément les centrales d'achat de carburant. Elles se trouvent sur un marché dont les contraintes et les logiques sont tout à fait spécifiques. Le recul de leurs ventes atteint 3,8 % dans un marché atone, en lien avec la baisse de la consommation de carburants et la très forte augmentation des prix (+ 19,2 %). Celle-ci suffit pour que la croissance des ventes en valeur soit proche de 15 %, la plus importante du secteur.

Pour les autres centrales d'achat non alimentaires, la situation est différente : les volumes sont quasiment stables (+ 0,6 %), et les prix soutiennent les ventes en valeur qui progressent de 3,1 %.

Le chiffre d'affaires des centrales d'achat alimentaires est constitué pour environ 15 % de facturation de services de centrales d'achats, et pour 85 % de revente de marchandises. Les centrales d'achat non alimentaires, hors carburant, vendent une proportion plus importante de services (28 %) et un peu moindre de marchandises (72 %) <sup>39</sup> sur lesquelles elles prélèvent une marge commerciale faible (5 % en moyenne).

Le secteur des intermédiaires est composé en majorité de petites entreprises. Toutefois, parmi elles, certaines sont filiales de groupes leaders dans les domaines de l'agroalimentaire, de la grande distribution, des produits pharmaceutiques ou encore de l'électronique et de l'informatique.

Les intermédiaires mettent en rapport acheteurs et vendeurs, et exécutent des opérations commerciales pour le compte d'un tiers sans être eux-mêmes propriétaires des marchandises. Leur chiffre d'affaires se compose de commissions et de ventes de marchandises <sup>40</sup> sur lesquelles ils prennent en moyenne une marge de 4 à 10 %.

Leurs ventes en volume augmentent légèrement après deux mauvaises années (+ 1,6 % en 2010, - 1,3 % en 2009 et - 5,5 % en 2008). Les prix sont en hausse dans tous les sous-secteurs de l'intermédiation : matières premières agricoles, denrées, boissons, matériaux, machines, textile, etc. induisant une bonne progression des ventes en valeur (+ 6,1 %).

<sup>39</sup> Source: Insee-Comptes du commerce.

<sup>40</sup> Essentiellement des ventes pour compte de tiers.

## **Encadré 2 Caractéristiques des Centrales d'achat**

Les centrales d'achat sont des intermédiaires du commerce qui répondent à deux finalités :

- l'approvisionnement d'entreprises commerciales de la grande distribution alimentaire ou non alimentaire (centrales nationales de référencement, centrales régionales) et de petits commerçants affiliés ;
- l'approvisionnement d'activités non commerciales dans certaines configurations de groupes (filiale commerciale d'un groupe industriel par exemple).

Les services rendus aux adhérents par la centrale d'achat sont multiples : sélection et référencement des produits et des fournisseurs, gestion des ristournes, négociation du prix d'achat aux producteurs, entreposage et livraison des produits, prise en charge du paiement des factures de leurs fournisseurs, gestion de marques de distributeurs, coopération commerciale etc. Ces entreprises se rétribuent pour partie par la facturation de services, et pour partie par la perception d'une marge commerciale correspondant à un faible taux de marge (de 1 à 5 % de la valeur des marchandises facturées à leurs adhérents). La marchandise ne transite pas toujours physiquement par elles et la marge commerciale correspond alors plutôt à une commission. Nombre d'entre elles ont ainsi un compte de résultat affichant des montants importants de ventes et d'achats de marchandises.

De ce fait, les trois quarts du chiffre d'affaires des entreprises du secteur des « intermédiaires du commerce » se rapportent à des centrales d'achats, et plus de la moitié du chiffre d'affaires de ces dernières provient des centrales alimentaires non intégrées aux entreprises de la grande distribution alimentaire.

Lorsque la centrale d'achat est intégrée, on ne peut effectuer de valorisation comptable de cette fonction exercée en interne dans l'entreprise de distribution.

## 8 - La clientèle intérieure du commerce de gros<sup>41</sup>

En 2008, l'activité des grossistes, (hors centrales d'achat et intermédiaires du commerce), sur le marché intérieur est orientée principalement vers **l'approvisionnement des producteurs** (industrie et artisanat, pour 32 % de leur chiffre d'affaires) et du **commerce de détail** (28 %). La redistribution des marchandises vers les **centrales d'achat** (12 %) ou d'autres **grossistes** (11 %) vient en troisième position de l'ensemble des opérateurs du secteur. Les **autres clients professionnels** (administration, prestataires de services...) comptent globalement pour 13 % et les **ventes directes aux particuliers** pour 4 %.

Les secteurs très fortement tributaires (de 30 % à 70 %) des commandes de l'industrie sont les grossistes en produits agricoles (céréales, animaux vivants, cuirs et peaux), les grossistes en autres équipements industriels (machines-outils, machines pour l'extraction ou la construction, machines pour l'industrie textile et l'habillement, mobilier de bureau, matériel électrique, fournitures et équipements industriels divers) et les autres grossistes spécialisés (minerais et métaux, bois et matériaux de construction, appareils sanitaires, quincaillerie, produits chimiques...). Les grossistes en matériel agricole dépendent pour 74 % des achats directs des agriculteurs et de leurs coopératives. Outre le secteur de la construction (57 %), les grossistes spécialisés dans l'équipement pour la construction sont tributaires pour plus de 15 % des ventes aux particuliers, et également des prestataires de services (ingénierie...) et des administrations (10 %).

Les entreprises du commerce de gros qui vendent leurs produits à d'autres grossistes ou à des centrales d'achat sont principalement spécialisées dans les biens de consommation (produits alimentaires, boissons, tabac et biens domestiques): fruits et légumes, produits à base de viande, produits laitiers et œufs, boissons, sucre chocolat et confiserie, poissons, produits surgelés, textiles, appareils électroménagers, parfums et produits de beauté, meubles et tapis. Ces produits sont aussi écoulés via les détaillants : leur part dans la clientèle des grossistes est particulièrement forte (plus de 50 %) pour ceux qui sont spécialisés en produits à base de viande, produits à base de tabac, alimentaire non spécialisé, habillement et chaussures, produits pharmaceutiques, articles d'horlogerie et bijouterie.

Les officines pharmaceutiques ne pèsent que pour 56 % des ventes intérieures des grossistes en produits pharmaceutiques, dont l'autre clientèle importante est celle des services de santé publics et privés (23 %). Les autres clients sont les centrales d'achat et autres grossistes (15 %) et enfin l'approvisionnement des producteurs et des particuliers (6 %).

La clientèle professionnelle des grossistes en matériel informatique, ainsi que de ceux spécialisés dans le matériel et les fournitures pour le secteur tertiaire, est répartie différemment : 19 % de revente directe à l'industrie, 16 % aux administrations et comités d'entreprises, 13 % à des prestataires de services, 26 % aux revendeurs au détail, 24 % aux autres grossistes et centrales d'achat et enfin 2 % de ventes aux particuliers.

La **revente directe à la clientèle des particuliers** n'a une contribution significative (plus de 10 %) que chez les grossistes en café, thé, cacao et épices, meubles, tapis et appareils d'éclairage, bois et matériaux de construction, appareils sanitaires et produits de décoration.

---

<sup>41</sup> Ce paragraphe porte sur l'année 2008 en données définitives. La source est l'Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2008 de l'INSEE

## **9 - Le poids du commerce international dans l'activité du commerce de gros en 2008**

Les évolutions du commerce extérieur n'ont pas la même importance pour les différents secteurs du commerce de gros. Ainsi, si les ventes à l'étranger représentent 27 % des ventes totales des grossistes en céréales, elles ne représentent que 12 % de celles des grossistes en produits pharmaceutiques. Les évolutions de la demande étrangère n'ont donc pas les mêmes conséquences pour ces deux secteurs.

De même, l'approvisionnement à l'étranger relativement faible pour les grossistes en boissons (10 % de leurs achats), est très important pour ceux en composants et équipements électroniques et télécommunication (57 %).

Les évolutions des taux de change n'auront donc pas les mêmes répercussions sur les uns et les autres.

En revanche, dans tous les secteurs, les entreprises exportatrices et importatrices ont un poids prépondérant ; ainsi, les grossistes qui exportent des produits pharmaceutiques représentent 80 % du chiffre d'affaires de leur secteur.

**Tableau 8 : Le poids du commerce international**

En %

Activités	Ensemble des entreprises		Poids dans le CA du secteur des entreprises	
	Ventes à l'exportation [A]	Achats à l'importation [B]	exportatrices	importatrices
<b>CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants</b>	<b>24,0</b>	<b>8,4</b>	<b>68,7</b>	<b>26,6</b>
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	27,3	8,9	76,5	29,2
- autres produits (1)	13,6	7,1	44,1	18,4
<b>CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac (a)</b>	<b>13,9</b>	<b>19,1</b>	<b>64,2</b>	<b>46,5</b>
- produits frais (2)	13,5	17,8	67,9	42,4
- boissons (alcoolisées ou non)	22,5	9,8	71,6	34,3
- autres produits (3)	10,1	26,9	56,0	57,7
<b>CG de biens domestiques (a)</b>	<b>16,4</b>	<b>34,2</b>	<b>81,6</b>	<b>49,0</b>
- produits pharmaceutiques	12,1	20,5	80,4	33,6
- autres produits (4)	19,7	45,6	82,4	60,5
<b>CG d'équipements de l'information et de la communication</b>	<b>28,2</b>	<b>38,8</b>	<b>93,0</b>	<b>53,5</b>
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	32,6	31,7	95,0	44,6
- composants et équipements électroniques et télécommunication	18,0	56,8	88,6	73,7
<b>CG d'autres équipements industriels</b>	<b>14,1</b>	<b>36,0</b>	<b>78,7</b>	<b>63,1</b>
- équipements de bureau (5)	3,8	32,3	51,3	45,9
- matériel électrique	9,7	20,3	87,4	60,3
- autres produits (6)	15,6	39,2	78,9	64,8
<b>Autres commerces de gros spécialisés</b>	<b>12,8</b>	<b>27,3</b>	<b>66,2</b>	<b>56,5</b>
- combustibles et produits annexes (a)	14,6	21,9	62,7	54,9
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	4,4	19,1	59,7	54,4
- autres produits (8)	20,0	42,9	77,6	60,6
<b>CG non spécialisé</b>	<b>14,6</b>	<b>9,3</b>	<b>74,6</b>	<b>25,5</b>
<b>Intermédiaires du commerce</b>	<b>7,0</b>	<b>9,2</b>	<b>36,0</b>	<b>31,6</b>
- centrales d'achats (b)	0,7	1,3	16,7	16,3
- autres intermédiaires	31,0	37,2	68,2	44,3
<b>Ensemble du commerce de gros (y compris intermédiaires)</b>	<b>14,6</b>	<b>23,4</b>	<b>66,6</b>	<b>46,9</b>

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2008

[A] Ventes à l'exportation : part des exportations dans les ventes des grossistes (en %).

[B] Achats à l'importation : part des importations dans les achats des grossistes (en %).

(1) fleurs et plantes, animaux vivants, cuirs et peaux.

(2) Fruits et légumes, viandes et produits à base de viande, produits laitiers, œufs, huiles, poissons, crustacés et mollusques.

(3) sucre, chocolat, confiserie, café, thé, cacao, épices, produits surgelés, tabac manufacturé...

(4) textile, habillement, chaussures, électroménager, vaisselle, verrerie, parfumerie, meubles, tapis, appareils d'éclairage, horlogerie, bijouterie...

(5) mobilier de bureau, autres machines et équipements de bureau

(6) pour l'industrie, l'agriculture, le commerce et les services.

(7) bois, matériaux de construction, appareils sanitaires, quincaillerie, fournitures pour plomberie et chauffage...

(8) minerais, métaux, produits chimiques...

(a) non compris les centrales d'achats de la grande distribution alimentaire, spécialisées sur ces produits.

(b) y compris les centrales d'achats spécialisées de la grande distribution alimentaire.

### Encadré 3 Évaluation et révision des ventes de marchandises des secteurs du commerce de gros

#### Principes d'évaluation

Les résultats de l'activité des entreprises du commerce de gros sont présentés en classant les entreprises selon leur activité principale. Aussi les évolutions économiques subissent-elles les à-coups des modifications de structure mettant en jeu des entreprises de secteurs différents ou qui changent de secteur d'une année à l'autre, notamment lors de restructurations.

Les résultats de l'année **2008**, définitifs, sont basés sur l'exploitation du nouveau système d'information sur la statistique d'entreprise É sane. Ceux de **2009** et de **2010**, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2008 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee

Les évolutions présentées sur l'année **2010** sont donc provisoires (p). Elles sont issues des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculées par l'Insee à partir des déclarations CA3 que remplissent les grossistes pour le paiement de la TVA. Par construction, ces indices neutralisent les effets des restructurations connues au moment des évaluations provisoires et ne prennent que partiellement en compte l'évolution démographique des entreprises (créations, cessations). A partir des évolutions de chiffre d'affaires on peut déterminer une évolution des ventes de marchandises par l'application d'un taux de vente (ventes de marchandises / chiffre d'affaires). Ce taux de vente est susceptible d'évoluer, en fonction d'informations annexes disponibles. L'évolution des ventes peut donc ne pas suivre en proportion identique le chiffre d'affaires.

Par ailleurs, les évolutions provisoires peuvent être revues marginalement.

Enfin, suite au changement de nomenclature, les résultats **2006** et **2007** ont été rétopolés, ce qui peut entraîner des changements par rapport aux évolutions publiées dans les rapports précédents.

#### Révision de l'évolution des ventes de marchandises des secteurs du commerce de gros (hors intermédiaires)

		2006	2007	2008	2009	2010
<b>Rapport de juin 2011 (base 2005)</b>	en valeur	+ 3,9 (r)	+ 4,7 (r)	+ 5,3 (def)	- 11,9 (sd)	+ 6,4 (p)
	en volume	+ 1,7 (r)	+ 1,9 (r)	+ 1,6 (def)	- 6,0 (sd)	+ 3,7 (p)
<b>Rapports de juin et déc. 2010 (base 2000)</b>	en valeur	+ 3,8 (def)	+ 4,7 (sd)	+ 5,0 (sd)	-11,6(p)	
	en volume	+ 0,9 (def)	+2,1 (sd)	+ 1,2 (sd)	-5,4 (p)	
<b>Rapports juin et déc. 2009 (base 2000)</b>	en valeur	+ 3,8 (def)	+ 4,7 (r)	+ 5,0 (p)		
	en volume	+ 0,9 (def)	+2,1 (r)	+ 1,2 (p)		
<b>Rapport de décembre 2008 (base 2000)</b>	en valeur	+ 3,8 (def)	+ 4,8 (p)			
	en volume	+ 0,9 (def)	+ 2,8 (p)			
<b>Rapport de juin 2008 (base 2000)</b>	en valeur	+ 5,1 (r)	+ 4,9 (p)			
	en volume	+ 2,0 (r)	+ 2,8 (p)			
<b>Rapport de décembre 2007 (base 2000)</b>	en valeur	+ 4,5 (p)				
	en volume	+ 1,4 (p)				

(def) données définitives (r) données révisées ou semi-définitives (p) données provisoires  
n.d. : non disponible

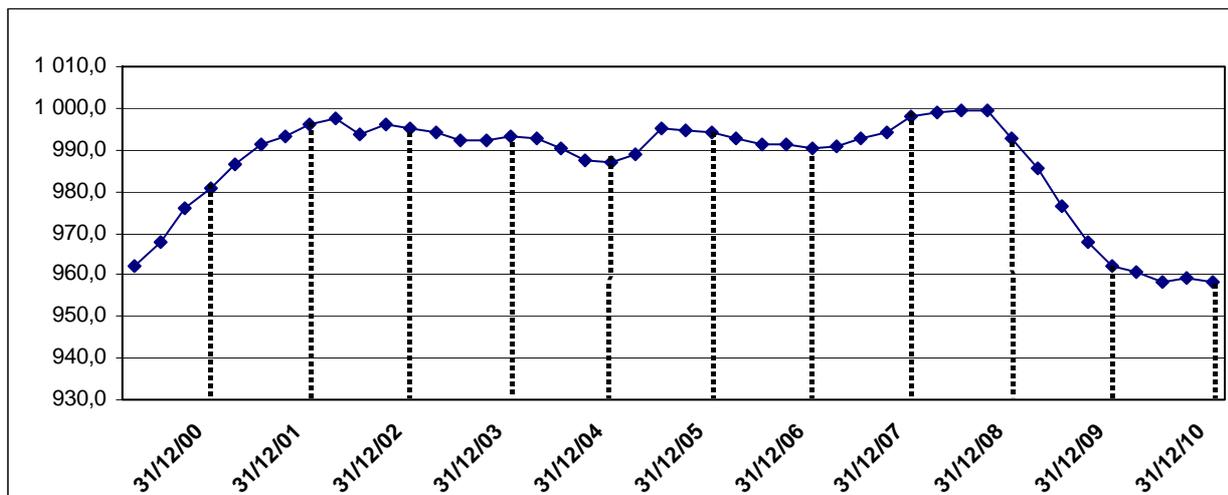
Source Insee - Comptes du commerce

## 10 - Légère baisse de l'emploi salarié dans le commerce de gros en 2010

Au 31 décembre 2010, le commerce de gros emploie 958 200 salariés, soit près du tiers (32 %) des salariés du commerce.

En glissement annuel, le nombre de salariés du commerce de gros est en léger retrait (- 0,4 %) par rapport à 2009 après la forte diminution de 2009 (- 3,1 % par rapport à 2008). Cette baisse amorcée en 2008 ramène l'emploi salarié du commerce de gros à un niveau qu'il n'avait plus connu depuis 1999.

**Graphique 1** : Évolution de l'emploi salarié trimestriel (en glissement annuel) dans le commerce de gros (en milliers)



Source : Insee - *Estimations d'emploi*

### Deux tiers des salariés du commerce de gros sont des hommes

Contrairement au commerce de détail, le commerce de gros est un secteur majoritairement masculin (68 % d'hommes en 2010). Il s'agit également du secteur du commerce qui emploie le moins de jeunes de 15 à 24 ans (6 %) <sup>42</sup>.

D'après « l'enquête emploi » de 2010, 24 % des actifs du commerce de gros sont des ouvriers. Parmi eux, 26 % sont des ouvriers non qualifiés de type industriel, 28 % sont des ouvriers qualifiés de la manutention, du magasinage et du transport, et 24 % exercent la profession de chauffeur (conducteurs routiers, conducteurs livreurs, coursiers...).

Au sein du commerce de gros, 11,7 % des salariés travaillent à temps partiel. Le temps partiel est le plus répandu chez les intermédiaires du commerce, dans le commerce de gros de biens domestiques et dans le commerce de gros non spécialisé.

En 2008, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein du temps partiel) a représenté 57,8 % d'un temps plein dans le commerce de gros <sup>43</sup>, et le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel représente 7,1 % du volume d'emploi salarié. Si l'emploi à temps partiel était réparti sur l'ensemble des emplois salariés, il reviendrait à ce que chaque emploi salarié représente 95,1 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

<sup>42</sup> Cf. tableau V-2 en annexe statistique

<sup>43</sup> Cf. tableau V-3 en annexe statistique

## 11 - Les créations d'entreprises augmentent dans le commerce de gros

Après une année 2009 marquée par l'ouverture du dispositif des auto-entrepreneurs (+ 21,3 % créations d'entreprises par rapport à 2008), le nombre de créations d'entreprises dans le commerce de gros continue d'augmenter en 2010 (+ 4,1 % par rapport à 2009). Cette hausse des créations est majoritairement portée par les intermédiaires du commerce de gros (+ 8,8 % en 2010).

**Tableau 9** : Nombre de créations d'entreprises et leur évolution en % entre 2007 et 2010

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2007	2008	2009	2010	2008/2007	2009/2008	2010/2009
Intermédiaires du commerce de gros	10 693	10 334	13 623	14 827	-3,4	31,8	8,8
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	260	262	297	306	0,8	13,4	3,0
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 508	1 566	1 881	1 894	3,8	20,1	0,7
CG de biens domestiques	3 443	3 075	3 178	3 185	-10,7	3,3	0,2
CG d'équipements de l'info et de la communication	566	605	668	670	6,9	10,4	0,3
CG d'autres équipements industriels	1 295	1 493	1 581	1 534	15,3	5,9	-3,0
Autres commerces de gros spécialisés	1 603	1 809	2 068	2 033	12,9	14,3	-1,7
Commerce de gros non spécialisé	2 671	2 502	2 957	2 870	-6,3	18,2	-2,9
<b>COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)</b>	<b>22 039</b>	<b>21 646</b>	<b>26 253</b>	<b>27 319</b>	<b>-1,8</b>	<b>21,3</b>	<b>4,1</b>

Source : Insee - Sirène (France Entière)

On ne connaît pas encore suffisamment les cessations de l'année 2010 pour estimer le nombre d'entreprises au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Au 1<sup>er</sup> janvier 2010, le commerce de gros comprend 186 900 entreprises (sociétés et entreprises individuelles), en augmentation de 4,7 % par rapport au 1<sup>er</sup> janvier 2009. Les intermédiaires représentent plus du quart des entreprises du commerce de gros. Leur nombre a augmenté assez fortement en 2009 (+ 11,1 % soit 5 400 entreprises de plus).

**Tableau 10** : Nombre d'entreprises en milliers au 1<sup>er</sup> janvier et leur évolution en % entre début 2007 et début 2010

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2007	2008	2009	2010 (sd)	2008/2007	2009/2008	2010/2009
Intermédiaires du commerce de gros	44,3	48,0	49,1	54,6	8,3	2,4	11,1
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	6,7	6,6	6,4	6,3	-1,9	-2,5	-1,0
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	19,9	20,0	20,1	20,6	0,6	0,5	2,4
CG de biens domestiques	37,7	37,5	36,9	37,0	-0,5	-1,7	0,3
CG d'équipements de l'info et de la communication	9,6	9,5	9,3	9,3	-0,8	-2,1	-0,6
CG d'autres équipements industriels	23,2	23,3	24,0	24,3	0,5	2,9	1,1
Autres commerces de gros spécialisés	18,0	18,2	18,9	19,7	0,9	4,2	4,2
Commerce de gros non spécialisé	11,5	13,0	13,9	15,2	12,3	6,9	10,0
<b>COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)</b>	<b>170,9</b>	<b>176,0</b>	<b>178,6</b>	<b>186,9</b>	<b>3,0</b>	<b>1,5</b>	<b>4,7</b>

Source : Insee - Sirène (France Entière)

(sd) : Les années 2007-2009 sont définitives, l'année 2010 provisoire est calculée de façon à minimiser les variations de biais relatif à l'insuffisante connaissance des cessations à ce stade d'élaboration des statistiques d'entreprises

## CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL

L'évolution des ventes est d'abord présentée par formes de vente (alimentation spécialisée, grandes surfaces d'alimentation générale,...)<sup>44</sup>.

Parmi les formes de vente à dominante alimentaire, les ventes augmentent légèrement en volume dans les petites surfaces d'alimentation générale ; ailleurs elles ont plutôt tendance à baisser légèrement. En revanche, les formes de vente à dominante non alimentaire retrouvent une forte croissance après une année 2009 plutôt morose ; celle des grands magasins et des autres magasins non alimentaires non spécialisés est la plus élevée depuis le début de la décennie.

**Les parts de marché des diverses formes de vente sont ensuite commentées en distinguant les produits alimentaires et non alimentaires.**

Entre 2008 et 2010, la part de marché des grandes surfaces alimentaires a diminué d'un demi-point, alors que celle du commerce non alimentaire spécialisé a légèrement conforté sa position. Hors pharmacie et hors carburant, cette dernière a progressé de 0,4 point.

**L'emploi et la création d'entreprises dans le secteur du commerce de détail sont abordés en fin de chapitre.**

La reprise de l'activité dans le commerce de détail s'accompagne d'une hausse de l'emploi salarié. En 2010, les effectifs salariés augmentent de 0,8 % après deux années consécutives de baisse. Ils sont 1 639 000 au 31 décembre, soit 55 % des effectifs du commerce.

Le travail à temps partiel est toujours très fréquent dans le commerce de détail : il concerne le quart du volume d'emploi salarié.

En 2010, le nombre de créations d'entreprises dans le secteur du commerce de détail diminue de 3 % après une année 2009 particulièrement dynamique (89 %). Dans ce contexte de fortes créations, le stock d'entreprises se situe à un niveau très élevé en 2010.

**Synthèse sur les évolutions en volume des ventes des secteurs du commerce de détail et de l'artisanat commercial (en %)**

Formes de vente	2006	2007	2008	2009sd	2010p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	0,7	0,6	-2,6	-1,1	-0,6
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	-2,3	0,6	-0,5	0,6	0,9
Grandes surfaces d'alimentation générale	0,5	2,4	-0,5	-0,9	-0,2
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	0,5	4,7	-0,4	-2,3	7,2
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	5,5	5,3	2,1	-0,8	3,2
carburant	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	1,4
pharmacie	7,9	5,4	3,9	5,1	3,8
autres	5,5	5,8	1,6	-0,9	3,2
Commerce hors magasin	1,8	1,8	-0,9	-3,0	2,5
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL</b>	<b>2,7</b>	<b>3,5</b>	<b>0,5</b>	<b>-1,0</b>	<b>1,6</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) Boulangerie, pâtisserie, charcuterie (Cf. définition en annexe XI méthodes et définitions)

<sup>44</sup> Les formes de ventes correspondent à des établissements et non à des entreprises. Par ailleurs, les résultats des ventes au détail par forme de vente sont présentés ici de façon à assurer la cohérence avec la consommation commercialisable des ménages. Les montants présentés ne correspondent donc pas exactement à ceux qui sont présentés dans les comptes des secteurs commerciaux, ces derniers étant établis en secteur d'entreprise et couvrant l'ensemble de l'activité des détaillants. La réconciliation entre ventes au détail et consommation commercialisable des ménages est présentée en annexe IV méthodes et définitions.

## 1 - Reprise des ventes du commerce de détail non alimentaire

En 2010, les ventes, toutes taxes comprises, de l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) se sont élevées à 460 milliards d'euros toutes taxes comprises (tableaux 1 et 2).

Elles se redressent de 1,6 % en volume, après deux années plus difficiles (- 1,0 % en 2009 et + 0,5 % en 2008). En 2010, la croissance est bien plus dynamique dans les secteurs non alimentaires que dans les secteurs alimentaires.

Le commerce **alimentaire** comprend les magasins d'alimentation spécialisée, l'artisanat commercial, les petites surfaces d'alimentation générale, les magasins de produits surgelés et les grandes surfaces d'alimentation générale. En 2010, les ventes de l'alimentation stagnent en volume (- 0,2 %) et se redressent de 1,4 % en valeur.

Les formes de vente **non alimentaires** comprennent les grands magasins et les autres magasins non alimentaires non spécialisés ainsi que les magasins non alimentaires spécialisés incluant notamment le commerce du carburant, les magasins d'équipements de l'information et de la communication, le commerce des autres équipements du foyer et celui des produits de la culture et des loisirs. Dans ces secteurs, les ventes retrouvent en 2010 une croissance en volume et en valeur (respectivement 3,4 % et 3,9 %) après deux années moins favorables.

**Tableau 1 :** Évolution des ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial en valeur T.T.C. (en %)

milliards d'euros

Formes de vente	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009 sd	2010p	Valeur 2010p
<b>Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)</b>	<b>2,9</b>	<b>4,2</b>	<b>1,8</b>	<b>2,9</b>	<b>0,7</b>	<b>2,1</b>	<b>2,5</b>	<b>1,7</b>	<b>-0,8</b>	<b>1,1</b>	<b>36,7</b>
Boulangeries-pâtisseries	3,8	2,9	2,6	5,8	1,6	1,7	2,3	2,8	0,9	0,6	11,7
Boucheries-charcuteries	3,3	2,2	-1,5	0,8	-0,5	-0,3	1,1	3,0	0,5	0,1	7,7
Autres magasins d'alimentation spécialisée	2,1	6,5	3,3	2,3	0,7	3,8	3,5	0,5	-2,6	1,8	17,3
<b>Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés</b>	<b>6,4</b>	<b>3,4</b>	<b>4,4</b>	<b>1,6</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,5</b>	<b>1,9</b>	<b>4,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>2,5</b>	<b>11,9</b>
<b>Grandes surfaces d'alimentation générale</b>	<b>3,9</b>	<b>3,0</b>	<b>3,8</b>	<b>1,7</b>	<b>1,2</b>	<b>2,0</b>	<b>3,2</b>	<b>3,8</b>	<b>-2,9</b>	<b>1,4</b>	<b>173,8</b>
<b>Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés</b>	<b>2,3</b>	<b>1,6</b>	<b>1,3</b>	<b>5,0</b>	<b>2,0</b>	<b>0,5</b>	<b>4,7</b>	<b>1,0</b>	<b>-1,8</b>	<b>8,0</b>	<b>6,8</b>
<b>Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacie)</b>	<b>6,0</b>	<b>4,5</b>	<b>3,6</b>	<b>4,7</b>	<b>5,3</b>	<b>4,8</b>	<b>4,4</b>	<b>3,2</b>	<b>-3,4</b>	<b>3,7</b>	<b>206,7</b>
Carburants	3,2	2,6	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	13,0	14,0
Technologie de l'information et de la communication	8,0	5,9	3,0	6,0	5,1	5,0	5,4	1,4	-6,1	-1,1	7,9
Équipement du foyer	5,2	4,0	4,1	6,2	4,7	5,3	6,7	2,3	-1,2	2,5	52,3
Culture, loisirs	8,0	5,6	2,1	4,9	3,0	2,5	3,6	-1,1	-4,7	2,6	22,5
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	6,1	4,6	3,8	4,0	5,3	5,3	3,9	3,0	-0,1	3,8	110,1
Habillement-chaussures	4,9	3,5	2,8	0,0	4,7	5,4	4,5	0,6	0,6	4,8	33,3
Autres équip. de la personne	9,3	4,2	0,6	6,0	3,3	6,5	6,2	2,8	1,1	6,2	16,0
Pharmacies, articles médic. et orthop	6,5	6,0	6,2	6,5	5,1	4,4	3,1	2,2	3,0	1,9	42,5
Autres magasins spécialisés	4,7	4,1	3,9	4,2	8,1	5,9	2,8	9,2	-8,7	4,6	18,4
<b>Commerce hors magasin</b>	<b>3,1</b>	<b>1,6</b>	<b>3,8</b>	<b>5,7</b>	<b>0,9</b>	<b>2,1</b>	<b>2,0</b>	<b>0,1</b>	<b>-3,7</b>	<b>2,3</b>	<b>24,1</b>
Commerce sur éventaire ou marché	6,1	1,3	2,2	0,1	1,6	-0,5	1,8	-0,1	-0,9	-0,6	6,3
Ventes à distance et autres formes de commerce	1,7	1,8	4,5	8,2	0,6	3,2	2,1	0,1	-4,7	3,4	17,8
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL</b>	<b>4,8</b>	<b>3,7</b>	<b>3,6</b>	<b>3,3</b>	<b>2,9</b>	<b>3,2</b>	<b>3,6</b>	<b>3,1</b>	<b>-2,9</b>	<b>2,6</b>	<b>460,0</b>
dont : activités artisanales	3,2	2,2	1,3	5,5	0,8	0,5	2,1	2,8	1,1	0,6	14,2
dont : commerce de détail (hors pharmacies) et artisanat à caractère commercial (2)	4,6	3,5	3,4	3,1	2,7	3,0	3,6	3,2	-3,5	2,6	417,5

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries

(2) hors pharmacies : hors pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques

**Technologies de l'information et de la communication :** Ordinateurs, unités périphériques, logiciels, matériel de télécommunication, matériels audio et vidéo.

**Équipement du foyer :** Textile, quincaillerie, bricolage, revêtements de sols et murs, appareils électroménagers, meubles, autres équipements du foyer

**Culture, loisirs:** livres, journaux et papeterie, enregistrements musicaux et vidéo, articles de sport, jeux et jouets

**Autres équipements de la personne :** parfumerie et produits de beauté, optique, maroquinerie-articles de voyage, horlogerie-bijouterie

**Autres magasins spécialisés :** charbons et combustibles, biens d'occasion en magasins, autres commerces de détail spécialisés divers, plantes et animaux de compagnie...

**Tableau 2 :** Évolution des ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial en *volume* T.T.C. (en %)

Formes de vente	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009 sd	2010p
<b>Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)</b>	<b>-1,9</b>	<b>0,6</b>	<b>-2,4</b>	<b>-2,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,7</b>	<b>0,6</b>	<b>-2,6</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,6</b>
Boulangeries-pâtisseries	1,0	0,0	-0,3	2,9	0,5	0,5	0,5	-1,4	0,4	0,3
Boucheries-charcuteries	-4,3	0,5	-2,6	-1,4	-1,8	-2,3	-0,8	-1,7	-0,7	-0,3
Autres magasins d'alimentation spécialisée	-2,4	1,2	-3,7	-5,7	0,3	2,5	1,6	-3,8	-2,3	-1,3
<b>Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés</b>	<b>2,0</b>	<b>0,8</b>	<b>1,7</b>	<b>1,3</b>	<b>-1,4</b>	<b>-2,3</b>	<b>0,6</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,6</b>	<b>0,9</b>
<b>Grandes surfaces d'alimentation générale</b>	<b>1,1</b>	<b>1,4</b>	<b>1,9</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>	<b>0,5</b>	<b>2,4</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,2</b>
<b>Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés</b>	<b>1,0</b>	<b>0,7</b>	<b>1,1</b>	<b>5,1</b>	<b>2,6</b>	<b>0,5</b>	<b>4,7</b>	<b>-0,4</b>	<b>-2,3</b>	<b>7,2</b>
<b>Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacie)</b>	<b>6,2</b>	<b>4,6</b>	<b>3,6</b>	<b>4,7</b>	<b>5,4</b>	<b>5,5</b>	<b>5,3</b>	<b>2,1</b>	<b>-0,8</b>	<b>3,2</b>
Carburants	8,0	5,0	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	1,4
Technologie de l'information et de la communication	11,0	10,4	7,6	12,1	12,3	11,3	12,7	11,8	3,7	6,6
Équipement du foyer	4,2	3,5	4,3	7,1	6,3	6,4	8,0	2,6	-0,2	3,8
Culture, loisirs	6,9	4,6	1,7	3,9	4,2	3,7	4,6	-2,2	-6,0	1,3
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	6,2	4,6	3,8	4,2	5,2	6,0	4,3	2,0	1,8	3,3
Habillement-chaussures	4,4	2,8	3,3	-0,1	4,5	5,3	3,9	0,0	-0,3	4,4
Autres équipements de la personne	6,9	2,1	-1,2	4,8	2,6	3,8	4,1	1,2	0,3	4,6
Pharmacies, articles médic et orthop	7,3	6,9	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	3,8
Autres magasins spécialisés	6,9	5,2	3,9	4,5	6,5	5,1	3,3	1,9	-0,2	-0,8
<b>Commerce hors magasin</b>	<b>1,0</b>	<b>0,3</b>	<b>3,0</b>	<b>5,9</b>	<b>1,4</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>	<b>-0,9</b>	<b>-3,0</b>	<b>2,5</b>
Commerce sur éventaire ou marché	1,7	-1,2	0,5	0,5	1,0	-2,3	0,3	-2,7	-1,1	-1,9
Ventes à distance et autres formes de commerce	0,7	0,9	4,2	8,4	1,6	3,5	2,4	-0,2	-3,7	4,1
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL</b>	<b>3,0</b>	<b>2,6</b>	<b>2,3</b>	<b>2,5</b>	<b>2,4</b>	<b>2,7</b>	<b>3,5</b>	<b>0,5</b>	<b>-1,0</b>	<b>1,6</b>
dont : activités artisanales	-0,4	-0,5	-1,3	2,7	-0,3	-0,8	0,3	-1,5	0,4	0,3
dont : commerce de détail (hors pharmacies) et artisanat à caractère commercial (2)	2,7	2,3	2,0	2,1	2,1	2,3	3,4	0,1	-1,6	1,3

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries

(2) hors pharmacies : hors pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques

**Technologies de l'information et de la communication :** Ordinateurs, unités périphériques, logiciels, matériel de télécommunication, matériels audio et vidéo.

**Équipement du foyer :** Textile, quincaillerie, bricolage, revêtements de sols et murs, appareils électroménagers, meubles, autres équipements du foyer

**Culture, loisirs:** livres, journaux et papeterie, enregistrements musicaux et vidéo, articles de sport, jeux et jouets

**Autres équipements de la personne :** parfumerie et produits de beauté, optique, maroquinerie-articles de voyage, horlogerie-bijouterie

**Autres magasins spécialisés :** charbons et combustibles, biens d'occasion en magasins, autres commerces de détail spécialisés divers, plantes et animaux de compagnie...

## 1.1 - Les ventes du petit commerce alimentaire restent stables en volume

Le petit commerce alimentaire comprend les secteurs de l'alimentation spécialisée et de l'artisanat commercial, ainsi que les petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés.

**Tableau 1-1** : Évolution des ventes du petit commerce alimentaire *en valeur et en volume T.T.C.*

Évolution des ventes	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009sd	2010p	En %
<b>En valeur</b>											
<b>Alimentation spécialisée et artisanat commercial</b>	<b>2,9</b>	<b>4,2</b>	<b>1,8</b>	<b>2,9</b>	<b>0,7</b>	<b>2,1</b>	<b>2,5</b>	<b>1,7</b>	<b>-0,8</b>	<b>1,1</b>	
Boulangeries-pâtisseries	3,8	2,9	2,6	5,8	1,6	1,7	2,3	2,8	0,9	0,6	
Boucheries-charcuteries	3,3	2,2	-1,5	0,8	-0,5	-0,3	1,1	3,0	0,5	0,1	
Autres magasins d'alimentation spécialisée	2,1	6,5	3,3	2,3	0,7	3,8	3,5	0,5	-2,6	1,8	
<b>Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés</b>	<b>6,4</b>	<b>3,4</b>	<b>4,4</b>	<b>1,6</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,5</b>	<b>1,9</b>	<b>4,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>2,5</b>	
<b>En volume</b>											
<b>Alimentation spécialisée et artisanat commercial</b>	<b>-1,9</b>	<b>0,6</b>	<b>-2,4</b>	<b>-2,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,7</b>	<b>0,6</b>	<b>-2,6</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,6</b>	
Boulangeries-pâtisseries	1,0	0,0	-0,3	2,9	0,5	0,5	0,5	-1,4	0,4	0,3	
Boucheries-charcuteries	-4,3	0,5	-2,6	-1,4	-1,8	-2,3	-0,8	-1,7	-0,7	-0,3	
Autres magasins d'alimentation spécialisée	-2,4	1,2	-3,7	-5,7	0,3	2,5	1,6	-3,8	-2,3	-1,3	
<b>Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés</b>	<b>2,0</b>	<b>0,8</b>	<b>1,7</b>	<b>1,3</b>	<b>-1,4</b>	<b>-2,3</b>	<b>0,6</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,6</b>	<b>0,9</b>	

Source : Insee - Comptes du commerce

- **Alimentation spécialisée et artisanat commercial : légère diminution des ventes et hausse des prix**

En 2010, les ventes de l'alimentation spécialisée et de l'artisanat commercial diminuent en volume de 0,6 % après s'être détériorées de 1,1 % en 2009 et de 2,6 % en 2008. Après un recul sensible observé en 2003 et 2004, elles avaient stagné en volume de 2005 à 2007.

Les ventes de l'ensemble des **boulangeries-pâtisseries** et des **boucheries et charcuteries** restent quasiment stables en volume (respectivement + 0,3 % et - 0,3 %). Les prix soutiennent à peine les ventes en valeur qui augmentent très modérément : + 0,6 % dans les boulangeries et pâtisseries et + 0,1 % dans les boucheries charcuteries.

L'activité des **autres magasins d'alimentation spécialisée** recule en volume (- 1,3 %), notamment sous l'effet d'une baisse des ventes de tabac. Ces dernières se replient encore en volume pour la troisième année consécutive (- 3,9 %). La baisse est toutefois plus modérée qu'en 2009 (- 10,4 %), année suivant le renforcement de l'interdiction de fumer dans les lieux à usage collectif et les hausses de prix successives du tabac (+ 1,4 % en 2009, + 3,9 % en 2008 et + 2,6 % en 2007).

Les secteurs du commerce de poisson et de fruits et légumes contribuent également à faire baisser les ventes de l'ensemble des magasins d'alimentation spécialisé. La fermeté des prix soutient toutefois les ventes en valeur de ces secteurs.

Globalement, les ventes de l'ensemble des autres magasins d'alimentation spécialisée augmentent de 1,8 % en valeur.

- **Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés : faible progression des ventes**

En 2010, les ventes des petites surfaces d'alimentation générale et des magasins de produits surgelés augmentent de 0,9 % en volume après une hausse de 0,6 % en 2009. Mais contrairement à l'année précédente, les prix soutiennent les ventes qui progressent en valeur de 2,5 %.

Les ventes des commerces d'alimentation générale, ainsi que celles des supérettes connaissent une très légère embellie en 2010 (+ 0,3 % et + 0,9 %).

Les ventes du commerce de détail de produits surgelés progressent encore en 2010, mais plus faiblement qu'en 2009 (+ 1,7 % après + 2,6 %).

## 1.2 - Un léger mieux pour les grandes surfaces à prédominance alimentaire

Depuis plusieurs années, les ventes des grandes surfaces d'alimentation générale (hypermarchés, supermarchés, magasins multi-commerces, cf. définitions en annexe XII) ou GSA sont moins dynamiques que celles de l'ensemble du commerce. En 2010, elles stagnent en volume (- 0,2 %) alors que celles de l'ensemble du commerce progressent de 1,6 %.

Toutefois, leur place reste prépondérante puisqu'elles réalisent 38 % des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors automobile. Et le résultat est meilleur qu'en 2009, où les ventes reculaient de 0,9 % en volume.

En 2010, les ventes des GSA repartent à la hausse en valeur, soutenues par les prix du carburant. Les ventes de produits alimentaires augmentent très légèrement alors que celles du non alimentaire reculent encore.

**Tableau 1-2** : Évolution des ventes des grandes surfaces d'alimentation générale, *en valeur et en volume T.T.C.* En %

Évolution des ventes	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009sd	2010p
<i>En valeur</i>										
<b>Grandes surfaces d'alimentation générale</b>	<b>3,9</b>	<b>3,0</b>	<b>3,8</b>	<b>1,7</b>	<b>1,2</b>	<b>2,0</b>	<b>3,2</b>	<b>3,8</b>	<b>-2,9</b>	<b>1,4</b>
Supermarchés	4,8	3,6	3,3	-1,8	-0,8	0,6	3,5	5,2	-2,0	3,4
Hypermarchés	3,2	3,0	4,3	4,3	2,8	3,0	2,9	2,8	-3,3	-0,1
<i>En volume</i>										
<b>Grandes surfaces d'alimentation générale</b>	<b>1,1</b>	<b>1,4</b>	<b>1,9</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>	<b>0,5</b>	<b>2,4</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,2</b>
Supermarchés	1,7	1,9	1,0	-3,4	-2,6	-1,5	2,2	-0,2	-0,2	1,4
Hypermarchés	0,6	1,5	2,6	3,4	2,1	1,9	2,5	-0,8	-1,2	-1,3

Source : Insee - Comptes du commerce

En 2010, les ventes des hypermarchés représentent 57 % de l'ensemble des GSA, celles des supermarchés 42 %. Les ventes des **hypermarchés** peinent, pour la troisième année consécutive, à se maintenir en volume : elles diminuent de 1,3 %, mais restent stables en valeur.

Les ventes des **supermarchés** progressent, quant à elles, de 1,4 % en volume, après deux années de stagnation. La reprise est plus nette en valeur : + 3,4 % en 2010 après - 2 % en 2009.

## 1.3 - Forte hausse des ventes du commerce non alimentaire non spécialisé

En 2010, les ventes renouent avec la croissance (7,2 % en volume après - 2,3 % en 2009) dans ce secteur, qui comprend les grands magasins et les « autres commerces non alimentaires non spécialisés » (de type « bazar »).

**Tableau 1-3** : Évolution des ventes du commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé, en valeur et en volume T.T.C. En %

Évolution des ventes	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009sd	2010p
<b>En valeur</b>										
<b>Commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé</b>	<b>2,3</b>	<b>1,6</b>	<b>1,3</b>	<b>5,0</b>	<b>2,0</b>	<b>0,5</b>	<b>4,7</b>	<b>1,0</b>	<b>-1,8</b>	<b>8,0</b>
Grands magasins	1,6	-0,5	-0,8	6,5	1,3	1,0	5,1	-0,3	-2,1	10,1
Autres commerces non alimentaires spécialisés	4,6	8,6	7,4	0,9	3,9	-1,0	3,6	4,9	-0,9	2,1
<b>En volume</b>										
<b>Commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé</b>	<b>1,0</b>	<b>0,7</b>	<b>1,1</b>	<b>5,1</b>	<b>2,6</b>	<b>0,5</b>	<b>4,7</b>	<b>-0,4</b>	<b>-2,3</b>	<b>7,2</b>
Grands magasins	0,5	-1,3	-0,7	6,9	2,1	1,2	5,5	-2,0	-2,6	9,2
Autres commerces non alimentaires spécialisés	2,8	7,3	6,5	0,5	3,9	-1,5	2,7	4,3	-1,4	2,1

Source : Insee - Comptes du commerce

Les ventes des **grands magasins**, dopées par le succès des soldes d'été et par le retour des touristes, notamment chinois, progressent en volume de 9,2 % en 2010. En 2009, leurs ventes avaient fléchi de 2,6 % en volume. Le travail d'innovation réalisé sur les marques, les produits et les magasins par les grandes enseignes ainsi que leur montée en gamme a porté ses fruits. En valeur, la croissance des ventes atteint 10,1 %.

Les ventes des **autres commerces non alimentaires non spécialisés** progressent de 2,1 % en volume après un repli de 1,4 % en 2009.

#### 1.4 - Le commerce non alimentaire spécialisé retrouve une croissance dynamique

Les ventes des secteurs du commerce non alimentaire spécialisé (y compris carburant et pharmacie) progressent de 3,2 % en volume après une année de baisse en 2009.

Les ventes sont dynamiques dans la quasi totalité des secteurs, mais plus particulièrement dans le secteur des technologies de l'information et de la communication.

**Tableau 1-4** : Évolution des ventes du commerce non alimentaire spécialisé, en valeur et en volume T.T.C. En %

Évolution des ventes	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009sd	2010p
<b>En valeur</b>										
<b>Magasins non alimentaires spécialisés (y c. pharmacies)</b>	<b>6,0</b>	<b>4,5</b>	<b>3,6</b>	<b>4,7</b>	<b>5,3</b>	<b>4,8</b>	<b>4,4</b>	<b>3,2</b>	<b>-3,4</b>	<b>3,7</b>
- carburant	3,2	2,6	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	13,0
- technologie de l'information et de la communication	8,0	5,9	3,0	6,0	5,1	5,0	5,4	1,4	-6,1	-1,1
- équipement du foyer	5,2	4,0	4,1	6,2	4,7	5,3	6,7	2,3	-1,2	2,5
- culture et loisirs	8,0	5,6	2,1	4,9	3,0	2,5	3,6	-1,1	-4,7	2,6
- autres magasins spécialisés (y c.pharmacies)	6,1	4,6	3,8	4,0	5,3	5,3	3,9	3,0	-0,1	3,8
<b>En volume</b>										
<b>Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)</b>	<b>6,2</b>	<b>4,6</b>	<b>3,6</b>	<b>4,7</b>	<b>5,4</b>	<b>5,5</b>	<b>5,3</b>	<b>2,1</b>	<b>-0,8</b>	<b>3,2</b>
- carburant	8,0	5,0	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	1,4
- technologie de l'information et de la communication	11,0	10,4	7,6	12,1	12,3	11,3	12,7	11,8	3,7	6,6
- équipement du foyer	4,2	3,5	4,3	7,1	6,3	6,4	8,0	2,6	-0,2	3,8
- culture et loisirs	6,9	4,6	1,7	3,9	4,2	3,7	4,6	-2,2	-6,0	1,3
- autres magasins spécialisés (y c.pharmacies)	6,2	4,6	3,8	4,2	5,2	6,0	4,3	2,0	1,8	3,3

Source : Insee - Comptes du commerce

#### ▪ Rebond des ventes au détail d'équipements de l'information et de la communication

Le commerce de détail d'équipements des technologies de l'information et de la communication (TIC) regroupe la vente d'ordinateurs et d'équipements périphériques, d'équipements de télécommunication et de matériel audio et vidéo en magasin spécialisé.

Le secteur des TIC connaît en 2010 une reprise des ses ventes en volume (+ 6,6 %) après un ralentissement en 2009. En revanche, compte-tenu de la baisse des prix, les ventes en valeur continuent de se replier (- 1,1 %).

**Tableau 1-5** : Évolution des ventes du commerce d'équipements de l'information et de la communication, en valeur et en volume T.T.C. En %

Évolution des ventes	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009sd	2010p
<b>En valeur</b>										
<b>Technologie de l'information et de la communication</b>	<b>8,0</b>	<b>5,9</b>	<b>3,0</b>	<b>6,0</b>	<b>5,1</b>	<b>5,0</b>	<b>5,4</b>	<b>1,4</b>	<b>-6,1</b>	<b>-1,1</b>
Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	9,7	7,7	5,7	8,2	7,6	5,8	6,1	1,5	-7,5	-2,9
Matériel de télécommunication	9,7	7,7	5,7	8,2	7,6	5,8	6,1	4,0	3,6	4,8
Matériel audio et vidéo	6,8	4,5	0,9	4,2	2,9	4,3	4,7	0,2	-5,1	2,1
<b>En volume</b>										
<b>Technologie de l'information et de la communication</b>	<b>11,0</b>	<b>10,4</b>	<b>7,6</b>	<b>12,1</b>	<b>12,3</b>	<b>11,3</b>	<b>12,7</b>	<b>11,8</b>	<b>3,7</b>	<b>6,6</b>
Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	13,4	13,1	9,8	13,4	13,1	9,4	9,4	11,2	0,6	3,9
Matériel de télécommunication	13,4	13,1	9,8	13,4	13,1	9,4	9,4	11,4	10,2	8,7
Matériel audio et vidéo	9,2	8,3	5,8	11,1	11,7	12,9	15,7	13,6	10,9	13,8

Source : Insee - Comptes du commerce

Les ventes des commerces d'ordinateurs affichent en 2010 une progression de 3,9 % en volume. L'arrivée sur le marché informatique des tablettes numériques, combinée au maintien des ventes de PC portables, explique la croissance. Cependant, la baisse des prix des ordinateurs entraîne un recul des ventes de 2,9 % en valeur.

Le secteur du matériel de télécommunication se porte bien en 2010 avec une croissance des ventes en volume de 8,7 %, essentiellement due au succès des smartphones. La croissance des ventes enregistrée en valeur (+ 4,8 %) est inférieure à celle en volume en raison, entre autres, de la baisse des prix dans la téléphonie. Le prix moyen du smartphone a baissé de 20 % en 2010.

Les ventes en volume du commerce de matériel audio et vidéo augmentent de 13,8 % en 2010. Cette progression est à mettre en relation avec le passage à la TNT et au développement du « tout numérique » qui a encouragé les français à remplacer leurs vieux équipements<sup>45</sup>. A cela, s'ajoute la coupe du monde de football qui a dopé les ventes de téléviseurs aux mois de mai et juin. La croissance de ce secteur est largement soutenue par la baisse des prix dans l'électronique grand public.

#### ▪ Reprises des ventes dans l'équipement du foyer

L'équipement du foyer comprend le commerce de détail d'équipements ménagers, tels que textiles, quincaillerie, tapis, appareils électriques et électroménager ou meubles, en magasins spécialisés. Les ventes en volume (+ 3,8 %) retrouvent le chemin de la croissance après une année 2009 marquée par la crise.

Les ventes des commerces d'**appareils électroménagers** conservent en 2010 une croissance dynamique en volume (+ 11,3 % après + 10,3 % en 2009).

Le marché du gros électroménager est préservé par le taux de remplacement relativement rapide des appareils. En 2010, les consommateurs ont plébiscité les appareils de classe A+, plus économes en énergie<sup>46</sup>. Comme les années précédentes, les ventes de gros électroménager se sont portées surtout sur les appareils de grande capacité. Après avoir bien résisté à la crise, les ventes de petit électroménager sont en nette progression en 2010. En particulier, le succès des appareils de préparation culinaire ne se dément pas. En 2010, les consommateurs ont également plébiscité les machines à expresso. Cette croissance est soutenue par une baisse des prix et le renouvellement rapide de l'offre.

<sup>45</sup> SIMAVELEC : Syndicat des Industries de Matériels Audiovisuels Electroniques

<sup>46</sup> GIFAM : Groupement Interprofessionnel des Fabricants d'Appareils d'équipement ménager

**Tableau 1-6** : Évolution des ventes du commerce de détail des autres équipements du foyer, en valeur et en volume T.T.C. En %

Évolution des ventes	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009sd	2010p
<b>En valeur</b>										
<b>Équipement du foyer</b>	<b>5,2</b>	<b>4,0</b>	<b>4,1</b>	<b>6,2</b>	<b>4,7</b>	<b>5,3</b>	<b>6,7</b>	<b>2,3</b>	<b>-1,2</b>	<b>2,5</b>
Commerce de détail de textile	7,4	-0,1	-3,7	9,3	2,4	-1,3	2,6	3,6	-2,1	2,3
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (petites surfaces)	8,9	3,7	0,9	10,7	4,5	6,2	6,3	2,7	-2,3	0,0
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (grandes surfaces)	2,3	4,7	10,3	8,2	7,2	6,5	8,2	4,2	-0,4	2,0
Commerce de détail de tapis, moquette et revêtements de murs et de sols	0,2	-0,7	-0,9	3,0	-4,7	-0,1	7,0	-2,4	-6,9	-0,6
Commerce de détail d'appareils électroménagers	6,8	4,5	0,9	4,2	2,9	4,3	4,7	0,9	0,6	3,6
Commerce de détail de meubles	6,5	4,4	1,7	4,0	14,2	4,6	6,1	1,3	-2,4	3,7
Commerce de détail autres équipements du foyer	5,4	2,8	5,2	5,6	-30,0	10,5	9,2	1,5	-1,9	2,9
<b>En volume</b>										
<b>Équipement du foyer</b>	<b>4,2</b>	<b>3,5</b>	<b>4,3</b>	<b>7,1</b>	<b>6,3</b>	<b>6,4</b>	<b>8,0</b>	<b>2,6</b>	<b>-0,2</b>	<b>3,8</b>
Commerce de détail de textile	6,1	-1,4	-4,7	8,9	3,2	-1,9	2,7	3,3	-2,7	4,2
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (petites surfaces)	6,6	2,1	-0,7	9,6	3,6	4,9	4,5	1,4	-3,0	-0,1
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (grandes surfaces)	0,5	3,3	9,2	7,7	7,0	6,0	7,2	2,1	-2,0	1,2
Commerce de détail de tapis, moquette et revêtements de murs et de sols	-1,4	-2,2	-1,7	2,3	-4,6	-1,0	5,3	-4,6	-6,7	-0,6
Commerce de détail d'appareils électroménagers	9,2	8,3	5,8	11,1	11,7	12,9	15,7	9,8	10,3	11,3
Commerce de détail de meubles	5,5	3,5	1,5	4,2	15,5	5,1	6,9	0,4	-2,4	3,7
Commerce de détail autres équipements du foyer	4,0	2,1	4,9	5,8	-28,9	11,8	10,7	0,6	-1,9	2,9

Source : Insee-Comptes du commerce

Le secteur du **bricolage** (grandes surfaces) renoue avec la croissance en 2010 : ses ventes progressent de 1,2 % en volume après une baisse de 2,0 % en 2009. Ce secteur a profité de la reprise du marché de l'immobilier avec la construction de logement neufs et les rénovations dans l'ancien, du désir des français de se recentrer sur leur habitat ainsi que de leur engouement pour la décoration<sup>47</sup>. La conjoncture n'a pas été aussi favorable dans les petites quincailleries où les ventes sont seulement restées stables en volume.

En revanche, les ventes des commerces spécialisés dans les **revêtements de sols et murs** sont de nouveau en repli en volume (- 0,6 % après - 6,7 % en 2009).

Les ventes du commerce de **textiles** augmentent de 4,2 % en 2010 après une baisse de 2,7 % en 2009.

Après avoir été touchées par la crise et la redéfinition de leurs priorités d'achat par les consommateurs, les ventes de **meubles** progressent en 2010 de 3,7 % en volume et en valeur. Tout comme le marché du bricolage, ce secteur profite de la reprise des constructions de logements neufs. Les ventes sur le marché de l'équipement de cuisines ont connu une belle progression en 2010.

#### ▪ Croissance modérée pour les biens culturels et de loisirs

En 2010, l'activité des magasins de culture et loisirs retrouve le chemin de la croissance après un fort ralentissement : les ventes progressent en volume de 1,3 % après avoir baissé de 6,0 % en 2009.

En 2010, les ventes des commerces de **journaux papeterie** diminuent pour la huitième année consécutive (- 2,7 % en volume). La concurrence d'internet et de la presse quotidienne gratuite se fait toujours sentir. Les ventes progressent toutefois légèrement en valeur.

Le commerce de détail de **livres** connaît également une conjoncture moins favorable depuis 2002, cependant les ventes de livres se stabilisent en volume en 2010 et progressent de 2,3 % en valeur.

Le commerce **d'enregistrement musicaux et vidéos** se replie pour la deuxième année consécutive. En 2010, sur le marché de la musique, les bons résultats des ventes en téléchargement ne suffisent pas à compenser la baisse des ventes d'albums<sup>48</sup>.

Les ventes du commerce **d'articles de sport** affichent une hausse en volume de 3,9 % après deux années de baisse importante. La météo de 2010 a pénalisé les ventes de la collection printemps/été, mais a dopé celles de la collection automne/hiver, avec de nombreuses ventes de chaussures et vêtements chauds réalisées en

<sup>47</sup> Eurostaf

<sup>48</sup> SNEP : Syndicat national de l'édition phonographique

fin d'année. Les nombreuses périodes de soldes flottants ont également permis de soutenir la croissance du secteur.<sup>49</sup>

**Tableau 1-7:** Évolution des ventes du commerce de biens culturels et de loisir, *en valeur et en volume T.T.C.*  
En %

Évolution des ventes	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009sd	2010p
<b>En valeur</b>										
<b>Culture-loisirs</b>	<b>8,0</b>	<b>5,6</b>	<b>2,1</b>	<b>4,9</b>	<b>3,0</b>	<b>2,5</b>	<b>3,6</b>	<b>-1,1</b>	<b>-4,7</b>	<b>2,6</b>
Commerce de détail de livres	8,6	4,0	-2,7	3,3	-0,6	-1,0	1,5	0,1	0,7	2,3
Commerce de détail de journaux et papeterie	8,6	4,0	-2,7	3,3	-0,6	-1,0	1,5	0,2	-4,6	0,6
Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo	6,8	4,5	0,9	4,2	2,9	4,3	4,7	-0,9	-3,4	-2,6
Commerce de détail d'articles de sport	7,4	7,8	8,2	6,5	6,4	5,1	4,8	-2,8	-6,4	4,3
Commerce de jeux et jouets	9,7	7,7	5,7	8,2	7,6	5,8	6,1	3,6	0,1	3,6
<b>En volume</b>										
<b>Culture-loisirs</b>	<b>6,9</b>	<b>4,6</b>	<b>1,7</b>	<b>3,9</b>	<b>4,2</b>	<b>3,7</b>	<b>4,6</b>	<b>-2,2</b>	<b>-6,0</b>	<b>1,3</b>
Commerce de détail de livres	5,9	0,7	-5,9	-2,2	-1,5	-1,6	-0,1	-1,6	-2,5	-0,1
Commerce de détail de journaux et papeterie	5,9	0,7	-5,9	-2,2	-1,5	-1,6	-0,1	-2,2	-7,3	-2,7
Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo	9,2	8,3	5,8	11,1	11,7	12,9	15,7	0,6	-2,6	-2,1
Commerce de détail d'articles de sport	6,3	6,8	8,4	6,7	6,4	4,9	4,6	-3,0	-6,5	3,9
Commerce de jeux et jouets	13,4	13,1	9,8	13,4	13,1	9,4	9,4	1,7	-2,4	5,8

Source : Insee-Comptes du commerce

Les conditions météorologiques difficiles de fin d'année n'ont pas nui aux ventes de **jeux et jouets** qui ont connu une belle progression en 2010 : + 5,8 % en volume. Les professionnels du secteur ont pu observer cette année une baisse de l'effet de saisonnalité sur les ventes de jeux et jouets<sup>50</sup>.

▪ **De belles performances pour les autres commerces de détail en magasin spécialisé**

**Tableau 1-8:** Évolution des ventes des autres commerces de détail en magasin spécialisé, *en valeur et en volume T.T.C.*

Évolution des ventes	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009sd	2010p
<b>En valeur</b>										
<b>Habillement-chaussures</b>	<b>4,9</b>	<b>3,5</b>	<b>2,8</b>	<b>0,0</b>	<b>4,7</b>	<b>5,4</b>	<b>4,5</b>	<b>0,6</b>	<b>0,6</b>	<b>4,8</b>
Commerce de détail d'habillement	5,2	4,0	3,4	-1,7	6,5	4,9	4,3	0,5	0,5	5,2
Commerce de détail de la chaussure	3,5	1,5	0,1	8,0	-2,9	7,4	5,3	0,9	1,4	2,7
<b>Autres équipements de la personne</b>	<b>9,3</b>	<b>4,2</b>	<b>0,6</b>	<b>6,0</b>	<b>3,3</b>	<b>6,5</b>	<b>6,2</b>	<b>2,8</b>	<b>1,1</b>	<b>6,2</b>
Commerce de détail de la maroquinerie et d'articles de voyage	8,5	4,2	-3,7	5,4	6,7	9,5	8,3	3,4	4,8	16,3
Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté	14,6	8,0	-1,2	9,6	3,1	3,7	8,1	3,6	0,6	4,9
Commerce de détail d'horlogerie et de bijouterie	6,9	-2,3	-3,3	-0,7	1,5	5,9	7,0	2,8	-1,2	8,2
Commerce de détail d'optique	7,2	6,7	6,9	8,1	3,7	8,6	3,6	1,8	2,2	2,9
<b>Pharmacies et commerce articles médicaux et orthop.</b>	<b>6,5</b>	<b>6,0</b>	<b>6,2</b>	<b>6,5</b>	<b>5,1</b>	<b>4,4</b>	<b>3,1</b>	<b>2,2</b>	<b>3,0</b>	<b>1,9</b>
<b>Autres commerce en magasin spécialisés (1)</b>	<b>4,7</b>	<b>4,1</b>	<b>3,9</b>	<b>4,2</b>	<b>8,1</b>	<b>5,9</b>	<b>2,8</b>	<b>9,2</b>	<b>-8,7</b>	<b>4,6</b>
<b>En volume</b>										
<b>Habillement-chaussures</b>	<b>4,4</b>	<b>2,8</b>	<b>3,3</b>	<b>-0,1</b>	<b>4,5</b>	<b>5,3</b>	<b>3,9</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,3</b>	<b>4,4</b>
Commerce de détail d'habillement	4,9	3,4	4,0	-1,6	6,4	4,8	3,9	0,0	-0,4	5,0
Commerce de détail de la chaussure	2,2	-0,1	0,3	7,2	-3,6	7,4	4,0	0,0	0,3	1,5
<b>Autres équipements de la personne</b>	<b>6,9</b>	<b>2,1</b>	<b>-1,2</b>	<b>4,8</b>	<b>2,6</b>	<b>3,8</b>	<b>4,1</b>	<b>1,2</b>	<b>0,3</b>	<b>4,6</b>
Commerce de détail de la maroquinerie et d'articles de voyage	7,0	3,0	-3,3	5,5	5,9	8,8	7,3	2,1	3,8	14,9
Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté	9,7	4,3	-4,5	8,2	3,4	2,5	7,1	1,1	-0,8	4,2
Commerce de détail d'horlogerie et de bijouterie	4,4	-5,0	-4,6	-1,7	0,3	-3,4	0,4	-4,2	-6,9	-1,2
Commerce de détail d'optique	6,6	6,3	5,5	6,8	2,6	8,7	3,0	4,9	5,6	6,2
<b>Pharmacies et commerce articles médicaux et orthop.</b>	<b>7,3</b>	<b>6,9</b>	<b>6,4</b>	<b>7,6</b>	<b>6,2</b>	<b>7,9</b>	<b>5,4</b>	<b>3,9</b>	<b>5,1</b>	<b>3,8</b>
<b>Autres commerce en magasin spécialisés (1)</b>	<b>6,9</b>	<b>5,2</b>	<b>3,9</b>	<b>4,5</b>	<b>6,5</b>	<b>5,1</b>	<b>3,3</b>	<b>1,9</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,8</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

<sup>49</sup> FPS : Fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs.

<sup>50</sup> FJP : Fédération des industries françaises jouet puériculture

- **Reprise des ventes des magasins d'habillement-chaussure**

En 2010, les ventes des magasins d'habillement-chaussures progressent de 4,4 % en volume et de 4,8 % en valeur. Des soldes d'été réussies en raison d'une météo favorable en début de période et de premières démarques élevées, expliquent en grande partie ce regain d'activité.

La croissance est plus marquée dans le secteur de l'habillement avec une hausse des ventes en volume de 5,0 % contre 1,5 % pour le commerce de chaussures.

- **Croissance exceptionnelle dans les secteurs de la maroquinerie et des articles de voyage**

Après une année 2009 de stagnation, les ventes des magasins consacrés **aux autres équipements de la personne** augmentent de 4,6 % en volume. Cette progression des ventes est davantage marquée en valeur (+ 6,2 %).

En 2010, les commerces de détail de la **maroquinerie et des articles de voyage** affichent une belle croissance de leurs ventes en volume (+ 14,9 %) grâce notamment, à l'augmentation de la fréquentation touristique dans les enseignes de la maroquinerie de luxe.

Le résultat est plus mitigé dans le commerce d'**horlogerie et de bijouterie** : leurs ventes diminuent pour la troisième année consécutive (- 1,2 % après une baisse de 6,9 % en 2009). En revanche, elles progressent de 6,2 % en valeur en raison d'une hausse importante du cours des métaux précieux en 2010.

L'activité du commerce de la **parfumerie et des produits de beauté** progresse en volume de 4,2 % après avoir baissé de 0,8 % en 2009. Le marché du maquillage a été le plus dynamique avec, notamment, une forte progression des ventes de rouges à lèvres et de vernis à ongles. Sur le marché des soins, la croissance a été portée par les produits anti-âge<sup>51</sup>.

Les ventes du commerce d'**optique** progressent de 6,2 % après une augmentation de 5,6 % en volume en 2009. Ce secteur bénéficie de la croissance de la population ainsi que de l'ouverture de nouveaux magasins<sup>52</sup>.

- **Ralentissement de la croissance pour les pharmacies**

En l'absence d'épidémie hivernale conséquente en 2010, la croissance des ventes en volume des commerces de produits pharmaceutiques et d'articles médicaux et orthopédiques ralentit un peu par rapport à 2009 (+ 3,8 % en 2010 et + 5,1 % en 2009). En moyenne, elles avaient progressé de 6,4 % par an sur la période 2001-2008. La progression des ventes en valeur est toujours limitée par le développement du marché des médicaments génériques qui s'accompagne d'une baisse des prix.

D'une façon générale, les biens médicaux se distinguent des autres biens de consommation pour au moins deux raisons. Premièrement, en général ce n'est pas le consommateur qui prend la décision de l'achat (prescription), et ce n'est pas lui qui supporte directement la majeure partie de la dépense, ce qui rend les arbitrages de dépenses sur ces biens très différents de ceux portant sur les autres biens de consommation. Deuxièmement, les pouvoirs publics s'efforçant de contenir les dépenses au moyen de régulations (déremboursement etc.), la demande de ce secteur est affectée plus fréquemment que d'autres par des changements réglementaires. Et à l'inverse, des campagnes de prévention nouvelles, des épidémies hivernales plus virulentes ou l'arrivée de traitements coûteux augmentent les dépenses. Ces spécificités relatives à l'offre et la demande de ce secteur conduisent à des singularités par rapport à l'évolution de la consommation sur d'autres produits.

---

<sup>51</sup> FFPS: Fédération française de la parfumerie sélective

<sup>52</sup> GFK Retail and Technology France

- **Les prix des carburants dopent les ventes en valeur**

En 2010, les ventes de carburants en volume se redressent à peine (+ 1,4 % après - 14,6 % en 2009). Les prix sont en effet très élevés à cause des tensions sur le marché mondial et des incertitudes sur la situation au Moyen-Orient. En valeur, les ventes sont donc en hausse de 13 %. La légère croissance en volume traduit une baisse de la consommation de supercarburants sans plomb et une hausse de la consommation de gazole<sup>53</sup>. Concernant les biocarburants, les ventes de biocarburant E10, lancé en avril 2009, ont représenté 13 % de l'ensemble des ventes d'essence, bien loin des objectifs escomptés par le gouvernement<sup>54</sup>. En 2010, le réseau de distribution de ce biocarburant s'est étendu et sa consommation a progressé. Ce constat est également vrai pour les ventes de biocarburant E85.

- **Commerce hors magasins : une année favorable pour les secteurs de la vente à distance**

Ce groupe comprend le commerce de détail sur éventaires ou marchés, la vente de détail par correspondance ou par internet, la vente à domicile et la vente par automate.

En 2010, la vente à distance et autres formes de commerce progressent de 3,4 % en volume après une année 2009 affichant des ventes en baisse (- 4,7 %)

La vente à distance regroupe la vente à distance sur catalogue général et spécialisé. En 2010, les ventes à distance généralistes augmentent de 4,1 % en volume après une forte baisse de 12,7 % en 2009. Concernant les ventes à distance sur catalogue spécialisé, elles progressent en 2010 (5,2 %), mais de façon plus modérée qu'en 2009. Les ventes sur internet continuent de progresser en 2010<sup>55</sup> faisant ainsi du e-commerce la vente par correspondance dominante. En 2010, l'augmentation du nombre d'acheteurs et du prix du panier moyen expliquent la croissance de la vente à distance.

---

<sup>53</sup> UFIP : Union française des industries pétrolières

<sup>54</sup> Filière du bioéthanol

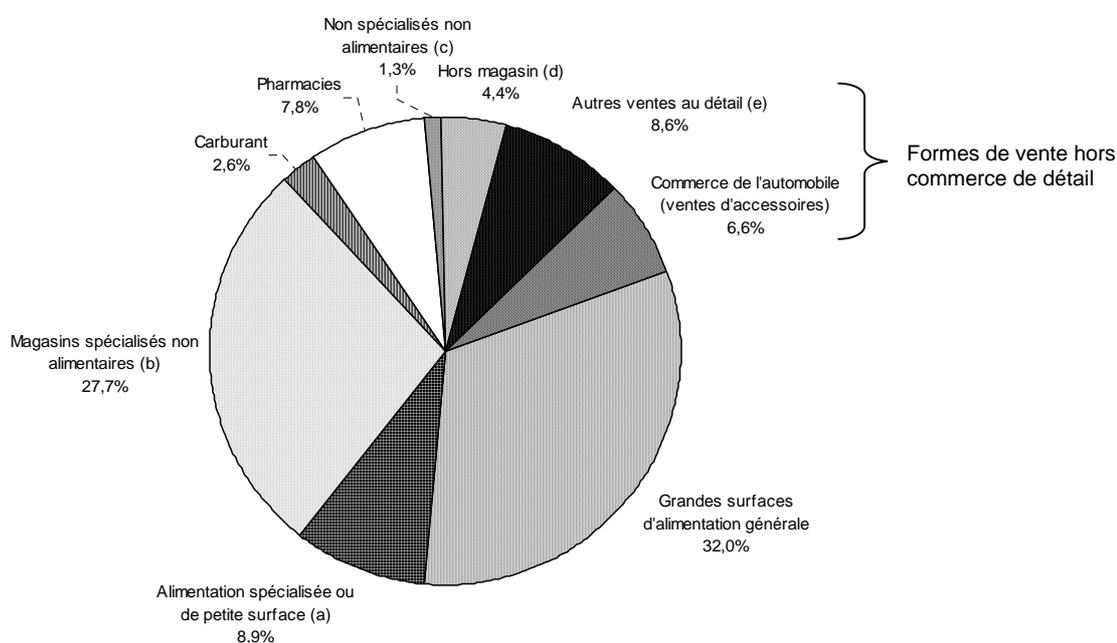
<sup>55</sup> FEVAD : Fédération e-commerce et vente à distance

## 2 - Les parts de marché par forme de vente

En 2010, l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial réalise 84,8 % des ventes de produits commercialisables hors ventes d'automobiles<sup>56</sup> (graphique 1 et tableau 3). Le secteur du commerce et de la réparation automobile (hors carburant en nouvelle nomenclature) réalise 6,6 % de ces ventes (équipements automobiles, vente et réparation de motocycles). Les autres secteurs (grossistes, producteurs et prestataires de services) réalisent le complément (8,6 % du total des ventes au détail de produits commercialisables hors automobile), lors de ventes directes aux particuliers à titre accessoire.

Un point de part de marché représente, toutes taxes comprises, 5,4 milliards d'euros en 2010.

**Graphique 1 :** Parts de marché par forme de vente (en pourcentage des ventes des produits commercialisables hors véhicules automobiles) en 2010



Source : Insee - Comptes du commerce.

(a) Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale

(b) Hors commerces de carburant et pharmacies

(c) Grands magasins, drugstores, bazars...

(d) Vente sur marchés, vente à distance et autres...

(e) Ventes au détail des grossistes et des prestataires de services, ventes directes des producteurs

(f) Y compris magasins multi-commerce

Les magasins dits de maxidiscompte ne constituent pas une catégorie particulière dans les nomenclatures : ils sont classés selon leur superficie en supérettes (moins de 1/3 d'entre eux) ou en supermarchés.

<sup>56</sup> Par convention, l'analyse des parts de marché porte sur les ventes au détail TTC de produits commercialisables hors ventes de véhicules, caravanes, 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.

**Tableau 3** : Parts de marché (en %) - Ensemble des produits commercialisables (hors véhicules automobiles), en valeur T.T.C.

Formes de vente *	2008	2009sd	2010p
<b>Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale</b>	<b>8,9</b>	<b>9,1</b>	<b>8,9</b>
<b>Grandes surfaces d'alimentation générale</b>	<b>32,5</b>	<b>32,5</b>	<b>32,0</b>
Supermarchés	13,1	13,2	13,3
Hypermarchés	18,7	18,6	18,1
<b>Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>	<b>1,3</b>
<b>Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)</b>	<b>37,9</b>	<b>37,7</b>	<b>38,1</b>
Carburant	3,1	2,3	2,6
Pharmacies (1)	7,4	7,9	7,8
Autres	27,3	27,5	27,7
<b>Commerce hors magasin</b>	<b>4,5</b>	<b>4,5</b>	<b>4,4</b>
Eventaire et marché	1,2	1,2	1,2
Vente à distance	2,5	2,5	2,5
Autres formes			
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DETAIL ET ARTISANAT A CARACTERE COMMERCIAL</b>	<b>84,9</b>	<b>84,9</b>	<b>84,8</b>
<b>Ventes au détail du commerce automobile (2)</b>	<b>6,5</b>	<b>6,6</b>	<b>6,6</b>
<b>Autres ventes au détail (3)</b>	<b>8,5</b>	<b>8,5</b>	<b>8,6</b>
<b>ENSEMBLE DES VENTES AU DETAIL (EN %)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>ENSEMBLE DES VENTES AU DETAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC</b>	<b>543,8</b>	<b>528,1</b>	<b>542,5</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques

(2) A l'exclusion des ventes et réparations de véhicules automobiles, y compris les ventes et réparations de motocycles

(3) Ventes au détail du commerce de gros, de divers prestataires de services et ventes directes des producteurs

\* Rappel : la part de marché d'une forme de vente est une estimation de la part de marché de l'ensemble des magasins correspondants

Pour l'ensemble des produits commercialisables (hors véhicules automobiles), la part de marché des grandes surfaces d'alimentation générale s'élève à 32 % en 2010. Elle a baissé de 0,5 point par rapport à 2008. La part des commerces alimentaires spécialisés atteint, comme en 2008, 8,9 %.

A l'inverse, la part des commerces non alimentaires spécialisés progresse. En 2010, elle est de 38,1 %. Au sein de ce secteur, la part de marché des pharmacies s'établit à 7,8 %.

Enfin, la part du commerce et réparation automobile (qui n'inclut pas le carburant en nouvelle nomenclature) s'établit à 6,6 %.

Pour tenir compte des évolutions de la structure de la consommation des ménages, on distingue les parts de marché dans les produits de l'alimentaire et dans les produits non alimentaires.

## 2.1 - Produits alimentaires

Les **grandes surfaces** d'alimentation générale<sup>57</sup> commercialisent les deux tiers des produits alimentaires (hors tabac) (tableau 4) : en 2010, leur part de marché sur ces produits s'élève à 66,6 %.

La part des **petites surfaces alimentaires** (supérettes, alimentations générales, commerces de surgelés) atteint 5,6 % en 2010.

La part des **commerces alimentaires spécialisés**, y compris l'artisanat commercial, ne change pas : elle est de 17,5 % en 2010, comme en 2008 et 2009.

Les **ventes hors magasin** de produits alimentaires représentent 4,2 % des ventes totales de produits alimentaires en 2010, plus de la moitié sont réalisées sur les marchés.

**Tableau 4** : Parts de marché (en %) - Produits alimentaires (hors tabac), en valeur T.T.C.

Formes de vente *	2008	2009sd	2010p
<b>Alimentation spécialisée et artisanat commercial</b>	<b>17,5</b>	<b>17,5</b>	<b>17,5</b>
Boulangeries-pâtisseries	6,8	6,9	6,8
Boucheries-charcuteries	4,6	4,6	4,5
Autres magasins d'alimentation spécialisée	6,8	6,9	6,8
<b>Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés</b>	<b>5,6</b>	<b>5,5</b>	<b>5,6</b>
<b>Grandes surfaces d'alimentation générale</b>	<b>66,9</b>	<b>67,2</b>	<b>66,6</b>
Supermarchés	29,9	30,2	29,7
Hypermarchés	35,7	35,8	35,6
<b>Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>
<b>Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)</b>	<b>1,5</b>	<b>1,4</b>	<b>1,5</b>
Carburant	0,5	0,4	0,5
Pharmacies (1)	0,4	0,4	0,3
Autres	0,7	0,7	0,7
<b>Commerce hors magasin</b>	<b>4,2</b>	<b>4,1</b>	<b>4,2</b>
Eventaire et marché	2,2	2,2	2,2
Vente à distance	0,8	0,7	0,8
Autres formes	1,2	1,1	1,2
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DETAIL ET ARTISANAT A CARACTERE COMMERCIAL</b>	<b>95,8</b>	<b>95,8</b>	<b>95,5</b>
<b>Ventes au détail du commerce automobile</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Autres ventes au détail (2)</b>	<b>4,2</b>	<b>4,2</b>	<b>4,5</b>
<b>ENSEMBLE DES VENTES AU DETAIL (EN %)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>ENSEMBLE DES VENTES AU DETAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC</b>	<b>167,1</b>	<b>167,6</b>	<b>170,4</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques

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

\* Rappel : la part de marché d'une forme de vente est une estimation de la part de marché de l'ensemble des magasins correspondants

<sup>57</sup> Les grandes surfaces d'alimentation générale comprennent les supermarchés, les magasins multi-commerces et les hypermarchés. Les magasins dits de maxidiscount ne constituent pas une catégorie particulière dans les nomenclatures. Ils sont classés selon leur superficie en supérettes (moins de 1/3 d'entre eux) ou en supermarchés.

## 2.2 - Produits non alimentaires

En 2010, la part de marché des **grandes surfaces d'alimentation générale** sur le marché des produits non alimentaires s'élève à 17 % (tableau 5). En une décennie, la part des GSA s'est érodée face à la concurrence des grandes surfaces spécialisées, notamment en ce qui concerne les hypermarchés.

L'ensemble du **commerce non alimentaire spécialisé** représente 56,8 % du marché des produits non alimentaires. Si on exclut les commerces de carburant et les pharmacies, la part du commerce non alimentaire spécialisé est de 41,3 %. Le développement de ces commerces est à relier à celui des grandes surfaces spécialisées (la nomenclature ne permettant pas de les isoler directement, elles sont abordées avec une méthodologie différente dans le chapitre 3 sur le grand commerce non alimentaire spécialisé).

Les **grands magasins** maintiennent leur part de marché en 2010. Ils représentent environ 2 % du marché des produits non alimentaires.

La part de marché de la **vente à distance**, principale composante du commerce hors magasin pour les produits non alimentaires atteint 3,4 % en 2010. Cette part reste encore modérée malgré la percée des ventes sur internet.

Mais les plus gros chiffres d'affaires du commerce électronique concernent les ventes de services, notamment les voyages. Et les résultats sectoriels présentés ici ne mesurent pas le développement du e-commerce en général. De nombreux établissements du commerce traditionnel développent en effet la vente par internet comme activité secondaire. A ce titre, elle n'est pas recensée en tant que telle. Les autres formes de ventes hors magasins (**marchés** et **vente à domicile**) représentent seulement 1,3 % de l'ensemble des formes de ventes pour les produits non alimentaires.

**Tableau 5** : Parts de marché ( en %) - Produits non alimentaires (y compris produits énergétiques et liés à l'automobile, hors véhicules automobiles), en valeur T.T.C.

Formes de vente *	2008	2009sd	2010p
<b>Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale</b>	<b>1,1</b>	<b>1,2</b>	<b>1,1</b>
<b>Grandes surfaces d'alimentation générale</b>	<b>17,9</b>	<b>17,1</b>	<b>17,0</b>
Supermarchés	5,9	5,6	6,1
Hypermarchés	11,7	11,2	10,6
<b>Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>	<b>1,9</b>
<b>Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)</b>	<b>55,9</b>	<b>56,6</b>	<b>56,8</b>
Carburant	4,5	3,4	3,7
Pharmacies (1)	11,1	12,0	11,8
Autres	40,3	41,2	41,3
<b>Commerce hors magasin</b>	<b>4,8</b>	<b>4,8</b>	<b>4,7</b>
Eventaire et marché	0,7	0,8	0,7
Vente à distance	3,5	3,4	3,4
Autres formes	0,6	0,6	0,6
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL</b>	<b>81,5</b>	<b>81,5</b>	<b>81,6</b>
<b>Ventes au détail du commerce automobile (2)</b>	<b>9,9</b>	<b>10,2</b>	<b>10,2</b>
<b>Autres ventes au détail (3)</b>	<b>8,6</b>	<b>8,4</b>	<b>8,3</b>
<b>ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL EN %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC</b>	<b>360,0</b>	<b>343,3</b>	<b>354,0</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) Pharmacie et commerce d'articles médicaux et orthopédiques

(2) A l'exclusion des ventes et réparations de véhicules automobiles, y compris les ventes et réparations de motocycles

(3) Ventes au détail du commerce de gros, de divers prestataires de services et ventes directes des producteurs

\* Rappel : la part de marché d'une forme de vente est une estimation de la part de marché de l'ensemble des magasins correspondants

### 3- Hausse de la consommation commercialisable des ménages

Le lien entre l'estimation des ventes en valeur et le chiffre d'affaires des secteurs du commerce de détail d'une part, et la consommation commercialisable des ménages d'autre part, est explicité dans l'encadré 1.

**En 2010, la consommation commercialisable, y compris le poste « vente et réparation automobile », s'élève à 534,2 milliards d'euros, en hausse de 2,3 % en valeur.** Dans un contexte de reprise économique, elle augmente de 1,2 % en volume en 2010, après avoir diminué de 0,3 % en 2009 et de 0,4 % en 2008. Cette hausse reste cependant inférieure à la hausse moyenne calculée sur la période de 2000 à 2007 : 2,5 % (voir annexe statistique III).

En 2010, les secteurs du commerce de détail et de l'automobile sont en phase avec ces évolutions : les ventes cumulées de ces deux secteurs progressent de 2,7 % en valeur et de 1,5 % en volume.

Il est usuel d'isoler les achats d'automobiles au sein de la consommation commercialisable. En effet, bien que les achats d'automobiles effectués par les ménages soient classés par la comptabilité nationale en consommation finale, de tels achats, par leur importance et leur pérennité, sont intermédiaires entre consommation courante et investissement. Ils fluctuent davantage que l'ensemble de la consommation commercialisable. Hors achats d'automobiles, la consommation commercialisable augmente en 2010 de 1,4 % en volume et de 2,8 % en valeur.

En 2010, la baisse en volume de la consommation de fruits et légumes (- 3,6 %) limite la hausse de la consommation de l'ensemble des **produits alimentaires** (y compris tabac). Cette dernière augmente de 0,7 % en volume, après une année 2009 de stagnation (+ 0,1 %). La consommation des produits alimentaires augmente de 2 % en valeur en 2010 grâce à une progression des prix.

En 2010, la consommation de **produits non alimentaires, hors achats d'automobiles**, a atteint des niveaux élevés après une année 2009, plutôt morose. Elle a progressé de 1,8 % en volume alors qu'elle avait diminué de 4,7 % en 2009. Ce bon résultat est dû, en grande partie, à l'engouement des ménages pour les produits de micro-informatique et de téléphonie (+ 12 %) ainsi que pour les « produits bruns » regroupant le matériel audio et vidéo (+ 15 %).

Après avoir fortement baissé en volume en 2008, le **poste « vente et réparation automobile »** a augmenté de 3,8 % en volume en 2009. En 2010, il se stabilise (- 0,2 %).

Le dispositif de la prime à la casse a fortement relancé les achats de **voitures particulières neuves** en 2009 (+ 18,0 % en volume), mais a eu des effets plus limités en 2010 (- 4,9 %). La consommation des ménages en **voitures d'occasion**, qui ne comprend que la marge des revendeurs, progresse de 11,5 % en volume en 2010 après avoir baissé de 12 % en 2009.

Enfin, les dépenses d'**entretien et réparation de véhicules automobiles** regagnent du terrain après une forte baisse en 2009 (- 7,0 % en volume).

### **Encadré 1 : Passage de la consommation des ménages au chiffre d'affaires du commerce de détail et du commerce et réparation automobile**

Passage de la consommation commercialisable des ménages au chiffre d'affaires du commerce de détail et du commerce et réparation automobile en 2010 ( milliards d'euros TTC)

SECTEUR	a	b	c	d	e	f = a+b+c+d+e	g	h	i = f+g+h	j	k = i - j
	Commerce d'alimentation spécialisée et de petite surface (1)	Grandes surfaces d'alimentation générale	Commerce non alimentaire non spécialisé	Commerce non alimentaire spécialisé	Commerce hors magasin	<b>Total commerce de détail et artisanat</b>	Commerce et réparation automobile	Ventes au détail des autres secteurs (2)	<b>Total des ventes au détail (y.c. commerce automobile)</b>	Correction (3)	<b>Consommation commercialisable des ménages (6)</b>
<b>ACTIVITÉS</b>											
<b>1) Ventes au détail de marchandises (hors auto)</b>											
Produits alimentaires	44,7	113,5	0,1	5,4	7,3	171,1	0,0	17,4	188,5	10,1	178,4
Produits non alimentaires	2,4	41,2	6,6	187,2	16,7	254,1	0,3	22,1	276,5	38,8	237,6
Produits liés à l'automobile	1,4	19,1	0,0	14,0	0,1	34,6	35,8	7,2	77,5	11,6	65,9
Total des ventes au détail (hors automobiles)	48,5	173,8	6,8	206,6	24,1	459,8	36,1	46,6	542,5	60,6	482,0
Vente et réparation automobile	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	76,8	6,5	83,4	31,1	52,3
<b>Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile</b>	<b>48,5</b>	<b>173,8</b>	<b>6,8</b>	<b>206,7</b>	<b>24,1</b>	<b>460,0</b>	<b>112,8</b>	<b>53,1</b>	<b>625,9</b>	<b>91,7</b>	<b>534,2</b>
<b>2) Autres activités (4)</b>											
= Chiffre d'affaires	51,9	189,3	7,9	227,8	28,8	505,4	185,8				
- Passage des ventes aux commissions	5,9	0,1	-4,3	8,8	0,0	14,6	2,8				
<b>= Chiffre d'affaires brut (5)</b>	<b>46,0</b>	<b>189,2</b>	<b>7,9</b>	<b>219,0</b>	<b>28,8</b>	<b>490,8</b>	<b>183,0</b>				

Source : Insee - Comptes du Commerce

Note : pour des raisons d'arrondi, la somme des montants peut différer légèrement de leur total arrondi.

(1) Y compris boulangeries-pâtisseries et boucheries-charcuteries

(2) Ventes au détail des grossistes, des prestataires de services et ventes directes des producteurs

(3) Correction pour biens existants (antiquités, brocante, autres achats d'occasion) et pour ventes au détail à usage professionnel

(4) Les autres activités des secteurs commerciaux sont : ventes en gros (y compris véhicules automobiles) et activités non commerciales (ventes de biens, ventes de services)

(5) Chiffre d'affaires brut du commerce de détail et du commerce et réparation automobile comptabilisant la valeur des commissions perçues (tabac, presse) et non la valeur des ventes correspondantes

(6) Cette estimation s'appuie sur les comptes nationaux publiés en mai 2011

Lecture :

a) Le **chiffre d'affaires total brut du commerce de détail et de l'artisanat** (colonne f), de 490,8 milliards d'euros se décompose en 460,0 milliards d'euros de *ventes au détail et de ventes et réparation automobile* et en 45,4 milliards d'euros de chiffres d'affaires résultant d'*autres activités*, dont sont déduits 14,6 milliards correspondant à la valorisation des ventes de produits sur lesquelles les professionnels du commerce ne perçoivent que des *commissions*.

b) Pour passer à la consommation commercialisable, il faut ajouter aux 460,0 milliards d'euros de *ventes au détail et de ventes et réparations automobile* les 112,8 milliards des *ventes et réparations du secteur du commerce et réparation automobile* et les 53,1 milliards de *ventes au détail des autres secteurs*. On obtient ainsi l'ensemble des ventes au détail de tous les secteurs de l'économie, soit 625,9 milliards d'euros.

c) L'ensemble de la **consommation commercialisable**, 534,2 milliards d'euros, s'obtient en retranchant à la totalité des 625,9 milliards d'euros de *ventes au détail réalisées par l'ensemble des secteurs de l'économie*, 91,7 milliards de ventes correspondant soit aux *achats effectués au détail par des utilisateurs professionnels*, soit à la *correction appliquée pour les biens existants*. Les biens d'occasion, en effet, ne sont comptabilisés en consommation des ménages que pour la seule valeur de la marge commerciale perçue par l'opérateur commercial.

## **Encadré 2 : Évaluation et révision des ventes au détail**

Le calcul des ventes au détail par forme de vente s'appuie sur deux sources : la consommation commercialisable des ménages et les chiffres d'affaires des secteurs commerciaux. La réconciliation de ces deux sources donne les évolutions de ventes au détail. Celles-ci sont donc sensibles aux révisions de la consommation commercialisable d'une part, et aux changements de secteur des entreprises d'une année à l'autre, notamment lors des restructurations.

Les évolutions des ventes au détail présentées sur l'année 2010 sont **provisoires** (p). Elles sont issues de la version provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations que remplissent les entreprises pour le paiement de la TVA. Par construction, le traitement des restructurations pour ces indices au moment des évaluations provisoires diffère légèrement du traitement effectué *in fine* sur les déclarations fiscales des entreprises.

Les évolutions présentées sur l'année 2009 portent sur un compte dit **révisé** (r) ou **semi-définitif** (sd). Elles sont établies à partir de la version semi-définitive de la consommation commercialisable mais reprennent exceptionnellement les évaluations provisoires des chiffres d'affaires en raison des modifications de calendrier à l'Insee<sup>58</sup>.

Les évolutions de 2008 sont **définitives**. Elles reprennent la version définitive de la consommation commercialisable et les chiffres d'affaires calculés par l'Insee à partir des déclarations fiscales des entreprises et de leurs réponse à l'enquête structurelle annuelle.

Entre le rapport publié en décembre 2010 et celui de juin 2011, une révision importante intervient avec le changement de base des comptes nationaux et le passage à la nouvelle nomenclature d'activité (NAF rév.2). Cf. annexes méthodes et définitions 1 et 2 pour davantage de précisions sur ces points.

### **Révisions de l'évolution des ventes au détail des secteurs du commerce de détail et artisanat à caractère commercial :**

		2006	2007	2008	2009	2010
<b>Rapport de juin 2011 (base 2005)</b>	en valeur	+ 3,2 (r)	+ 3,6 (r)	+ 3,1 (def)	- 2,9 (r)	+ 0,6 (p)
	en volume	+ 2,7 (r)	+ 3,5 (r)	+ 0,5 (def)	- 1,0 (r)	+ 1,6 (p)
<b>Rapports de juin et déc. 2010 (base 2000)</b>	en valeur	+ 3,1 (def)	+ 3,7 (r)	+ 2,6 (r)	-1,5(p)	
	en volume	+ 2,8 (def)	+3,6 (r)	+ 0,2 (r)	+0,0 (p)	
<b>Rapport déc. 2009 (base 2000)</b>	en valeur	+ 3,1 (def)	+ 3,7 (r)	+ 2,5 (p)		
	en volume	+ 2,8 (def)	+3,6 (r)	+ 0,2 (p)		
<b>Rapport juin 2009 (base 2000)</b>	en valeur	+ 3,1 (def)	+ 3,4 (r)	+ 2,5 (p)		
	en volume	+ 2,8 (def)	+ 3,4 (r)	+ 0,2 (p)		
<b>Rapport de décembre 2008 (base 2000)</b>	en valeur	+ 3,1 (def)	+ 2,9 (p)			
	en volume	+ 2,8 (def)	+ 2,9 (p)			
<b>Rapport de juin 2008 (base 2000)</b>	en valeur	+ 2,6 (r)	+ 3,0 (p)			
	en volume	+ 2,3 (r)	+ 2,9 (p)			
<b>Rapport de décembre 2007 (base 2000)</b>	en valeur	+ 2,5 (p)				
	en volume	+ 2,1 (p)				

(def) données définitives

(r) données révisées ou semi-définitives

(p) données provisoires

<sup>58</sup> Voir l'avertissement, page 4

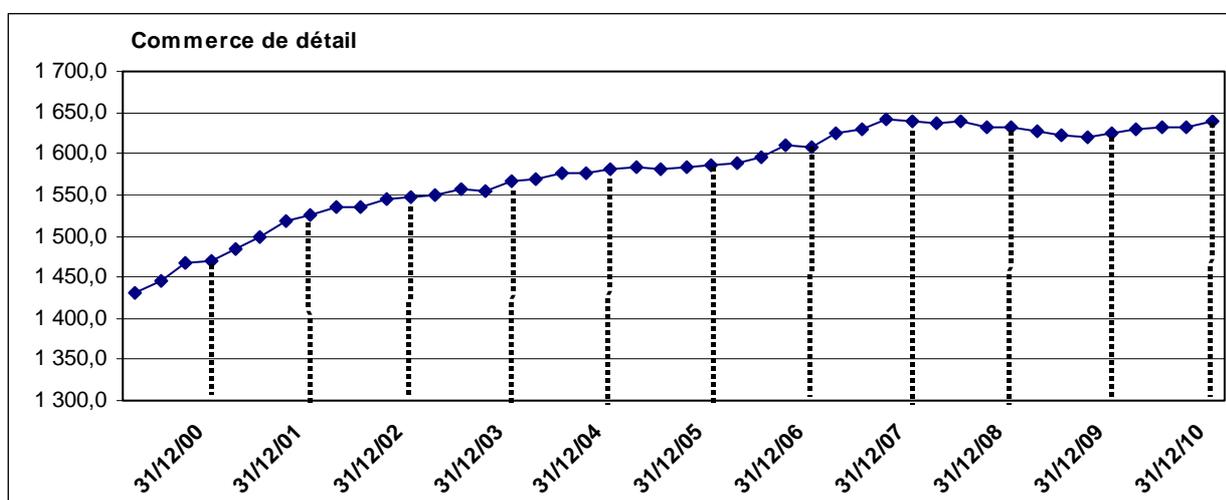
## 4- Augmentation des effectifs salariés dans le commerce de détail

Au 31 décembre 2010, le commerce de détail (hors artisanat commercial) emploie 1 638 900 **salariés**, soit plus de la moitié (55 %) des effectifs salariés du commerce.

### 4.1 - En 2010, l'emploi salarié augmente légèrement

La reprise de l'activité dans le commerce de détail en 2010 s'accompagne d'une embellie sur le marché de l'emploi. Au 31 décembre 2010, le commerce de détail (hors artisanat commercial) emploie 13 500 salariés de plus qu'à la même date un an plus tôt. L'emploi salarié augmente donc légèrement (+ 0,8 %) en 2010 après avoir baissé en 2009 (- 0,4 %) et 2008 (- 0,5 %).

**Graphique 2** : Évolution de l'emploi salarié trimestriel (en glissement annuel) dans le commerce de détail hors artisanat commercial (en milliers)



Source : Insee - *Estimations d'emploi*

Le commerce de détail et l'artisanat commercial sont des secteurs particulièrement jeunes (respectivement 14,3 % et 27,5 % des salariés de ces secteurs ont moins de 25 ans). Le commerce de détail est également très féminisé (59,4 % de femmes). Près de la moitié des salariés du commerce de détail sont des employés, proportion élevée par rapport à l'ensemble de l'économie (28,8 %)<sup>59</sup>.

L'emploi à temps partiel est trois fois plus répandu dans le commerce de détail (34 % de l'emploi) que dans le commerce de gros et le commerce et la réparation automobile où il représente respectivement 11,7 % et 9,7 % de l'emploi total. En conséquence, le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel représente 25,9 % du volume d'emploi salarié dans le commerce de détail, contre seulement 7,1 % dans le commerce de gros et 5,4 % dans le commerce et la réparation automobile.

En 2008, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein du temps partiel) a représenté 66,6 % d'un temps plein dans le commerce de détail<sup>60</sup>.

L'emploi salarié à temps partiel concerne essentiellement les femmes : elles sont 43,3 % à travailler à temps partiel dans le commerce de détail, contre seulement 18,5 % des hommes. En particulier, dans les grandes surfaces à prédominance alimentaire 54,1 % des femmes travaillent à temps partiel, tandis que 20,1 % des hommes sont dans ce cas.

<sup>59</sup> Cf. tableau V-2 en annexe

<sup>60</sup> Cf. tableau V-3 en annexe

## 4.2 - 42 % des employés du commerce de détail travaillent le dimanche en 2010

En 2010, 31 % des actifs tous secteurs confondus travaillent le dimanche occasionnellement ou habituellement. Ils sont 42 % dans le commerce de détail. Parmi les plus concernés il y a notamment les vendeurs du commerce de détail de fleurs, ceux du commerce de tabac et les vendeurs de produits sur éventaires et marchés : plus des trois quarts d'entre eux travaillent le dimanche. Le commerce est loin d'être le secteur dans lequel le travail dominical est le plus fréquent. En effet, c'est dans l'agriculture (69 %), et dans l'hébergement et la restauration (64 %) qu'il est le plus répandu. Il est aussi fréquent dans le domaine de l'administration publique, enseignement, santé humaine et action sociale (40 %). D'autre part, 52 % des actifs tous secteurs confondus travaillent le samedi en 2010. Parmi les employés du commerce de détail, ce taux s'élève à 86 % en 2010. En effet, le samedi est le jour où le commerce de détail effectue la part la plus importante de son chiffre d'affaires.

## 4.3 - Le taux de sous-emploi en légère augmentation entre 2009 et 2010 dans le commerce de détail

En 2010, la précarité<sup>61</sup> touche 11 % des actifs occupés du commerce de détail. Toutes catégories socio-professionnelles confondues, elle concerne 11 % des femmes (13 % en 2009) et 10 % des hommes (9 % en 2009) ; de ce point de vue, l'écart diminue donc entre hommes et femmes.

Le taux de sous-emploi<sup>62</sup> a augmenté de deux points en 2010. Il croît plus particulièrement pour les ouvriers (+ 3 points) et surtout pour les ouvrières (+ 9 points). Parmi les personnes travaillant à temps partiel dans le commerce de détail, la part de temps partiel subi<sup>63</sup> continue de progresser (+ 2 points en 2009 et en 2010). Là encore, les femmes et en particulier les ouvrières, sont les plus touchées.

**Tableau 6** : Précarité de l'emploi dans le commerce de détail en 2008, 2009 et 2010

	Part des emplois précaires (en %)								
	2008			2009			2010		
	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble
Employés	14	14	14	13	17	16	17	14	15
Ouvriers	17	9	16	15	17	15	15	20	16
Autres *	3	6	4	2	6	4	4	6	5
Ensemble	9	11	10	9	13	11	10	11	11

Source : Insee - Enquêtes emploi de 2008, 2009 et 2010

\* Artisans, commerçants et chefs d'entreprise, Cadres et professions intellectuelles supérieures, Professions intermédiaires.

**Tableau 7** : Sous-emploi dans le commerce de détail en 2008, 2009 et 2010

	Taux de sous emploi (en %)								
	2008			2009			2010		
	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble
Employés	5	16	14	6	16	13	7	18	15
Ouvriers	5	9	6	4	13	6	5	22	9
Autres *	1	4	3	1	4	2	4	4	4
Ensemble	3	12	9	3	11	8	5	13	10

Source : Insee - Enquêtes emploi de 2008, 2009 et 2010

\* Artisans, commerçants et chefs d'entreprise, Cadres et professions intellectuelles supérieures, Professions intermédiaires.

<sup>61</sup> Les emplois précaires sont des emplois salariés dont la durée est soit limitée (contrats de durée déterminée, stages, emplois aidés comme les contrats emploi solidarité, les contrats initiative emploi, les emplois jeunes), soit incertaine (intérim).

<sup>62</sup> Le sous-emploi comprend les personnes actives occupées au sens du BIT qui remplissent l'une des conditions suivantes :

- Elles travaillent à temps partiel, souhaitent travailler davantage pendant la période de référence utilisée pour définir l'emploi, et sont disponibles pour le faire, qu'elles recherchent activement un emploi ou non ;

- Elles travaillent à temps partiel (et sont dans une situation autre que celle décrite ci-dessus) ou à temps complet, mais ont travaillé moins que d'habitude pendant une semaine de référence en raison de chômage partiel, ralentissement des affaires, réduction saisonnière d'activité ou mauvais temps.

<sup>63</sup> La part de temps partiel subi rapporte le nombre de personnes à temps partiel en situation de sous-emploi au nombre total de personnes travaillant à temps partiel.

**Tableau 8** : Part de temps partiel subi dans le commerce de détail en 2008, 2009 et 2010

	Part de temps partiel subi (en %)								
	2008			2009			2010		
	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble
<b>Employés</b>	34	38	<b>38</b>	38	39	<b>39</b>	33	42	<b>41</b>
<b>Ouvriers</b>	49	23	<b>35</b>	56	31	<b>41</b>	51	51	<b>51</b>
<b>Autres *</b>	23	19	<b>20</b>	16	21	<b>20</b>	32	21	<b>24</b>
<b>Ensemble</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>38</b>	<b>38</b>

Source : Insee - Enquêtes emploi de 2008, 2009 et 2010

\* Artisans, commerçants et chefs d'entreprise, Cadres et professions intellectuelles supérieures, Professions intermédiaires.

## 5- Le nombre d'entreprises du commerce de détail augmente fortement

Au 1<sup>er</sup> janvier 2010, le commerce de détail représente 63 % des entreprises commerciales. C'est dans ce secteur qu'on recense le plus de créations d'entreprises commerciales (68 % des créations dans les secteurs commerciaux en 2010). Les créations d'entreprises dans le commerce de détail diminuent légèrement (- 3 %) en 2010, mais restent à un niveau très élevé après l'explosion enregistrée en 2009 (+ 89 %) causée par la mise en place du nouveau statut d'auto-entrepreneurs.

**Tableau 9** : Nombre de créations d'entreprises et leur évolution en % entre 2007 et 2010

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2007	2008	2009	2010	2008/2007	2009/2008	2010/2009
<b>Commerce de détail en magasin non spécialisé</b>	2 882	3 236	3 999	4 001	12,3	23,6	0,1
<b>CD alimentaire en magasin spécialisé</b>	4 227	4 008	4 721	4 907	-5,2	17,8	3,9
<b>CD non alimentaire en magasins spécialisés</b>	21 681	19 468	26 738	25 822	-10,2	37,3	-3,4
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	177	157	162	132	-11,3	3,2	-18,5
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	1 291	1 424	2 005	1 569	10,3	40,8	-21,7
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	4 206	3 864	4 210	4 005	-8,1	9,0	-4,9
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	1 869	1 835	2 269	2 172	-1,8	23,7	-4,3
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	14 138	12 188	18 092	17 944	-13,8	48,4	-0,8
<b>Commerce de détail sur éventaires et marchés</b>	15 452	16 449	32 969	29 165	6,5	100,4	-11,5
<b>Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés</b>	4 191	5 124	23 001	24 749	22,3	348,9	7,6
<b>COMMERCE DE DETAIL</b>	<b>48 433</b>	<b>48 285</b>	<b>91 428</b>	<b>88 644</b>	<b>-0,3</b>	<b>89,4</b>	<b>-3,0</b>

Source : Insee - Sirène (France Entière)

On ne connaît pas encore suffisamment les cessations d'entreprises de l'année 2010 pour estimer le nombre d'entreprises au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Entre début 2009 et début 2010, le stock d'entreprises (sociétés et entreprises individuelles) du commerce de détail (hors artisanat commercial) a augmenté de 11,7 %. Cette évolution forte, qui fait suite aux légères progressions des années précédentes (+ 1,8 % en 2008 et + 1,7 % en 2009), est liée au régime d'auto-entrepreneur qui a dynamisé les créations d'entreprises en 2009.

**Tableau 10** : Nombre d'entreprises en milliers au 1<sup>er</sup> janvier et leur évolution en % entre début 2007 et début 2010

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2007	2008	2009	2010 (sd)	2008/2007	2009/2008	2010/2009
<b>Commerce de détail en magasin non spécialisé</b>	31,8	32,3	33,0	34,5	1,7	2,1	4,6
<b>CD alimentaire en magasin spécialisé</b>	45,2	45,5	45,8	47,0	0,7	0,5	2,7
<b>CD non alimentaire en magasins spécialisés</b>	230,4	230,9	230,9	238,3	0,2	0,0	3,2
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	4,7	4,5	4,3	4,3	-3,8	-3,7	-2,2
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	5,8	6,2	7,1	8,3	7,3	14,3	16,3
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	39,5	40,1	40,0	40,1	1,3	-0,1	0,3
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	28,7	28,3	27,8	27,9	-1,5	-1,8	0,3
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	151,7	151,9	151,6	157,8	0,1	-0,1	4,1
<b>Commerce de détail sur éventaires et marchés</b>	79,8	83,0	86,2	106,1	4,1	3,8	23,0
<b>Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés</b>	10,0	12,5	15,3	33,5	25,4	22,4	119,2
<b>COMMERCE DE DETAIL</b>	<b>397,2</b>	<b>404,3</b>	<b>411,1</b>	<b>459,4</b>	<b>1,8</b>	<b>1,7</b>	<b>11,7</b>

Source : Insee - Sirène (France Entière)

(sd) : Les années 2007-2009 sont définitives, l'année 2010 provisoire est calculée de façon à minimiser les variations de biais relatif à l'insuffisante connaissance des cessations à ce stade d'élaboration des statistiques d'entreprise

## CHAPITRE III : LE « GRAND COMMERCE » NON ALIMENTAIRE SPÉCIALISÉ

---

*Contrairement au chapitre précédent sur le commerce de détail, les données et analyses présentées ici concernent des chiffres d'affaires (et non pas seulement des ventes de marchandises au détail) en secteurs d'entreprises (et non en secteur d'établissements ou formes de vente). Les évolutions ne sont donc pas parfaitement identiques.*

Le grand commerce non alimentaire spécialisé est défini<sup>64</sup> comme l'ensemble des entreprises dont l'activité principale relève du commerce non alimentaire en magasin spécialisé (NAF 474, 475, 476, 477 hors commerces de produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion) et répondant à l'une des 3 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> et plus de surface de vente.

### 1 - Reprise du grand commerce non alimentaire spécialisé

**Après le ralentissement de 2009, le grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé retrouve le chemin de la croissance en 2010.** Cette reprise s'observe aussi bien en valeur (+ 4,0 %) qu'en volume (+ 4,9 %).

Les évolutions du grand commerce sont à comparer à celles de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé en 2010, qui sont un peu moins dynamiques (3,4 % en valeur et 4,3 % en volume). En 2010, la part du grand commerce s'élève à 45,1 % du chiffre d'affaire de l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé après 44,8 % en 2009.

---

<sup>64</sup> Définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998

**Tableau 1** : Grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé (\*) - Évolution du chiffre d'affaires HT

En %

Secteurs	2008d	2009sd	2010p	Mds d'euros 2010p
<b>En valeur</b>				
TIC	-2,5	-5,6	-0,2	4,7
Équipement du foyer	4,7	1,0	3,2	24,9
Culture et loisirs	4,8	-8,7	3,2	7,3
Habillement-chaussure	4,7	0,4	6,0	15,0
Autres équipements de la personne	3,3	1,8	7,9	5,5
Autres (4776Z et 4778C)	5,4	1,4	1,3	2,3
<b>Ensemble du grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé</b>	<b>4,0</b>	<b>-0,9</b>	<b>4,0</b>	<b>59,7</b>
<b>En volume</b>				
TIC	13,6	8,1	9,8	
Équipement du foyer	3,1	-0,4	3,0	
Culture et loisirs	4,0	-9,4	2,9	
Habillement-chaussure	4,1	-0,6	5,6	
Autres équipements de la personne	0,1	-0,4	4,9	
Autres (4776Z et 4778C)	16,8	12,3	10,4	
<b>Ensemble du grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé</b>	<b>5,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>4,9</b>	

\* estimation Insee. Il n'a pas été possible de rétopoler les données en nouvelle nomenclature avant 2008 et le passage à la nouvelle base.

Champ : entreprises du commerce non alimentaire en magasin spécialisé, hors commerces de produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion.

Source : Insee - *Ésane, Comptes du Commerce*

**Tableau 2** : Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé (\*) - Évolution du chiffre d'affaires HT

Secteurs	2008d	2009sd	2010p	mds d'euros 2010p
<b>En valeur</b>				
TIC	1,5	-6,2	-0,3	8,0
Équipement du foyer	2,2	-1,4	2,8	48,0
Culture et loisirs	-1,4	-4,9	3,4	18,6
Habillement-chaussure	0,6	0,5	5,1	31,4
Autres équipements de la personne	2,8	0,9	6,7	14,2
Autres (4776Z et 4778C)	3,4	-0,5	0,2	12,3
<b>Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé</b>	<b>1,4</b>	<b>-1,5</b>	<b>3,4</b>	<b>132,5</b>
<b>En volume</b>				
TIC	18,2	7,4	9,6	
Équipement du foyer	0,6	-2,7	2,6	
Culture et loisirs	-2,2	-5,7	3,1	
Habillement-chaussure	0,0	-0,5	4,7	
Autres équipements de la personne	-0,4	-1,3	3,7	
Autres (4776Z et 4778C)	14,6	10,2	9,2	
<b>Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé</b>	<b>2,4</b>	<b>-0,6</b>	<b>4,3</b>	

(\*) Champ : entreprises du commerce non alimentaire en magasin spécialisé, hors commerces produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion.

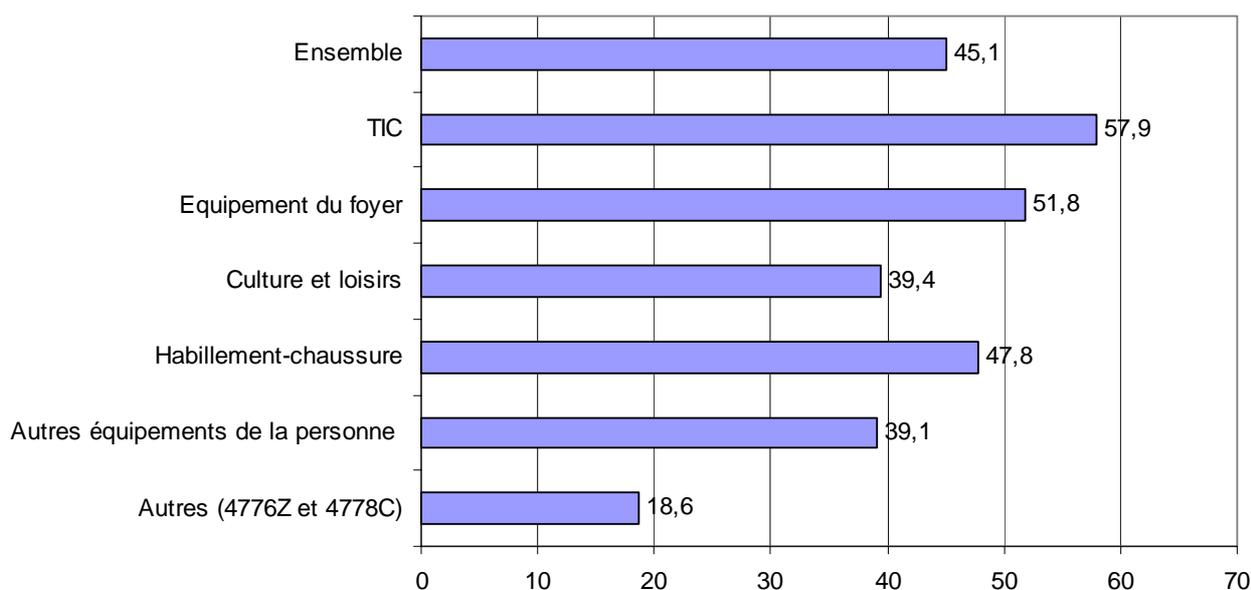
Source : Insee - *Ésane Comptes du Commerce*

- **Technologies de l'information et de la communication**

Dans le secteur des TIC, le grand commerce et l'ensemble du secteur enregistrent une croissance similaire du chiffre d'affaires en volume (respectivement 9,8 % et 9,6 %). C'est le secteur où le grand commerce a le poids le plus important : il réalise 57,9 % du chiffre d'affaires du secteur.

Ce secteur regroupe les magasins spécialisés dans la vente d'ordinateurs, d'équipements périphériques, d'équipements de télécommunication et de produits électroniques grand public tels que Relais Fnac et Micromania. Dans le grand commerce non alimentaire spécialisé, le secteur des technologies de l'information et de la communication a été un des rares à maintenir son activité pendant la crise. Même si son chiffre d'affaires a connu un important ralentissement en 2009, il a continué de croître (+ 8,1 %) en volume. En 2010, le chiffre d'affaires progresse de façon plus soutenue encore qu'en 2009 (+ 9,8 %) en volume. Ce dynamisme en volume est lié à la progression des ventes de smartphones, à l'apparition de produits informatiques nomades (tablettes numériques) ainsi qu'au maintien des ventes de PC portables. Cependant, les prix baissent parallèlement de manière continue (notamment sur le marché des ordinateurs, de l'électronique grand public) et les nouveautés ne suffisent pas à compenser cet effet. Les ventes en valeur se stabilisent après deux ans de fléchissement marqué.

**Graphique 1** : Part du chiffre d'affaires HT du grand commerce dans l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé en 2010



Source : Insee -Ésane Comptes du Commerce

- **Équipement du foyer**

Après une année 2009 morose (- 0,4 % en volume), le grand commerce retrouve dans ce secteur son dynamisme en 2010 avec une progression du chiffre d'affaires en volume de 3,0 %. Cette progression est légèrement supérieure à celle de l'équipement du foyer dans son ensemble (+ 2,6 %). Ce regain de croissance est à mettre en relation avec la reprise de l'immobilier, favorisée par des taux d'intérêt bas, et avec la disparition progressive du dispositif de la prime automobile qui a permis de réorienter les achats des ménages. Le grand commerce spécialisé dans l'équipement du foyer est représenté essentiellement par les grandes surfaces de bricolage (Leroy Merlin et Castorama), d'ameublement (Conforama, Ikéa) et d'appareils électroménagers (Darty et Boulanger). Afin de renouer avec la croissance, les magasins multi-spécialistes du bricolage ont revu leurs stratégies en accentuant le service et le conseil aux clients et en multipliant les offres promotionnelles. En 2010, les enseignes du bricolage bien réparties sur le territoire profitent de l'engouement

des français pour la décoration et la tendance au fait soi-même (« do it yourself »<sup>65</sup>). Les grandes enseignes d'appareils électroménagers telles que Darty et Boulanger ont quant à elles profité de l'intérêt des ménages pour les appareils moins énergivores, repérables grâce à l'étiquette énergie, ainsi que pour le « fait maison » (robots, kitchen machine, centrifugeuses...) et pour les appareils de type professionnel<sup>66</sup> (machines à expresso, lisseurs à cheveux...). Ikéa et Darty ont bénéficié en 2010 d'une extension de leur réseau avec l'ouverture de nouveaux magasins. Enfin, en 2010, les ventes sur internet des grandes enseignes de distribution d'appareils électroménagers connaissent une forte progression. Les entreprises du grand commerce de l'équipement du foyer contribuent à la réalisation de 51,8 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur.

#### ▪ Culture-loisirs

Ce secteur regroupe les magasins de sport, les librairies-papeteries-journaux, les magasins spécialisés dans les enregistrements musicaux et vidéos... Dans le grand commerce, le secteur culture, loisirs et sport qui avait été fortement impacté en 2009 par le changement de comportement de consommation des ménages pendant la crise, connaît en 2010 une progression de son chiffre d'affaires de 2,9 % en volume. Cette croissance est quasiment la même que celle observée sur l'ensemble du secteur. Le dynamisme du secteur est majoritairement porté par les enseignes spécialisées dans le sport dont le chiffre d'affaires augmente grâce à l'ouverture de nouveaux magasins en France et à l'international. La part du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 39,4 % de l'ensemble du secteur.

#### ▪ Habillement-chaussure

Parmi les magasins du grand commerce spécialisé dans l'habillement-chaussure, on trouve par exemple, Kiabi Europe, Zara France, Camaïeu... Après le repli des ventes en volume (- 0,6 %) en 2009, le chiffre d'affaires dans l'habillement-chaussure connaît lui aussi un regain de croissance en 2010 en volume (+ 5,6 %) et en valeur (+ 6,0 %) en raison, entre autres, d'un bilan positif des soldes d'été. Cette reprise s'observe également au niveau de l'ensemble du secteur de l'habillement-chaussure mais de façon moins marquée (+ 4,7 % en volume soit une différence de 0,9 point avec le grand commerce). Les grandes enseignes de l'habillement-chaussure réalisent, en 2010, 47,8 % du chiffre d'affaires du secteur et 81,0 % d'entre elles emploient 100 salariés ou plus.

#### ▪ Autres équipement de la personne

Le grand commerce spécialisé dans les secteurs des autres équipements de la personne (parfumerie et produits de beauté, optique, maroquinerie et articles de voyage, horlogerie et bijouterie) progresse en volume de 4,9 %. Cette reprise est encore plus importante en valeur (+ 7,9 %) en raison d'une importante augmentation des prix dans le commerce de détail d'articles d'horlogerie et de bijouterie en magasin spécialisé due à la hausse du cours des métaux précieux en 2010.

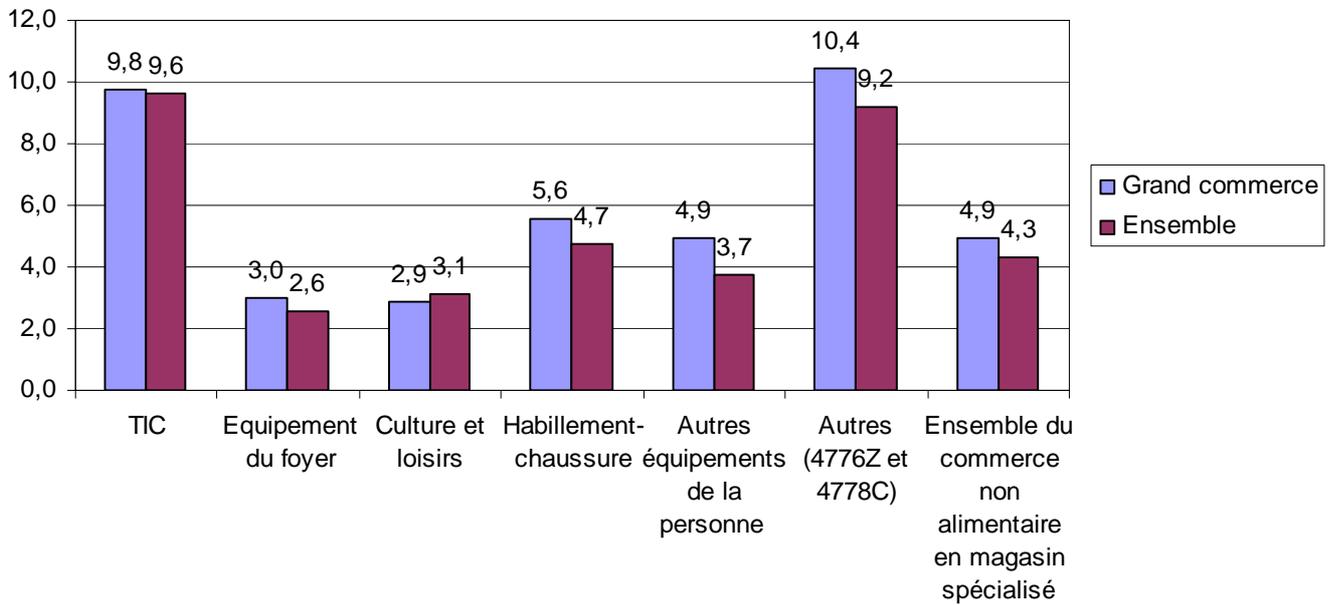
Le redressement en 2010 du marché des parfums et cosmétiques découle de la mise sur le marché de produits nouveaux et innovants accompagnée de nombreuses opérations de communication<sup>67</sup>. La culture du résultat mise en place dans certaines grandes enseignes de la parfumerie explique sans doute la hausse de leur chiffre d'affaires. Le grand commerce spécialisé dans le secteur de la maroquinerie et des articles de voyage doit sa croissance à la vente de produits de grandes marques. Le retour des touristes est en grande partie responsable de cette croissance au profit des enseignes de luxe. En 2010, l'évolution du chiffre d'affaires en volume HT pour les entreprises du grand commerce spécialisé dans l'équipement de la personne est supérieure de 1,2 point à celle de l'ensemble du secteur. Le poids du grand commerce dans l'ensemble du secteur des autres équipements de la personne augmente donc en 2010 (39,1 % contre 38,7 % en 2009).

<sup>65</sup> Eurostaf.fr « Le marché et la distribution de bricolage grand public en France à l'horizon 2015 »

<sup>66</sup> GIFAM : Groupement interprofessionnel des fabricants d'appareils d'équipement ménager

<sup>67</sup> Etude du cabinet NPD

**Graphique 2 :** Évolution du chiffre d'affaires *en volume HT* en 2010 dans le grand commerce et dans l'ensemble des secteurs concernés (en%)



Source : Insee - É sane Comptes du Commerce

## 2 - Une définition élargie du grand commerce ?

Trois secteurs qui n'appartiennent pas au grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé, tel qu'il a été défini précédemment, sont présentés ici avec des critères particuliers de définition du grand commerce :

- le commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés (479) dans lequel le e-commerce occupe une place de plus en plus grande,
- le commerce de détail de carburants en magasin spécialisé (4730Z) qui se développe dans des groupes de la grande distribution,
- les grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé (4719A et 4719B) dans lesquels on trouve une certaine forme de grand commerce non alimentaire en magasin non spécialisé.

### 2.1 - Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés<sup>68</sup>

Pour le commerce de détail hors magasins, éventaires ou marchés, le seul critère d'appartenance au grand commerce pris en considération est le suivant :

- employer 50 salariés ou plus.

**Tableau 3 :** Évolution du chiffre d'affaires *HT en valeur et en volume* en 2010 du grand commerce dans le commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés

Hors magasins, éventaires ou marchés	2008d	2009sd	2010p
<b>En valeur</b>			
Grand commerce	4,7	-4,0	1,6
Ensemble	0,2	-5,0	4,0
<b>En volume</b>			
Grand commerce	3,6	-4,3	1,5
Ensemble	-0,8	-5,4	3,9

Source : Insee-Ésane Comptes du commerce

Le chiffre d'affaires du grand commerce spécialisé dans la vente à distance et la vente à domicile augmente de 1,5 % en volume en 2010 après une baisse de 4,3 % enregistrée en 2009. La vente à distance regroupe le commerce de détail par correspondance ou par internet. Alors que la vente par correspondance traditionnelle est en déclin, l'e-commerce est très porteur. Cette tendance a amené de grands noms de la vente à distance à se remettre en question afin de développer leurs ventes sur internet. En 2010, l'évolution du grand commerce spécialisé dans la vente à distance s'appuie essentiellement sur la bonne croissance des sites leaders de vente par internet en raison d'une augmentation du nombre d'acheteurs en ligne et du montant moyen dépensé en ligne par les internautes. La hausse du chiffre d'affaires en volume est nettement plus marquée pour l'ensemble de ce secteur (+ 3,9 %) avec le développement rapide de petites entreprises qui arrivent sur le marché. La part du grand commerce dans le chiffre d'affaires du secteur est de 53,8 %.

<sup>68</sup> Ce secteur regroupe l'ensemble des entreprises dont l'activité principale est la vente à distance. Ne sont pas comptabilisées les entreprises ayant un site de vente en ligne.

## 2.2 - Carburants

Le grand commerce de carburant correspond simplement à un élargissement du champ du grand commerce tel qu'il avait été défini par la CCCN. Les critères de nombre de salariés, nombre de magasins ou surface sont les mêmes.

**Tableau 4 :** Évolution du chiffre d'affaires *en valeur et en volume HT* en 2010 du grand commerce des carburants

Carburants	2008d	2009sd	2010p
<b>En valeur</b>			
Grand commerce	0,5	-17,0	13,2
Ensemble	14,9	-27,9	13,3
<b>En volume</b>			
Grand commerce	-10,4	-0,1	-0,1
Ensemble	2,4	-13,3	-0,1

Source : Insee-Ésa Comptes du commerce.

Les fortes disparités observées en 2008 entre grand commerce et l'ensemble des entreprises du secteur de la vente au détail de carburants sont le reflet d'une réorganisation de certaines entreprises de la grande distribution qui ont scindé leur activité dans le courant de l'année 2007 entre GSA et commerce de carburant.

En 2010, dans le secteur des carburants, le chiffre d'affaires est resté stable en volume mais a bondi en valeur (+ 13,2 %) en raison de la hausse du prix du baril du pétrole<sup>69</sup> et de la mise en application à partir de 2010 d'un ensemble de mesures fiscales écologiques (taxe carbone et augmentation de la TIPP régionale). Les entreprises du grand commerce spécialisé dans le secteur ne réalisent que 21,8 % du chiffre d'affaires. Ce faible poids du grand commerce est lié aux caractéristiques du secteur, majoritairement constitué de petites entreprises.

## 2.3 - Grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé

Le grand commerce du secteur grands magasins et autres commerce de détail en magasin non spécialisé (essentiellement des bazars) correspond simplement à un élargissement du champ du grand commerce tel qu'il avait été défini par la CCCN. Les critères de nombre de salariés, nombre de magasins ou surface sont les mêmes.

**Tableau 5 :** Évolution du chiffre d'affaires *en valeur et en volume HT* en 2010 du grand commerce des grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé.

Grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé	2008d	2009sd	2010p
<b>En valeur</b>			
Grand commerce	4,3	-1,5	5,4
Ensemble	1,9	-0,8	6,7
<b>En volume</b>			
Grand commerce	3,9	-1,9	5,2
Ensemble	1,5	-1,2	6,6

Source : Insee-Ésa Comptes du commerce

Avec 65,9 %, le secteur des grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé est de loin celui où le grand commerce a le poids le plus important. Dans ce secteur, le grand commerce connaît une évolution entre 2009 et 2010 quasiment identique en valeur et en volume (respectivement + 5,4 % et + 5,2 %). En 2010, les grands magasins de type Galeries Lafayette ou Printemps affichent une hausse importante de leur chiffre d'affaires. Cette embellie est liée à une réorientation de ces grands magasins afin de

<sup>69</sup> autoplus «Flambée à la pompe, une mauvaise conjoncture »

répondre à une aspiration au luxe et de mieux cibler les attentes de la clientèle. Les grands magasins se sont davantage repositionnés sur le marché plus haut de gamme et ont mis l'accent sur les secteurs les plus porteurs (la maroquinerie, les chaussures et l'horlogerie-bijouterie). Ils ont surtout profité du retour des touristes, notamment des touristes chinois qui représentent entre un tiers et la moitié de la clientèle des magasins du boulevard Haussmann.

### 3 - L'emploi dans le grand commerce en 2008

Le grand commerce emploie 278 500 personnes, soit un peu plus de 40 % de l'ensemble des salariés travaillant dans l'ensemble des secteurs du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé mais génère plus de 45 % du chiffre d'affaires de l'ensemble.

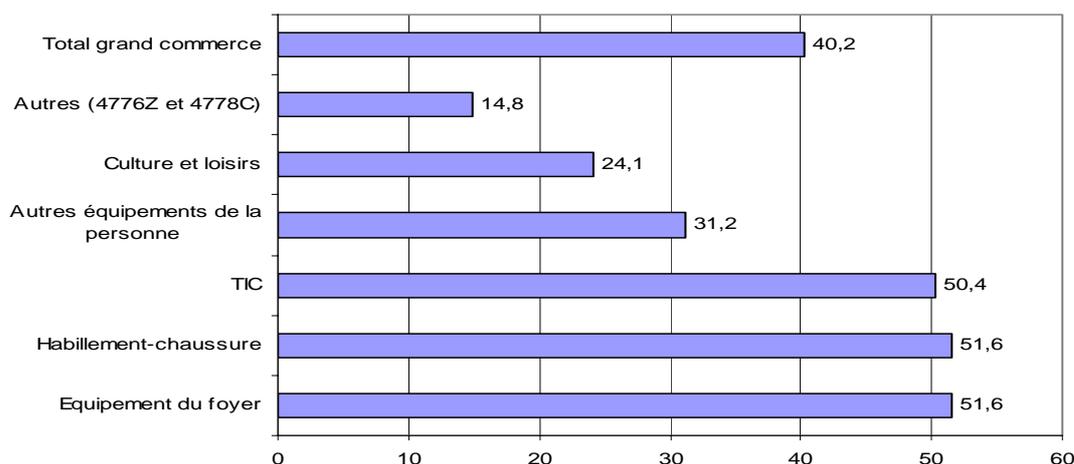
En 2008, les entreprises du grand commerce spécialisé dans l'équipement du foyer emploient un peu plus de 109 000 salariés, soit 51,6 % de l'emploi de l'ensemble du secteur. Les grandes enseignes de l'habillement et de la chaussure emploient quant à elles près de 92 000 personnes, soit également 51,6 % de l'emploi du secteur. Il s'agit des deux secteurs où la part de salariés travaillant dans le grand commerce est la plus élevée.

Vient ensuite le secteur des technologies de l'information et de la communication dont les salariés du grand commerce représentent un peu plus de la moitié des salariés du secteur.

Ces trois secteurs sont également ceux pour lesquels la part du chiffre d'affaires du grand commerce dans leur secteur respectif est la plus élevée.

Dans le secteur de la culture et des loisirs, la part des salariés travaillant dans le grand commerce s'élève à 24,1 % alors que le chiffre d'affaires du grand commerce avoisine les 40 % de l'ensemble du secteur.

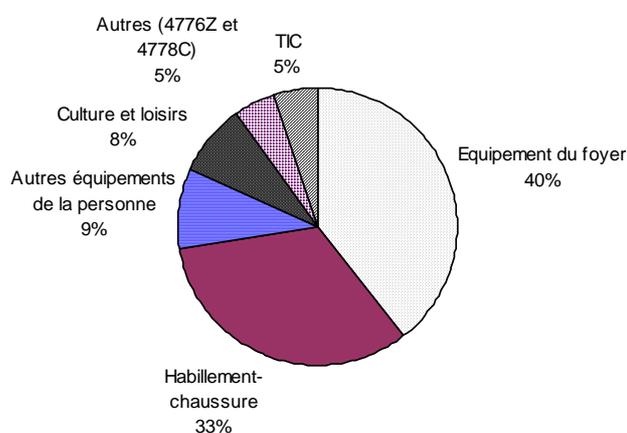
**Graphique 3 :** Part des salariés\* des secteurs du commerce non alimentaire spécialisé travaillant dans le grand commerce en 2008



Source : Insee CLAP (année 2008)

\*Sont pris en considération les effectifs au 31/12

**Graphique 4 :** Répartition des salariés du grand commerce selon le secteur d'activité au 31/12/2008



Source : Insee CLAP (année 2008)



# CHAPITRE IV : L'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL

## 1 - La structure de l'équipement commercial du commerce de détail : plus de 90 % des entreprises n'ont qu'un seul magasin

Pour le commerce de détail, l'enquête sectorielle annuelle d'entreprise dans le commerce, d'où sont issues les données présentées ici, donne la situation du parc fin 2008. S'agissant d'une enquête par sondage, la précision des résultats ne doit pas être considérée à l'unité près.

Dans le commerce de détail alimentaire (y compris artisanat commercial) et non-alimentaire, les magasins de moins de 400 m<sup>2</sup> restent très majoritaires (90 % du parc). Les magasins de plus de 2 500 m<sup>2</sup> sont pour l'essentiel des hypermarchés ou des magasins d'équipement du foyer.

Dans le secteur du **commerce de détail à prédominance alimentaire**, 95 % des entreprises ont un seul magasin en 2008. Elles réalisent 53 % du chiffre d'affaires du secteur. Très peu d'entreprises possèdent dix magasins ou plus (1 %), selon des données issues de l'enquête sectorielle annuelle auprès des entreprises. Dans le commerce alimentaire en grandes surfaces, les entreprises ayant seulement un ou deux magasins correspondent généralement aux supermarchés et aux hypermarchés des réseaux d'indépendants (principalement les enseignes Leclerc, Intermarché, Système U). Elles représentent 98 % des entreprises et réalisent la moitié du chiffre d'affaires du secteur. À l'opposé, les grandes entreprises succursalistes possédant au moins dix magasins, peu nombreuses, réalisent 48 % du chiffre d'affaires.

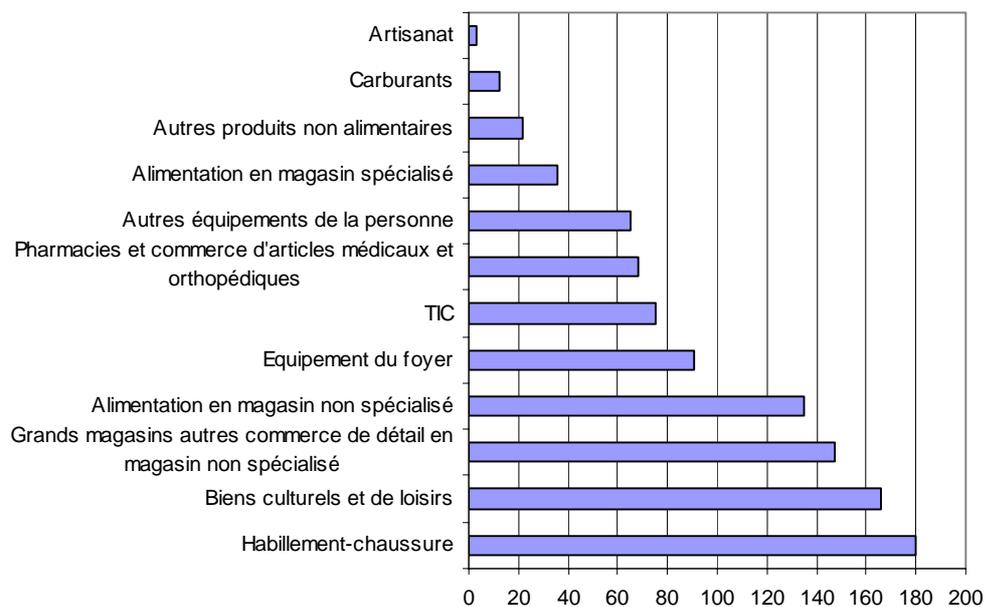
Dans le **commerce de détail non alimentaire en magasin (hors pharmacies et carburants)** les entreprises du secteur habillement-chaussures ayant 10 magasins ou plus (c'est à dire 0,1 % des entreprises) réalisent 53 % du chiffre d'affaires et celles qui possèdent un seul magasin (c'est-à-dire 92 % des entreprises) réalisent 29 % du chiffre d'affaires du secteur. Dans le domaine des biens culturels et de loisirs, les entreprises possédant un seul magasin (92 % des entreprises) réalisent 69 % du chiffre d'affaires. Les entreprises du commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication possédant 10 magasins ou plus sont très peu nombreuses (0,1 % des entreprises) mais réalisent 37,0 % du chiffre d'affaire du secteur. Enfin, dans le commerce de détail d'autres équipements du foyer, la part des entreprises ayant au moins 10 magasins est légèrement plus élevée (0,5 %) et leur part dans le chiffre d'affaire réalisé un peu moins importante (20 %).

**Tableau 1** : Le nombre de magasins des entreprises du commerce de détail et de l'artisanat commercial en 2008

Secteurs d'activité	2008
<b>Prédominance alimentaire en magasins</b>	134 562
Moins de 120 m <sup>2</sup>	111 013
De 120 m <sup>2</sup> à moins de 400 m <sup>2</sup>	10 387
De 400 m <sup>2</sup> à moins de 2500 m <sup>2</sup>	11 485
2500 m <sup>2</sup> et plus	1 678
<b>Pharmacies</b>	25 325
Moins de 120 m <sup>2</sup>	20 537
Plus de 120m <sup>2</sup>	4 788
<b>Non alimentaire en magasins hors pharmacies</b>	203 943
Moins de 120 m <sup>2</sup>	149 557
De 120 m <sup>2</sup> à moins de 400 m <sup>2</sup>	34 411
De 400 m <sup>2</sup> à moins de 2500 m <sup>2</sup>	17 586
2500 m <sup>2</sup> et plus	2 389
<b>Carburants</b>	4 423
Moins de 120 m <sup>2</sup>	3 648
De 120 m <sup>2</sup> à moins de 400 m <sup>2</sup>	410
De 400 m <sup>2</sup> à moins de 2500 m <sup>2</sup>	234
2500 m <sup>2</sup> et plus	132

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2008

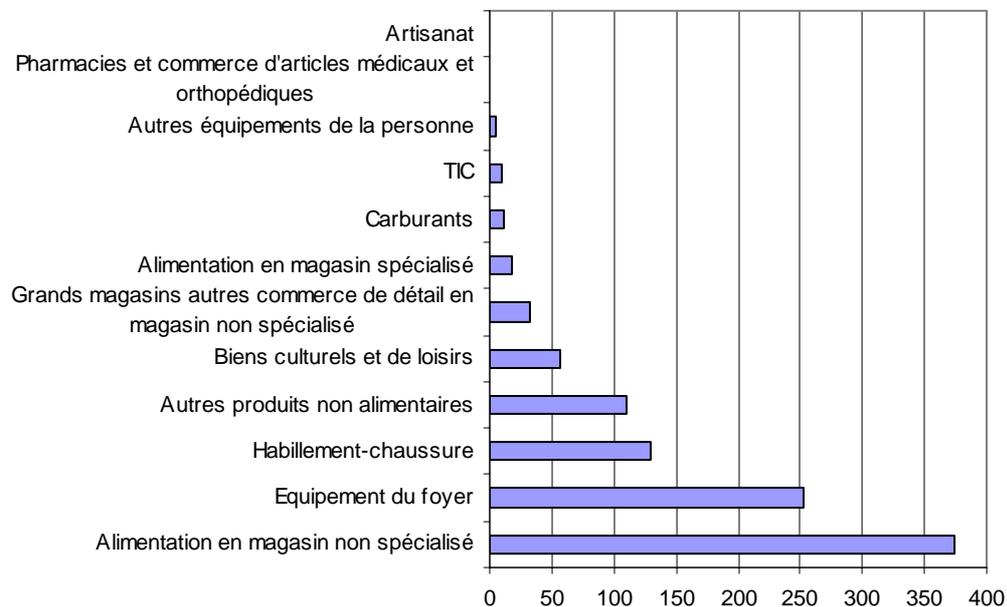
**Graphique 1** : Répartition du nombre de magasins de moins de 400 m<sup>2</sup> par secteur d'activité en 2008



Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2008

Lecture : sur 1 000 magasins de moins de 400 m<sup>2</sup>, 180 sont des magasins de l'habillement-chaussure.

**Graphique 2** : Répartition du nombre de magasins de plus de 400 m<sup>2</sup> par secteur d'activité en 2008



Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2008

Lecture : sur 1 000 magasins de plus de 400 m<sup>2</sup>, 250 sont des magasins de l'équipement du foyer.

## 1.1 - Le nombre de stations-service diminue toujours

Selon la Direction Générale de l'Énergie et du Climat (DGEC), on compte 12 333 points de vente de carburants à la fin de l'année 2009. Cela représente une perte de 374 points de vente, ce qui est un peu plus important qu'en 2008 (- 323 stations-services, d'après le chiffre définitif de 2008). Dans le même temps, le nombre de points de vente de carburants des grandes et moyennes surfaces s'est accru de 96 unités et celui des points de vente situés en bordure d'autoroute a légèrement diminué (perte d'une unité).

Depuis 30 ans, le parc automobile s'accroît, mais le nombre de distributeurs de carburants s'est fortement réduit : on dénombrait 40 400 points de vente en 1980, soit plus de trois fois plus qu'aujourd'hui. Leur implantation s'est beaucoup modifiée. Ainsi, 421 points de vente sont situés en bordure d'autoroute, contre 226 en 1980, et 4 833 sont implantés sur un site d'hypermarché ou de supermarché, contre 1 290 en 1980.

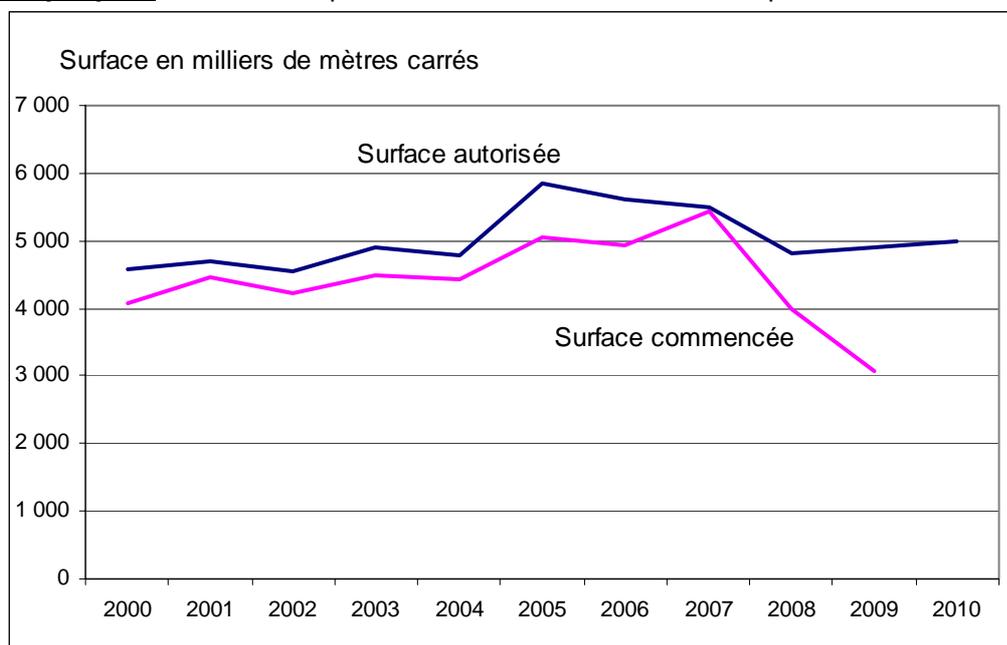
Le nombre de stations-services liées, d'une manière ou d'une autre, aux raffineurs diminue de 6,1 % en 2009. Elles ne représentent plus que 49 % des stations-services en 2009 (80 % en 2002). Les autres sont des indépendants qui s'approvisionnent auprès de grossistes en carburants.

## 1.2 - La construction de locaux du commerce

Avec 3,1 millions de m<sup>2</sup> en 2009, le recul des surfaces commerciales commencées à la construction est très net : la chute enregistrée en 2008 se poursuit (- 23,1 % après - 26,5 %). Ce recul paraît prendre en compte avec retard la baisse des surfaces autorisées enregistrée entre 2005 et 2008, et l'amplifier dans une période marquée par la récession. Depuis 2008, les surfaces autorisées progressent de nouveau légèrement (+ 2,0 % en 2009 puis + 2,1 % en 2010), dépassant à peine le niveau de la première moitié de la décennie. En 2010, elles sont proches de 5 millions de m<sup>2</sup>.

A la date de rédaction de ce rapport, les sources disponibles ne permettent pas encore d'analyser l'impact de l'entrée en vigueur de la LME sur la construction de surfaces commerciales.

**Graphique 3** : Surfaces de plancher commencées et autorisées pour l'ensemble du commerce



Note : surface de plancher hors œuvre nette tous usages : bureaux, entrepôts, vente, exposition, etc.  
Source : SoeS, Sit@del2 (France entière)

**Tableau 2** : Surfaces de plancher commencées et autorisées en milliers pour l'ensemble du commerce et évolution en % de 2007 à 2010

	2007	2008	2009	2010	2008/2007	2009/2008	2010/2009
Surface autorisée	5 480,4	4 802,6	4 897,0	4 999,6	-12,4	2,0	2,1
Surface commencée	5 434,5	3 996,5	3 072,2	nd	-26,5	-23,1	nd

Source : SoeS, Sit@del2 (France entière)

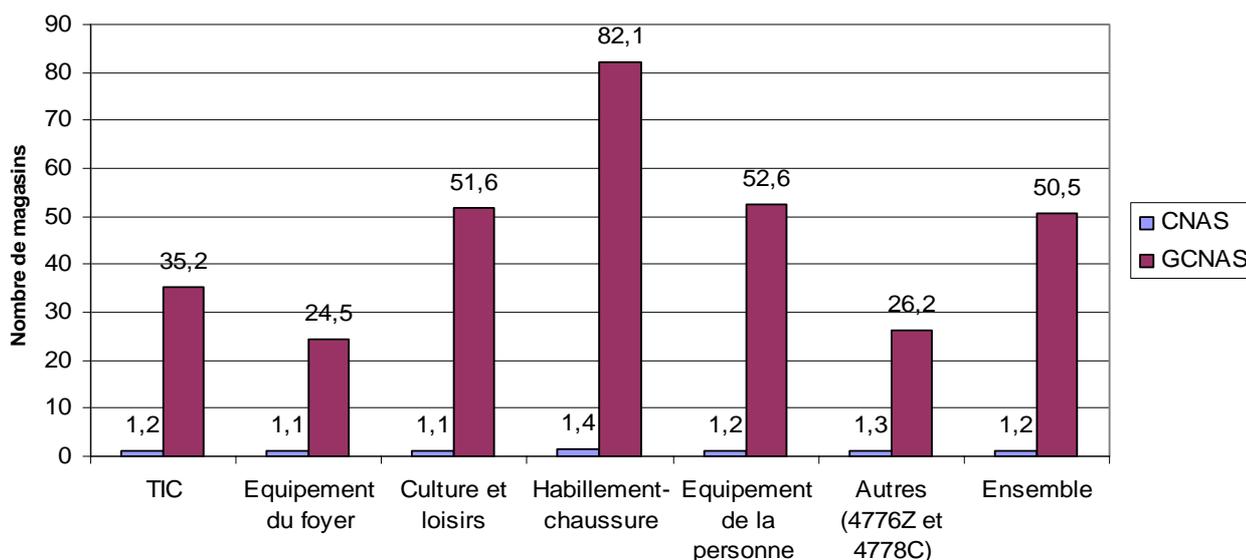
## 2 - L'équipement commercial dans le grand commerce<sup>70</sup>

En moyenne, les entreprises du grand commerce non alimentaire spécialisé ont un peu plus de 50 magasins. Les écarts sont importants entre sous-secteurs : de 24,5 magasins en moyenne pour les entreprises du grand commerce spécialisé dans l'équipement du foyer à 82,1 pour celles du grand commerce de l'habillement et de la chaussure. Sur l'ensemble du commerce de détail non alimentaire spécialisé, la moyenne dépasse à peine un magasin quel que soit le secteur.

Avec 82,1 magasins, le secteur de l'habillement-chaussure présente le nombre moyen de magasins par entreprises du grand commerce le plus élevé. Ceci s'explique par la présence dans ce secteur de très grosses enseignes succursalistes faisant partie du grand commerce. Hors du grand commerce, ce secteur comprend de nombreuses entreprises de petite taille souvent adhérentes à un réseau d'enseigne et qui réalisent une part importante du chiffre d'affaires du secteur. Par conséquent, malgré un nombre moyen de magasins par entreprises très important, la part du grand commerce s'élève à moins de 50 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur.

A l'inverse, pour le grand commerce spécialisé dans les secteurs des technologies de l'information et de la communication et de l'équipement du foyer, le nombre moyen de magasins s'élève respectivement à 35,2 et 24,5. Il s'agit de secteurs constitués d'entreprises détenant assez peu de magasins mais de grande taille expliquant ainsi la part importante que représente le grand commerce dans ces deux secteurs (57,9 et 51,8 % du chiffre d'affaires de leurs secteurs respectifs).

**Graphique 4 :** Nombre moyen de magasins par entreprises pour le grand commerce



Source : Insee-Ésane Comptes du commerce  
CNAS : commerce non alimentaire spécialisé  
GCNAS : grand commerce non alimentaire spécialisé

<sup>70</sup> On s'en tient ici à la définition traditionnelle du grand commerce non alimentaire spécialisé.

### 3 - L'équipement en grandes surfaces alimentaires (GSA)

#### 3.1 - Le nombre de GSA par département

Les GSA regroupent les catégories suivantes :

- les hypermarchés, d'une surface de vente supérieure ou égale à 2500 m<sup>2</sup> ;
- les supermarchés « classiques » d'une surface comprise entre 400 et 2500 m<sup>2</sup> ;
- les magasins de hard discount d'une surface comprise entre 400 et 2500 m<sup>2</sup> ;
- les « magasins multicommerces » (dénommés « magasins populaires » en Naf rév. 1).

Leur nombre de magasins est estimé à partir de plusieurs sources :

- le répertoire Sirene (semi-définitif 2010) ;
- l'enquête d'amélioration du répertoire Sirene menée en 2010, qui a permis de mettre à jour la codification de l'activité principale des établissements du répertoire Sirene, s'agissant des GSA ;
- les « contours de réseaux » constitués à la division Commerce de l'Insee dressent la liste des établissements appartenant aux plus grands réseaux d'enseignes ;
- les fichiers issus de la taxe sur les surfaces commerciales.

Ces sources ont été mises en cohérence lorsque cela est apparu nécessaire.

Les chiffres présentés dans le tableau 3 doivent néanmoins être considérés comme des estimations pour plusieurs raisons :

- le répertoire Sirene 2010 n'est pas définitif, et peut encore évoluer à la suite de la disponibilité de nouvelles données d'entreprises ;
- par construction, les différentes catégories de GSA reposent sur des seuils de surface de vente ; un supermarché de 2499 m<sup>2</sup> apparaîtra en hypermarché dans certaines sources, en supermarché dans d'autres sources ;
- Les magasins de hard discount ne sont pas isolés par la nomenclature d'activité Naf rév.2 ; ils ne peuvent être identifiés qu'à partir des contours de réseaux ou de l'enseigne du magasin ; celle-ci n'est pas toujours disponible. Il est rappelé que seuls les hard discounts d'une surface de plus de 400 m<sup>2</sup> font partie des GSA.

**Tableau 3** : Nombre de Grandes surfaces alimentaires par département

Départements		Nombre de Grandes surfaces alimentaires			
		Hypermarchés	Supermarchés	Hard Discount	"Magasins multicommerce"
1	Ain	20	48	34	1
2	Aisne	20	44	60	5
3	Allier	8	38	27	4
4	Alpes-de-Hte-Provence	6	19	11	1
5	Alpes (Hautes-)	5	23	9	1
6	Alpes-Maritimes	14	93	30	6
7	Ardèche	5	34	20	.
8	Ardennes	6	31	30	.
9	Ariège	3	24	15	.
10	Aube	8	30	30	2
11	Aude	12	26	33	2
12	Aveyron	8	35	15	2
13	Bouches-du-Rhône	34	109	123	10
14	Calvados	29	61	53	4
15	Cantal	3	16	9	.
16	Charente	14	34	21	1
17	Charente-Maritime	24	67	31	2
18	Cher	9	39	22	.
19	Corrèze	8	37	20	1
21	Côte-d'Or	17	62	40	1
22	Côtes-d'Armor	32	70	37	2
23	Creuse	4	17	8	1
24	Dordogne	15	51	33	1
25	Doubs	16	58	38	1
26	Drôme	16	33	35	1
27	Eure	24	56	49	1
28	Eure-et-Loir	13	44	38	.
29	Finistère	41	106	43	4
30	Gard	21	56	67	3
31	Garonne (Haute-)	27	101	72	3
32	Gers	6	24	15	.
33	Gironde	44	130	89	4
34	Hérault	30	75	76	5
35	Ille-et-Vilaine	44	87	53	4
36	Indre	5	33	13	.
37	Indre-et-Loire	20	63	31	3
38	Isère	26	83	56	3
39	Jura	6	46	23	1
40	Landes	16	49	24	.
41	Loir-et-Cher	9	35	19	1
42	Loire	16	57	46	2
43	Loire (Haute-)	4	25	11	.
44	Loire-Atlantique	55	93	59	1
45	Loiret	18	66	37	1
46	Lot	4	27	12	2
47	Lot-et-Garonne	15	29	26	.
48	Lozère	1	11	3	.
49	Maine-et-Loire	32	64	42	1
50	Manche	18	61	39	1

51	Marne	18	48	53	1
52	Marne (Haute-)	7	20	21	.
53	Mayenne	12	26	20	1
54	Meurthe-et-Moselle	22	46	78	3
55	Meuse	9	17	21	1
56	Morbihan	26	97	37	3
57	Moselle	37	80	139	1
58	Nièvre	9	28	19	2
59	Nord	61	205	242	4
60	Oise	32	55	66	2
61	Orne	13	22	24	1
62	Pas-de-Calais	34	153	177	3
63	Puy-de-Dôme	11	60	38	1
64	Pyrénées-Atlantiques	17	68	35	1
65	Pyrénées (Hautes-)	7	25	13	4
66	Pyrénées-Orientales	12	46	30	1
67	Rhin (Bas-)	34	109	68	3
68	Rhin (Haut-)	23	68	56	1
69	Rhône	24	105	63	8
70	Saône (Haute-)	10	30	24	2
71	Saône-et-Loire	16	58	52	1
72	Sarthe	28	52	49	1
73	Savoie	12	51	23	2
74	Savoie (Haute-)	20	79	26	6
75	Paris	8	224	33	54
76	Seine-Maritime	34	98	94	4
77	Seine-et-Marne	30	105	76	4
78	Yvelines	27	103	48	5
79	Sèvres (Deux-)	15	36	18	.
80	Somme	18	60	59	3
81	Tarn	14	23	28	2
82	Tarn-et-Garonne	7	27	21	1
83	Var	23	96	58	2
84	Vaucluse	19	41	39	.
85	Vendée	37	50	27	2
86	Vienne	14	35	28	2
87	Vienne (Haute-)	12	50	20	1
88	Vosges	14	49	57	1
89	Yonne	16	36	30	1
90	Belfort (Territoire de)	5	11	10	1
91	Essonne	28	81	74	4
92	Hauts-de-Seine	13	114	26	25
93	Seine-Saint-Denis	22	78	58	13
94	Val-de-Marne	19	91	40	14
95	Val-d'Oise	21	69	55	5
97	DOM	28	147	.	4
2A	Corse-du-Sud	5	18	.	1
2B	Haute-Corse	6	22	.	.
<b>Total</b>		<b>1760</b>	<b>5732</b>	<b>4000</b>	<b>291</b>

Sources : répertoire Sirene, enquête d'amélioration du répertoire 2010, Contours de réseaux, Tascam  
Calculs Insee

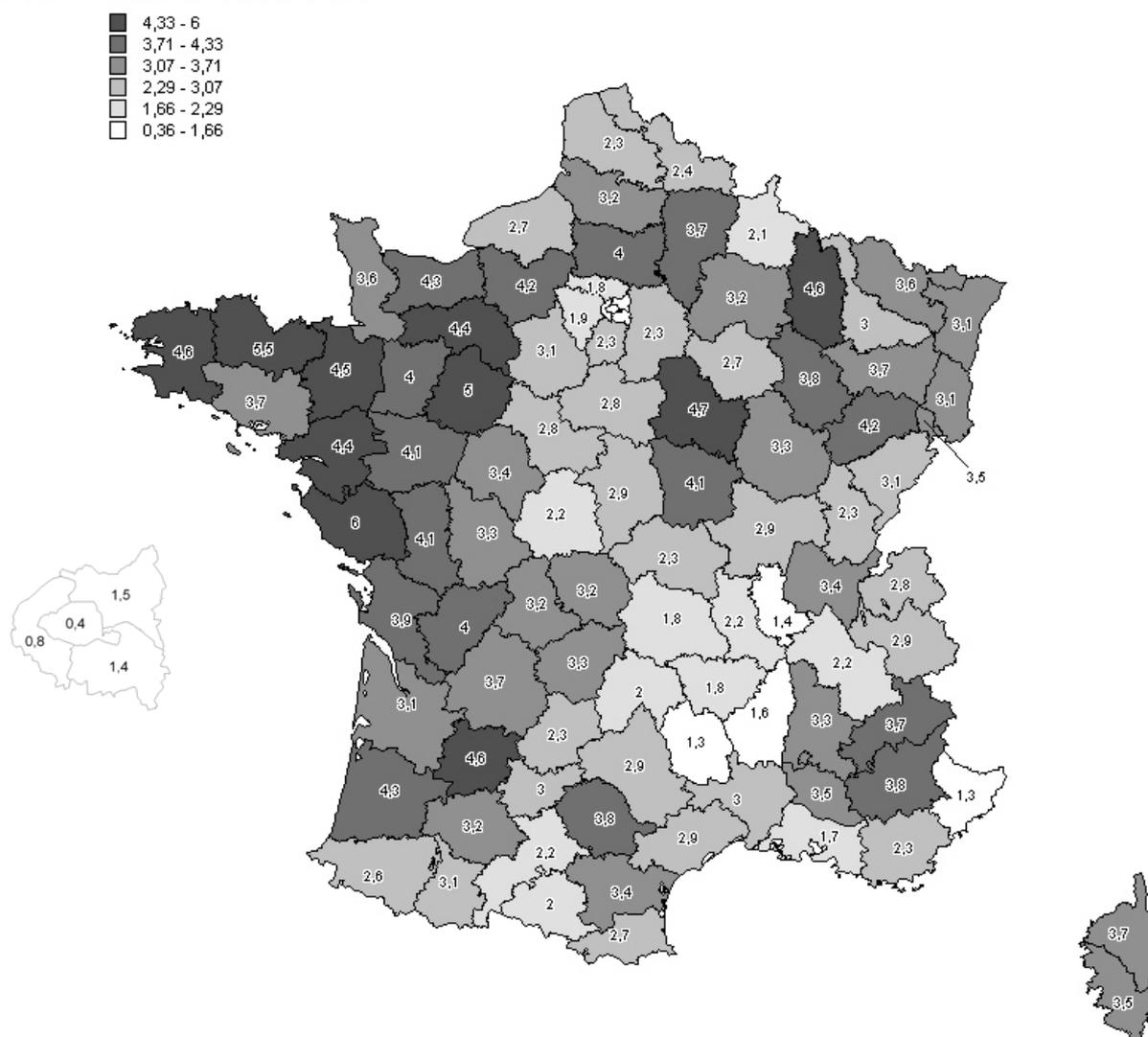
### 3.2 - Densité en GSA par département

Pour compléter l'analyse locale de l'équipement commercial, on a rapporté le nombre de magasins à la population de chaque département.

Les cartes suivantes montrent ainsi la densité en GSA par département (en nombre de magasins pour 100 000 habitants).

En regard du nombre total de GSA pour 100000 habitants, est cartographié le nombre de salariés des GSA pour 100 000 habitants, qui permet de prendre en compte l'hétérogénéité de la taille des magasins dans le calcul de la densité en GSA.

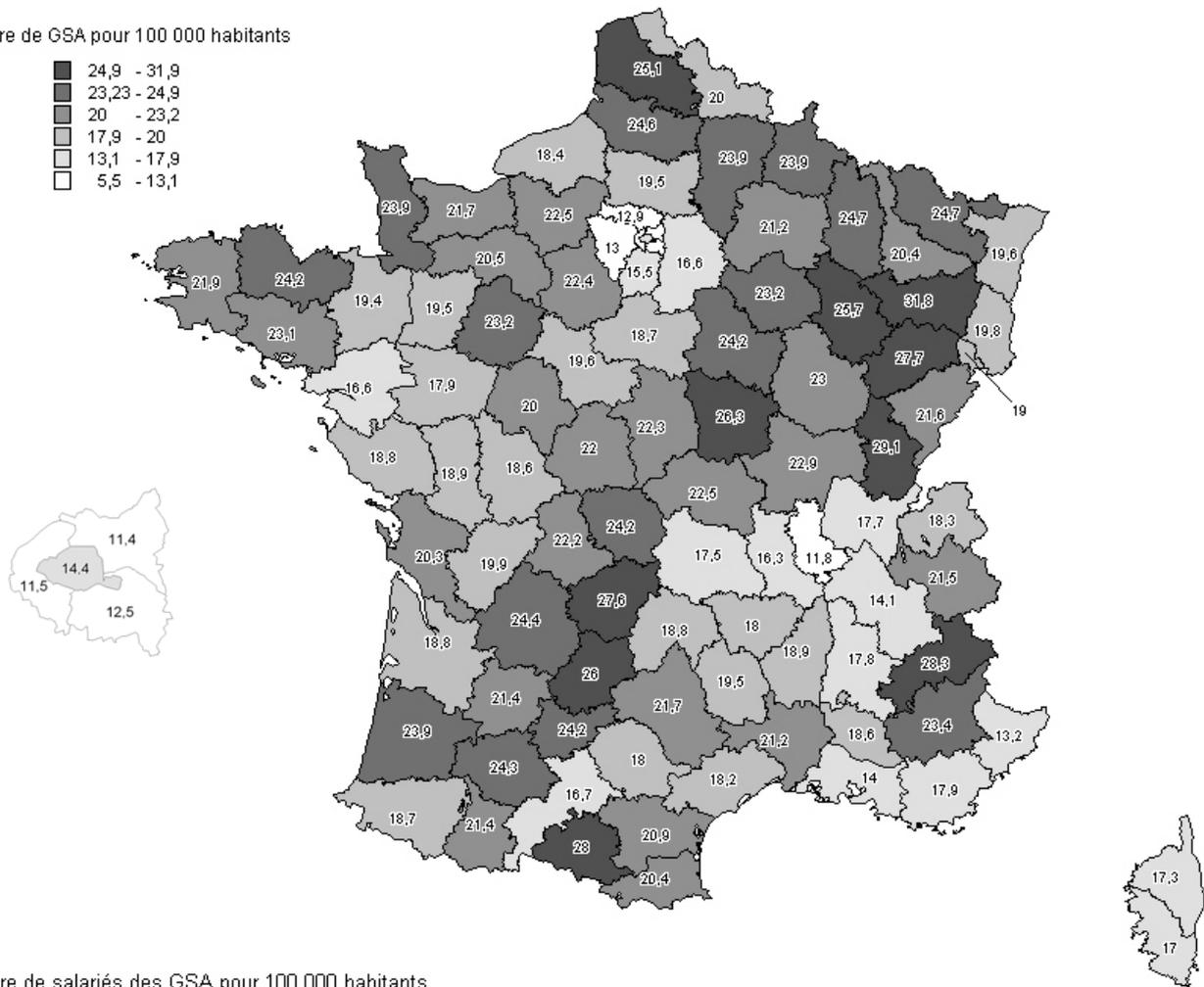
Nombre d'hypermarchés pour 100 000 habitants





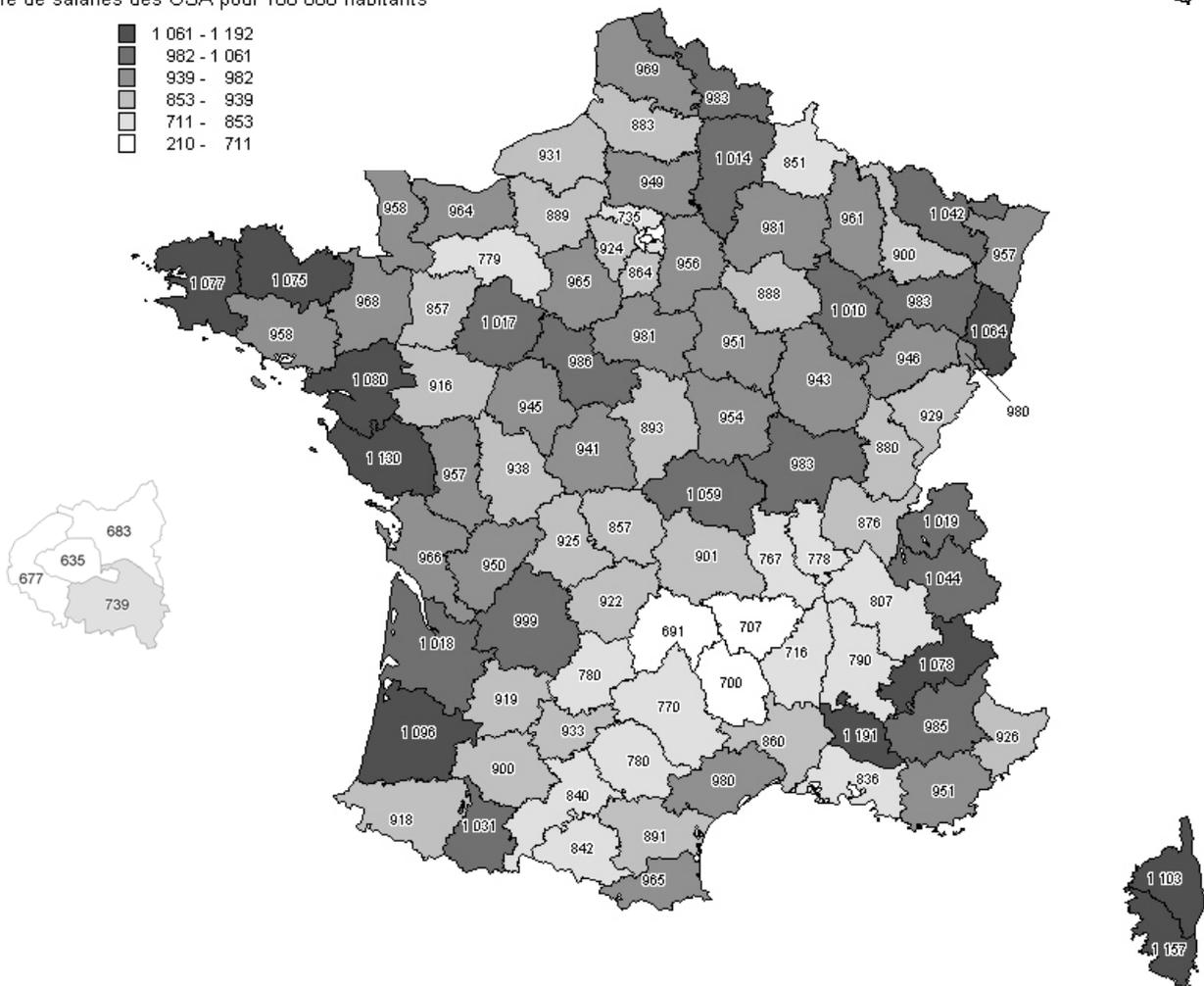
Nombre de GSA pour 100 000 habitants

- 24,9 - 31,9
- 23,23 - 24,9
- 20 - 23,2
- 17,9 - 20
- 13,1 - 17,9
- 5,5 - 13,1



Nombre de salariés des GSA pour 100 000 habitants

- 1 061 - 1 192
- 982 - 1 061
- 939 - 982
- 853 - 939
- 711 - 853
- 210 - 711



# CHAPITRE V : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION AUTOMOBILE

En 2010, les ventes au détail toutes taxes comprises de l'ensemble du commerce et réparation automobile<sup>71</sup> atteignent 112,8 milliards d'euros (tableau 1), soit une augmentation en valeur de 2,9 %. Elles progressent de 1,2 % en volume (tableau 2).

Les ventes du principal secteur, celui du commerce de véhicules automobiles, ont une progression un peu moins soutenue qu'en 2009 avec + 1,5 % en volume (+ 1,9 % en 2009). Ce sont les ventes de pièces détachées et d'équipements automobile qui enregistrent la meilleure performance (+ 5,4 % pour le gros et + 3 % pour le détail), le secteur de l'entretien et réparation de véhicules automobiles restant au niveau de 2009.

Le secteur emploie 379 000 salariés au 31 décembre 2010 ce qui marque une légère progression annuelle (+ 0,6 %) après deux années de forte baisse. Entre décembre 2007 et décembre 2010, il a perdu 12 000 salariés.

On estime à 83 600 le nombre d'entreprises dans le secteur du commerce et réparation automobile au 1<sup>er</sup> janvier 2010, 8,5 % de plus qu'un an plus tôt.

**Tableau 1 :** Évolution en % des ventes au détail du commerce et réparation automobile - en valeur T.T.C.

Activités	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009sd	2010p	Valeur 2010p ( en G € )
Commerce de véhicules automobiles	7,3	1,3	-0,2	5,5	7,1	1,6	6,4	-0,4	1,8	2,5	80,1
Entretien et réparation de véhicules automobiles	5,2	5,6	3,1	7,3	2,4	4,3	4,1	1,8	-3,6	3,5	20,4
Commerce de gros d'équipements automobiles	1,9	6,8	5,1	-0,4	7,9	6,4	4,2	0,8	-5,6	7,2	1,1
Commerce de détail d'équipements automobiles	1,0	1,6	4,1	-1,2	8,4	1,5	4,6	2,0	1,3	5,7	8,6
Commerce et réparation de motocycles	3,9	1,4	1,8	5,0	-3,3	3,9	1,4	0,7	-7,6	-0,4	2,5
<b>ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>6,5</b>	<b>2,1</b>	<b>0,7</b>	<b>5,5</b>	<b>5,9</b>	<b>2,3</b>	<b>5,7</b>	<b>0,2</b>	<b>0,4</b>	<b>2,9</b>	<b>112,8</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

**Tableau 2 :** Évolution en % des ventes au détail du commerce et réparation automobile - en volume T.T.C.

Activités	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009sd	2010p
Commerce de véhicules automobiles	6,3	-0,2	-2,3	3,0	5,4	0,0	3,9	-2,6	1,9	1,5
Entretien et réparation de véhicules automobiles	3,3	2,8	-0,2	3,1	-1,8	0,8	0,4	-3,3	-4,0	-0,3
Commerce de gros d'équipements automobiles	0,2	4,7	3,2	-4,1	5,1	3,5	0,6	-2,8	-7,6	5,4
Commerce de détail d'équipements automobiles	-0,1	0,0	2,6	-4,9	5,5	-1,4	0,7	-2,2	-0,2	3,0
Commerce et réparation de motocycles	2,7	0,2	1,2	3,3	-4,1	3,1	-0,1	0,0	-8,5	-0,6
<b>ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>5,3</b>	<b>0,4</b>	<b>-1,5</b>	<b>2,6</b>	<b>3,7</b>	<b>0,2</b>	<b>2,9</b>	<b>-2,6</b>	<b>0,2</b>	<b>1,2</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

<sup>71</sup> Rappel : le commerce de carburant qui se trouvait dans le secteur du commerce et réparation automobile en ancienne nomenclature se trouve désormais avec le commerce de détail.

## 1 - Nouvelle progression du commerce de véhicules automobiles avant la disparition de la prime à la casse

En 2010, les ventes du **commerce de véhicules automobiles** (véhicules neufs, véhicules d'occasion et autres ventes) progressent de 1,5 % en volume. Elles avaient crû un peu plus vite en 2009 (+ 1,9 %) après avoir diminué de 2,6 % en 2008.

Ce secteur vend principalement des voitures particulières neuves et d'occasion, des pièces détachées et équipements automobiles, et des services d'entretien et réparation de véhicules automobiles. En 2010, les ventes profitent de la forte progression des commandes de voitures neuves au troisième trimestre.

### ▪ Véhicules particuliers neufs : forte progression des immatriculations en fin d'année

En 2010, les immatriculations de voitures particulières neuves baissent de 2,6 % par rapport à l'année précédente<sup>72</sup>. Mais le niveau atteint en 2009 avait été exceptionnel et le marché reste à un niveau supérieur à la moyenne des années 2000 à 2008.

Les trois premiers trimestres ont été fortement en repli par rapport à 2009, mais la perspective de la fin de la prime à la casse<sup>73</sup> et de l'abaissement des seuils d'émissions de CO<sub>2</sub> des voitures pour le calcul du bonus/malus écologique au 1er janvier 2011<sup>74</sup> ont stimulé les acheteurs. Conjuguée aux importantes offres promotionnelles proposées par les constructeurs automobiles, cette échéance a propulsé les commandes du quatrième trimestre à un niveau proche de leur record historique. La progression des immatriculations suivra avec un certain décalage, au premier trimestre de 2011.

Il semble que les clients les plus dynamiques n'aient pas été les particuliers, mais plutôt les professionnels : le canal des véhicules de démonstration est en forte croissance, comme celui des loueurs. Les achats de véhicules de collaborateurs sont également en hausse sensible<sup>75</sup>.

Comme en 2009, le marché est essentiellement porté par le succès des modèles de gammes économique et inférieure. Les voitures de type mini-citadines et citadines sont les plus vendues (57 % des ventes).

La part des véhicules diesel dans les immatriculations de voitures particulières neuves s'établit à 72,9 %, en hausse de 1,7 points par rapport à 2009, mais nettement moins élevée qu'en 2008 (77,4 %).

Les marques françaises représentent un peu plus de la moitié des immatriculations neuves, comme les années précédentes. En 2010, leur part reste proche du niveau de 2009 (53,6 % en 2010 et 53,9 % en 2009). Elle était descendue à son plus bas niveau en 2007 (51,8 %) pour remonter à 52,8 % en 2008.

Les voitures particulières neuves sont de moins en moins polluantes, leurs émissions moyennes de CO<sub>2</sub> s'élevant à 130,1g/km. Mais le ralentissement de la baisse de ce type de pollution se confirme. La part des voitures neuves émettant moins de 130g/km de CO<sub>2</sub> a augmenté moins rapidement que les années précédentes (+ 4,9 points contre + 9,2 points en 2009 et + 13,8 points en 2008).

### ▪ Voitures d'occasion : confirmation de la reprise

La reprise du marché des voitures d'occasion<sup>76</sup>, amorcée au troisième trimestre de 2009 se confirme en 2010 (+ 2,8 %) après deux années successives de baisse (- 2,8 % en 2009 et - 3,2 % en 2008). Le nombre de transactions enregistrées au quatrième trimestre 2010 dépasse le niveau trimestriel moyen observé depuis 5 ans. Le segment des voitures récentes (moins d'un an) retrouve de l'attrait et celui des véhicules de 4 à 5 ans, pour lesquels la décote est importante, subit une forte pression de la demande.

<sup>72</sup> Chiffres et statistiques n° 192, février 2011 – Commissariat général au développement durable

<sup>73</sup> La prime à la casse permet à l'acheteur d'un véhicule neuf dont les émissions sont inférieures ou égales à 155 gCO<sub>2</sub>/km de bénéficier d'une prime de 500 euros en contrepartie de la mise à la casse d'un véhicule de plus de dix ans. La commande doit avoir été passée avant le 31/12/2010.

<sup>74</sup> Le dispositif de bonus-malus, créé par le Grenelle de l'environnement (lancé en juillet 2007), vise à réduire les émissions de CO<sub>2</sub> : il récompense les acquéreurs de voitures neuves émettant le moins de CO<sub>2</sub> et pénalise ceux qui optent pour les modèles les plus polluants. Le bonus est appliqué depuis le 5 décembre 2007 et le malus est entré en vigueur le 1er janvier 2008 (depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009, les propriétaires de véhicules neufs émettant plus de 250 g de CO<sub>2</sub>/km doivent payer une taxe annuelle en plus du malus).

<sup>75</sup> Source : 3A DATA et l'Argus, janvier 2011

<sup>76</sup> Chiffres et statistiques n° 192, février 2011 – Commissariat général au développement durable

## 2 - Stabilité dans l'entretien-réparation, hausse des ventes dans l'équipement automobile

En volume, les ventes du secteur de l'entretien et réparation de véhicules automobiles sont stables.

La fiabilité croissante des véhicules joue dans ce sens, ainsi que la réduction du nombre d'accidents de la route : en 2010, le nombre d'accidents corporels recule d'environ 7 % et le nombre de tués de 6,5 % avec 3 995 morts dans l'année contre 16 000 il y a 30 ans<sup>77</sup>. Mais la raréfaction des interventions s'accompagne d'un coût unitaire plus élevé et le résultat du secteur progresse en valeur (+ 3,5 %).

En revanche, les ventes progressent nettement en volume dans les secteurs du commerce de gros et de détail d'**équipements automobiles** (respectivement + 5,4 % et + 3 %).

Les prix des équipements automobiles augmentent, dans le sillage du développement des équipements électroniques embarqués (GPS, lecteur vidéo...) entraînant les ventes en valeur. Le rebond atteint 7,2 % pour les ventes en gros d'équipement automobiles et 5,7 % pour les ventes au détail.

---

<sup>77</sup> Source : ONISR (Observatoire National Interministériel de Sécurité Routière), MEEDDAT.

### 3 - Le commerce et réparation de motocycles à la peine

Après le fort recul enregistré en 2009 (- 8,5 %), les ventes du commerce et réparation de motocycles (motos et scooters de plus de 50 CC) peinent à se stabiliser (- 0,6 %).

Les immatriculations de motocyclettes neuves fléchissent à nouveau et les achats de MP3 LT, les scooters à trois roues, ne parviennent pas à rétablir le volume des ventes à son niveau de 2009. Les prix, en très légère hausse, ne permettent pas d'éviter l'effritement des ventes en valeur.

#### **Encadré 1 : Révisions des ventes au détail du commerce et réparation automobile**

Révisions de l'évolution des ventes au détail du commerce et réparation automobile :

Les évolutions des ventes présentées sur l'année 2009 et 2010 sont **provisoires** (p). Elles sont issues des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations que remplissent les entreprises pour le paiement de la TVA. Par construction, le traitement des restructurations pour ces indices au moment des évaluations provisoires diffère légèrement du traitement effectué *in fine* sur les déclarations fiscales des entreprises.

Les évolutions de 2008 sont **définitives**. Elles reprennent les chiffres d'affaires calculés par l'Insee à partir des déclarations fiscales des entreprises et de leurs réponse à l'enquête structurelle annuelle.

Entre le rapport publié en décembre 2010 et celui de juin 2011, une révision importante intervient avec le changement de base des comptes nationaux et le passage à la nouvelle nomenclature d'activité (NAF rév.2). En particulier, le secteur du carburant passe de l'ensemble commerce et réparation automobile, à celui du commerce de détail en magasin spécialisé. Cf. annexes de méthode et définitions 1 et 2 pour davantage de précisions sur ces points.

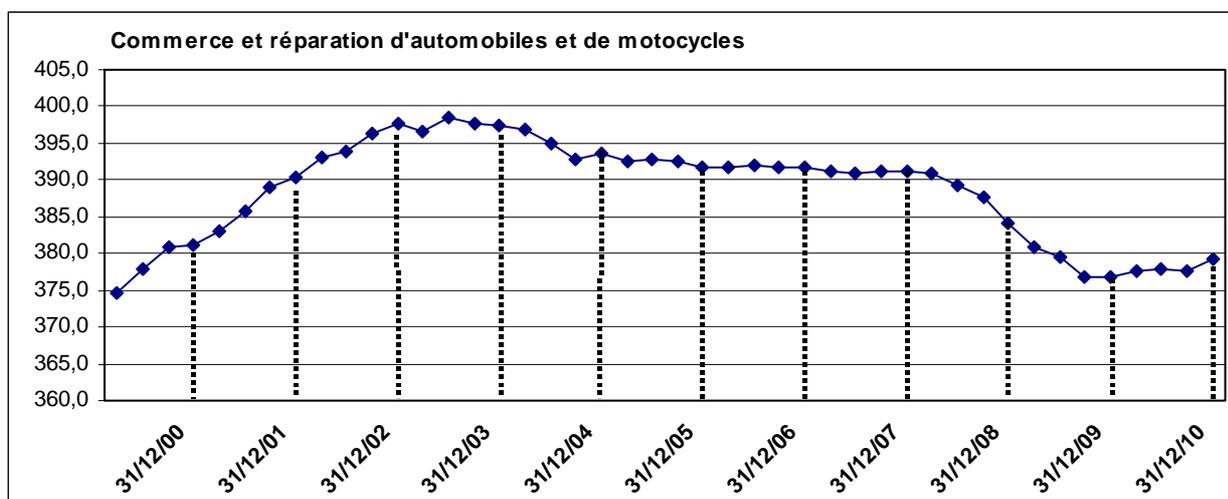
		2006	2007	2008	2009	2010
<b>Rapport de juin 2011 (base 2005)</b>	en valeur	+ 2,3 (r)	+ 5,7 (r)	+ 0,2 (def)	+ 0,4 (r)	+ 2,9 (p)
	en volume	+ 0,2 (r)	+ 2,9 (r)	- 2,6 (def)	+ 0,2 (r)	+ 1,2 (p)
<b>Rapports de juin et déc. 2010 (base 2000)</b>	en valeur	+ 2,5 (def)	+ 5,2 (def)	+ 1,3 (r)	- 1,7 (p)	
	en volume	+ 0,1 (def)	+ 2,6 (def)	- 2,9 (r)	- 0,6 (p)	
<b>Rapport déc. 2009 (base 2000)</b>	en valeur	+ 2,5 (def)	+ 5,2 (def)	+ 1,3 (p)		
	en volume	+ 0,1 (def)	+ 2,6 (def)	- 2,8 (p)		
<b>Rapport juin 2009 (base 2000)</b>	en valeur	+ 2,5 (def)	+ 5,0 (r)	+ 1,3 (p)		
	en volume	+ 0,1 (def)	+ 2,4 (r)	- 2,8 (p)		
<b>Rapport de décembre 2008 (base 2000)</b>	en valeur	+ 2,5 (def)	+ 5,2 (p)			
	en volume	+ 0,1 (def)	+ 2,6 (p)			
<b>Rapport de juin 2008 (base 2000)</b>	en valeur	+ 2,5 (r)	+ 4,7 (p)			
	en volume	+ 0,1 (r)	+ 2,0 (p)			
<b>Rapport de décembre 2007 (base 2000)</b>	en valeur	+ 1,8 (p)				
	en volume	- 0,5 (p)				

(def) données définitives      (r) données révisées ou semi-définitives      (p) données provisoires

## 4 - L'emploi salarié repart à la hausse dans le commerce et la réparation automobile

Au 31 décembre 2010, 379 000 salariés travaillent dans le secteur du commerce et de la réparation automobile. Ils représentent 13 % des salariés du commerce. Le nombre de salariés dans ce secteur a augmenté jusqu'en 2003 avant de diminuer régulièrement jusqu'en 2007. Depuis, la baisse s'est nettement accentuée en 2008 (- 1,8 %) et en 2009 (- 1,9 %). En 2010, le nombre de salariés repart timidement à la hausse. Le commerce automobile gagne 2 400 salariés (+ 0,6 %). En glissement annuel, entre décembre 2007 et décembre 2010, le secteur a perdu 12 000 salariés.

**Graphique 1 :** Évolution de l'emploi salarié trimestriel (en glissement annuel) dans le commerce et réparation automobile (en milliers)



Source : Insee - Estimations d'emploi

Avec 82 % d'hommes, le commerce et la réparation automobile est un secteur très masculin. Une part importante des salariés sont des ouvriers (42,6 %), et parmi eux, la majorité (74,7 %) sont des ouvriers qualifiés.

Le temps partiel est peu répandu dans le commerce et la réparation automobile : il concerne 9,7 % des salariés. Comme dans les autres secteurs, il concerne plus les femmes (25,6 %) que les hommes (6,1 %). Ce sont des temps partiels relativement courts : en moyenne, le nombre d'heures d'un salarié à temps partiel représente 53,7 % d'un temps plein.

## 5 - Le nombre de créations d'entreprises continue d'augmenter fortement en 2010

Après la très forte augmentation engendrée par le régime de l'auto-entrepreneur en 2009, le nombre de créations d'entreprises continue de progresser fortement en 2010 dans le secteur du commerce automobile (+ 20,6 %).

**Tableau 3 :** Nombre de créations d'entreprises et leur évolution en % entre 2007 et 2010

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Évolution en %		
	2007	2008	2009	2010	2008/2007	2009/2008	2010/2009
<b>Commerce de véhicules automobiles</b>	2 646	2 808	4 660	5 828	6,1	66,0	25,1
<b>Entretien et réparation de véhicules automobiles</b>	2 866	2 639	5 607	6 861	-7,9	112,5	22,4
<b>Commerce d'équipements automobiles</b>	658	618	1 097	1 115	-6,1	77,5	1,6
<b>Commerce et réparation de motocycles</b>	559	536	825	884	-4,1	53,9	7,2
<b>COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>6 729</b>	<b>6 601</b>	<b>12 189</b>	<b>14 688</b>	<b>-1,9</b>	<b>84,7</b>	<b>20,5</b>

Source : Insee - Sirène (France Entière)

On ne connaît pas encore suffisamment les cessations de l'année 2010 pour estimer le nombre d'entreprises au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Début 2010, le secteur du commerce et de la réparation automobile compte 83 600 entreprises (sociétés et entreprises individuelles), soit 8,5 % de plus qu'en 2009. Cette forte augmentation est due au régime d'auto-entrepreneur qui a dynamisé les créations d'entreprises en 2009. Cette progression concerne tous les sous-secteurs du commerce et de la réparation automobile.

**Tableau 4 :** Nombre d'entreprises en milliers au 1<sup>er</sup> janvier et évolution en % entre début 2007 et début 2010

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Évolution en %		
	2007	2008	2009	2010 (sd)	2008/2007	2009/2008	2010/2009
<b>Commerce de véhicules automobiles</b>	26,7	27,0	26,8	28,7	0,9	-0,6	7,0
<b>Entretien et réparation de véhicules automobiles</b>	35,6	36,4	37,6	41,4	2,3	3,3	9,9
<b>Commerce d'équipements automobiles</b>	6,8	6,9	7,0	7,6	1,8	1,3	7,9
<b>Commerce et réparation de motocycles</b>	5,2	5,3	5,5	5,9	3,1	3,9	6,7
<b>COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>74,3</b>	<b>75,7</b>	<b>77,0</b>	<b>83,6</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>	<b>8,5</b>

Source : Insee - Sirène (France Entière)

(sd) : Les années 2007-2009 sont définitives, l'année 2010 provisoire est calculée de façon à minimiser les variations de biais relatif à l'insuffisante connaissance des cessations à ce stade d'élaboration des statistiques d'entreprises

# ANNEXES - MÉTHODES ET DÉFINITIONS

---



## **ANNEXE I - Les comptes du commerce en base 2005**

Les comptes du commerce s'insèrent dans le dispositif d'ensemble des comptes nationaux français dont ils reprennent les concepts et définitions. Les comptes nationaux sont désormais publiés en « base 2005 ». Les séries du commerce suivent donc naturellement les modifications générées par ce changement de base.

Le passage à la base 2005 des comptes nationaux se caractérise par relativement peu de changements conceptuels mais par l'adoption d'une nomenclature d'activité et de produit revue aux niveaux mondial, européen et français et par la rénovation du processus de production des statistiques annuelles d'entreprises.

L'enveloppe globale du commerce est peu affectée par le changement de nomenclature : seuls les services de réparation d'articles personnels et domestiques sont retirés pour passer dans le secteur des services. A l'intérieur du commerce, la vente de carburant passe du commerce automobile vers le commerce de détail. Les autres modifications se font à l'intérieur des trois grands sous-secteurs, avec en particulier l'apparition dans le commerce de détail et dans le commerce de gros d'un groupe spécifique pour les ventes d'équipements de l'information et de la communication.

A l'occasion du changement de base, un reclassement sectoriel est réalisé pour un certain nombre d'entreprises. En particulier, de nombreuses entreprises autrefois classées en industrie dans les secteurs de la pharmacie ou de la parfumerie se trouvent désormais dans le commerce de gros. Le niveau des chiffres d'affaires de ces secteurs du commerce de gros est donc plus élevé qu'en base 2000. Au total, on estime que le chiffre d'affaire des secteurs commerciaux « gagne » ainsi de l'ordre de 30 milliards d'euros.

Par secteur fin il a été possible de tenir compte de ces deux effets, d'une part en utilisant des clés de passage données par l'EAE 2007 qui était disponible en Naf rév.1 et en Naf rév.2, d'autre part en évaluant l'impact des reclassements sectoriels à partir d'Ésane 2008. Les données antérieures ont pu être redressées en conséquence de façon à rétropoler les séries de ventes en valeur. Celles-ci sont obtenues en estimant l'évolution 2008/2007 à partir des évolutions sectorielles de chiffres d'affaires issues des déclarations de TVA (CA3) publiées. Dans ce rapport, elles sont donc présentées de 2000 à 2010. Pour les volumes, on trouvera seulement les années 2006 à 2010, les indices de prix en nouvelle nomenclature n'étant pas tous disponibles avant 2005.

L'impact du passage à un nouveau système d'information (Ésane) sur la statistique d'entreprise affecte aussi les niveaux des variables détaillées des comptes de résultat. Il apparaît nécessaire de disposer des données 2009 pour mieux assurer l'évaluation de cet effet. Ceci devrait pouvoir être réalisé pour la commission de décembre prochain.

## ANNEXE II - Le changement de nomenclature dans les secteurs du commerce

Pour une présentation détaillée de la nouvelle nomenclature d'activités, on se reportera utilement au site de l'Insee : [www.insee.gouv.fr](http://www.insee.gouv.fr)

Rubriques : -définitions et méthodes, puis  
-nomenclatures, puis  
-zoom sur la rubrique

### 1 - Les principaux changements

Les nomenclatures d'activités et de produits françaises, la NAF et la CPF, ont été révisées au 1<sup>er</sup> janvier 2008. Les révisions de la NAF et de la CPF ont fait l'objet d'une large concertation avec les représentants de l'ensemble des fédérations professionnelles.

La NAF rév2 et la CPF rév2 succèdent à la NAF rév1 et la CPF rév1 qui étaient en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2003. Cette opération s'inscrit dans un processus de révision d'ensemble des nomenclatures d'activités et de produits au niveau mondial, européen et français. La NAF est désormais strictement emboîtée dans la nomenclature européenne d'activités, la NACE rév2. La codification de la NAF s'effectue sur cinq positions : quatre chiffres et une lettre ; les quatre chiffres sont ceux de la classe européenne de la NACE, la lettre en cinquième position est propre à la sous-classe française.

#### 1.1 - Les changements dans les contours des activités

Les principales modifications sont les suivantes :

**Artisanat commercial** : division 10 en partie de la NAF rév. 2

- une partie des classes « charcuterie » et « cuisson de produits de boulangerie » a été transférée dans d'autres activités. La quasi-totalité des entreprises qui sortent du secteur passent dans l'activité « Préparation et cuisson de pizza à emporter ou à livrer » (5610C).

**Commerce et réparation automobile** : la division 45 associe le commerce de gros ou de détail de véhicules automobiles ou de motocycles et leur réparation ainsi que le commerce de gros ou de détail d'équipements automobiles.

- le commerce de véhicule automobile est éclaté entre commerce de véhicules automobiles légers (moins de 3,5t) (4511Z) et commerce d'autres véhicules automobiles (4519Z) ; la même distinction est retenue pour l'entretien et la réparation ;
- le commerce de détail de carburants en magasin spécialisé quitte le commerce automobile pour rejoindre le commerce de détail (4730Z).

**Commerce de gros et intermédiaires** : la division 46 couvre le commerce de gros (hors automobile) en distinguant intermédiaires et grossistes

- les centrales d'achat de carburant (4612A) sont isolées des autres centrales d'achats non alimentaires (4619A) ;
- le commerce de gros de bois et celui de matériaux de construction sont regroupés (4673A) ; en revanche, le commerce de gros d'appareils sanitaires relève d'une autre activité (4673B), à laquelle appartient le commerce de gros de produits de décoration (papiers peints et revêtements de sol).

**Commerce de détail** : la division 47 recouvre le commerce de détail (hors automobiles)

- l'ancienne activité de « commerce de détail divers en magasin spécialisé » est éclatée dans cinq nouvelles NAF, notamment le commerce de détail d'ordinateurs, unités périphériques et logiciels (4741Z), le commerce de détail de matériels de télécommunication (4742Z)... ;
- l'ancienne activité de « commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision » est éclatée dans quatre nouvelles NAF, notamment le commerce de détail de matériels audio et vidéo (4743Z), le commerce de détail d'appareils électroménagers (4754Z), le commerce de détail d'enregistrement musicaux et vidéo (4763Z) ;
- le « commerce hors magasin », toujours séparé du « commerce en magasin », est éclaté dorénavant en 2 groupes (« éventaires et marchés » et « autres commerces hors magasin ») ; le commerce de détail non alimentaire sur éventaires et marchés est éclaté entre d'une part le textile, l'habillement et les chaussures (4782Z) et d'autre part les autres commerces non alimentaires (4789Z). Des activités classées en services en NAF rév1 sont intégrées au commerce de détail hors magasin : il s'agit des ventes aux enchères hors Internet, classées en 748K « services annexes à la production » en NAF rév1

qui rejoignent le commerce de détail de biens d'occasion (4779Z) en NAF rév2 ; les ventes aux enchères par Internet (748K) intègrent le commerce de vente à distance spécialisé et général (4791B et 4791A).

- la réparation d'articles domestiques quitte le commerce pour aller dans les services.

## 1.2 – Les changements de dénomination et de regroupements

Les principales modifications sont les suivantes :

- pour les activités de commerce de gros, il est ajouté entre parenthèses la mention « commerce interentreprises » ;
- la dénomination « magasins populaires » étant obsolète, elle est remplacée par l'intitulé « magasins multi-commerces » (4711E).
- l'appellation « vente par correspondance » ne représentant plus totalement l'activité, la dénomination de cette sous-classe devient « vente à distance » (4791A et 4791B).
- Dans le commerce de gros et le commerce de détail, apparaissent des regroupements spécifiques pour les activités de ventes d'équipements de l'information et de la communication. Celles-ci sortent du commerce de gros de biens de consommation non alimentaires et d'équipements industriels, et du commerce de détail en magasin spécialisé.

## 1.3 - Les changements dans les principes de détermination de l'activité principale (APE)

Les principales modifications sont les suivantes :

- le « commerce de gros non spécialisé » est séparé du « commerce de gros spécialisé » en fonction du nombre de gammes commerciales (alors qu'auparavant, le classement se faisait sur la base de la déclaration de l'entreprise) ;
- dans le commerce de détail, les « biens d'occasion » ne sont plus isolés dans un groupe séparé ;
- le « commerce de détail non spécialisé » est toujours séparé du « commerce de détail spécialisé », en fonction du nombre de gammes commerciales mais ces gammes sont redéfinies, une gamme étant représentée par une classe NACE ; les différents groupes spécialisés sont au même niveau, alors qu'auparavant, on séparait l' « alimentaire » du « non-alimentaire », puis à l'intérieur de ces derniers la « pharmacie et la parfumerie » du reste. Cela veut dire que pour être spécialisé en alimentaire, il suffit maintenant que le chiffre d'affaires du groupe alimentaire soit plus important que celui de chaque groupe non-alimentaire et non plus que celui de l'ensemble du non-alimentaire.

## 1.4 - Les changements dans le classement des donneurs d'ordre

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

Au sens de la NAF rév 2, une entreprise qui possède les principales matières premières et qui sous-traite l'ensemble du processus de production industrielle à une autre unité est considérée comme donneur d'ordre et relève de l'industrie manufacturière. En revanche, une entreprise qui ne possède pas les principales matières premières et qui sous-traite l'ensemble du processus de production industrielle à une autre unité n'est pas considérée comme donneur d'ordre et relève du commerce, si c'est sa seule activité.

Ainsi, une entreprise (industrielle en NAF rév1) qui conçoit un produit et le vend, mais le fait fabriquer par un sous-traitant

- sera en NAF rév2 industrielle si elle possède la matière première (son sous-traitant aussi, mais lui rendra un service industriel) ;
- sera en NAF rév2 commerçante (voire entreprise de services, si la partie conception est plus importante que la partie vente) dans le cas contraire. Le sous-traitant, lui, est industriel.

Une entreprise (commerciale en NAF rév1) qui commercialise des produits fabriqués par une autre entreprise sous une marque de distributeur (avec un cahier des charges spécifique...)

- sera en NAF rév2 industrielle, si elle possède les matières premières ;
- restera en NAF rév2 commerçante dans le cas contraire.

Ces changements devraient affecter principalement le commerce de gros de la pharmacie et de la parfumerie où sont reclassées des unités précédemment classées dans l'industrie.

## 2 - Les principes retenus pour l'évaluation de l'impact de ces changements

Le passage à la NAF rév2 introduit une rupture dans le suivi des secteurs d'activité. Pour assurer une continuité des séries, l'enquête annuelle d'entreprises relative à l'exercice 2006 a reposé sur une nomenclature intermédiaire d'activités, qui a permis de recueillir des données en ancienne et en nouvelle nomenclature. La division commerce a établi à partir de ces observations et des données collectées en NAF rév2 dans l'enquête annuelle d'entreprise, une clé de répartition (en termes de chiffre d'affaires ou de nombre d'entreprises) qui régit le passage de l'ancienne à la nouvelle nomenclature.

## 3 - L'impact

Cette partie présente la plupart des secteurs qui ont été affectés par le changement de nomenclature

### COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE

naf rev1	naf rev2	Intitulé de poste rev1	Intitulé de poste rev2	Part dans l'ancien secteur ( NAF rév.1) en nombre d'entreprises	Part dans l'ancien secteur (NAF rév.1) en chiffre d'affaires	Remarques
501Z	4511Z	Commerce de véhicules automobiles	Commerce de voitures et de véhicules automobiles légers	85%	91%	Le commerce et réparation d'automobiles dans la nouvelle nomenclature prend en compte la notion de véhicules légers et d'autres véhicules
501Z	4519Z	Commerce de véhicules automobiles	Commerce d'autres véhicules automobiles	8%	8%	
501Z	4520A	Commerce de véhicules automobiles	Entretien et réparation de véhicules automobiles légers	7%	1%	
501Z	4520B	Commerce de véhicules automobiles	Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles	0%	0%	
502Z	4520A	Entretien et réparation de véhicules automobiles	Entretien et réparation de véhicules automobiles légers	87%	89%	Le commerce et réparation d'automobiles dans la nouvelle nomenclature prend en compte la notion de véhicules légers et d'autres véhicules
502Z	4520B	Entretien et réparation de véhicules automobiles	Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles	12%	10%	
502Z	5221Z	Entretien et réparation de véhicules automobiles	Services auxiliaires des transports terrestres	1%	1%	
505Z	4730Z	Commerce de détail de carburants	Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé	100%	100%	Le commerce de détail de carburants ne fait plus partie du commerce automobile. Ce secteur a été intégré dans le commerce de détail spécialisé

Lecture : activité 501Z : 85% des entreprises ayant une activité principale en « commerce de véhicules automobiles », en NAF rév1, sont passées dans une activité de « commerce de voitures et de véhicules automobiles légers », en NAF rév2, avec le nouveau code 4511Z. Ces 85% d'entreprises représentent 91% du chiffre d'affaires du secteur 501Z.

**COMMERCE DE GROS ET INTERMÉDIAIRES DU COMMERCE**

naf rev2	naf rev1	Intitulé de poste rev1	Intitulé de poste rev2	Part du nombre d'entreprises du secteur	Part de chiffre d'affaires du secteur	Remarques
511U	4612A	Centrales d'achats non alimentaires	Centrales d'achat de carburant	1%	61%	La distinction entre centrale de carburant et autres centrales non alimentaires est désormais visible dans la nomenclature.
511U	4619A	Centrales d'achats non alimentaires	Centrales d'achat non alimentaires	99%	39%	
514F	4643Z	Commerce de gros d'appareils électroménagers et de radios et télévisions	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils électroménagers	84%	70%	Dans ce secteur les appareils d'éclairage sont mis à part pour rejoindre le secteur du commerce de gros de meubles et tapis. On distingue aussi les appareils électroménagers qui forment un secteur à part entière. Le reste intégrant le commerce de gros lié à l'électronique et la télécommunication
514F	4647Z	Commerce de gros d'appareils électroménagers et de radios et télévisions	Commerce de gros (commerce interentreprises) de meubles, de tapis et d'appareils d'éclairage	5%	2%	
514F	4652Z	Commerce de gros d'appareils électroménagers et de radios et télévisions	Commerce de gros (commerce interentreprises) de composants et d'équipements électroniques et de télécommunication	11%	27%	
514H	4644Z	Commerce de gros de vaisselle et verrerie de ménage	Commerce de gros (commerce interentreprises) de vaisselle, verrerie et produits d'entretien	80%	67%	On distingue désormais les produits de vaisselle, verrerie pour les rapprocher des produits d'entretiens. Le reste intégrant le commerce de gros d'autres biens domestiques.
514H	4649Z	Commerce de gros de vaisselle et verrerie de ménage	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres biens domestiques	20%	33%	
514J	4644Z	Commerce de gros de produits pour l'entretien et l'aménagement de l'habitat	Commerce de gros (commerce interentreprises) de vaisselle, verrerie et produits d'entretien	89%	85%	En nouvelle nomenclature les produits liés à l'aménagement de l'habitat et les produits d'entretiens sont distingués. Les produits d'entretien sont rapprochés du commerce de gros de vaisselle et verrerie.
514J	4673B	Commerce de gros de produits pour l'entretien et l'aménagement de l'habitat	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils sanitaires et de produits de décoration	11%	15%	

514S	4643Z	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils électroménagers	2%	10%	La définition de nouveaux secteurs en nouvelle nomenclature redéfinit le secteur « autres commerce de gros de biens de consommation ». Les entreprises sont donc réallouées dans les secteurs correspondants à leurs activités principales
514S	4647Z	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) de meubles, de tapis et d'appareils d'éclairage	3%	9%	
514S	4648Z	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'articles d'horlogerie et de bijouterie	3%	5%	
514S	4649Z	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres biens domestiques	92%	75%	
514S	4673B	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils sanitaires et de produits de décoration	1%	1%	
515F	4673A	Commerce de gros de matériaux de construction et d'appareils sanitaires	Commerce de gros (commerce interentreprises) de bois et de matériaux de construction	76%	83%	Les secteurs de matériaux de construction et d'appareils sanitaires sont différenciés en nouvelle nomenclature
515F	4673B	Commerce de gros de matériaux de construction et d'appareils sanitaires	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils sanitaires et de produits de décoration	24%	17%	
515L	4675Z	Commerce de gros de produits chimiques	Commerce de gros (commerce interentreprises) de produits chimiques	95%	93%	En nouvelle nomenclature les matières plastiques et caoutchouc sont distingués des produits chimiques pour être intégrés dans « autres produits intermédiaires »
515L	4676Z	Commerce de gros de produits chimiques	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres produits intermédiaires	5%	7%	
518H**	4665Z	Commerce de gros d'autres machines et équipements de bureau	Commerce de gros (commerce interentreprises) de mobilier de bureau	33%	20%	Les produits de mobilier de bureaux et d'équipement de bureaux sont différenciés, en nouvelle nomenclature
518H**	4666Z	Commerce de gros d'autres machines et équipements de bureau	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres machines et équipements de bureau	67%	80%	

**\*\* Note de lecture :**

activité 518H : 33% des entreprises ayant une activité principale en « Commerce de gros d'autres machines et équipements de bureau », en NAF rév1, sont passées dans une activité de « Commerce de gros (commerce interentreprises) de mobilier de bureau », en NAF rév2, avec le nouveau code 4665Z. Ces 33% d'entreprises représentent 20% du chiffre d'affaires du secteur 518H.

## COMMERCE DE DÉTAIL ET RÉPARATIONS

naf rev1	naf rev2	Intitulé de poste rev1	Intitulé de poste rev2	Part du nombre d'entreprises du secteur	Part de chiffre d'affaires du secteur	Remarques
522P	4721Z	Commerces de détail alimentaires spécialisés divers	Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé	14%	16%	Les fruits et légumes ont été élargis aux fruits secs. Ces fruits concernent 14% des commerces de détail alimentaires spécialisés divers
522P	4729Z	Commerces de détail alimentaires spécialisés divers	Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé	86%	84%	
524J	4753Z	Commerce de détail d'équipement du foyer	Commerce de détail de tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols en magasin spécialisé	7%	3%	Le commerce de détail de revêtement a été élargi aux produits de voilages et rideaux
524J	4759B	Commerce de détail d'équipement du foyer	Commerce de détail d'autres équipements du foyer	93%	97%	
524L	4743Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail de matériels audio et vidéo en magasin spécialisé	27%	30%	« Le commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et télévision » a été subdivisé en « audio et vidéo » d'une part, en « enregistrement musicaux et vidéo » et en « électroménagers spécialisé » d'autres part. Cette distinction permet de mieux cibler les produits vendus dans ce secteur
524L	4754Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé	48%	41%	
524L	4759B	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail d'autres équipements du foyer	10%	3%	
524L	4763Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé	15%	26%	
524R	4761Z	Commerce de détail de livres, journaux et papeterie	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé	66%	60%	Les livres et les journaux ont été séparés dans la nouvelle nomenclature
524R	4762Z	Commerce de détail de livres, journaux et papeterie	Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé	34%	40%	
524T	4778A	Commerce de détail d'optique et de photographie	Commerces de détail d'optique	96%	98%	L'optique et la photographie ont été séparés dans la nouvelle nomenclature
524T	4778C	Commerce de détail d'optique et de photographie	Autres commerces de détail spécialisés divers	4%	2%	

524W	4764Z	Commerce de détail d'articles de sport et de loisir	Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé	96%	98%	Les articles de sport ont rejoint pour 96% d'entre eux le commerce d'articles de sport <b>spécialisé</b> . Avant, ce secteur comprenait le sport et le loisir
524W	4778C	Commerce de détail d'articles de sport et de loisir	Autres commerces de détail spécialisés divers	4%	2%	
524Z	4741Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé	15%	22%	Toutes les activités du « commerce de détail divers » ont été affinées. Certaines gammes de produits ont été mieux précisées notamment dans le secteur de l'électronique. Désormais on retrouve le commerce d'ordinateurs et de télécommunication comme secteur à part entière
524Z	4742Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de matériels de télécommunication en magasin spécialisé	6%	7%	
524Z	4759A	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de meubles	1%	0%	
524Z	4765Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de jeux et jouets en magasin spécialisé	9%	14%	
524Z	4776Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé	5%	4%	
524Z	4778C	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Autres commerces de détail spécialisés divers	64%	53%	
524Z	4778C	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Autres commerces de détail spécialisés divers	64%	53%	
526 <sup>E*</sup>	4782Z	Commerce de détail non alimentaire sur éventaires et marchés	Commerce de détail de textiles, d'habillement et de chaussures sur éventaires et marchés	36%	32%	La part importante que représentent le textile et les chaussures sur les éventaires et marchés est désormais prise en compte dans la nomenclature. L'habillement et les chaussures concernent 36% du commerce sur éventaires et marchés
526E	4789Z	Commerce de détail non alimentaire sur éventaires et marchés	Autres commerces de détail sur éventaires et marchés	64%	68%	

\* *Note de lecture* :

activité 526E : 36% des entreprises ayant une activité principale en « commerce de détail non alimentaire sur éventaire et marchés », en NAF rév1, sont passées dans une activité de « Commerce de détail de textiles, habillement et de chaussures sur éventaires et marchés », en NAF rév2, avec le nouveau code 4782Z. Ces 36% d'entreprises représentent 32% du chiffre d'affaires du secteur 526E.

## **ANNEXE III - Définition du champ du commerce et des activités artisanales à caractère commercial**

La définition est donnée par référence à la nomenclature d'activité NAF Rév.2 (nouvelle nomenclature)  
Les intitulés des différents postes de la nomenclature présentés ici sont synthétiques ; la formulation précise et officielle se trouve sur le site de l'Insee, à l'adresse suivante :  
<http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/naf2008/naf2008.htm>

### **ENSEMBLE DU COMMERCE (NAF 45, 46, 47)**

#### **NAF rév. 2 Intitulés**

---

### **45 Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles**

---

#### **45.1 Commerce de véhicules automobiles**

45.11Z Commerce de voitures et véhicules automobiles légers

45.19Z Commerce d'autres véhicules automobiles

#### **45.2 Entretien et réparation de véhicules automobiles**

45.20A Entretien et réparation de véhicules automobiles légers

45.20B Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles

#### **45.3 Commerce d'équipements automobiles**

45.31Z Commerce de gros d'équipements automobiles

45.32Z Commerce de détail d'équipements automobiles

#### **45.4 Commerce et réparation de motocycles**

45.40Z Commerce et réparation de motocycles

---

### **46 Commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motocycles**

---

#### **46.1 Intermédiaires du commerce de gros**

46.11Z Matières premières agricoles, animaux vivants, textiles et produits semi-finis

46.12A Centrales d'achat de carburant

46.12B Combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques

46.13Z Bois et matériaux de construction

46.14Z Machines, équipements industriels, navires et avions

46.15Z Meubles, articles de ménage et quincaillerie

46.16Z Textiles, habillement, fourrures, chaussures et articles en cuir

46.17A Centrales d'achat alimentaires

46.17B Denrées, boissons et tabac

46.18Z Spécialisés dans le commerce d'autres produits spécifiques

46.19A Centrales d'achat non alimentaires

46.19B Autres intermédiaires du commerce en produits divers

#### **46.2 Commerce de gros de produits agricoles bruts et d'animaux vivants**

46.21Z Céréales, tabac non manufacturé, semences, aliments pour le bétail

46.22Z Fleurs et plantes

46.23Z Animaux vivants

46.24Z Cuirs et peaux

#### **46.3 Commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac**

- 46.31Z Fruits et légumes
- 46.32A Viandes de boucherie
- 46.32B Produits à base de viande
- 46.32C Volailles et gibier
- 46.33Z Produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses comestibles
- 46.34Z Boissons
- 46.35Z Produits à base de tabac
- 46.36Z Sucre, chocolat et confiserie
- 46.37Z Café, thé, cacao et épices
- 46.38A Poissons, crustacés et mollusques
- 46.38B Alimentaire spécialisé divers
- 46.39A Produits surgelés
- 46.39B Alimentaire non spécialisé

#### **46.4 Commerce de gros de biens domestiques**

- 46.41Z Textiles
- 46.42Z Habillement et chaussures
- 46.43Z Appareils électroménagers
- 46.44Z Vaisselle, verrerie et produits d'entretien
- 46.45Z Parfumerie et produits de beauté
- 46.46Z Produits pharmaceutiques
- 46.47Z Meubles, tapis et appareils d'éclairage
- 46.48Z Articles d'horlogerie et bijouterie
- 46.49Z Autres biens domestiques

#### **46.5 Commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication**

- 46.51Z Ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels
- 46.52Z Composants et équipements électroniques et télécommunication

#### **46.6 Commerce de gros d'autres équipements industriels**

- 46.61Z Matériel agricole
- 46.62Z Machines-outils
- 46.63Z Machines pour l'extraction, la construction et le génie civil
- 46.64Z Machines pour l'industrie textile et l'habillement
- 46.65Z Mobilier de bureau
- 46.66Z Autres machines et équipements de bureau
- 46.69A Matériel électrique
- 46.69B Fournitures et équipements industriels divers
- 46.69C Fournitures et équipements divers pour le commerce et les services

#### **46.7 Autres commerces de gros spécialisés**

- 46.71Z Combustibles et produits annexes
- 46.72Z Minerais et métaux
- 46.73A Bois, matériaux de construction
- 46.73B Appareils sanitaires, produits de décoration
- 46.74A Quincaillerie
- 46.74B Fournitures pour la plomberie et le chauffage
- 46.75Z Produits chimiques
- 46.76Z Autres produits intermédiaires
- 46.77Z Déchets et débris

#### **46.9 Commerce de gros non spécialisé**

- 46.90Z Commerce de gros non spécialisé

---

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

---

### **47.1 Commerce de détail en magasin non spécialisé**

- 47.11A Produits surgelés
- 47.11B Alimentation générale
- 47.11C Supérettes
- 47.11D Supermarchés
- 47.11E Magasins multi-commerces
- 47.11F Hypermarchés
- 47.19A Grands magasins
- 47.19B Autres commerces de détail

### **47.2 Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé**

- 47.21Z Fruits et légumes
- 47.22Z Viandes et produits à base de viande
- 47.23Z Poissons, crustacés et mollusques
- 47.24Z Pain, pâtisserie et confiserie
- 47.25Z Boissons
- 47.26Z Produits à base de tabac
- 47.29Z Autres commerces de détail alimentaires

### **47.3 Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé**

- 47.30Z Commerce de détail de carburants

### **47.4 Commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé**

- 47.41Z Ordinateurs, unités périphériques et logiciels
- 47.42Z Matériels de télécommunication
- 47.43Z Matériels audio et vidéo

### **47.5 Commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé**

- 47.51Z Textiles
- 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)
- 47.53Z Tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols
- 47.54Z Appareils électroménagers
- 47.59A Meubles
- 47.59B Autres équipements du foyer

### **47.6 Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé**

- 47.61Z Livres
- 47.62Z Journaux et papeterie
- 47.63Z Enregistrements musicaux et vidéo
- 47.64Z Articles de sport
- 47.65Z Jeux et jouets

### **47.7 Autres commerces de détail en magasin spécialisé**

- 47.71Z Habillement
- 47.72A Chaussure
- 47.72B Maroquinerie et articles de voyage
- 47.73Z Produits pharmaceutiques
- 47.74Z Articles médicaux et orthopédiques
- 47.75Z Parfumerie et produits de beauté

47.76Z Fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour animaux

47.77Z Articles d'horlogerie et bijouterie

47.78A Optique

47.78B Charbons et combustibles

47.78C Autres commerces de détail spécialisés divers

47.79Z Biens d'occasion en magasin

**47.8 Commerce de détail sur éventaires et marchés**

47.81Z Alimentaire

47.82Z Textiles, habillement et chaussures

47.89Z Autres commerces de détail

**47.9 Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés**

47.91A Vente à distance sur catalogue général

47.91B Vente à distance sur catalogue spécialisé

47.99A Vente à domicile

47.99B Vente par automates et autres commerces hors magasin, éventaires ou marchés n.c.a.

---

**ACTIVITÉS ARTISANALES A CARACTERE COMMERCIAL**

---

10.13B Charcuterie

10.71B Cuisson de produits de boulangerie

10.71C Boulangerie et boulangerie-pâtisserie

10.71D Pâtisserie

# ANNEXE IV - Réconciliation des ventes au détail et de la consommation commercialisable des ménages

## Méthodologie du Passage Produits-Secteurs (PPS) sur les ventes

Les données sur les ventes du commerce de détail figurant dans le présent rapport sont issues du « Passage Produits Secteurs » (PPS) sur les ventes. Il s'agit du tableau ventilant les ventes des secteurs d'établissements entre les différents produits.

### Principes généraux

Le PPS vise à réconcilier deux grandeurs économiques relevant de deux approches différentes :

- la consommation des ménages en 41 produits « commercialisables »<sup>78</sup>
- l'activité des 58 secteurs commerciaux, mesurée par leurs chiffres d'affaires

La réconciliation s'effectue sur un concept intermédiaire entre ces deux approches : celui des ventes, qui sont naturellement des achats du point de vue des ménages. La mise en cohérence des deux approches (consommation et chiffres d'affaires) consiste à établir une matrice répartissant les ventes de chaque secteur entre les différents produits (ou les achats des ménages entre les différents secteurs commerciaux, ce qui est une autre façon de dire la même chose). Cette répartition est obtenue par une procédure mathématique de « calage sur marges » déterminant la répartition la plus proche de celle de l'année précédente, respectant les nouvelles marges (ventes issues de la consommation et ventes issues des chiffres d'affaires) qui sont connues.

### Détails des opérations

Une double séquence d'opérations est d'abord nécessaire pour passer de la consommation aux ventes, et des chiffres d'affaires des secteurs aux ventes. La somme des ventes issues des chiffres d'affaires des secteurs est ensuite rendue égale à la somme des ventes issues de la consommation par simple « règle de trois ».

**1. Première séquence : la consommation est « retraitée »** pour tenir compte des produits achetés par des utilisateurs professionnels (artisan achetant des fournitures dans un magasin de bricolage...) ainsi que des produits acquis par les ménages ayant la nature d'un investissement et non d'une consommation (biens destinés au gros entretien du logement notamment). La consommation des biens d'occasion, qui ne prend en compte que la marge des intermédiaires professionnels, est également redressée de façon à reconstituer les ventes correspondantes.

**2. Deuxième séquence : le traitement des chiffres d'affaires comporte deux étapes.**

La première étape consiste à effectuer un *passage secteur d'entreprise* → *secteur d'établissement*, c'est-à-dire à estimer les chiffres d'affaires des secteurs d'établissements à partir des chiffres d'affaires des secteurs d'entreprises.

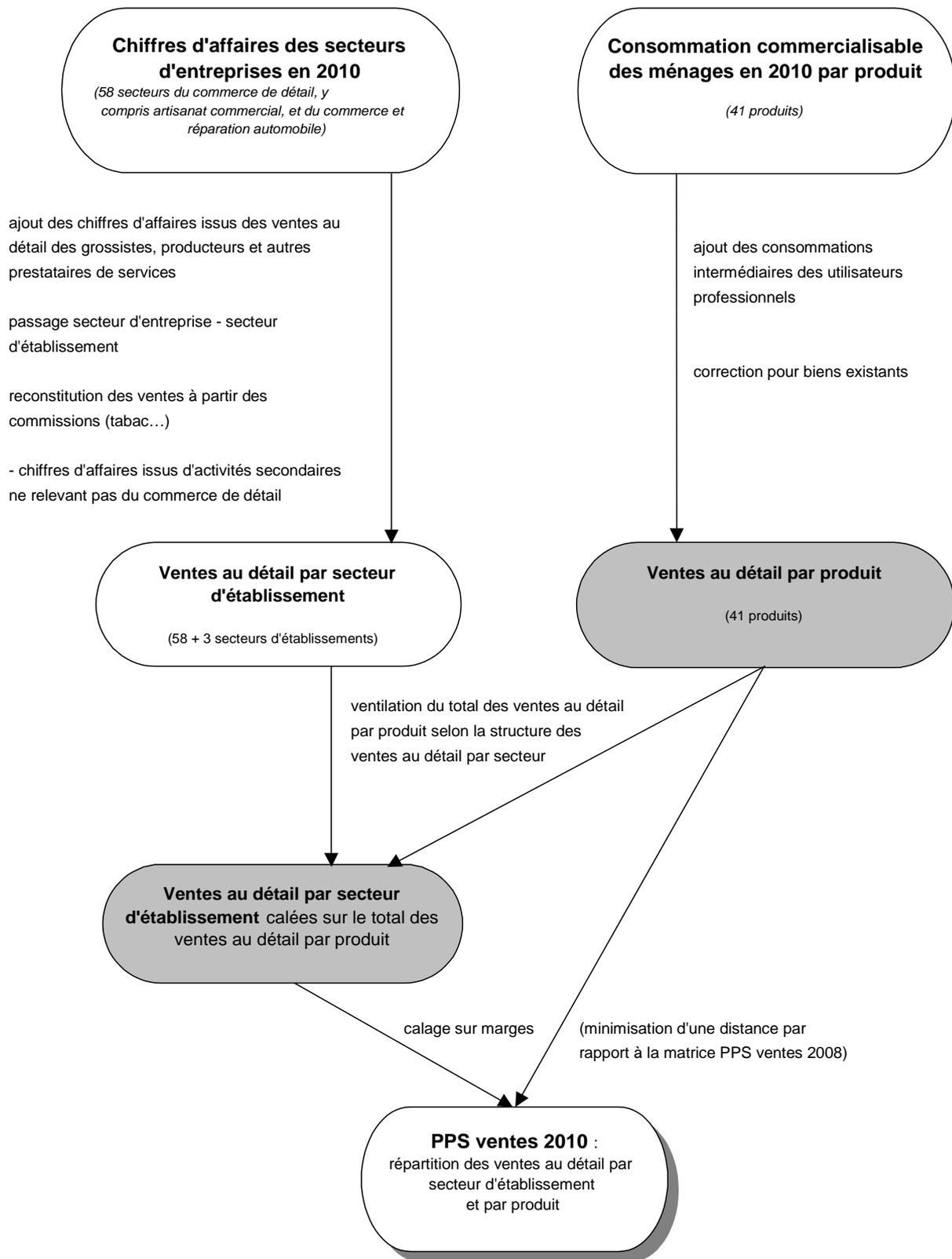
Ce passage est nécessaire car les chiffres d'affaires sont naturellement disponibles au niveau des entreprises alors que la structure par produits des ventes est plus directement liée à l'activité principale des établissements (ou formes de vente<sup>79</sup>) qu'à celle de l'entreprise ; ainsi, la part des produits alimentaires est prépondérante pour les supermarchés alors qu'elle est voisine de la moitié pour les hypermarchés. Or, certaines entreprises du secteur de l'alimentation générale gèrent plusieurs formes de vente (par exemple, des entreprises gérant principalement des hypermarchés peuvent également gérer des supermarchés ou des supérettes). Par conséquent, la ventilation par produits des ventes est plus précise si elle s'appuie sur les CA des secteurs d'établissements.

Pour les secteurs du commerce de détail, la matrice retraçant le passage secteur d'entreprise → secteur d'établissement peut être obtenue en exploitant le volet *forme de vente* de l'ÉSA. Pour les secteurs du commerce et réparation automobile, ce volet n'existe pas. En début de base, la zone de la matrice correspondant aux entreprises et établissements de l'automobile est donc diagonale, ce qui signifie que les secteurs d'entreprises et les secteurs d'établissements sont identiques. Il en est de même pour les secteurs de l'artisanat commercial.

La deuxième étape consiste à défalquer les fractions de chiffres d'affaires correspondant à des *activités ne relevant pas du commerce de détail*, et à redresser les « *commissions* » pour calculer les ventes correspondantes.

<sup>78</sup> La consommation "commercialisable" transite principalement par les secteurs du commerce. Les services n'en font pas partie, ni certains biens tels que l'électricité, l'eau, le gaz de ville distribués par des réseaux.

<sup>79</sup> La notion de forme de vente est proche de celle d'établissement ou de magasin. La locution "forme de vente" est plus générale car elle convient mieux au commerce hors magasin (vente à distance, marchés sur éventaires etc..).



## La mesure en volume de l'activité des formes de vente

Le passage produits-secteurs, c'est-à-dire le tableau ventilant les ventes des secteurs d'établissements<sup>1</sup> entre les différents produits, est établi sur des données en valeur HT. Pour obtenir un tableau équivalent en volume, on déflate les données en valeur par des indices de prix.

### Il n'existe pas d'indices de prix détaillés par forme de vente

A défaut d'indices de prix très détaillés reflétant l'évolution spécifique du prix de chaque produit dans chaque forme de vente, on ne dispose pour chaque produit que d'un indice de prix France entière et toutes formes de ventes confondues. Ces indices, agrégés en 41 produits, sont utilisés pour déflater les données en valeur et en déduire les ventes en volume. Ainsi, pour un produit donné, le même indice de prix est appliqué aux ventes de toutes les formes de ventes commercialisant ce produit.

Les ventes en volume sont agrégées, ce qui permet de calculer des indices de prix par forme de vente. Ceux-ci tiennent compte de la structure des ventes de chaque forme de vente par produit mais ne reflètent pas le comportement spécifique de prix de la forme de vente. On fait ainsi l'hypothèse, non pas que les prix sont égaux d'une forme de vente à l'autre, mais que leurs évolutions sont égales.

*Considérons, par exemple, la situation schématique où les ventes des hypermarchés seraient constituées pour 50 % de produits alimentaires et pour 50 % de produits manufacturés, alors que celles des supermarchés seraient constituées pour 80 % de produits alimentaires et pour 20 % de produits manufacturés. Notre méthode consiste, pour chaque produit, à appliquer le même indice élémentaire aux deux formes de ventes (par exemple +2 % pour l'alimentaire et -2 % pour les produits manufacturés). L'indice de prix d'ensemble des hypermarchés serait égal à 0 % et celui des supermarchés à 1,2 %.*

### Les indices de prix agrégés dans la grande distribution calculés par l'INSEE ne sont pas utilisables dans le PPS

Pour calculer l'indice des prix à la consommation, l'INSEE collecte les prix dans différentes formes de vente et différentes agglomérations puis les agrège pour obtenir l'indice national. L'échantillon de l'indice est optimisé de façon à ce que, pour un produit donné, l'indice national toutes formes de ventes et agglomérations confondues présente une précision (mesurée par l'écart-type) acceptable. Il serait matériellement possible de calculer des indices par forme de vente mais leur précision ne serait pas suffisante. En effet, la variable « forme de vente » est utilisée pour le tirage de l'échantillon, mais n'intervient pas dans le calcul de l'indice, c'est-à-dire que l'agrégat le plus élémentaire regroupe les différentes formes de vente.

Certes, depuis quelques années, l'INSEE calcule des indices de prix dans la grande distribution. Ces indices concernent quatre formes de vente : *hypermarchés*, *supermarchés*, *grande distribution étendue* (c'est-à-dire hypermarchés + supermarchés + supérettes, hors hard discount) et *autres formes de ventes*. Toutefois ces indices ne sont pas utilisables dans le PPS car, pour conserver une bonne précision, ils ne portent pas sur les produits élémentaires mais sur des regroupements de produits (viandes, boissons, autres produits alimentaires, produits d'entretien-hygiène-beauté). Ils ont en effet été conçus non comme des *déflateurs* mais comme des *comparateurs* de l'évolution des prix dans la grande distribution et dans le reste de l'appareil commercial. Par construction, ils reposent donc sur un panier commun de consommation.

## ANNEXE V - Les indicateurs de la démographie des entreprises

### 1. Les stocks d'entreprises :

Les bases de stock d'entreprises et d'établissements regroupent les entreprises et les établissements actifs au 1er janvier 2010 du secteur marchand non agricole : champ économique retenu depuis le 1er janvier 2007 pour la démographie des entreprises et des établissements. Ce champ couvre l'ensemble des unités légales locales réunissant trois conditions :

- avoir une réalité économique, c'est-à-dire être exploitant dans le langage SIRENE
- exercer une activité marchande
- exercer son activité principale dans l'industrie, la construction, le commerce ou les services, à l'exclusion de l'agriculture.

Les évolutions de stocks d'entreprises résultent du solde des créations et des cessations. Les mouvements démographiques sont nombreux, et concernent particulièrement les entreprises de petite taille.,

### 2. Les créations

La définition des créations d'entreprises dénombrées par l'Insee s'appuie sur les concepts harmonisés au niveau européen. Les créations d'entreprises correspondent aux nouvelles immatriculations dans le répertoire Sirene, qui enregistrent un début d'activité relevant de l'un des cas suivants :

- création de nouveaux moyens de production ;
- cas où l'entrepreneur redémarre une activité après une interruption de plus d'un an ;
- cas où l'entrepreneur redémarre une activité après une interruption de moins d'un an, mais avec changement d'activité ;
- reprise, par une entreprise nouvelle, des activités d'une autre entreprise s'il n'y a pas continuité entre la situation du cédant et celle du repreneur, en termes d'activité et de localisation.

Toutefois, dans le cas des auto-entreprises, on ne peut dénombrer les créations au sens du concept européen. Il y a bien immatriculation dans le répertoire Sirene mais on ne sait pas s'il y aura ou pas un début d'activité. On comptabilise donc des « **demandes de création** » ; certaines se traduiront par une vraie création d'activité, d'autres par un démarrage différé, voire jamais réalisé. Une partie de ces demandes, enfin, seront invalidées par l'Acoss : les personnes relevant de la mutualité sociale agricole ou de diverses professions réglementées n'ont en effet pas le droit d'être auto-entrepreneurs, ce qui entraîne finalement le rejet de leur affiliation.

### Le régime de l'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 1er 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. L'entreprise individuelle doit remplir les conditions du régime fiscal de la microentreprise (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 d'entreprises 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 microsociale 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.

### 3. Les défaillances

Il ne faut pas confondre la notion de défaillance avec la notion de cessation. Une entreprise est en situation de défaillance à partir du moment où une procédure de redressement judiciaire est ouverte à son encontre. Une telle procédure doit être déclenchée dès que l'entreprise est en état de cessation de paiement. L'entreprise est alors tenue de déposer son bilan au greffe du tribunal compétent. Les deux termes de **dépôt de bilan** ou de défaillance désignent de façon équivalente la situation de l'entreprise à la suite du jugement prononçant l'ouverture du redressement judiciaire qui est publié au B.O.D.A.C.C. (Bulletin Officiel d'Annonces Civiles et Commerciales). La publication d'un jugement au B.O.D.A.C.C. intervient, en général, dans un délai de plusieurs semaines après le prononcé de ce jugement (près de 98 % des jugements sont publiés dans le délai de trois mois). On distingue ainsi les statistiques de défaillance en date de jugement et en date de publication.

### 4. Les cessations

La cessation d'une entreprise signifie l'arrêt total de son activité. Une cessation peut être la conséquence d'une liquidation judiciaire faisant suite à une défaillance. Sinon, il s'agit d'une « mort naturelle » de l'entreprise, son chef prenant lui-même l'initiative de cesser toute activité. Par exemple, du fait de son âge ou parce qu'à la tête d'une petite entreprise récemment créée, il veut éviter de se trouver confronté à des difficultés économiques ou financières graves, il décide de cesser son activité. Environ 20 % des cessations résultent d'une défaillance de l'entreprise.

#### Les différentes formes juridiques des entreprises

Au sein des entreprises, on distingue :

- les entreprises individuelles (personnes physiques)
- les sociétés (personnes morales).

Les sociétés sont généralement classées selon trois catégories :

- les « sociétés de personnes », qui regroupent les sociétés en nom collectif et les sociétés en commandite simple,
- les sociétés à responsabilité limitée (S.A.R.L.),
- les « sociétés de capitaux », qui regroupent les sociétés anonymes et les sociétés en commandite par action.

L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (E.U.R.L.) est une forme particulière de société à responsabilité limitée ne comprenant qu'un seul associé. Cette forme d'entreprise, instituée par la loi du 11 juillet 1985, permet à une seule personne de doter son entreprise de la personnalité morale.

Depuis la loi pour l'initiative économique d'août 2003, le montant du capital social pour les S.A.R.L. est fixé librement, sans montant minimum.

Les autres types de sociétés comprennent notamment les groupements de droit privé non dotés de la personnalité morale.

## ANNEXE VI - Méthodes et sources sur l'emploi

### Méthodologie des estimations d'évolution de l'emploi de l'Insee

#### Pour l'emploi salarié :

La division « Emploi » de l'Insee réalise des **estimations trimestrielles** fondées sur les estimations annuelles antérieures, à l'aide d'indicateurs adaptés. Ces indicateurs 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'Unédic 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 de biais est alors nécessaire : elle est obtenue, pour chaque secteur d'activité, par un étalonnage de l'indicateur sur les estimations annuelles passées. Les séries obtenues sont réalisées pour chacune des trois composantes du commerce (depuis début 2000), et **corrigées des variations saisonnières**. Enfin, lorsqu'on dispose des estimations annuelles, un ajustement des résultats trimestriels des années concernées est effectué.

#### Pour l'emploi non salarié :

La périodicité de l'évaluation de l'emploi non salarié est annuelle (situation au 31 décembre).

L'évolution de l'emploi non salarié est estimée par l'Insee à l'aide de fichiers transmis par l'Acoss (Agence Centrale des Organismes de Sécurité sociale), qui enregistre les cotisations des employeurs et des travailleurs indépendants.

### Les indicateurs de mesure de l'emploi salarié à temps partiel

Le pourcentage du temps partiel est obtenu en rapportant le nombre de postes à temps partiel au nombre total de postes (temps partiel + temps complet). C'est donc la proportion de salariés travaillant à temps partiel.

Le volume d'emploi à temps partiel est le nombre d'heures à temps partiel rapporté au nombre total d'heures. En proportion, il mesure la part des heures travaillées par des salariés à temps partiel.

L'équivalent temps plein de l'emploi salarié « (ETP emploi total salarié) » est calculé par : (équivalent temps plein du temps partiel x pourcentage du temps partiel) + pourcentage du temps complet. En proportion, il mesure le nombre de postes à temps plein répartis pour cent salariés.

Source : exploitation du fichier « postes » des Déclarations annuelles de données sociales (DADS), sondage au douzième de 2006, 2007.

### Données sur les salaires

Les salaires publiés sont les **salaires bruts horaires moyens**. Le salaire brut correspond à l'intégralité des sommes perçues par le salarié au titre de son contrat de travail, avant toute déduction de cotisations obligatoires.

Source : Déclarations annuelles de données sociales (DADS) 2008

### Données sur la précarité et le sous-emploi

**Les données sont tirées de l'Enquête Emploi.** Cette enquête vise à observer à la fois de manière structurelle et conjoncturelle la situation des personnes sur le marché du travail. Elle s'inscrit dans le cadre des enquêtes "Forces de travail" défini par l'Union européenne ("Labour Force Survey"). C'est la seule source fournissant une mesure des concepts d'activité, chômage, emploi et inactivité tels qu'ils sont définis par le Bureau international du travail (BIT).

**Les emplois précaires** sont des emplois salariés dont la durée est soit limitée (contrats de durée déterminée, stages, emplois aidés comme les contrats emploi solidarité, les contrats initiative emploi, les emplois jeunes), soit incertaine (intérim).

**Le sous-emploi** comprend les personnes actives occupées au sens du BIT qui remplissent l'une des conditions suivantes :

- Elles travaillent à temps partiel, souhaitent travailler davantage pendant la période de référence utilisée pour définir l'emploi, et sont disponibles pour le faire, qu'elles recherchent activement un emploi ou non ;
- Elles travaillent à temps partiel (et sont dans une situation autre que celle décrite ci-dessus) ou à temps complet, mais ont travaillé moins que d'habitude pendant une semaine de référence en raison de chômage partiel, ralentissement des affaires, réduction saisonnière d'activité ou mauvais temps.

**La part de temps partiel subi** représente quant à elle le nombre de personnes en situation de sous-emploi rapporté au nombre de personnes travaillant à temps partiel.

## ANNEXE VII - Les comptes du grand commerce non alimentaire

### L'établissement des comptes du grand commerce non alimentaire spécialisé

*pour les comptes définitifs et semi-définitifs*

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

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

Le travail s'effectue en deux étapes : on commence tout d'abord par vérifier l'exhaustivité de la population relevant du champ du « grand commerce ». On s'assure ainsi de la présence permanente des plus grandes entreprises. Celles-ci ne devraient disparaître de notre champ d'étude qu'en cas de cessation d'activité. Ensuite, on mobilise les données correspondant aux comptes de ces entreprises.

Pour une comparaison stricte de notre compte du grand commerce avec les comptes de secteur portant sur l'ensemble des entreprises commerciales relevant des mêmes activités, les montants comptables des entreprises du grand commerce sont redressés pour fraude et évasion fiscale, selon les mêmes règles que les comptes de secteur. De même, si la déclaration d'une entreprise sélectionnée correspond à un exercice supérieur à douze mois, il est procédé à une correction. Cette méthode par référence aux comptes de secteur permet de s'affranchir des aléas d'échantillonnage qui entachent les résultats globaux issus des enquêtes annuelles.

## ANNEXE VIII - Les indices de prix utilisés dans le commerce de gros

Pour obtenir les évolutions en volume des ventes des grossistes, on déflate l'évolution de leurs ventes de marchandises en valeur par un indice de prix de ces ventes. Les prix de ventes pratiqués par les grossistes ne sont pas observés directement comme ils pourraient l'être avec des enquêtes adressées spécifiquement aux grossistes pour chaque secteur de gros et chaque produit vendu.

### Les prix utilisés pour l'indice de prix des grossistes

Un indice de prix est donc estimé pour déflater les ventes de marchandises de chaque secteur du commerce de gros (au niveau des classes de la NAF). Cet indice est une moyenne d'indices de prix élémentaires déjà existants dans le système statistique. Pour chaque produit déclaré dans les ventes de l'enquête statistique annuelle (ÉSA) d'un secteur grossiste, on attache un indice de prix élémentaire. Par exemple pour les ventes du secteur des grossistes en produits laitiers, on va utiliser pour le produit "Lait de consommation", l'indice de prix de la production française commercialisée sur le marché français du lait liquide. Pour les autres produits commercialisés par ces grossistes (lait en poudre, œufs, fromages, yaourt, beurre) on attache un autre indice de prix élémentaire à chacun de ces autres produits.

### Les pondérations utilisées et la prise en compte du commerce extérieur

Ces différents indices de prix élémentaires sont ensuite "moyennés" une première fois en utilisant comme pondération la ventilation des ventes déclarées dans l'ÉSA-Commerce, ce qui produit un indice de prix des ventes intérieures pour chaque secteur. Ensuite, on calcule sur le même principe un indice de prix des ventes à l'export à partir des indices de prix de vente à l'exportation.

Enfin l'indice de prix du marché total de chaque secteur grossiste peut être calculé en faisant la moyenne pondérée de l'indice de prix de ventes intérieures et de celui des ventes à l'export en utilisant pour pondération le poids des ventes à l'export dans les ventes totales déclarées dans l'ÉSA-Commerce.

### La variété des indices de prix élémentaires utilisés

Au total, près de 150 indices de prix élémentaires sont utilisés pour les ventes intérieures des différents grossistes, et une centaine d'indices de prix de production de l'industrie française pour les marchés extérieurs. Les indices de prix élémentaires pour les ventes intérieures peuvent être des indices de prix à la consommation ou à la production.

## ANNEXE IX - Le prix du service commercial ou de la marge commerciale

Prestataire de service, le commerce a une production de marge commerciale prélevée en rétribution d'un « service commercial ». Pour décomposer l'évolution de la production de marge commerciale en une évolution en volume et une évolution en prix, on se heurte à une double difficulté : ni le volume, ni le prix du service commercial ne sont observables directement.

L'évolution en valeur de la production de marge commerciale est le produit d'une évolution en volume par une évolution en prix : la définition de l'indice de prix de la production de marge commerciale (service commercial) en découle.

- Au niveau de chaque activité élémentaire, l'évolution en valeur de la production de service commercial est mesurée par définition par :

$$a) \frac{\text{marge}_1}{\text{marge}_0} = \frac{r_1 \times \text{CA}_1}{r_0 \times \text{CA}_0} = \frac{r_1}{r_0} \times \frac{\text{CA}_1}{\text{CA}_0}$$

où  $r_i$  est le taux de marge de la période  $i$  (ici 0 ou 1) et  $\text{CA}_i$  le chiffre d'affaires sur les ventes de marchandises.

On cherche à décomposer cette évolution en une évolution en prix et une évolution en volume :

$$\frac{\text{marge}_1}{\text{marge}_0} = \frac{r_1 \times \text{CA}_1}{r_0 \times \text{CA}_0} = \frac{s_1}{s_0} \times \frac{Q_1}{Q_0}$$
 où  $s$  désigne le prix du service commercial et  $Q$  le volume de la production de service commercial.

Or l'évolution du chiffre d'affaires s'analyse elle-même comme le produit d'une évolution en volume par une évolution en prix.

b) 
$$\frac{\text{CA}_1}{\text{CA}_0} = \frac{P_1 \times V_1}{P_0 \times V_0}$$
 où  $P$  désigne le prix de vente des marchandises,  $V$  le volume du chiffre d'affaires en vente de marchandises.

En reportant b) dans a), on obtient :

$$c) \frac{\text{marge}_1}{\text{marge}_0} = \frac{r_1}{r_0} \times \frac{P_1}{P_0} \times \frac{V_1}{V_0}$$

On fait l'hypothèse forte et conventionnelle pour chaque activité élémentaire que le volume de la production de la marge commerciale  $Q$  évolue comme le volume du chiffre d'affaires  $V$  ( $Q_1/Q_0 = V_1/V_0$ ) et on peut transformer c) en :

$$d) \frac{\text{marge}_1}{\text{marge}_0} = \frac{r_1}{r_0} \times \frac{P_1}{P_0} \times \frac{Q_1}{Q_0}$$

d'où l'indice du prix de la marge commerciale :

$$\frac{s_1}{s_0} = \frac{r_1}{r_0} \times \frac{P_1}{P_0}$$

C'est-à-dire le produit de l'évolution du taux de marge commerciale et de l'indice du prix du chiffre d'affaires sur les ventes de marchandises.

## ANNEXE X - Les formes du commerce par taille

### Grand commerce / petit et moyen commerce

**Le grand commerce est défini par différents critères selon le secteur d'activité :**

#### Le grand commerce alimentaire

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

#### Les grands magasins

Entreprises du commerce de détail non spécialisé sans prédominance alimentaire dont les magasins ont une surface de vente égale ou supérieure à 2500 m<sup>2</sup> (NAF 521H) et qui réalisent moins d'un tiers de leurs chiffres d'affaires en produits alimentaires.

#### Les grandes entreprises de vente par correspondance

Ensemble des entreprises de vente par correspondance à catalogue général ou spécialisé ayant au moins 100 salariés (NAF 526A et 526B).

#### Grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé

Ensemble des entreprises du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé (NAF 523E, 524 et 525Z) 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> et plus de surface de vente.

(définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998).

Cette distinction vise à suivre l'évolution du commerce concentré constitué des entreprises de grande taille. Cette approche ne tient pas compte de la concentration réalisée par la constitution de réseaux de petits détaillants (franchise, groupements d'achats).

**Le petit et moyen commerce sont définis de la façon suivante :**

#### Le petit commerce alimentaire

Ensemble des entreprises ayant pour activité principale le commerce de produits surgelés, l'alimentation générale de petite surface, la gestion de supérettes et le commerce alimentaire spécialisé (521A, 521B, 521C et 522).

#### Le petit et moyen commerce non alimentaire

Il comprend le petit et moyen commerce non alimentaire en magasin spécialisé, les entreprises de vente par correspondance ne faisant pas partie du grand commerce, l'ensemble des entreprises vendant hors magasins (hormis la vente par correspondance) et les entreprises ayant pour activité la réparation d'articles personnels ou domestiques. Au sein de cette catégorie se trouvent en particulier classées des entreprises franchisées ou adhérentes à des groupements d'achats.

## ANNEXE XI - Définition de l'artisanat commercial retenu pour le rapport sur les comptes du commerce

L'artisanat commercial correspond à l'activité des entreprises et établissements des industries alimentaires qui assurent à la fois une fabrication à caractère artisanal de leurs produits et la vente au détail de ceux-ci. La nomenclature d'activité a prévu de faire la distinction entre fabrication artisanale et production industrielle dans deux cas :

10.13.1.1	Préparation de produits à base de viande :
10.13A	Préparation industrielle de produits à base de viande
<b>10.13B</b>	<b>Charcuterie</b>
10.71	Fabrication de pain et de pâtisserie fraîche :
10.71A	Fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche
<b>10.71B</b>	<b>Cuisson de produits de boulangerie</b>
<b>10.71C</b>	<b>Boulangerie et boulangerie-pâtisserie</b>
<b>10.71D</b>	<b>Pâtisserie</b>

**L'artisanat commercial regroupe donc uniquement les unités des NAF 10.13B, 10.71B, 10.71C, 10.71D.**

Les entreprises classées dans d'autres NAF et dont l'activité répondrait à la définition ci-dessus sont classées le plus souvent en industrie agro-alimentaires. Il en est ainsi des glaciers et confiseurs.

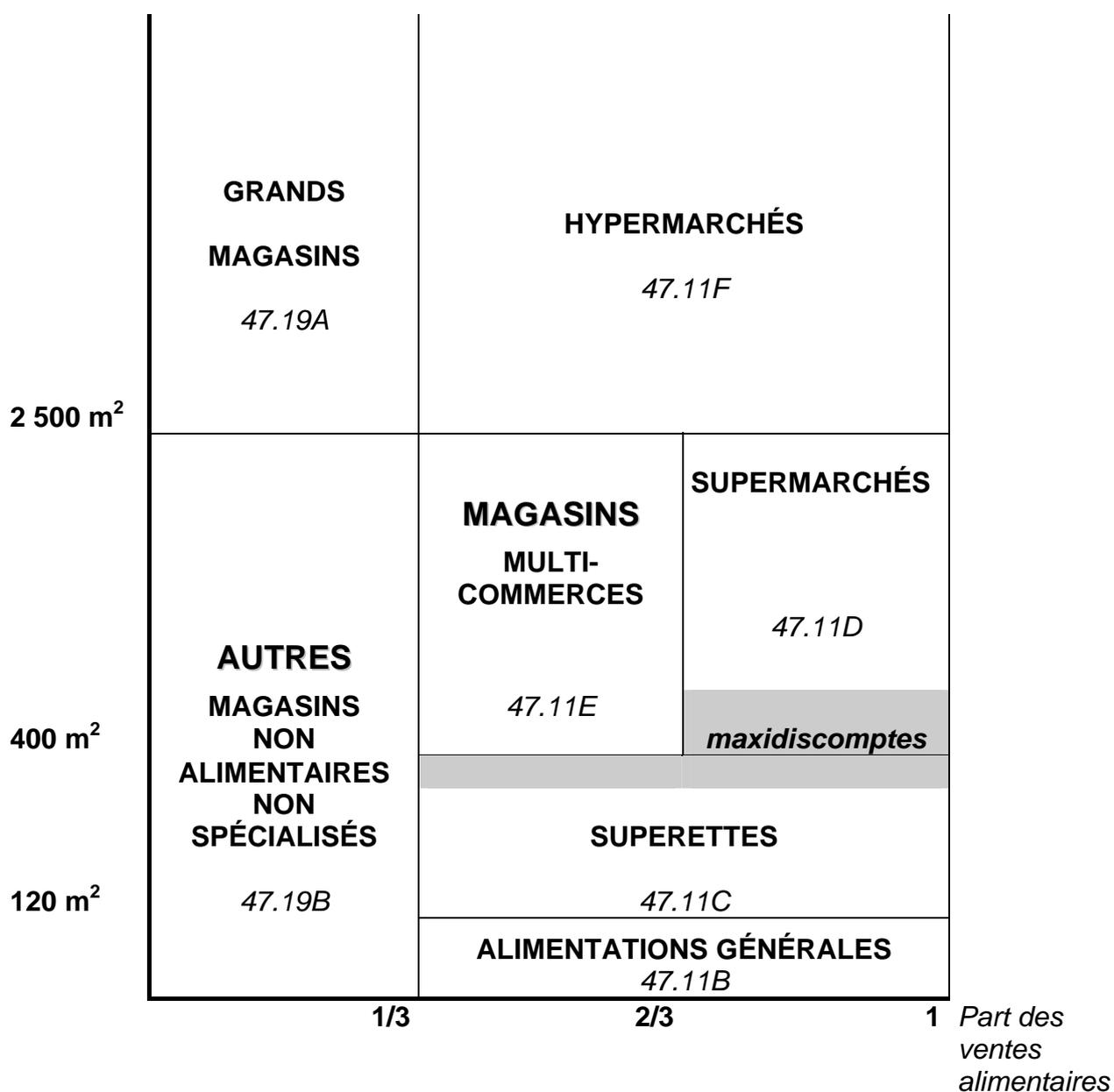
Le poste 10.52Z de la nomenclature est intitulé « Fabrication de glaces et sorbets ». Il n'est pas possible de distinguer la fabrication artisanale de la fabrication industrielle. Les entreprises classées dans ce poste font donc partie des industries agro-alimentaires.



## ANNEXE XII - Typologie des magasins non spécialisés

### LES MAGASINS NON SPÉCIALISÉS selon la taille et la part des ventes en produits alimentaires

Surfaces  
des magasins



*Le schéma ci-contre ne concerne que les magasins non spécialisés.*

Ceux-ci sont classés selon deux critères : la surface des magasins et la part des ventes en produits alimentaires.

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

- les « grands magasins » (Printemps, Galeries Lafayette, Samaritaine...), dont la surface de vente est d'au moins 2 500 m<sup>2</sup> ;

- les autres magasins non alimentaires non spécialisés (bazars...), dont la surface de vente est inférieure à 2 500 m<sup>2</sup>.

**Les magasins à prédominance alimentaire** sont ceux qui réalisent plus d'un tiers 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 deux tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires ;

\* les « magasins multi-commerces » (Monoprix, essentiellement), de même taille que les supermarchés, mais qui réalisent entre un tiers et deux tiers 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 ce rapport par leurs enseignes et sont classés suivant leur superficie en supérettes (moins d'un tiers d'entre eux) ou en supermarchés.

## ANNEXE XIII - La réglementation du commerce

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

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

### **Professions réglementées**

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

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

### **Activités réglementées**

Parmi les principales, on relève le régime des autorisations préalables d'exploitation commerciale. La mise en oeuvre 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, 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.

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

- l'aménagement du territoire, ceux-ci devant contribuer à l'animation de la vie urbaine, rurale et de montagne, laquelle animation passe notamment par le maintien des activités dans les zones rurales et par le rééquilibrage des agglomérations grâce au développement des activités en centre-ville ;
- des critères induits par la loi du 12 décembre 2000, dite loi « SRU ». Sont ainsi examinés les effets des projets sur les flux de transport (flux de voitures particulières et de véhicules de livraison), mais aussi l'insertion des projets dans les réseaux de transport collectif ;
- et des critères relatifs au développement durable : intégration paysagère, la prise en compte des coûts collectifs, de l'efficacité énergétique, de la gestion des déchets, de l'utilisation des énergies renouvelables, du traitement adapté des effluents et des eaux pluviales, etc. en sont les différents aspects.

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

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

L'interdiction de la revente à perte constitue un grand principe du droit commercial français. Elle a été définie par la loi du 1<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. Les modalités de calcul du seuil de revente à perte (SRP) ont été revues à cet effet : le SRP est devenu un prix unitaire, trois fois net, intégrant non seulement toutes les réductions de prix sur facture ou hors facture mais aussi tous les avantages financiers et également tous les services de coopération commerciale. Dans un souci de simplification et de transparence l'ensemble de la relation commerciale entre fournisseurs et distributeurs est désormais défini dans une convention unique. Enfin, la loi de modernisation de l'Économie met en œuvre la dernière étape de la réforme des relations commerciales en autorisant la négociabilité des conditions générales de vente qui peuvent être différenciées selon les catégories d'acheteurs et de produits ou de demandeurs de prestations de services. Il doit résulter de ces réformes la disparition progressive des marges arrières en intégrant dans le prix des produits les différentes contreparties au contrat de vente dès lors que celles-ci ont été clairement identifiées ; une concurrence plus saine entre les entreprises résultant de la liberté de négocier et de choisir ; des baisses de prix et des gains de pouvoir d'achat pour les consommateurs. Demeurent prohibées les offres de prix ou pratiques de prix de vente aux consommateurs abusivement bas par rapport aux coûts de production, de transformation, de commercialisation, dès lors que ces offres ou pratiques ont pour objet, ou peuvent avoir pour effet, d'éliminer d'un marché ou d'empêcher d'accéder à un marché, une entreprise ou l'un de ses produits.

### **Ventes au déballage**

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

### **Ventes en liquidation**

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

### **Soldes**

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

### **Ouverture et fermeture des commerces**

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

### **Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC)**

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

Les CDAC sont composées de huit membres (cinq élus locaux et trois personnalités qualifiées en matière de consommation, de développement durable et d'aménagement du territoire). Le rôle de ces commissions est de garantir le respect de la liberté d'entreprendre et le développement maîtrisé des activités commerciales tout en permettant un aménagement équilibré du territoire, avec la prise en compte de critères rénovés tels que l'aménagement du territoire et le respect de la protection de l'environnement. Enfin, ces autorisations d'exploitation commerciale doivent être compatibles avec les schémas de cohérence territoriale, documents d'urbanisme organisant les aires urbaines. Au cours des dernières années, les commissions d'équipement commercial ont vu leur activité augmenter régulièrement. Les commissions départementales examinent environ 3 700 dossiers par an pour environ 4,7 millions de m<sup>2</sup> de surface de vente, soit une évolution de près de 27 % en 5 ans. Moins de 10 % de ces demandes font l'objet d'un recours devant la Commission nationale. Au total, toutes commissions confondues, plus de 80 % des demandes sont autorisées. Les décisions des commissions sont susceptibles de recours pour excès de pouvoir devant le juge administratif.

**Pour en savoir plus**

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

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

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

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

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

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

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

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

## **ANNEXE XIV - Définitions pour l'analyse du commerce de détail en NAF rév.2**

### ACTIVITÉS ARTISANALES A CARACTERE COMMERCIAL

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) des industries alimentaires qui assurent à la fois une fabrication à caractère artisanal de leurs produits et la vente au détail de ceux-ci (NAF 10.13B, 10.71B, 10.71C, 10.71D).

### COMMERCE

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) dont l'activité principale est l'achat pour la revente en l'état (NAF 45, 46 et 47). Les regroupements d'entreprises sont désignés sous le nom de secteurs d'activité, ceux d'établissements sous le nom de formes de ventes.

### COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE

Le commerce et réparation automobile (NAF 45) comprend notamment les activités de commerce de gros et de détail en produits liés à l'automobile sauf le carburant (véhicules, motocycles, équipements), ainsi que l'entretien et la réparation automobile.

### COMMERCE DE GROS ET INTERMÉDIAIRES DU COMMERCE

Le commerce de gros et intermédiaires du commerce (NAF 46) comprend notamment la vente pour compte propre de biens à des détaillants ou à des entreprises, ainsi que l'activité des intermédiaires du commerce de gros qui agissent pour compte de tiers.

### COMMERCE DE DÉTAIL

Le commerce de détail (NAF 47) comprend notamment la vente de biens neufs ou d'occasion à des particuliers.

### COMMERCE DE DÉTAIL A PRÉDOMINANCE ALIMENTAIRE

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) qui réalisent plus d'un tiers de leur chiffre d'affaires de détail en produits alimentaires.

### COMMERCE DE DÉTAIL A PRÉDOMINANCE ALIMENTAIRE, EN MAGASIN NON SPECIALISÉ

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) du commerce de détail alimentaire qui offrent plusieurs gammes de produits alimentaires sans qu'aucune de ces huit gammes ne couvre plus de la moitié du chiffre d'affaires.

Les différentes gammes de produits alimentaires sont :

- fruits et légumes frais ; • viandes et produits à base de viande ;
- poissons, crustacés et mollusques ; • boissons ; • pain, pâtisserie et confiserie ;
- produits laitiers ; • tabac et cigarettes ; • épicerie et divers .

Ces unités se ventilent en :

- grandes surfaces (au moins 400 m<sup>2</sup>) :
  - \* hypermarchés (NAF 47.11F) : au moins 2 500 m<sup>2</sup> ;
  - \* supermarchés (NAF 47.11D) : de 400 à 2 500 m<sup>2</sup>, réalisant plus de 2/3 du chiffre d'affaires en alimentaire ;
  - \* magasins multi-commerces (NAF 47.11E) : de 400 à 2 500 m<sup>2</sup>, réalisant entre 1/3 et 2/3 du chiffre d'affaires en alimentaire ;
- produits surgelés et petites surfaces (moins de 400 m<sup>2</sup>) :
  - \* commerces de produits surgelés, en magasin ou par livraison à domicile (NAF 47.11A) ;
  - \* alimentations générales (NAF 47.11B) : moins de 120 m<sup>2</sup> ;
  - \* supérettes (NAF 47.11C) : entre 120 et 400 m<sup>2</sup>.

#### COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE, EN MAGASIN SPECIALISÉ

Regroupe les unités faisant plus de la moitié de leur chiffre d'affaires dans l'une des huit gammes de produits alimentaires (cf ci-dessus magasin non spécialisé) (NAF 47.2). Aucun critère de taille ou de nombre de magasins n'est introduit.

#### COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) qui réalisent au moins deux tiers de leur chiffre d'affaires de détail en produits non alimentaires.

#### COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE, EN MAGASIN NON SPÉCIALISÉ

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) du commerce de détail non alimentaire qui offrent plusieurs gammes de produits non alimentaires sans qu'aucune de ces onze gammes ne couvre plus de la moitié du chiffre d'affaires.

Les différentes gammes de produits non alimentaires sont :

- produits pharmaceutiques ; • articles médicaux et orthopédiques ;
- parfums et produits de beauté ; • textiles ; • habillement ;
- chaussures et articles en cuir ; • meubles et équipement du foyer ;
- électroménager et radiotélévision ; • quincaillerie, peintures et verre ;
- livres, journaux et papeterie ; • produits divers non alimentaires.

On distingue les grands magasins (NAF 47.19A), dont la surface de vente est supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>, et les autres commerces de détail en magasin non spécialisé (NAF 47.19B), dont la surface de vente est inférieure à 2 500 m<sup>2</sup>.

#### COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE, EN MAGASIN SPÉCIALISÉ

Regroupe les unités faisant plus de la moitié de leur chiffre d'affaires dans l'une des onze gammes de produits alimentaires (cf ci-dessus magasin non spécialisé) (NAF 47.3 à 47.7). Aucun critère de taille ou de nombre de magasins n'est introduit.

#### COMMERCE DE DÉTAIL HORS MAGASIN

Regroupe les unités qui réalisent leurs ventes hors magasin (NAF 47.8 et 47.9) : vente à distance sur catalogue général et spécialisée, éventaires et marchés, vente à domicile ou par automate.

#### CONSOMMATION COMMERCIALISABLE DES MÉNAGES

C'est la consommation effective de produits commercialisables (susceptibles d'être vendus par le commerce et les services de réparation associés au commerce), hors autoconsommation, par les ménages (résidents ou non résidents) sur le territoire économique. Elle correspond ainsi d'une part à la consommation

des ménages en biens (y compris automobiles), à l'exclusion des consommations d'eau, de gaz et d'électricité, et d'autre part à la consommation des ménages en services de réparation de biens domestiques et personnels et d'entretien et réparation automobile. Elle ne couvre pas les autres services.

### CORRECTION POUR BIENS EXISTANTS

Dans l'évaluation de la consommation commercialisable des ménages, les achats d'occasion ne sont comptabilisés que par la marge prise par le commerçant ; en effet dans la consommation des ménages, la valeur du bien d'occasion vendu par un ménage et racheté par un autre ne doit être comptée qu'une seule fois, augmentée de la marge de l'intermédiaire.

### DÉMARQUE INCONNUE

Partie de la consommation commercialisable des ménages qui n'a pas fait l'objet d'une vente commerciale. On y trouve principalement les vols et pertes de marchandises, on y classe également les prélèvements ou dons faits par le commerçant.

### GRAND COMMERCE

La définition du grand commerce a été arrêtée en 1987 par la commission des comptes commerciaux de la nation, et réactualisée en 1998. Le grand commerce est défini par différents critères selon le secteur d'activité :

- Le grand commerce alimentaire : ensemble des entreprises ayant pour activité principale la gestion de supermarchés, magasins multicommerces et hypermarchés (NAF 47.11D, 47.11E et 47.11F). Ces entreprises peuvent également gérer à titre secondaire d'autres formes de vente, en particulier des supérettes.
- Les grands magasins : entreprises gérant principalement des «grands magasins» (NAF 47.17A),
- Les grandes entreprises de vente par correspondance : ensemble des entreprises de vente par correspondance à catalogue général ou spécialisé ayant au moins 50 salariés (NAF 47.91A et 47.91B).
- Grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé : ensemble des entreprises du commerce de détail en magasin spécialisé (NAF 474,475,476,477 hors produits pharmaceutiques, combustibles et biens d'occasion) satisfaisant à une des conditions suivantes :
  - employer 100 salariés ou plus ;
  - employer 50 salariés et plus, et :
    - > soit exploiter 10 magasins ou plus ;
    - > soit exploiter au moins un magasin de 2 500 m<sup>2</sup> et plus de surface de vente.

### PART DE MARCHÉ

Proportion des ventes d'un produit assurée par un secteur d'établissement donné. Les parts de marché sont calculées sur les ventes et non sur les chiffres d'affaires, c'est-à-dire après élimination des autres activités, commissions et démarques.

### PRODUIT COMMERCIALISABLE

Produit susceptible d'être vendu par le commerce et les activités de réparation associées au commerce. Les produits commercialisables sont d'une part les biens (y compris automobiles), à l'exclusion de l'eau, du gaz et de l'électricité, et d'autre part les services de réparation de biens domestiques et personnels et d'entretien et réparation automobile.

### SURFACE DE VENTE

Surface accessible au public dans l'enceinte des caisses, c'est-à-dire après exclusion des réserves, cours, parkings et surfaces d'exposition exceptionnelle en plein air (le plein air permanent est pris en compte pour les jardineries, matériaux de construction et combustibles).

### VENTES AU DÉTAIL DU COMMERCE

Ventes de produits commercialisables aux ménages et à quelques artisans-commerçants-prestataires de services par les entreprises du commerce.

#### VENTES AU DÉTAIL HORS COMMERCE

Ventes de produits commercialisables aux ménages et à quelques artisans-commerçants-prestataires de services par les entreprises hors commerce et artisanat à caractère commercial.

Les ménages peuvent s'adresser directement à des producteurs ou à des prestataires de service. C'est notamment le cas de leurs achats de tabac, qui sont répartis entre le commerce spécialisé de tabac, le commerce de journaux et les débits de boissons (cafés-tabac), classés dans les services.

## **ANNEXE XV - Lexique des définitions statistiques et comptables**

### CHIFFRE D'AFFAIRES DU COMMERCE (CA)

Produit de toutes les activités y compris non commerciales exercées par les secteurs (entreprises ou établissements) du commerce.

Soit, à partir des postes comptables : CA = Ventes de marchandises + production vendue de biens et services.

### VALEUR (ÉVOLUTION EN VALEUR)

Évaluation établie aux prix courants de l'année. L'indice de valeur d'une grandeur pour l'année n est le rapport du niveau de cette grandeur aux prix courants de l'année n à son niveau aux prix courants de l'année précédente.

### VOLUME (ÉVOLUTION EN VOLUME)

Évaluation établie à prix constants, ici aux prix de l'année précédente, afin d'éliminer l'effet des variations de prix. L'indice de volume s'obtient par le rapport de l'indice de valeur à l'indice de prix approprié. L'évaluation en volume n'est pas une évaluation en quantités physiques.

### ÉVOLUTION EN GLISSEMENT ANNUEL

Évolution d'une variable entre une période déterminée (mois ou trimestre) d'une année et la même période de l'année précédente.

### ÉVOLUTION EN MOYENNE ANNUELLE

Évolution d'une variable entre l'ensemble des mois (ou trimestres) d'une année et l'ensemble des mois (ou trimestres) de l'année précédente.

### INDICE DU PRIX DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'UN SECTEUR DU COMMERCE DE DÉTAIL

Indice calculé, pour chaque secteur du commerce de détail, en pondérant les indices de prix à la consommation des ménages par produit, par les ventes en ces produits du secteur considéré. Il est "calculé ou implicite", dans la mesure où il ne résulte pas d'une observation directe des prix de vente dans chaque secteur.

### INDICE DU PRIX DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'UN SECTEUR DU COMMERCE DE GROS

Indice calculé pour chaque secteur en fonction :

- des indices de prix des produits achetés par ce secteur, en tenant compte du poids des importations dans les achats ;
- des indices de prix des produits vendus par ce secteur à destination des consommations intermédiaires ou des ménages, de l'investissement ou de l'exportation.

### INDUSTRIE MANUFACTURIERE

Les industries manufacturières sont des industries de transformation des biens, c'est-à-dire principalement des industries de fabrication pour compte propre, mais elles concernent aussi la réparation et l'installation d'équipements industriels, ainsi que des opérations en sous-traitance pour un tiers donneur d'ordre



## ANNEXE I - Les ventes de marchandises du commerce de gros.

Tableau I-1 Évolution des ventes de marchandises du commerce de gros (C.G.) en volume hors taxes

	Taux de croissance en %				
	2006	2007	2008d	2009sd	2010p
<b>C.G. de produits agricoles bruts</b>	<b>-7,5</b>	<b>-12,8</b>	<b>17,3</b>	<b>5,1</b>	<b>-3,6</b>
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-11,2	-17,1	23,7	7,1	-5,5
- autres produits (1)	-0,2	-5,0	0,8	-1,2	1,5
<b>C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac</b>	<b>0,6</b>	<b>0,9</b>	<b>-0,2</b>	<b>-2,5</b>	<b>2,7</b>
- produits frais (2)	-2,2	0,4	0,1	-2,0	2,0
- boissons (alcoolisées ou non)	2,0	2,9	-0,5	-8,0	2,9
- autres produits (3)	3,5	0,4	-0,5	-0,1	3,6
<b>C.G. de biens domestiques</b>	<b>7,4</b>	<b>4,0</b>	<b>1,9</b>	<b>-0,8</b>	<b>6,0</b>
- produits pharmaceutiques	7,2	5,4	4,4	4,3	6,3
- autres produits (4)	4,4	2,9	0,2	-4,4	5,8
<b>C.G. d'équipements de l'information et de la communication</b>	<b>12,8</b>	<b>11,6</b>	<b>3,5</b>	<b>-11,4</b>	<b>12,2</b>
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	10,9	14,1	8,2	-10,5	10,9
- composants et équipements électroniques et télécommunication	16,4	7,2	-6,3	-13,4	15,3
<b>C.G. d'autres équipements industriels</b>	<b>-5,8</b>	<b>4,8</b>	<b>0,5</b>	<b>-15,4</b>	<b>2,8</b>
- équipements de bureau (5)	4,4	1,8	-6,8	-9,6	6,0
- matériel électrique	4,4	0,7	1,1	-12,2	2,8
- autres équipements (6)	-8,6	6,0	1,0	-16,6	2,6
<b>Autres C.G. spécialisés</b>	<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>-2,3</b>	<b>-10,6</b>	<b>2,7</b>
- combustibles et produits annexes	-3,7	1,1	-5,1	-10,4	-1,3
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	4,8	1,0	-0,9	-7,8	1,4
- autres produits (8)	0,1	0,1	-0,8	-14,0	9,1
<b>Commerce de gros total :</b> (hors intermédiaires du commerce)	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>	<b>1,6</b>	<b>-6,0</b>	<b>3,7</b>
<b>Intermédiaires du commerce</b> dont centrales d'achats	<b>-1,0</b>	<b>2,9</b>	<b>-1,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>-1,6</b>
<b>Commerce de gros et intermédiaires</b>	<b>1,2</b>	<b>2,1</b>	<b>1,2</b>	<b>-5,1</b>	<b>2,8</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

- (1) fleurs et plantes, animaux vivants, cuirs et peaux
- (2) Fruits et légumes, viandes et produits à base de viande, produits laitiers, œufs, huiles, poissons, crustacés et mollusques
- (3) sucre, chocolat, confiserie, café, thé, cacao, épices, produits surgelés, tabac manufacturé...
- (4) textile, habillement, chaussures, électroménager, vaisselle, verrerie, parfumerie, meubles, tapis, appareils d'éclairage, horlogerie, bijouterie...
- (5) mobilier de bureau, autres machines et équipements de bureau
- (6) pour l'industrie, l'agriculture, le commerce et les services
- (7) bois, matériaux de construction, appareils sanitaires, quincaillerie, fournitures pour plomberie et chauffage...
- (8) minerais, métaux, produits chimiques...

**Tableau I-2 Évolution des ventes de marchandises du commerce de gros (C.G.) en valeur hors taxes**

	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2010p
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008d	2009sd	2010p	
<b>C.G. de produits agricoles bruts</b>	<b>-1,9</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,7</b>	<b>1,1</b>	<b>0,0</b>	<b>3,6</b>	<b>23,9</b>	<b>-15,1</b>	<b>7,0</b>	<b>52,3</b>
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-1,0	-1,6	-2,9	0,5	-0,6	-2,3	7,8	30,2	-17,6	8,6	39,0
- autres produits (1)	-3,7	1,6	5,3	1,2	4,6	4,6	-4,0	7,7	-7,1	2,7	13,3
<b>C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac</b>	<b>5,2</b>	<b>-2,6</b>	<b>0,4</b>	<b>1,3</b>	<b>4,1</b>	<b>3,1</b>	<b>3,6</b>	<b>4,2</b>	<b>-6,2</b>	<b>5,3</b>	<b>122,4</b>
- produits frais (2)	6,8	1,2	1,9	-0,4	2,2	1,1	4,1	5,5	-8,0	6,3	58,3
- boissons (alcoolisées ou non)	4,5	-2,5	4,4	9,1	4,9	2,6	4,8	3,5	-5,8	3,7	22,9
- autres produits (3)	3,6	-7,2	-3,4	-0,1	6,4	6,1	2,3	2,8	-3,9	4,9	41,2
<b>C.G. de biens domestiques</b>	<b>8,1</b>	<b>5,7</b>	<b>5,2</b>	<b>1,8</b>	<b>9,4</b>	<b>5,4</b>	<b>3,4</b>	<b>1,2</b>	<b>-2,0</b>	<b>4,7</b>	<b>136,4</b>
- produits pharmaceutiques	9,9	6,2	9,4	2,2	14,2	7,2	3,8	2,6	2,4	3,9	57,7
- autres produits (4)	7,1	5,4	2,5	1,4	6,1	4,1	3,2	0,3	-5,1	5,3	78,7
<b>C.G. d'équipements de l'information et de la communication</b>	<b>4,6</b>	<b>-7,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>10,3</b>	<b>7,2</b>	<b>7,7</b>	<b>3,8</b>	<b>-3,5</b>	<b>-15,3</b>	<b>5,9</b>	<b>40,0</b>
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	4,0	-10,0	0,2	17,8	6,4	5,8	3,7	-1,3	-15,0	2,9	27,1
- composants et équipements électroniques et télécommunication	5,7	-3,7	-0,9	-1,8	8,7	11,2	4,0	-8,1	-16,1	12,7	12,9
<b>C.G. d'autres équipements industriels</b>	<b>7,9</b>	<b>-5,3</b>	<b>-2,2</b>	<b>5,1</b>	<b>5,9</b>	<b>-3,9</b>	<b>8,1</b>	<b>2,7</b>	<b>-14,3</b>	<b>3,1</b>	<b>72,3</b>
- équipements de bureau (5)	4,0	-10,0	0,2	17,8	6,4	5,8	3,7	-4,9	-10,1	5,2	4,7
- matériel électrique	4,0	-8,0	-0,4	-1,4	6,9	10,3	5,1	1,9	-12,2	6,2	11,6
- autres équipements (6)	9,1	-4,4	-2,8	5,4	5,7	-7,3	9,1	3,5	-15,0	2,3	56,0
<b>Autres C.G. spécialisés</b>	<b>0,3</b>	<b>0,8</b>	<b>-1,4</b>	<b>8,9</b>	<b>3,1</b>	<b>7,4</b>	<b>5,5</b>	<b>7,9</b>	<b>-21,4</b>	<b>11,0</b>	<b>139,0</b>
- combustibles et produits annexes	-0,6	-8,5	1,4	12,8	11,9	6,5	2,8	16,5	-32,0	17,6	46,2
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	3,9	3,8	2,1	7,9	4,3	8,6	6,8	2,5	-8,0	1,9	51,6
- autres produits (8)	-2,2	6,0	-6,6	6,8	-5,3	7,0	6,7	5,0	-24,3	16,8	41,2
<b>Commerce de gros total :</b> (hors intermédiaires du commerce)	<b>4,3</b>	<b>-0,6</b>	<b>0,5</b>	<b>4,5</b>	<b>5,5</b>	<b>3,9</b>	<b>4,7</b>	<b>5,3</b>	<b>-11,9</b>	<b>6,4</b>	<b>572,4</b>
<b>Intermédiaires du commerce</b>	<b>10,0</b>	<b>0,5</b>	<b>3,8</b>	<b>4,8</b>	<b>4,1</b>	<b>3,5</b>	<b>5,1</b>	<b>7,6</b>	<b>-10,3</b>	<b>5,3</b>	<b>104,3</b>
dont centrales d'achats	7,5	4,5	6,4	4,0	5,4	3,0	5,5	9,3	-10,7	5,1	85,9
<b>Commerce de gros et intermédiaires</b>	<b>5,2</b>	<b>-0,4</b>	<b>1,0</b>	<b>4,5</b>	<b>5,3</b>	<b>3,8</b>	<b>4,7</b>	<b>5,6</b>	<b>-11,7</b>	<b>6,2</b>	<b>676,7</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) fleurs et plantes, animaux vivants, cuirs et peaux

(2) Fruits et légumes, viandes et produits à base de viande, produits laitiers, œufs, huiles, poissons, crustacés et mollusques

(3) sucre, chocolat, confiserie, café, thé, cacao, épices, produits surgelés, tabac manufacturé...

(4) textile, habillement, chaussures, électroménager, vaisselle, verrerie, parfumerie,

meubles, tapis, appareils d'éclairage, horlogerie, bijouterie...

(5) mobilier de bureau, autres machines et équipements de bureau

(6) pour l'industrie, l'agriculture, le commerce et les services

(7) bois, matériaux de construction, appareils sanitaires, quincaillerie, fournitures pour plomberie et chauffage...

(8) minerais, métaux, produits chimiques...

## ANNEXE II - Les ventes du commerce de détail.

Tableau II-1 A

Ventes au détail par produit : commerce de détail et autres opérateurs

Année 2008

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Commerce de détail	Activités artisanales	Commerce et réparation automobile	Commerce de gros et intermédiaires du commerce	Ventes au détail des autres secteurs	TOTAL DES VENTES	Correction pour biens existants	Consommations intermédiaires	CONSOMMATION COMMERCIALISABLE
<b>PRODUITS</b>									
Pain, pâtisserie	3 152	10 893	0	21	320	14 386	0	1 678	12 709
Fruits et légumes	20 773	5	0	381	3	21 163	0	354	20 809
Viandes et produits dérivés	29 784	2 336	0	175	2 129	34 424	0	1 067	33 356
Poissons, crustacés, coquillages	8 266	3	0	55	51	8 375	0	399	7 977
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>61 976</b>	<b>13 237</b>	<b>0</b>	<b>632</b>	<b>2 504</b>	<b>78 349</b>	<b>0</b>	<b>3 498</b>	<b>74 851</b>
Chocolaterie, confiserie	7 373	227	1	53	19	7 674	0	365	7 309
Vins, liqueurs et apéritifs	14 864	13	0	330	918	16 125	0	2 688	13 438
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	9 914	143	16	149	267	10 489	0	499	9 990
Epicierie, produits alimentaires divers	52 009	260	0	513	1 692	54 473	0	2 791	51 683
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>84 160</b>	<b>643</b>	<b>17</b>	<b>1 045</b>	<b>2 896</b>	<b>88 762</b>	<b>0</b>	<b>6 343</b>	<b>82 419</b>
Tabac et cigarettes	8 279	0	0	465	7 883	16 626	0	0	16 626
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>154 415</b>	<b>13 880</b>	<b>17</b>	<b>2 142</b>	<b>13 283</b>	<b>183 737</b>	<b>0</b>	<b>9 841</b>	<b>173 896</b>
Pneumatiques	43	0	2 476	13	13	2 545	0	681	1 865
Pièces détachées et équipements automobiles	1 092	0	26 595	193	1 894	29 774	0	6 200	23 574
Vente et réparation de motocycles	34	0	2 530	1	0	2 566	0	141	2 425
Carburants et lubrifiants	38 072	12	3 764	4 339	1 353	47 540	0	5 094	42 447
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>39 242</b>	<b>12</b>	<b>35 365</b>	<b>4 545</b>	<b>3 261</b>	<b>82 425</b>	<b>0</b>	<b>12 115</b>	<b>70 310</b>
Produits pharmaceutiques	36 545	0	0	278	4	36 828	0	0	36 828
Matériels médicaux et orthopédiques	2 598	0	0	127	673	3 398	0	10	3 388
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>39 143</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>405</b>	<b>677</b>	<b>40 225</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>40 215</b>
Habillement	39 813	1	3	342	2 063	42 222	33	6 646	35 542
Chaussures	8 780	0	0	2	66	8 849	0	224	8 624
Maroquinerie, articles de voyage	2 600	0	0	4	0	2 604	0	124	2 480
Parfumerie et produits de beauté	16 764	2	0	58	995	17 819	0	315	17 504
Optique et photographie	6 037	1	0	270	380	6 689	0	207	6 482
Horlogerie, bijouterie	4 419	0	0	3	214	4 637	3	9	4 624
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>78 412</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>680</b>	<b>3 719</b>	<b>82 819</b>	<b>36</b>	<b>7 526</b>	<b>75 257</b>
Meubles, literie	13 922	0	0	56	592	14 570	15	693	13 861
Equipelement du foyer	10 400	0	0	254	158	10 812	0	2 385	8 427
Electroménager	10 722	1	0	79	381	11 182	0	1 864	9 319
Produits bruns	9 047	0	0	16	171	9 233	0	1 474	7 759
Micro-informatique et téléphones	10 236	0	13	289	4 262	14 800	0	2 960	11 840
Produits d'entretien ménager	6 535	0	0	69	1	6 605	0	1 954	4 651
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 689	0	0	48	106	3 843	0	921	2 922
Revêtements sols et murs	2 348	1	0	413	95	2 857	1 217	190	1 451
Quincaillerie, bricolage, peinture	22 699	0	23	1 288	272	24 282	3 851	5 837	14 593
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	8 364	0	0	928	585	9 877	0	470	9 407
Livres, journaux, papeterie	12 717	83	0	157	593	13 550	58	134	13 358
Vente et réparation de cycles	1 370	0	115	1	25	1 510	0	197	1 313
Sports et loisirs	8 458	0	24	12	723	9 217	0	1 536	7 680
Jeux et jouets	2 651	0	0	0	109	2 760	0	27	2 733
Autres produits non alimentaires	6 354	0	1	22	2 229	8 605	3 136	1 749	3 720
Charbons et combustibles	7 066	0	12	3 372	422	10 871	0	1 242	9 629
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>136 577</b>	<b>84</b>	<b>187</b>	<b>7 003</b>	<b>10 723</b>	<b>154 575</b>	<b>8 278</b>	<b>23 632</b>	<b>122 665</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>293 374</b>	<b>100</b>	<b>35 555</b>	<b>12 634</b>	<b>18 380</b>	<b>360 044</b>	<b>8 313</b>	<b>43 283</b>	<b>308 448</b>
Voitures particulières d'occasion	32	0	30 698	536	566	31 833	19 019	1 669	11 146
Voitures particulières neuves	2	0	29 072	780	780	30 634	0	7 069	23 564
Caravanes, remorques	0	0	1 286	26	28	1 340	0	223	1 116
Entretien et réparation automobile	117	0	12 562	430	3 779	16 889	0	2 815	14 074
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>152</b>	<b>0</b>	<b>73 618</b>	<b>1 772</b>	<b>5 153</b>	<b>80 695</b>	<b>19 019</b>	<b>11 776</b>	<b>49 900</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>447 940</b>	<b>13 980</b>	<b>109 190</b>	<b>16 549</b>	<b>36 816</b>	<b>624 475</b>	<b>27 332</b>	<b>64 899</b>	<b>532 244</b>

## Tableau II-1 B

### Ventes au détail par produit : ensemble du commerce de détail et activités artisanales

Année 2008

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	TOTAL commerce de détail et activités artisanales	Détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface			GSA	Détail non alimentaire en magasin					Commerce hors magasin		
		TOTAL	Commerces alimentaires spécialisés et activités artisanales	Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés		TOTAL	Non alimentaire non spécialisé	Magasins non alimentaires spécialisés hors pharmacie et carburant	Carburant	Pharmacies	TOTAL	Vente à distance	Autres formes de ventes hors magasin
<b>PRODUITS</b>													
Pain, pâtisserie	14 045	11 346	11 242	103	2 666	24	1	8	15	0	9	5	5
Fruits et légumes	20 778	3 908	2 347	1 562	15 815	62	6	11	45	0	993	27	965
Viandes et produits dérivés	32 120	8 708	7 256	1 452	21 914	312	9	225	77	0	1 186	24	1 162
Poissons, crustacés, coquillages	8 269	1 323	778	544	6 249	55	2	39	15	0	643	24	619
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>75 212</b>	<b>25 284</b>	<b>21 623</b>	<b>3 661</b>	<b>46 644</b>	<b>453</b>	<b>18</b>	<b>283</b>	<b>152</b>	<b>0</b>	<b>2 831</b>	<b>80</b>	<b>2 751</b>
Chocolaterie, confiserie	7 600	2 030	1 342	688	4 757	440	3	84	353	0	373	11	362
Vins, liqueurs et apéritifs	14 877	2 728	1 901	827	10 512	506	7	393	106	0	1 132	102	1 030
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	10 057	1 098	643	455	8 482	179	5	45	129	0	298	175	123
Epicerie, produits alimentaires divers	52 268	7 409	3 732	3 677	41 486	1 056	54	294	120	588	2 317	914	1 403
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>84 803</b>	<b>13 265</b>	<b>7 618</b>	<b>5 647</b>	<b>65 237</b>	<b>2 181</b>	<b>69</b>	<b>814</b>	<b>709</b>	<b>589</b>	<b>4 120</b>	<b>1 203</b>	<b>2 918</b>
Tabac et cigarettes	8 279	5 502	5 235	267	105	2 545	9	2 531	5	0	127	14	113
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>168 294</b>	<b>44 051</b>	<b>34 476</b>	<b>9 575</b>	<b>111 985</b>	<b>5 179</b>	<b>95</b>	<b>3 628</b>	<b>867</b>	<b>589</b>	<b>7 079</b>	<b>1 297</b>	<b>5 782</b>
Pneumatiques	43	0	0	0	0	43	0	0	43	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	1 092	31	15	16	870	190	14	46	129	0	2	2	0
Vente et réparation de motocycles	34	0	0	0	0	34	0	27	7	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	38 084	1 501	894	606	19 834	16 681	27	952	15 698	3	69	22	47
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>39 254</b>	<b>1 532</b>	<b>910</b>	<b>622</b>	<b>20 704</b>	<b>16 948</b>	<b>41</b>	<b>1 026</b>	<b>15 877</b>	<b>4</b>	<b>71</b>	<b>23</b>	<b>47</b>
Produits pharmaceutiques	36 545	1	0	1	72	36 446	0	153	0	36 292	27	26	1
Matériels médicaux et orthopédiques	2 598	0	0	0	2	2 460	1	63	0	2 396	135	61	75
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>39 143</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>73</b>	<b>38 906</b>	<b>1</b>	<b>216</b>	<b>0</b>	<b>38 688</b>	<b>162</b>	<b>87</b>	<b>75</b>
Habillement	39 813	116	4	112	4 821	30 554	2 591	27 869	2	91	4 323	3 586	736
Chaussures	8 780	17	0	17	927	6 963	377	6 570	1	15	872	399	473
Maroquinerie, articles de voyage	2 600	50	47	4	157	2 256	503	1 745	0	8	136	28	108
Parfumerie et produits d'hygiène	16 766	519	112	407	9 701	5 791	361	4 446	24	961	755	606	149
Optique et photographie	6 038	5	1	4	288	5 539	3	5 536	0	0	206	189	17
Horlogerie, bijouterie	4 419	6	0	6	374	3 906	250	3 654	1	2	134	122	11
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>78 416</b>	<b>713</b>	<b>164</b>	<b>549</b>	<b>16 268</b>	<b>55 009</b>	<b>4 085</b>	<b>49 821</b>	<b>27</b>	<b>1 077</b>	<b>6 426</b>	<b>4 931</b>	<b>1 494</b>
Meubles, literie	13 922	8	1	8	542	12 410	139	12 258	0	11	961	856	105
Equipelement du foyer	10 400	92	29	64	2 614	6 913	559	6 334	6	14	781	363	417
Electroménager	10 723	51	11	40	2 214	7 642	129	7 511	2	0	816	616	200
Produits bruns	9 047	28	0	28	2 915	5 555	10	5 544	0	0	548	525	24
Micro-informatique et téléphones	10 236	49	1	49	2 495	6 428	76	6 347	1	5	1 263	1 227	36
Produits d'entretien ménager	6 535	238	39	199	5 728	383	115	241	18	9	186	78	108
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 689	23	6	18	719	2 161	376	1 782	1	2	785	632	154
Revêtements sols et murs	2 348	8	1	7	274	1 997	80	1 915	0	2	69	39	31
Quincaillerie, bricolage, peinture	22 699	53	7	47	1 986	19 175	216	18 944	6	8	1 484	480	1 004
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	8 364	63	24	40	1 746	6 180	31	6 093	9	47	375	229	146
Livres, journaux, papeterie	12 800	972	785	187	2 291	8 640	130	8 491	18	1	897	708	189
Vente et réparation de cycles	1 370	1	0	1	71	1 267	0	1 248	19	0	30	29	1
Sports et loisirs	8 458	59	34	25	1 705	6 034	126	5 907	1	1	660	606	54
Jeux et jouets	2 651	14	0	14	1 006	1 501	18	1 481	1	2	129	122	8
Autres produits non alimentaires	6 354	108	92	16	360	4 500	76	4 374	40	10	1 386	889	496
Charbons et combustibles	7 066	112	18	94	797	5 814	112	5 532	158	12	344	29	314
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>136 662</b>	<b>1 881</b>	<b>1 045</b>	<b>836</b>	<b>27 465</b>	<b>96 600</b>	<b>2 193</b>	<b>94 003</b>	<b>279</b>	<b>125</b>	<b>10 716</b>	<b>7 429</b>	<b>3 287</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>293 475</b>	<b>4 127</b>	<b>2 118</b>	<b>2 008</b>	<b>64 510</b>	<b>207 463</b>	<b>6 320</b>	<b>145 065</b>	<b>16 183</b>	<b>39 894</b>	<b>17 375</b>	<b>12 471</b>	<b>4 904</b>
Voitures particulières d'occasion	32	0	0	0	0	32	1	30	1	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	117	5	4	1	30	82	1	28	54	0	0	0	0
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>151</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>30</b>	<b>115</b>	<b>1</b>	<b>58</b>	<b>56</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>461 920</b>	<b>48 183</b>	<b>36 598</b>	<b>11 585</b>	<b>176 525</b>	<b>212 758</b>	<b>6 417</b>	<b>148 752</b>	<b>17 106</b>	<b>40 483</b>	<b>24 454</b>	<b>13 768</b>	<b>10 686</b>

**Tableau II-1 C**

**Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé  
(carburant, technologie de l'information et de la communication, équipement du foyer)**

Année 2008

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Carburant	Technologie de l'information et de la communication				Equipelement du foyer						
		Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	Matériels de télécommunication	Matériels audio et vidéo	TOTAL	Textiles	Quincaillerie, peintures et verres	Tapis, moquettes, revêtement des sols et murs	Electroménager	Meubles	Autres équipements du foyer	TOTAL
<b>PRODUITS</b>												
Pain, pâtisserie	15	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	5
Fruits et légumes	45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Viandes et produits dérivés	77	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3
Poissons, crustacés, coquillages	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>152</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>13</b>
Chocolaterie, confiserie	353	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	106	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	7
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	129	0	0	0	0	0	11	0	1	2	2	15
Epicerie, produits alimentaires divers	120	2	0	0	2	0	23	0	1	4	21	49
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>709</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>29</b>	<b>71</b>
Tabac et cigarettes	5	33	229	2	263	0	0	0	1	0	0	1
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>867</b>	<b>36</b>	<b>229</b>	<b>2</b>	<b>267</b>	<b>0</b>	<b>35</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>34</b>	<b>84</b>
Pneumatiques	43	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	129	0	0	0	0	0	26	0	0	0	0	27
Vente et réparation de motocycles	7	0	0	0	0	0	15	0	0	2	1	18
Carburants et lubrifiants	15 698	0	0	0	0	0	79	0	4	1	2	86
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>15 877</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>120</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>130</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
Habillement	2	4	0	10	14	188	27	15	1	4	33	268
Chaussures	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4	5
Parfumerie et produits d'hygiène	24	1	0	0	1	0	40	0	0	5	10	55
Optique et photographie	0	381	0	2	382	0	0	0	40	0	3	43
Horlogerie, bijouterie	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	5
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>27</b>	<b>386</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>397</b>	<b>190</b>	<b>68</b>	<b>15</b>	<b>41</b>	<b>13</b>	<b>51</b>	<b>378</b>
Meubles, literie	0	36	0	29	66	6	870	7	94	10 317	547	11 841
Equipelement du foyer	6	4	1	72	77	10	1 384	13	18	1 586	2 446	5 457
Electroménager	2	50	4	310	364	1	1 271	2	4 338	1 266	211	7 089
Produits bruns	0	644	15	1 207	1 865	0	280	0	2 716	564	102	3 663
Micro-informatique et téléphones	1	3 576	424	162	4 163	0	223	0	1 433	262	53	1 972
Produits d'entretien ménager	18	0	0	1	1	0	153	0	0	12	16	182
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	1	1	0	1	1	965	9	34	2	314	80	1 405
Revêtements sols et murs	0	0	0	2	3	24	831	846	11	135	35	1 883
Quincaillerie, bricolage, peinture	6	1	0	5	6	10	15 351	242	20	704	450	16 776
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	9	1	0	0	1	0	469	2	0	31	7	510
Livres, journaux, papeterie	18	734	0	18	753	4	18	0	2	2	17	43
Vente et réparation de cycles	19	0	0	0	0	0	1	0	4	0	0	5
Sports et loisirs	1	434	1	19	453	0	4	0	2	0	1	8
Jeux et jouets	1	9	0	3	12	0	0	0	0	12	0	13
Autres produits non alimentaires	40	12	2	9	23	19	18	1	2	23	37	100
Charbons et combustibles	158	0	0	0	0	0	19	0	31	0	17	68
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>279</b>	<b>5 502</b>	<b>446</b>	<b>1 838</b>	<b>7 786</b>	<b>1 041</b>	<b>20 901</b>	<b>1 148</b>	<b>8 673</b>	<b>15 230</b>	<b>4 019</b>	<b>51 013</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>16 183</b>	<b>5 888</b>	<b>447</b>	<b>1 849</b>	<b>8 184</b>	<b>1 231</b>	<b>21 089</b>	<b>1 163</b>	<b>8 719</b>	<b>15 247</b>	<b>4 076</b>	<b>51 524</b>
Voitures particulières d'occasion	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	54	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>56</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>17 106</b>	<b>5 924</b>	<b>676</b>	<b>1 851</b>	<b>8 451</b>	<b>1 231</b>	<b>21 125</b>	<b>1 163</b>	<b>8 726</b>	<b>15 254</b>	<b>4 110</b>	<b>51 609</b>

**Tableau II-1 D**  
**Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé**  
**(culture-loisirs, habillement-chaussures, autres équipements de la personne)**

Année 2008

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Culture-loisirs					Habillement-chaussures			Autres équipements de la personne				
	Livres, journaux, papeterie	Enregistrements musicaux et vidéo	Articles de sport	Jeux et jouets	TOTAL	Habillement	Chaussures	TOTAL	Maroquinerie et articles de voyage	Parfumerie et produits de beauté	Horlogerie-bijouterie	Optique, photographie	TOTAL
<b>PRODUITS</b>													
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Fruits et légumes	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Viandes et produits dérivés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Poissons, crustacés, coquillages	34	0	0	0	34	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>35</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>35</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
Chocolaterie, confiserie	74	0	0	0	74	0	0	0	5	0	0	0	6
Vins, liqueurs et apéritifs	2	0	0	0	2	0	0	0	1	366	0	0	367
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1
Epicerie, produits alimentaires divers	68	0	2	0	70	12	3	15	2	38	1	0	41
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>145</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>147</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>404</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>414</b>
Tabac et cigarettes	2 187	2	0	0	2 189	0	0	0	77	0	0	0	77
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>2 367</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2 371</b>	<b>13</b>	<b>3</b>	<b>16</b>	<b>86</b>	<b>404</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>493</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	14	0	14	1	0	1	0	0	0	0	0
Vente et réparation de motocycles	0	0	9	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	0	0	12	0	12	2	1	3	0	3	2	0	5
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>5</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	136	5	0	141
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	2	41	56
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>149</b>	<b>7</b>	<b>41</b>	<b>197</b>
Habillement	23	0	2 426	2	2 451	23 983	614	24 597	49	68	14	19	150
Chaussures	1	0	718	0	720	1 092	4 569	5 661	42	13	5	0	60
Maroquinerie, articles de voyage	1	0	0	0	1	238	229	467	1 239	6	0	0	1 246
Parfumerie et produits d'hygiène	3	0	1	0	5	132	4	136	5	4 206	15	0	4 226
Optique et photographie	8	5	2	0	15	1	0	1	0	0	4	4 793	4 798
Horlogerie, bijouterie	1	0	0	0	1	100	2	103	0	1	3 510	0	3 511
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>37</b>	<b>5</b>	<b>3 148</b>	<b>2</b>	<b>3 192</b>	<b>25 547</b>	<b>5 418</b>	<b>30 965</b>	<b>1 336</b>	<b>4 294</b>	<b>3 548</b>	<b>4 812</b>	<b>13 990</b>
Meubles, literie	45	0	2	0	47	20	10	30	1	9	1	0	12
Equipelement du foyer	6	8	5	0	19	59	13	72	8	11	2	0	21
Electroménager	4	1	1	0	6	1	0	1	1	0	0	0	2
Produits bruns	1	4	1	0	6	0	0	1	0	0	1	0	1
Micro-informatique et téléphones	16	100	22	13	150	6	4	10	0	4	3	0	7
Produits d'entretien ménager	1	0	0	0	1	10	10	20	0	7	0	0	8
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	1	0	2	0	3	309	8	317	1	2	1	0	4
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	3	2	5	0	2	0	0	2
Quincaillerie, bricolage, peinture	18	0	1 441	0	1 459	11	8	19	0	7	2	0	9
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	1	0	9	0	10	4	3	7	0	8	7	9	24
Livres, journaux, papeterie	6 744	265	339	4	7 352	4	1	5	8	1	4	8	21
Vente et réparation de cycles	6	0	1 234	0	1 240	1	0	2	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	118	335	4 902	1	5 355	5	31	36	1	1	1	0	3
Jeux et jouets	10	0	7	1 405	1 422	11	2	13	0	1	0	0	1
Autres produits non alimentaires	107	0	199	3	309	17	7	24	2	7	50	9	68
Charbons et combustibles	0	0	0	0	1	2	0	2	0	13	8	0	21
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>7 076</b>	<b>714</b>	<b>8 165</b>	<b>1 426</b>	<b>17 381</b>	<b>463</b>	<b>100</b>	<b>563</b>	<b>21</b>	<b>76</b>	<b>80</b>	<b>26</b>	<b>204</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>7 114</b>	<b>719</b>	<b>11 348</b>	<b>1 428</b>	<b>20 609</b>	<b>26 013</b>	<b>5 519</b>	<b>31 533</b>	<b>1 358</b>	<b>4 522</b>	<b>3 637</b>	<b>4 879</b>	<b>14 396</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>9 481</b>	<b>721</b>	<b>11 356</b>	<b>1 428</b>	<b>22 985</b>	<b>26 026</b>	<b>5 523</b>	<b>31 549</b>	<b>1 444</b>	<b>4 926</b>	<b>3 640</b>	<b>4 879</b>	<b>14 889</b>

**Tableau II-1 E**

**Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé  
(pharmacie et commerce d'articles médicaux, autres magasins spécialisés)**

Année 2008

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Pharmacie et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	Autres magasins spécialisés				TOTAL
		Fleurs, plantes, graines, engrais	Charbons et com- bustibles	Autres commerces de détail spécialisé	Commerce de biens d'occasion	
<b>PRODUITS</b>						
Pain, pâtisserie	0	0	1	1	1	2
Fruits et légumes	0	0	5	2	0	7
Viandes et produits dérivés	0	0	4	216	1	221
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	1	0	0	2
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>219</b>	<b>2</b>	<b>233</b>
Chocolaterie, confiserie	0	0	2	0	0	3
Vins, liqueurs et apéritifs	0	1	14	3	0	17
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	20	1	6	26
Epicierie, produits alimentaires divers	588	53	17	35	12	117
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>589</b>	<b>54</b>	<b>53</b>	<b>39</b>	<b>18</b>	<b>164</b>
Tabac et cigarettes	0	0	0	0	0	1
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>589</b>	<b>54</b>	<b>64</b>	<b>258</b>	<b>20</b>	<b>397</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	2	0	0	3
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	3	21	823	1	0	846
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>4</b>	<b>22</b>	<b>826</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>849</b>
Produits pharmaceutiques	36 292	0	12	0	0	12
Matériels médicaux et orthopédiques	2 396	0	3	0	1	4
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>38 688</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>16</b>
Habillement	91	93	143	84	70	390
Chaussures	15	2	26	9	91	127
Maroquinerie, articles de voyage	8	0	13	9	3	26
Parfumerie et produits d'hygiène	961	0	4	7	12	23
Optique et photographie	0	0	6	289	3	298
Horlogerie, bijouterie	2	1	6	24	4	34
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>1 077</b>	<b>96</b>	<b>198</b>	<b>422</b>	<b>182</b>	<b>897</b>
Meubles, literie	11	126	20	57	59	263
Equipement du foyer	14	446	31	205	8	689
Electroménager	0	7	10	27	6	50
Produits bruns	0	0	1	3	5	9
Micro-informatique et téléphones	5	1	14	9	23	46
Produits d'entretien ménager	9	6	17	4	3	30
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	2	19	5	7	22	53
Revêtements sols et murs	2	5	13	3	0	22
Quincaillerie, bricolage, peinture	8	466	93	31	86	675
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	47	5 466	34	30	11	5 541
Livres, journaux, papeterie	1	16	6	59	236	317
Vente et réparation de cycles	0	0	0	1	0	1
Sports et loisirs	1	12	2	26	13	51
Jeux et jouets	2	0	3	15	1	19
Autres produits non alimentaires	10	129	23	2 736	963	3 851
Charbons et combustibles	12	42	5 395	3	0	5 440
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>125</b>	<b>6 741</b>	<b>5 666</b>	<b>3 215</b>	<b>1 435</b>	<b>17 057</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>39 894</b>	<b>6 859</b>	<b>6 704</b>	<b>3 639</b>	<b>1 619</b>	<b>18 820</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	25	0	0	25
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	27	0	0	27
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>52</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>52</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>40 483</b>	<b>6 913</b>	<b>6 820</b>	<b>3 897</b>	<b>1 639</b>	<b>19 269</b>

Tableau II-1 F

Ventes au détail par produit : commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et activités artisanales

Année 2008

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Détail alimentaire spécialisé et activités artisanales								Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	TOTAL détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et artisanat
	Boulangeries, pâtisseries	Boucheries, charcuteries	Fruits et légumes	Poissonnerie	Boissons	Tabac	Autres commerces de détail alimentaire	TOTAL ALIMENTAIRE SPECIA-LISE		
PRODUITS										
Pain, pâtisserie	11 190	1	2	0	1	0	48	11 242	103	11 346
Fruits et légumes	9	59	1 987	2	15	27	247	2 347	1 562	3 908
Viandes et produits dérivés	14	6 984	131	2	20	1	103	7 256	1 452	8 708
Poissons, crustacés, coquillages	1	20	22	646	1	0	89	778	544	1 323
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>11 213</b>	<b>7 064</b>	<b>2 142</b>	<b>651</b>	<b>37</b>	<b>28</b>	<b>488</b>	<b>21 623</b>	<b>3 661</b>	<b>25 284</b>
Chocolaterie, confiserie	852	6	55	0	99	199	131	1 342	688	2 030
Vins, liqueurs et apéritifs	14	62	71	4	1 648	41	60	1 901	827	2 728
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	125	63	85	1	293	0	75	643	455	1 098
Epicerie, produits alimentaires divers	220	490	746	20	211	114	1 931	3 732	3 677	7 409
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>1 211</b>	<b>621</b>	<b>958</b>	<b>25</b>	<b>2 252</b>	<b>354</b>	<b>2 197</b>	<b>7 618</b>	<b>5 647</b>	<b>13 265</b>
Tabac et cigarettes	50	0	0	0	43	5 035	106	5 235	267	5 502
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>12 474</b>	<b>7 686</b>	<b>3 100</b>	<b>676</b>	<b>2 331</b>	<b>5 417</b>	<b>2 791</b>	<b>34 476</b>	<b>9 575</b>	<b>44 051</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	2	0	0	0	9	0	4	15	16	31
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	157	4	1	0	481	1	251	894	606	1 501
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>159</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>490</b>	<b>2</b>	<b>255</b>	<b>910</b>	<b>622</b>	<b>1 532</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Habillement	1	0	1	0	0	0	1	4	112	116
Chaussures	0	0	0	0	0	0	0	0	17	17
Maroquinerie, articles de voyage	1	0	0	0	0	45	0	47	4	50
Parfumerie et produits d'hygiène	2	1	17	0	1	62	28	112	407	519
Optique et photographie	1	0	0	0	0	0	0	1	4	5
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	0	0	0	6	6
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>108</b>	<b>30</b>	<b>164</b>	<b>549</b>	<b>713</b>
Meubles, literie	0	0	0	0	0	0	0	1	8	8
Equipelement du foyer	0	7	2	0	16	0	4	29	64	92
Electroménager	2	0	0	0	0	8	1	11	40	51
Produits bruns	0	0	0	0	0	0	0	0	28	28
Micro-informatique et téléphones	0	0	0	0	0	0	0	1	49	49
Produits d'entretien ménager	1	1	18	0	4	8	6	39	199	238
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	1	4	0	0	1	0	6	18	23
Revêtements sols et murs	1	0	0	0	0	0	0	1	7	8
Quincaillerie, bricolage, peinture	0	0	5	0	0	0	2	7	47	53
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	23	0	0	0	0	24	40	63
Livres, journaux, papeterie	87	0	115	0	18	555	9	785	187	972
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	0	0	0	0	0	34	0	34	25	59
Jeux et jouets	0	0	0	0	0	0	0	0	14	14
Autres produits non alimentaires	4	0	1	0	8	67	12	92	16	108
Charbons et combustibles	5	0	4	0	2	6	1	18	94	112
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>100</b>	<b>10</b>	<b>171</b>	<b>0</b>	<b>48</b>	<b>680</b>	<b>36</b>	<b>1 045</b>	<b>836</b>	<b>1 881</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>264</b>	<b>14</b>	<b>190</b>	<b>0</b>	<b>540</b>	<b>789</b>	<b>321</b>	<b>2 118</b>	<b>2 008</b>	<b>4 127</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	2	0	0	0	1	0	1	4	1	5
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>12 740</b>	<b>7 700</b>	<b>3 290</b>	<b>676</b>	<b>2 872</b>	<b>6 206</b>	<b>3 113</b>	<b>36 598</b>	<b>11 585</b>	<b>48 183</b>

**Tableau II-1 G**

**Ventes au détail par produit : établissements du commerce de l'alimentation générale**

Année 2008

Millions d'euros courants

SECTEURS D'APPARTENANCE DES MAGASINS	Grandes surfaces d'alimentation générale				Petites surfaces d'alimentation générale et produits surgelés			
	Hyper- marchés	Super- marchés	Magasins multi- commerces	TOTAL	Commerces de détail de produits surgelés	Commerces d'alimenta- tion générale	Supérettes	TOTAL
<b>PRODUITS</b>								
Pain, pâtisserie	1 125	1 424	116	2 666	1	38	64	103
Fruits et légumes	9 065	6 105	645	15 815	320	475	766	1 562
Viandes et produits dérivés	11 039	10 496	379	21 914	522	296	634	1 452
Poissons, crustacés, coquillages	3 491	2 723	35	6 249	437	48	59	544
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>24 720</b>	<b>20 748</b>	<b>1 176</b>	<b>46 644</b>	<b>1 280</b>	<b>858</b>	<b>1 523</b>	<b>3 661</b>
Chocolaterie, confiserie	2 119	2 618	20	4 757	1	381	306	688
Vins, liqueurs et apéritifs	5 331	4 836	344	10 512	0	310	517	827
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	4 848	3 594	40	8 482	0	132	323	455
Épicerie, produits alimentaires divers	22 633	18 206	648	41 486	932	752	1 993	3 677
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>34 931</b>	<b>29 255</b>	<b>1 051</b>	<b>65 237</b>	<b>933</b>	<b>1 575</b>	<b>3 140</b>	<b>5 647</b>
Tabac et cigarettes	28	36	40	105	0	158	109	267
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>59 679</b>	<b>50 039</b>	<b>2 267</b>	<b>111 985</b>	<b>2 213</b>	<b>2 591</b>	<b>4 772</b>	<b>9 575</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	785	83	2	870	0	5	11	16
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	10 312	9 465	57	19 834	0	226	380	606
<b>TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE</b>	<b>11 096</b>	<b>9 548</b>	<b>59</b>	<b>20 704</b>	<b>0</b>	<b>232</b>	<b>391</b>	<b>622</b>
Produits pharmaceutiques	44	27	1	72	0	0	1	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	2	2	0	0	0	0
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>2</b>	<b>73</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Habillement	3 702	759	360	4 821	0	67	45	112
Chaussures	590	332	5	927	0	6	11	17
Maroquinerie, articles de voyage	132	25	0	157	0	2	2	4
Parfumerie et produits d'hygiène	6 093	3 252	356	9 701	0	126	281	407
Optique et photographie	252	35	2	288	0	1	3	4
Horlogerie, bijouterie	332	40	1	374	0	2	4	6
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>11 100</b>	<b>4 444</b>	<b>724</b>	<b>16 268</b>	<b>0</b>	<b>203</b>	<b>346</b>	<b>549</b>
Meubles, literie	435	104	3	542	0	2	6	8
Équipement du foyer	1 776	814	24	2 614	0	22	42	64
Électroménager	1 746	428	39	2 214	0	9	31	40
Produits bruns	2 794	117	5	2 915	0	8	20	28
Micro-informatique et téléphones	2 270	198	27	2 495	0	15	34	49
Produits d'entretien ménager	2 784	2 920	25	5 728	0	63	136	199
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	453	264	2	719	0	3	14	18
Revêtements sols et murs	124	149	1	274	0	3	4	7
Quincaillerie, bricolage, peinture	1 576	355	56	1 986	0	12	34	47
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	1 017	726	4	1 746	0	13	27	40
Livres, journaux, papeterie	1 825	418	49	2 291	0	92	96	187
Vente et réparation de cycles	58	13	0	71	0	0	1	1
Sports et loisirs	1 470	194	40	1 705	0	7	17	25
Jeux et jouets	844	149	13	1 006	0	4	10	14
Autres produits non alimentaires	237	112	10	360	0	8	8	16
Charbons et combustibles	458	337	2	797	29	39	26	94
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>19 867</b>	<b>7 298</b>	<b>299</b>	<b>27 465</b>	<b>29</b>	<b>301</b>	<b>506</b>	<b>836</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>42 108</b>	<b>21 317</b>	<b>1 085</b>	<b>64 510</b>	<b>29</b>	<b>736</b>	<b>1 244</b>	<b>2 008</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	10	18	2	30	0	0	0	1
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>101 797</b>	<b>71 374</b>	<b>3 354</b>	<b>176 525</b>	<b>2 242</b>	<b>3 327</b>	<b>6 016</b>	<b>11 585</b>

## Tableau II-2 A

### Ventes au détail par produit : commerce de détail et autres opérateurs

Année 2009

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Commerce de détail	Activités artisanales	Commerce et réparation automobile	Commerce de gros et intermédiaires du commerce	Ventes au détail des autres secteurs	TOTAL DES VENTES	Correction pour biens existants	Consommations intermédiaires	CONSOMMATION COMMERCIALISABLE
<b>PRODUITS</b>									
Pain, pâtisserie	3 259	11 042	0	24	367	14 692	0	1 713	12 979
Fruits et légumes	20 198	4	0	317	3	20 522	0	343	20 179
Viandes et produits dérivés	29 823	2 358	0	163	2 034	34 379	0	1 066	33 313
Poissons, crustacés, coquillages	8 260	3	0	49	42	8 354	0	398	7 956
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>61 539</b>	<b>13 407</b>	<b>0</b>	<b>553</b>	<b>2 447</b>	<b>77 947</b>	<b>0</b>	<b>3 520</b>	<b>74 427</b>
Chocolaterie, confiserie	7 346	208	2	55	20	7 630	0	363	7 267
Vins, liqueurs et apéritifs	15 206	13	0	372	1 062	16 654	0	2 776	13 878
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	10 257	166	21	182	322	10 948	0	521	10 427
Epicerie, produits alimentaires divers	52 179	237	0	493	1 559	54 468	0	2 791	51 677
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>84 989</b>	<b>624</b>	<b>23</b>	<b>1 102</b>	<b>2 963</b>	<b>89 701</b>	<b>0</b>	<b>6 451</b>	<b>83 250</b>
Tabac et cigarettes	8 118	0	0	541	8 474	17 133	0	0	17 133
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>154 646</b>	<b>14 031</b>	<b>23</b>	<b>2 196</b>	<b>13 884</b>	<b>184 780</b>	<b>0</b>	<b>9 971</b>	<b>174 809</b>
Pneumatiques	27	0	2 360	11	11	2 408	0	644	1 764
Pièces détachées et équipements automobiles	835	0	25 961	165	1 652	28 613	0	5 958	22 655
Vente et réparation de motocycles	20	0	2 251	0	0	2 272	0	125	2 147
Carburants et lubrifiants	29 911	10	4 078	3 542	1 260	38 801	0	4 157	34 643
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>30 793</b>	<b>10</b>	<b>34 649</b>	<b>3 717</b>	<b>2 923</b>	<b>72 093</b>	<b>0</b>	<b>10 884</b>	<b>61 209</b>
Produits pharmaceutiques	37 446	0	0	273	4	37 722	0	0	37 722
Matériels médicaux et orthopédiques	2 763	0	0	134	687	3 584	0	11	3 574
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>40 209</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>406</b>	<b>691</b>	<b>41 307</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>41 296</b>
Habillement	38 472	1	4	328	1 963	40 768	32	6 418	34 319
Chaussures	8 447	0	0	2	58	8 507	0	216	8 292
Maroquinerie, articles de voyage	2 623	0	0	4	0	2 627	0	125	2 502
Parfumerie et produits de beauté	16 660	2	0	61	974	17 697	0	313	17 384
Optique et photographie	6 190	1	0	305	416	6 912	0	214	6 698
Horlogerie, bijouterie	4 292	0	0	3	205	4 500	3	9	4 488
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>76 682</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>704</b>	<b>3 617</b>	<b>81 010</b>	<b>34</b>	<b>7 294</b>	<b>73 682</b>
Meubles, literie	13 553	0	0	58	617	14 228	15	677	13 536
Equipement du foyer	9 971	0	0	257	157	10 385	0	2 291	8 094
Electroménager	10 701	1	0	83	388	11 173	0	1 862	9 311
Produits bruns	8 780	0	0	17	165	8 962	0	1 431	7 531
Micro-informatique et téléphones	9 634	0	16	297	4 071	14 018	0	2 804	11 215
Produits d'entretien ménager	6 681	0	0	75	1	6 757	0	1 999	4 759
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 560	0	0	48	107	3 716	0	890	2 826
Revêtements sols et murs	2 143	1	0	398	94	2 636	1 123	175	1 339
Quincaillerie, bricolage, peinture	22 695	0	32	1 362	275	24 364	3 864	5 857	14 643
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	8 429	0	0	975	618	10 022	0	477	9 545
Livres, journaux, papeterie	12 589	83	0	178	631	13 480	58	133	13 289
Vente et réparation de cycles	1 265	0	155	1	25	1 446	0	189	1 258
Sports et loisirs	7 949	0	25	12	733	8 719	0	1 453	7 266
Jeux et jouets	2 791	0	0	0	135	2 927	0	29	2 898
Autres produits non alimentaires	6 232	0	1	23	2 190	8 446	3 078	1 716	3 651
Charbons et combustibles	4 911	0	9	2 384	302	7 607	0	869	6 737
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>131 884</b>	<b>84</b>	<b>238</b>	<b>6 169</b>	<b>10 512</b>	<b>148 886</b>	<b>8 138</b>	<b>22 851</b>	<b>117 896</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>279 569</b>	<b>98</b>	<b>34 891</b>	<b>10 996</b>	<b>17 742</b>	<b>343 295</b>	<b>8 173</b>	<b>41 039</b>	<b>294 083</b>
Voitures particulières d'occasion	24	0	27 121	411	443	27 999	16 728	1 468	9 803
Voitures particulières neuves	1	0	33 845	785	805	35 436	0	8 177	27 258
Caravanes, remorques	0	0	1 263	27	29	1 319	0	220	1 099
Entretien et réparation automobile	91	0	12 534	384	3 426	16 435	0	2 739	13 696
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>117</b>	<b>0</b>	<b>74 762</b>	<b>1 607</b>	<b>4 703</b>	<b>81 189</b>	<b>16 728</b>	<b>12 604</b>	<b>51 857</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>434 332</b>	<b>14 129</b>	<b>109 676</b>	<b>14 799</b>	<b>36 329</b>	<b>609 264</b>	<b>24 900</b>	<b>63 614</b>	<b>520 749</b>

Tableau II-2 B

## Ventes au détail par produit : ensemble du commerce de détail et activités artisanales

Année 2009

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	TOTAL commerce de détail et activités artisanales	Détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface			GSA	Détail non alimentaire en magasin					Commerce hors magasin			
		TOTAL	Commerces alimentaires spécialisés et activités artisanales	Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés		TOTAL	Non alimentaire non spécialisé	Magasins non alimentaires spécialisés hors pharmacie et carburant	Carburant	Pharmacies	TOTAL	Vente à distance	Autres formes de ventes hors magasin	
<b>PRODUITS</b>														
Pain, pâtisserie	14 300	11 567	11 447	120	2 700	23	1	9	13	0	10	5	5	
Fruits et légumes	20 203	3 460	2 126	1 334	15 811	42	5	9	28	0	890	21	868	
Viandes et produits dérivés	32 181	8 667	7 252	1 415	22 065	261	9	198	54	0	1 187	21	1 166	
Poissons, crustacés, coquillages	8 263	1 309	782	527	6 298	42	1	31	10	0	613	20	594	
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>74 947</b>	<b>25 003</b>	<b>21 607</b>	<b>3 396</b>	<b>46 874</b>	<b>369</b>	<b>16</b>	<b>248</b>	<b>105</b>	<b>0</b>	<b>2 701</b>	<b>67</b>	<b>2 634</b>	
Chocolaterie, confiserie	7 554	2 036	1 322	714	4 800	351	3	73	275	0	366	10	356	
Vins, liqueurs et apéritifs	15 219	2 893	1 953	940	10 628	521	7	423	90	0	1 177	99	1 079	
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	10 423	1 315	756	559	8 561	177	6	52	118	0	370	219	150	
Épicerie, produits alimentaires divers	52 416	7 430	3 773	3 657	41 790	993	52	263	87	592	2 204	799	1 405	
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>85 613</b>	<b>13 674</b>	<b>7 804</b>	<b>5 871</b>	<b>65 780</b>	<b>2 042</b>	<b>68</b>	<b>811</b>	<b>570</b>	<b>592</b>	<b>4 117</b>	<b>1 127</b>	<b>2 990</b>	
Tabac et cigarettes	8 118	5 198	4 886	312	114	2 661	10	2 646	5	0	146	15	130	
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>168 677</b>	<b>43 875</b>	<b>34 297</b>	<b>9 579</b>	<b>112 768</b>	<b>5 071</b>	<b>94</b>	<b>3 705</b>	<b>680</b>	<b>593</b>	<b>6 963</b>	<b>1 209</b>	<b>5 754</b>	
Pneumatiques	27	0	0	0	0	27	0	0	26	0	0	0	0	
Pièces détachées et équipements automobiles	835	26	12	14	675	132	12	37	83	0	2	1	0	
Vente et réparation de motocycles	20	0	0	0	0	20	0	17	3	0	0	0	0	
Carburants et lubrifiants	29 921	1 352	826	526	16 249	12 255	26	907	11 318	3	65	19	46	
<b>TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE</b>	<b>30 804</b>	<b>1 378</b>	<b>839</b>	<b>540</b>	<b>16 925</b>	<b>12 434</b>	<b>38</b>	<b>962</b>	<b>11 431</b>	<b>4</b>	<b>67</b>	<b>21</b>	<b>46</b>	
Produits pharmaceutiques	37 446	1	0	1	64	37 353	0	144	0	37 209	27	27	1	
Matériels médicaux et orthopédiques	2 763	0	0	0	2	2 626	1	62	0	2 564	135	57	78	
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>40 209</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>66</b>	<b>39 979</b>	<b>1</b>	<b>206</b>	<b>0</b>	<b>39 773</b>	<b>162</b>	<b>84</b>	<b>78</b>	
Habillement	38 473	111	4	108	4 232	30 232	2 479	27 661	2	91	3 897	3 190	707	
Chaussures	8 447	16	0	16	801	6 848	353	6 479	0	15	782	339	443	
Maroquinerie, articles de voyage	2 623	40	37	4	141	2 311	493	1 810	0	8	130	26	104	
Parfumerie et produits d'hygiène	16 662	541	108	433	9 414	5 945	380	4 487	19	1 060	761	606	155	
Optique et photographie	6 191	6	1	5	295	5 675	3	5 671	0	0	215	197	18	
Horlogerie, bijouterie	4 292	6	0	5	322	3 838	236	3 600	0	2	126	116	10	
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>76 686</b>	<b>721</b>	<b>150</b>	<b>571</b>	<b>15 206</b>	<b>54 849</b>	<b>3 944</b>	<b>49 708</b>	<b>21</b>	<b>1 176</b>	<b>5 910</b>	<b>4 474</b>	<b>1 437</b>	
Meubles, literie	13 553	9	1	8	514	12 146	144	11 989	0	12	885	779	106	
Équipement du foyer	9 971	93	28	65	2 420	6 706	562	6 124	4	15	752	342	410	
Electroménager	10 702	53	10	43	2 145	7 718	137	7 579	1	0	786	580	206	
Produits bruns	8 780	30	0	30	2 776	5 453	10	5 442	0	0	521	497	24	
Micro-informatique et téléphones	9 634	51	1	51	2 331	6 029	78	5 946	1	5	1 222	1 185	37	
Produits d'entretien ménager	6 681	263	43	220	5 811	406	126	255	15	10	201	84	118	
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 560	24	6	18	666	2 144	378	1 763	1	3	727	574	153	
Revêtements sols et murs	2 144	8	1	7	244	1 830	77	1 751	0	2	62	32	29	
Quincaillerie, bricolage, peinture	22 695	58	8	50	1 917	19 207	227	18 965	5	9	1 513	491	1 022	
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie et aliments	8 429	69	27	42	1 689	6 281	32	6 190	7	51	389	244	146	
Livres, journaux, papeterie	12 671	970	757	213	2 363	8 367	146	8 205	15	2	971	762	209	
Vente et réparation de cycles	1 265	1	0	1	65	1 171	0	1 157	14	0	28	27	1	
Sports et loisirs	7 949	53	28	25	1 578	5 687	128	5 558	1	1	631	578	53	
Jeux et jouets	2 791	18	0	17	1 112	1 521	22	1 496	0	2	141	132	9	
Autres produits non alimentaires	6 232	99	82	17	346	4 410	79	4 289	31	11	1 377	884	493	
Charbons et combustibles	4 911	81	12	69	519	4 072	79	3 901	84	9	239	20	219	
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>131 968</b>	<b>1 878</b>	<b>1 002</b>	<b>876</b>	<b>26 497</b>	<b>93 148</b>	<b>2 225</b>	<b>90 610</b>	<b>180</b>	<b>133</b>	<b>10 445</b>	<b>7 211</b>	<b>3 235</b>	
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>279 666</b>	<b>3 978</b>	<b>1 991</b>	<b>1 987</b>	<b>58 693</b>	<b>200 411</b>	<b>6 208</b>	<b>141 486</b>	<b>11 632</b>	<b>41 085</b>	<b>16 585</b>	<b>11 789</b>	<b>4 796</b>	
Voitures particulières d'occasion	24	0	0	0	0	24	0	23	1	0	0	0	0	
Voitures particulières neuves	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Entretien et réparation automobile	91	5	4	1	25	61	1	25	36	0	0	0	0	
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>116</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>25</b>	<b>86</b>	<b>1</b>	<b>48</b>	<b>37</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>448 460</b>	<b>47 858</b>	<b>36 291</b>	<b>11 567</b>	<b>171 485</b>	<b>205 568</b>	<b>6 304</b>	<b>145 238</b>	<b>12 349</b>	<b>41 678</b>	<b>23 548</b>	<b>12 998</b>	<b>10 550</b>	

**Tableau II-2 C**

**Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé (carburant, technologie de l'information et de la communication, équipement du foyer)**

Année 2009

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Carburant	Technologie de l'information et de la communication				Equipement du foyer						
		Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	Matériels de télécommunication	Matériels audio et vidéo	TOTAL	Textiles	Quincaillerie, peintures et verres	Tapis, moquettes, revêtement des sols et murs	Electroménager	Meubles	Autres équipements du foyer	TOTAL
<b>PRODUITS</b>												
Pain, pâtisserie	13	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	6
Fruits et légumes	28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Viandes et produits dérivés	54	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3
Poissons, crustacés, coquillages	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>105</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>12</b>
Chocolaterie, confiserie	275	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	90	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	7
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	118	0	0	0	0	0	13	0	1	2	2	17
Epicerie, produits alimentaires divers	87	2	0	0	2	0	21	0	1	4	19	45
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>570</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>28</b>	<b>70</b>
Tabac et cigarettes	5	33	257	2	292	0	0	0	1	0	0	1
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>680</b>	<b>37</b>	<b>257</b>	<b>2</b>	<b>296</b>	<b>0</b>	<b>35</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>33</b>	<b>83</b>
Pneumatiques	26	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	83	0	0	0	0	0	21	0	0	0	0	22
Vente et réparation de motocycles	3	0	0	0	0	0	9	0	0	1	1	11
Carburants et lubrifiants	11 318	0	0	0	0	0	72	0	4	1	2	78
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>11 431</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>103</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>111</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
Habillement	2	3	0	8	12	176	25	13	1	4	30	250
Chaussures	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4	5
Parfumerie et produits d'hygiène	19	1	0	0	1	0	40	0	0	5	10	55
Optique et photographie	0	378	0	2	380	0	0	0	43	0	3	46
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	5
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>21</b>	<b>383</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>393</b>	<b>178</b>	<b>65</b>	<b>13</b>	<b>44</b>	<b>13</b>	<b>49</b>	<b>363</b>
Meubles, literie	0	33	0	28	61	6	852	7	93	10 073	552	11 583
Equipement du foyer	4	4	1	66	71	10	1 327	12	17	1 507	2 397	5 270
Electroménager	1	46	4	298	348	1	1 280	2	4 408	1 264	217	7 172
Produits bruns	0	595	15	1 147	1 757	0	277	0	2 731	557	104	3 669
Micro-informatique et téléphones	1	3 240	421	151	3 811	0	216	0	1 411	253	53	1 934
Produits d'entretien ménager	15	0	0	0	1	0	160	0	1	12	18	190
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	1	0	0	1	1	951	9	32	2	298	78	1 370
Revêtements sols et murs	0	0	0	2	2	23	762	771	10	123	33	1 721
Quincaillerie, bricolage, peinture	5	1	0	5	6	10	15 374	242	20	700	462	16 807
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie et alimentation	7	1	0	0	1	0	468	2	0	31	8	509
Livres, journaux, papeterie	15	731	0	19	750	5	19	0	2	3	18	47
Vente et réparation de cycles	14	0	0	0	0	0	1	0	3	0	0	4
Sports et loisirs	1	389	0	17	407	0	4	0	2	0	1	7
Jeux et jouets	0	10	0	3	13	0	0	0	0	14	0	15
Autres produits non alimentaires	31	11	2	9	21	19	17	1	2	23	38	100
Charbons et combustibles	84	0	0	0	0	0	13	0	21	0	11	46
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>180</b>	<b>5 062</b>	<b>443</b>	<b>1 745</b>	<b>7 249</b>	<b>1 026</b>	<b>20 778</b>	<b>1 070</b>	<b>8 725</b>	<b>14 857</b>	<b>3 990</b>	<b>50 444</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>11 632</b>	<b>5 444</b>	<b>443</b>	<b>1 755</b>	<b>7 643</b>	<b>1 204</b>	<b>20 945</b>	<b>1 083</b>	<b>8 773</b>	<b>14 872</b>	<b>4 043</b>	<b>50 921</b>
Voitures particulières d'occasion	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	36	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>37</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>12 349</b>	<b>5 481</b>	<b>701</b>	<b>1 757</b>	<b>7 938</b>	<b>1 204</b>	<b>20 980</b>	<b>1 084</b>	<b>8 781</b>	<b>14 879</b>	<b>4 076</b>	<b>51 004</b>

**Tableau II-2 D**  
**Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé**  
**(culture-loisirs, habillement-chaussures, autres équipements de la personne)**

Année 2009

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Culture-loisirs					Habillement-chaussures			Autres équipements de la personne				
	Livres, journaux, papeterie	Enregistrements musicaux et vidéo	Articles de sport	Jeux et jouets	TOTAL	Habillement	Chaussures	TOTAL	Maroquinerie et articles de voyage	Parfumerie et produits de beauté	Horlogerie-bijouterie	Optique, photographie	TOTAL
<b>PRODUITS</b>													
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Fruits et légumes	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Viandes et produits dérivés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Poissons, crustacés, coquillages	27	0	0	0	27	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
Chocolaterie, confiserie	63	0	0	0	63	0	0	0	6	0	0	0	6
Vins, liqueurs et apéritifs	1	0	0	0	2	0	0	0	1	393	0	0	394
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	0	1
Epicerie, produits alimentaires divers	54	0	1	0	56	12	3	15	2	34	1	0	38
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>120</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>122</b>	<b>13</b>	<b>3</b>	<b>16</b>	<b>9</b>	<b>428</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>440</b>
Tabac et cigarettes	2 255	2	0	0	2 258	0	0	0	94	0	0	0	94
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>2 403</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2 407</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>17</b>	<b>104</b>	<b>428</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>536</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	11	0	11	1	0	1	0	0	0	0	0
Vente et réparation de motocycles	0	0	6	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	0	0	11	0	11	2	1	3	1	3	2	0	5
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>28</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>5</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	127	5	0	132
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	2	39	54
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>140</b>	<b>7</b>	<b>39</b>	<b>186</b>
Habillement	19	0	2 166	2	2 187	24 077	632	24 709	50	62	14	17	143
Chaussures	1	0	628	0	629	1 074	4 605	5 679	42	11	5	0	58
Maroquinerie, articles de voyage	1	0	0	0	1	245	242	487	1 286	6	0	0	1 292
Parfumerie et produits d'hygiène	3	0	1	0	4	146	5	151	5	4 231	16	0	4 253
Optique et photographie	8	5	2	0	15	1	0	1	0	1	5	4 907	4 912
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	1	100	2	102	0	1	3 461	0	3 462
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>33</b>	<b>5</b>	<b>2 798</b>	<b>2</b>	<b>2 838</b>	<b>25 642</b>	<b>5 486</b>	<b>31 128</b>	<b>1 384</b>	<b>4 312</b>	<b>3 501</b>	<b>4 924</b>	<b>14 120</b>
Meubles, literie	39	0	2	0	41	22	11	33	2	9	1	0	12
Equipement du foyer	5	7	5	0	17	62	14	76	8	11	2	0	21
Electroménager	3	1	1	0	5	1	0	1	1	0	0	0	2
Produits bruns	1	4	1	0	5	1	0	1	0	0	1	0	1
Micro-informatique et téléphones	14	94	21	11	139	6	4	10	0	4	3	0	7
Produits d'entretien ménager	1	0	0	0	1	12	12	24	0	8	0	0	8
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	1	0	2	0	3	326	9	335	1	2	1	0	4
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	3	2	5	0	2	0	0	2
Quincaillerie, bricolage, peinture	16	0	1 417	0	1 434	12	9	21	0	7	2	0	9
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	1	0	9	0	10	5	4	8	0	8	7	9	24
Livres, journaux, papeterie	6 416	273	357	3	7 048	5	1	6	10	1	5	8	24
Vente et réparation de cycles	5	0	1 144	0	1 149	1	0	2	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	106	310	4 636	1	5 052	6	34	39	1	1	1	0	3
Jeux et jouets	11	0	8	1 409	1 429	14	2	16	0	1	0	0	2
Autres produits non alimentaires	93	0	194	3	290	18	8	26	2	7	55	9	72
Charbons et combustibles	0	0	0	0	0	1	0	1	0	9	6	0	15
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>6 711</b>	<b>689</b>	<b>7 796</b>	<b>1 427</b>	<b>16 624</b>	<b>494</b>	<b>110</b>	<b>605</b>	<b>24</b>	<b>71</b>	<b>85</b>	<b>25</b>	<b>206</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>6 744</b>	<b>694</b>	<b>10 622</b>	<b>1 429</b>	<b>19 489</b>	<b>26 139</b>	<b>5 598</b>	<b>31 737</b>	<b>1 408</b>	<b>4 526</b>	<b>3 594</b>	<b>4 988</b>	<b>14 517</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>9 147</b>	<b>697</b>	<b>10 628</b>	<b>1 429</b>	<b>21 900</b>	<b>26 152</b>	<b>5 602</b>	<b>31 754</b>	<b>1 512</b>	<b>4 955</b>	<b>3 597</b>	<b>4 988</b>	<b>15 053</b>

**Tableau II-2 E**

**Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé  
(pharmacie et commerce d'articles médicaux, autres magasins spécialisés)**

Année 2009

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Pharmacie et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	Autres magasins spécialisés				TOTAL
		Fleurs, plantes, graines, engrais	Charbons et combustibles	Autres commerces de détail spécialisé	Commerce de biens d'occasion	
<b>PRODUITS</b>						
Pain, pâtisserie	0	0	1	1	1	2
Fruits et légumes	0	0	4	1	0	6
Viandes et produits dérivés	0	0	4	190	0	195
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	1	0	0	2
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>193</b>	<b>2</b>	<b>205</b>
Chocolaterie, confiserie	0	0	2	0	0	3
Vins, liqueurs et apéritifs	0	1	16	3	0	19
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	24	1	7	31
Epicerie, produits alimentaires divers	592	50	16	32	10	108
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>592</b>	<b>50</b>	<b>58</b>	<b>36</b>	<b>17</b>	<b>161</b>
Tabac et cigarettes	0	0	0	0	0	1
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>593</b>	<b>51</b>	<b>68</b>	<b>229</b>	<b>19</b>	<b>367</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	2	0	0	3
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	3	20	789	1	0	810
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>4</b>	<b>20</b>	<b>791</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>813</b>
Produits pharmaceutiques	37 209	0	11	0	0	12
Matériels médicaux et orthopédiques	2 564	0	3	0	1	4
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>39 773</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>16</b>
Habillement	91	87	137	76	61	361
Chaussures	15	1	24	8	78	111
Maroquinerie, articles de voyage	8	0	13	9	2	24
Parfumerie et produits d'hygiène	1 060	0	4	7	12	23
Optique et photographie	0	0	7	307	3	317
Horlogerie, bijouterie	2	1	5	21	3	30
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>1 176</b>	<b>89</b>	<b>190</b>	<b>428</b>	<b>159</b>	<b>867</b>
Meubles, literie	12	127	21	56	56	260
Equipelement du foyer	15	436	31	195	7	669
Electroménager	0	7	11	27	6	50
Produits bruns	0	0	1	3	5	9
Micro-informatique et téléphones	5	1	14	9	21	45
Produits d'entretien ménager	10	6	18	4	3	32
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3	18	5	6	20	50
Revêtements sols et murs	2	5	13	3	0	21
Quincaillerie, bricolage, peinture	9	477	98	30	83	688
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie et alimentation	51	5 562	35	30	11	5 639
Livres, journaux, papeterie	2	17	7	63	243	330
Vente et réparation de cycles	0	0	0	1	0	1
Sports et loisirs	1	11	2	25	12	49
Jeux et jouets	2	0	3	18	1	22
Autres produits non alimentaires	11	131	24	2 705	919	3 779
Charbons et combustibles	9	29	3 808	2	0	3 838
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>133</b>	<b>6 829</b>	<b>4 091</b>	<b>3 176</b>	<b>1 387</b>	<b>15 483</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>41 085</b>	<b>6 939</b>	<b>5 087</b>	<b>3 606</b>	<b>1 547</b>	<b>17 179</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	19	0	0	19
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	24	0	0	24
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>43</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>43</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>41 678</b>	<b>6 990</b>	<b>5 198</b>	<b>3 835</b>	<b>1 566</b>	<b>17 589</b>

Tableau II-2 F

Ventes au détail par produit : commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et activités artisanales

Année 2009

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Détail alimentaire spécialisé et activités artisanales								Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	TOTAL détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et artisanat
	Boulangeries, pâtisseries	Boucheries, charcuteries	Fruits et légumes	Poissonnerie	Boissons	Tabac	Autres commerces de détail alimentaire	TOTAL ALIMENTAIRE SPECIA-LISE		
<b>PRODUITS</b>										
Pain, pâtisserie	11 382	1	2	0	1	0	60	11 447	120	11 567
Fruits et légumes	7	52	1 814	2	11	18	222	2 126	1 334	3 460
Viandes et produits dérivés	12	6 982	134	3	17	1	104	7 252	1 415	8 667
Poissons, crustacés, coquillages	0	19	21	655	1	0	85	782	527	1 309
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>11 402</b>	<b>7 055</b>	<b>1 972</b>	<b>660</b>	<b>29</b>	<b>19</b>	<b>471</b>	<b>21 607</b>	<b>3 396</b>	<b>25 003</b>
Chocolaterie, confiserie	851	6	63	0	92	163	146	1 322	714	2 036
Vins, liqueurs et apéritifs	14	75	88	6	1 661	37	72	1 953	940	2 893
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	139	83	114	2	319	0	99	756	559	1 315
Epicerie, produits alimentaires divers	192	504	788	22	181	87	2 000	3 773	3 657	7 430
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>1 195</b>	<b>668</b>	<b>1 053</b>	<b>29</b>	<b>2 253</b>	<b>287</b>	<b>2 318</b>	<b>7 804</b>	<b>5 871</b>	<b>13 674</b>
Tabac et cigarettes	58	0	0	0	45	4 650	133	4 886	312	5 198
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>12 655</b>	<b>7 723</b>	<b>3 026</b>	<b>689</b>	<b>2 327</b>	<b>4 955</b>	<b>2 921</b>	<b>34 297</b>	<b>9 579</b>	<b>43 875</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	2	0	0	0	7	0	3	12	14	26
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	149	4	1	0	412	1	260	826	526	1 352
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>150</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>419</b>	<b>1</b>	<b>263</b>	<b>839</b>	<b>540</b>	<b>1 378</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Habillement	1	0	1	0	0	0	1	4	108	111
Chaussures	0	0	0	0	0	0	0	0	16	16
Maroquinerie, articles de voyage	1	0	0	0	0	35	0	37	4	40
Parfumerie et produits d'hygiène	2	1	20	0	1	52	32	108	433	541
Optique et photographie	1	0	0	0	0	0	0	1	5	6
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	0	0	0	5	6
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>21</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>88</b>	<b>34</b>	<b>150</b>	<b>571</b>	<b>721</b>
Meubles, literie	0	0	0	0	0	0	0	1	8	9
Equipelement du foyer	0	8	2	0	14	0	4	28	65	93
Electroménager	2	0	0	0	0	7	1	10	43	53
Produits bruns	0	0	0	0	0	0	0	0	30	30
Micro-informatique et téléphones	0	0	0	0	0	0	1	1	51	51
Produits d'entretien ménager	1	1	22	0	4	7	8	43	220	263
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	1	4	0	0	1	0	6	18	24
Revêtements sols et murs	1	0	0	0	0	0	0	1	7	8
Quincaillerie, bricolage, peinture	0	0	5	0	0	0	2	8	50	58
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie et alimenta	0	0	26	0	0	0	1	27	42	69
Livres, journaux, papeterie	87	1	143	0	19	498	11	757	213	970
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	0	0	0	0	0	27	0	28	25	53
Jeux et jouets	0	0	0	0	0	0	0	0	17	18
Autres produits non alimentaires	4	0	1	0	8	56	13	82	17	99
Charbons et combustibles	3	0	3	0	1	3	1	12	69	81
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>98</b>	<b>11</b>	<b>207</b>	<b>0</b>	<b>46</b>	<b>599</b>	<b>42</b>	<b>1 002</b>	<b>876</b>	<b>1 878</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>254</b>	<b>15</b>	<b>228</b>	<b>0</b>	<b>466</b>	<b>688</b>	<b>339</b>	<b>1 991</b>	<b>1 987</b>	<b>3 978</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	2	0	0	0	1	0	1	4	1	5
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>12 911</b>	<b>7 738</b>	<b>3 254</b>	<b>689</b>	<b>2 794</b>	<b>5 643</b>	<b>3 262</b>	<b>36 291</b>	<b>11 567</b>	<b>47 858</b>

Tableau II-2 G

Ventes au détail par produit : établissements du commerce de l'alimentation générale

Année 2009

Millions d'euros courants

SECTEURS D'APPARTENANCE DES MAGASINS	Grandes surfaces d'alimentation générale				Petites surfaces d'alimentation générale et produits surgelés			
	Hyper- marchés	Super- marchés	Magasins multi- commerces	TOTAL	Commerces de détail de produits surgelés	Commerces d'alimenta- tion générale	Supérettes	TOTAL
<b>PRODUITS</b>								
Pain, pâtisserie	1 132	1 441	127	2 700	1	44	75	120
Fruits et légumes	9 125	6 175	511	15 811	295	392	646	1 334
Viandes et produits dérivés	11 113	10 615	337	22 065	540	275	601	1 415
Poissons, crustacés, coquillages	3 514	2 754	29	6 298	431	42	53	527
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>24 885</b>	<b>20 985</b>	<b>1 005</b>	<b>46 874</b>	<b>1 268</b>	<b>753</b>	<b>1 376</b>	<b>3 396</b>
Chocolaterie, confiserie	2 133	2 648	19	4 800	1	392	322	714
Vins, liqueurs et apéritifs	5 367	4 892	370	10 628	0	347	593	940
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	4 880	3 635	47	8 561	0	159	400	559
Epicerie, produits alimentaires divers	22 784	18 413	593	41 790	994	717	1 946	3 657
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>35 163</b>	<b>29 587</b>	<b>1 029</b>	<b>65 780</b>	<b>994</b>	<b>1 615</b>	<b>3 261</b>	<b>5 871</b>
Tabac et cigarettes	30	40	45	114	0	183	129	312
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>60 078</b>	<b>50 612</b>	<b>2 078</b>	<b>112 768</b>	<b>2 262</b>	<b>2 551</b>	<b>4 766</b>	<b>9 579</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	607	67	2	675	0	5	9	14
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	8 496	7 701	52	16 249	0	216	310	526
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>9 102</b>	<b>7 768</b>	<b>54</b>	<b>16 925</b>	<b>0</b>	<b>220</b>	<b>320</b>	<b>540</b>
Produits pharmaceutiques	39	25	0	64	0	0	1	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	2	2	0	0	0	0
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>39</b>	<b>25</b>	<b>2</b>	<b>66</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Habillement	3 217	686	329	4 232	0	64	44	108
Chaussures	502	294	5	801	0	6	10	16
Maroquinerie, articles de voyage	117	23	0	141	0	2	2	4
Parfumerie et produits d'hygiène	5 825	3 231	358	9 414	0	132	302	433
Optique et photographie	257	37	2	295	0	1	3	5
Horlogerie, bijouterie	286	36	1	322	0	2	4	5
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>10 204</b>	<b>4 307</b>	<b>695</b>	<b>15 206</b>	<b>0</b>	<b>206</b>	<b>365</b>	<b>571</b>
Meubles, literie	409	102	3	514	0	2	6	8
Equipelement du foyer	1 624	773	23	2 420	0	22	43	65
Electroménager	1 678	428	40	2 145	0	10	33	43
Produits bruns	2 656	115	5	2 776	0	9	21	30
Micro-informatique et téléphones	2 113	192	26	2 331	0	15	35	51
Produits d'entretien ménager	2 768	3 017	26	5 811	0	68	152	220
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	413	251	2	666	0	3	15	18
Revêtements sols et murs	108	135	1	244	0	3	4	7
Quincaillerie, bricolage, peinture	1 508	353	56	1 917	0	13	37	50
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	968	717	4	1 689	0	14	29	42
Livres, journaux, papeterie	1 867	444	53	2 363	0	103	110	213
Vente et réparation de cycles	52	12	0	65	0	0	1	1
Sports et loisirs	1 353	186	39	1 578	0	8	18	25
Jeux et jouets	927	170	15	1 112	0	5	13	17
Autres produits non alimentaires	225	111	10	346	0	8	9	17
Charbons et combustibles	293	224	1	519	23	28	18	69
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>18 963</b>	<b>7 231</b>	<b>303</b>	<b>26 497</b>	<b>23</b>	<b>309</b>	<b>544</b>	<b>876</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>38 308</b>	<b>19 331</b>	<b>1 055</b>	<b>58 693</b>	<b>23</b>	<b>735</b>	<b>1 229</b>	<b>1 987</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	8	15	2	25	0	0	0	1
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>8</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>98 394</b>	<b>69 957</b>	<b>3 134</b>	<b>171 485</b>	<b>2 285</b>	<b>3 287</b>	<b>5 995</b>	<b>11 567</b>

## Tableau II-3 A

### Ventes au détail par produit : commerce de détail et autres opérateurs

Année 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Commerce de détail	Activités artisanales	Commerce et réparation automobile	Commerce de gros et intermédiaires du commerce	Ventes au détail des autres secteurs	TOTAL DES VENTES	Correction pour biens existants	Consommations intermédiaires	CONSOMMATION COMMERCIALISABLE
<b>PRODUITS</b>									
Pain, pâtisserie	3 413	11 199	0	31	464	15 107	0	1 762	13 345
Fruits et légumes	20 672	4	0	371	3	21 051	0	352	20 699
Viandes et produits dérivés	29 986	2 369	0	178	2 212	34 745	0	1 077	33 668
Poissons, crustacés, coquillages	8 535	4	0	63	55	8 656	0	412	8 244
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>62 606</b>	<b>13 576</b>	<b>0</b>	<b>643</b>	<b>2 734</b>	<b>79 559</b>	<b>0</b>	<b>3 603</b>	<b>75 956</b>
Chocolaterie, confiserie	7 473	179	2	59	21	7 734	0	368	7 366
Vins, liqueurs et apéritifs	15 330	11	0	382	1 088	16 811	0	2 802	14 009
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	10 477	157	24	204	361	11 223	0	534	10 689
Epicerie, produits alimentaires divers	52 610	217	0	530	1 672	55 029	0	2 819	52 210
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>85 891</b>	<b>564</b>	<b>25</b>	<b>1 176</b>	<b>3 142</b>	<b>90 798</b>	<b>0</b>	<b>6 524</b>	<b>84 274</b>
Tabac et cigarettes	8 473	0	0	582	9 093	18 148	0	0	18 148
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>156 970</b>	<b>14 140</b>	<b>25</b>	<b>2 401</b>	<b>14 969</b>	<b>188 505</b>	<b>0</b>	<b>10 127</b>	<b>178 378</b>
Pneumatiques	29	0	2 405	11	11	2 456	0	657	1 799
Pièces détachées et équipements automobiles	864	0	26 900	170	1 705	29 640	0	6 172	23 468
Vente et réparation de motocycles	15	0	2 144	0	0	2 159	0	118	2 041
Carburants et lubrifiants	33 672	9	4 301	3 948	1 325	43 256	0	4 635	38 621
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>34 580</b>	<b>9</b>	<b>35 751</b>	<b>4 129</b>	<b>3 041</b>	<b>77 511</b>	<b>0</b>	<b>11 582</b>	<b>65 929</b>
Produits pharmaceutiques	38 286	0	0	303	4	38 593	0	0	38 593
Matériels médicaux et orthopédiques	2 956	0	0	155	797	3 909	0	12	3 897
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>41 243</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>458</b>	<b>801</b>	<b>42 502</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>42 490</b>
Habillement	38 987	0	5	289	1 723	41 004	32	6 455	34 517
Chaussures	8 672	0	0	2	53	8 727	0	221	8 506
Maroquinerie, articles de voyage	2 631	0	0	3	0	2 634	0	125	2 509
Parfumerie et produits de beauté	16 990	1	0	60	956	18 008	0	318	17 690
Optique et photographie	6 350	1	0	307	418	7 076	0	219	6 857
Horlogerie, bijouterie	4 368	0	0	2	151	4 521	3	9	4 509
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>77 998</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>663</b>	<b>3 301</b>	<b>81 970</b>	<b>35</b>	<b>7 347</b>	<b>74 588</b>
Meubles, literie	13 949	0	0	56	599	14 604	15	695	13 894
Equipement du foyer	10 133	0	0	248	151	10 532	0	2 323	8 209
Electroménager	11 077	1	0	83	385	11 545	0	1 924	9 621
Produits bruns	8 752	0	0	17	161	8 930	0	1 426	7 504
Micro-informatique et téléphones	9 893	0	16	304	4 152	14 365	0	2 873	11 492
Produits d'entretien ménager	6 805	0	0	72	1	6 878	0	2 034	4 844
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 537	0	0	43	96	3 677	0	881	2 796
Revêtements sols et murs	2 138	0	0	374	88	2 601	1 108	173	1 321
Quincaillerie, bricolage, peinture	22 976	0	42	1 312	265	24 594	3 901	5 912	14 781
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	8 584	0	0	984	622	10 190	0	485	9 705
Livres, journaux, papeterie	12 544	65	0	176	622	13 407	58	132	13 217
Vente et réparation de cycles	1 230	0	192	1	22	1 444	0	188	1 256
Sports et loisirs	8 224	0	28	12	705	8 969	0	1 495	7 474
Jeux et jouets	2 881	0	0	0	137	3 019	0	30	2 989
Autres produits non alimentaires	6 306	0	1	22	2 107	8 436	3 075	1 714	3 647
Charbons et combustibles	5 804	0	10	2 677	338	8 830	0	1 009	7 821
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>134 835</b>	<b>66</b>	<b>289</b>	<b>6 380</b>	<b>10 451</b>	<b>152 022</b>	<b>8 156</b>	<b>23 295</b>	<b>120 571</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>288 656</b>	<b>78</b>	<b>36 045</b>	<b>11 631</b>	<b>17 594</b>	<b>354 004</b>	<b>8 191</b>	<b>42 235</b>	<b>303 578</b>
Voitures particulières d'occasion	29	0	30 171	458	493	31 151	18 611	1 633	10 907
Voitures particulières neuves	1	0	32 341	752	769	33 864	0	7 815	26 049
Caravanes, remorques	0	0	1 271	27	29	1 327	0	221	1 106
Entretien et réparation automobile	101	0	12 979	401	3 562	17 042	0	2 840	14 202
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>131</b>	<b>0</b>	<b>76 762</b>	<b>1 638</b>	<b>4 854</b>	<b>83 384</b>	<b>18 611</b>	<b>12 509</b>	<b>52 264</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>445 756</b>	<b>14 218</b>	<b>112 833</b>	<b>15 669</b>	<b>37 417</b>	<b>625 893</b>	<b>26 802</b>	<b>64 871</b>	<b>534 220</b>

## Tableau II-3 B

### Ventes au détail par produit : ensemble du commerce de détail et activités artisanales

Année 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	TOTAL commerce de détail et activités artisanales	Détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface			GSA	Détail non alimentaire en magasin					Commerce hors magasin			
		TOTAL	Commerces alimentaires spécialisés et activités artisanales	Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés		TOTAL	Non alimentaire non spécialisé	Magasins non alimentaires spécialisés hors pharmacie et carburant	Carburant	Pharmacies	TOTAL	Vente à distance	Autres formes de ventes hors magasin	
<b>PRODUITS</b>														
Pain, pâtisserie	14 612	11 828	11 683	144	2 739	32	1	13	18	0	13	7	6	
Fruits et légumes	20 677	3 729	2 259	1 470	15 968	53	7	11	35	0	928	27	901	
Vian­des et produits dérivés	32 355	8 701	7 259	1 442	22 197	299	11	224	63	0	1 158	25	1 133	
Poissons, crustacés, coquillages	8 539	1 432	810	622	6 342	57	2	41	14	0	708	27	680	
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>76 182</b>	<b>25 690</b>	<b>22 011</b>	<b>3 678</b>	<b>47 246</b>	<b>441</b>	<b>21</b>	<b>289</b>	<b>130</b>	<b>0</b>	<b>2 806</b>	<b>85</b>	<b>2 721</b>	
Chocolaterie, confiserie	7 652	2 039	1 310	730	4 824	401	4	81	316	0	388	12	376	
Vins, liqueurs et apéritifs	15 341	2 868	1 951	917	10 677	568	9	460	99	0	1 228	108	1 120	
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	10 635	1 387	790	597	8 609	212	8	62	142	0	426	266	161	
Epicerie, produits alimentaires divers	52 827	7 425	3 733	3 692	42 044	1 042	63	294	100	585	2 316	921	1 396	
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>86 455</b>	<b>13 719</b>	<b>7 783</b>	<b>5 936</b>	<b>66 154</b>	<b>2 223</b>	<b>83</b>	<b>898</b>	<b>657</b>	<b>586</b>	<b>4 358</b>	<b>1 306</b>	<b>3 052</b>	
Tabac et cigarettes	8 473	5 311	4 991	319	126	2 876	12	2 859	5	0	160	18	143	
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>171 110</b>	<b>44 720</b>	<b>34 786</b>	<b>9 934</b>	<b>113 525</b>	<b>5 539</b>	<b>116</b>	<b>4 045</b>	<b>792</b>	<b>586</b>	<b>7 325</b>	<b>1 409</b>	<b>5 916</b>	
Pneumatiques	29	0	0	0	0	29	0	0	28	0	0	0	0	
Pièces détachées et équipements automobiles	865	26	12	14	689	148	15	41	92	0	2	1	0	
Vente et réparation de motocycles	15	0	0	0	0	15	0	12	3	0	0	0	0	
Carburants et lubrifiants	33 681	1 397	834	563	18 398	13 818	32	1 009	12 773	3	69	22	47	
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>34 589</b>	<b>1 423</b>	<b>847</b>	<b>576</b>	<b>19 087</b>	<b>14 009</b>	<b>47</b>	<b>1 063</b>	<b>12 895</b>	<b>4</b>	<b>70</b>	<b>23</b>	<b>47</b>	
Produits pharmaceutiques	38 286	1	0	1	74	38 178	0	171	0	38 006	33	32	1	
Matériels médicaux et orthopédiques	2 956	0	0	0	2	2 791	1	75	0	2 715	163	71	92	
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>41 243</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>76</b>	<b>40 969</b>	<b>1</b>	<b>246</b>	<b>0</b>	<b>40 721</b>	<b>196</b>	<b>103</b>	<b>92</b>	
Habillement	38 987	93	3	90	3 711	31 489	2 590	28 823	1	74	3 695	3 013	682	
Chaussures	8 672	14	0	14	750	7 135	378	6 744	0	12	773	329	444	
Maroquinerie, articles de voyage	2 631	30	27	3	110	2 382	463	1 913	0	6	109	21	88	
Parfumerie et produits d'hygiène	16 991	505	99	405	9 553	6 137	454	4 704	20	960	796	641	155	
Optique et photographie	6 351	6	1	5	295	5 820	3	5 817	0	0	231	212	18	
Horlogerie, bijouterie	4 368	4	0	4	235	4 030	212	3 816	0	1	99	92	7	
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>78 001</b>	<b>651</b>	<b>131</b>	<b>520</b>	<b>14 654</b>	<b>56 992</b>	<b>4 101</b>	<b>51 817</b>	<b>22</b>	<b>1 053</b>	<b>5 703</b>	<b>4 309</b>	<b>1 395</b>	
Meubles, literie	13 949	8	1	7	502	12 522	159	12 352	0	11	916	810	106	
Equipement du foyer	10 133	85	26	59	2 394	6 898	647	6 233	4	13	757	354	403	
Electroménager	11 077	50	9	41	2 143	8 057	164	7 891	2	0	827	617	210	
Produits bruns	8 752	28	0	28	2 652	5 527	11	5 515	0	0	545	521	24	
Micro-informatique et téléphones	9 893	50	1	49	2 342	6 162	91	6 066	1	5	1 340	1 302	38	
Produits d'entretien ménager	6 805	239	38	201	5 942	423	138	261	15	9	201	86	114	
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 537	20	5	15	620	2 196	410	1 783	0	2	702	551	150	
Revêtements sols et murs	2 139	7	0	6	246	1 825	86	1 737	0	2	62	33	29	
Quincaillerie, bricolage, peinture	22 976	52	7	46	1 849	19 562	258	19 291	5	8	1 513	509	1 004	
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	8 584	65	25	41	1 782	6 321	36	6 230	8	48	415	265	150	
Livres, journaux, papeterie	12 610	892	692	200	2 339	8 359	173	8 169	16	2	1 019	809	210	
Vente et réparation de cycles	1 230	1	0	1	57	1 145	0	1 132	14	0	27	26	1	
Sports et loisirs	8 224	48	25	23	1 505	6 020	149	5 870	1	1	651	599	52	
Jeux et jouets	2 881	17	0	17	1 128	1 584	25	1 556	1	2	153	144	9	
Autres produits non alimentaires	6 306	91	75	16	343	4 470	85	4 344	32	10	1 403	916	486	
Carbons et combustibles	5 804	85	13	72	610	4 835	108	4 617	101	9	274	24	250	
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>134 901</b>	<b>1 738</b>	<b>916</b>	<b>822</b>	<b>26 452</b>	<b>95 906</b>	<b>2 540</b>	<b>93 045</b>	<b>199</b>	<b>121</b>	<b>10 805</b>	<b>7 567</b>	<b>3 237</b>	
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>288 734</b>	<b>3 813</b>	<b>1 894</b>	<b>1 920</b>	<b>60 269</b>	<b>207 877</b>	<b>6 689</b>	<b>146 172</b>	<b>13 117</b>	<b>41 900</b>	<b>16 774</b>	<b>12 003</b>	<b>4 772</b>	
Voitures particulières d'occasion	29	0	0	0	0	28	1	27	1	0	0	0	0	
Voitures particulières neuves	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Entretien et réparation automobile	101	5	4	1	28	68	1	27	40	0	0	0	0	
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>130</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>98</b>	<b>1</b>	<b>55</b>	<b>42</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>459 974</b>	<b>48 538</b>	<b>36 683</b>	<b>11 854</b>	<b>173 822</b>	<b>213 514</b>	<b>6 806</b>	<b>150 272</b>	<b>13 950</b>	<b>42 486</b>	<b>24 100</b>	<b>13 412</b>	<b>10 688</b>	

Tableau II-3 C

Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé  
(carburant, technologie de l'information et de la communication, équipement du foyer)

Année 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Carburant	Technologie de l'information et de la communication				Equipement du foyer						
		Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	Matériels de télécommunication	Matériels audio et vidéo	TOTAL	Textiles	Quincaillerie, peintures et verres	Tapis, moquettes, revêtement des sols et murs	Electroménager	Meubles	Autres équipements du foyer	TOTAL
<b>PRODUITS</b>												
Pain, pâtisserie	18	0	0	0	0	0	0	0	7	0	0	8
Fruits et légumes	35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Viandes et produits dérivés	63	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3
Poissons, crustacés, coquillages	14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>130</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>16</b>
Chocolaterie, confiserie	316	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	99	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	8
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	142	0	0	0	0	0	15	0	1	2	2	21
Epicerie, produits alimentaires divers	100	2	0	0	2	0	23	0	1	4	2	51
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>657</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>39</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>32</b>	<b>79</b>
Tabac et cigarettes	5	35	279	2	315	0	0	0	1	0	0	1
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>792</b>	<b>38</b>	<b>279</b>	<b>2</b>	<b>319</b>	<b>0</b>	<b>40</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>38</b>	<b>96</b>
Pneumatiques	28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	92	0	0	0	0	0	23	0	0	0	0	24
Vente et réparation de motocycles	3	0	0	0	0	0	7	0	0	1	0	8
Carburants et lubrifiants	12 773	0	0	0	0	0	80	0	4	1	2	87
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>12 895</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>110</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>118</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Habillement	1	3	0	8	11	176	23	12	1	4	29	245
Chaussures	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
Parfumerie et produits d'hygiène	20	1	0	0	1	0	41	0	0	5	11	57
Optique et photographie	0	367	0	2	369	0	0	0	45	0	3	49
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	4
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>22</b>	<b>371</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>380</b>	<b>179</b>	<b>64</b>	<b>12</b>	<b>46</b>	<b>12</b>	<b>47</b>	<b>360</b>
Meubles, literie	0	31	0	28	59	7	870	7	94	10 395	571	11 944
Equipement du foyer	4	4	1	66	70	11	1 348	12	17	1 540	2 456	5 385
Electroménager	2	45	4	307	356	1	1 341	3	4 566	1 333	230	7 474
Produits bruns	0	562	14	1 165	1 742	0	283	0	2 785	579	108	3 756
Micro-informatique et téléphones	1	3 194	433	160	3 786	0	231	0	1 502	275	57	2 066
Produits d'entretien ménager	15	0	0	0	1	0	162	0	1	12	18	193
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	0	0	1	1	971	8	30	2	284	74	1 370
Revêtements sols et murs	0	0	0	2	2	24	755	763	10	122	33	1 707
Quincaillerie, bricolage, peinture	5	1	0	5	6	11	15 579	245	20	715	473	17 043
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	8	0	0	0	1	0	498	2	0	33	8	541
Livres, journaux, papeterie	16	696	0	19	716	5	19	0	2	3	19	49
Vente et réparation de cycles	14	0	0	0	0	0	1	0	3	0	0	4
Sports et loisirs	1	361	0	17	379	0	4	0	2	0	1	8
Jeux et jouets	1	10	0	3	13	0	0	0	0	15	0	16
Autres produits non alimentaires	32	10	1	9	20	21	18	1	2	24	39	104
Charbons et combustibles	101	0	0	0	0	0	15	0	25	0	14	54
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>199</b>	<b>4 915</b>	<b>455</b>	<b>1 782</b>	<b>7 152</b>	<b>1 053</b>	<b>21 133</b>	<b>1 064</b>	<b>9 032</b>	<b>15 330</b>	<b>4 102</b>	<b>51 714</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>13 117</b>	<b>5 286</b>	<b>455</b>	<b>1 792</b>	<b>7 533</b>	<b>1 232</b>	<b>21 307</b>	<b>1 076</b>	<b>9 083</b>	<b>15 344</b>	<b>4 154</b>	<b>52 197</b>
Voitures particulières d'occasion	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>42</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>13 950</b>	<b>5 324</b>	<b>734</b>	<b>1 794</b>	<b>7 852</b>	<b>1 232</b>	<b>21 347</b>	<b>1 077</b>	<b>9 093</b>	<b>15 352</b>	<b>4 192</b>	<b>52 293</b>

**Tableau II-3 D**
**Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé  
(culture-loisirs, habillement-chaussures, autres équipements de la personne)**

Année 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Culture-loisirs					Habillement-chaussures			Autres équipements de la personne				
	Livres, journaux, papeterie	Enregistrements musicaux et vidéo	Articles de sport	Jeux et jouets	TOTAL	Habillement	Chaussures	TOTAL	Maroquinerie et articles de voyage	Parfumerie et produits de beauté	Horlogerie-bijouterie	Optique, photographie	TOTAL
<b>PRODUITS</b>													
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	3
Fruits et légumes	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
Viandes et produits dérivés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Poissons, crustacés, coquillages	36	0	0	0	36	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>37</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>37</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
Chocolaterie, confiserie	67	0	0	0	67	0	0	0	9	0	1	0	9
Vins, liqueurs et apéritifs	2	0	0	0	2	0	0	1	2	427	0	0	429
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0	2
Epicerie, produits alimentaires divers	58	0	2	0	60	15	4	19	3	39	2	0	44
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>128</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>131</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>20</b>	<b>13</b>	<b>467</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>485</b>
Tabac et cigarettes	2 394	2	0	0	2 396	0	0	0	145	0	0	0	145
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>2 559</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2 563</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>21</b>	<b>161</b>	<b>467</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>633</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	13	0	13	1	0	1	0	0	0	0	0
Vente et réparation de motocycles	0	0	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	0	0	13	0	13	2	2	4	1	3	2	0	6
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>6</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	149	8	0	157
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	4	46	66
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>165</b>	<b>12</b>	<b>46</b>	<b>223</b>
Habillement	17	0	2 125	2	2 144	25 306	636	25 941	63	58	18	15	153
Chaussures	1	0	634	0	635	1 161	4 768	5 929	54	11	6	0	71
Maroquinerie, articles de voyage	1	0	0	0	1	229	216	444	1 439	5	0	0	1 444
Parfumerie et produits d'hygiène	3	0	1	0	4	172	5	177	8	4 410	23	0	4 441
Optique et photographie	9	5	2	0	16	1	0	1	0	1	7	5 045	5 053
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	1	88	2	90	0	1	3 698	0	3 699
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>30</b>	<b>5</b>	<b>2 763</b>	<b>2</b>	<b>2 800</b>	<b>26 956</b>	<b>5 626</b>	<b>32 582</b>	<b>1 564</b>	<b>4 485</b>	<b>3 752</b>	<b>5 060</b>	<b>14 860</b>
Meubles, literie	37	0	2	0	40	26	12	38	2	9	2	0	13
Equipelement du foyer	5	7	5	0	17	71	15	87	11	11	3	0	25
Electroménager	3	1	1	0	6	1	0	2	1	0	1	0	2
Produits bruns	1	4	1	0	5	1	0	1	0	0	1	0	2
Micro-informatique et téléphones	14	95	24	12	144	7	5	13	0	4	4	0	9
Produits d'entretien ménager	1	0	0	0	1	13	13	27	0	8	0	0	8
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	1	0	2	0	2	350	9	359	1	2	1	0	4
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	3	2	5	0	2	0	0	2
Quincaillerie, bricolage, peinture	16	0	1 522	0	1 538	14	10	23	0	7	3	0	10
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	1	0	10	0	11	6	4	10	0	9	11	9	29
Livres, journaux, papeterie	6 359	267	393	3	7 023	5	1	7	13	1	7	8	30
Vente et réparation de cycles	5	0	1 120	0	1 125	1	0	2	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	105	296	4 985	1	5 387	7	37	44	1	1	2	0	4
Jeux et jouets	11	0	9	1 461	1 482	17	2	20	0	2	0	0	2
Autres produits non alimentaires	90	0	209	2	301	21	9	30	2	7	77	8	95
Charbons et combustibles	0	0	0	0	0	2	0	2	0	11	10	0	20
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>6 648</b>	<b>671</b>	<b>8 282</b>	<b>1 480</b>	<b>17 081</b>	<b>545</b>	<b>122</b>	<b>667</b>	<b>33</b>	<b>75</b>	<b>121</b>	<b>26</b>	<b>255</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>6 678</b>	<b>676</b>	<b>11 076</b>	<b>1 481</b>	<b>19 911</b>	<b>27 504</b>	<b>5 750</b>	<b>33 254</b>	<b>1 598</b>	<b>4 728</b>	<b>3 887</b>	<b>5 132</b>	<b>15 345</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>9 237</b>	<b>678</b>	<b>11 083</b>	<b>1 481</b>	<b>22 479</b>	<b>27 521</b>	<b>5 755</b>	<b>33 276</b>	<b>1 759</b>	<b>5 196</b>	<b>3 892</b>	<b>5 132</b>	<b>15 979</b>

**Tableau II-3 E**
**Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé  
(pharmacie et commerce d'articles médicaux, autres magasins spécialisés)**

Année 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Pharmacie et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	Autres magasins spécialisés				TOTAL
		Flours, plantes, graines, engrais	Charbons et combustibles	Autres commerces de détail spécialisé	Commerce de biens d'occasion	
<b>PRODUITS</b>						
Pain, pâtisserie	0	0	1	1	1	3
Fruits et légumes	0	0	5	2	0	7
Viandes et produits dérivés	0	0	5	215	1	220
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	2	0	0	2
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>218</b>	<b>2</b>	<b>232</b>
Chocolaterie, confiserie	0	0	2	0	0	3
Vins, liqueurs et apéritifs	0	1	17	3	0	21
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	28	1	8	37
Epicerie, produits alimentaires divers	585	53	18	36	12	119
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>586</b>	<b>54</b>	<b>66</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>180</b>
Tabac et cigarettes	0	0	0	0	0	1
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>586</b>	<b>54</b>	<b>78</b>	<b>258</b>	<b>22</b>	<b>413</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	2	0	0	3
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	3	21	877	1	0	899
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>4</b>	<b>21</b>	<b>880</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>903</b>
Produits pharmaceutiques	38 006	0	13	0	0	14
Matériels médicaux et orthopédiques	2 715	0	4	0	1	5
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>40 721</b>	<b>0</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>19</b>
Habillement	74	75	127	69	58	330
Chaussures	12	1	23	8	75	107
Maroquinerie, articles de voyage	6	0	11	7	2	20
Parfumerie et produits d'hygiène	960	0	5	7	12	24
Optique et photographie	0	0	7	320	3	330
Horlogerie, bijouterie	1	0	4	16	2	23
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>1 053</b>	<b>78</b>	<b>177</b>	<b>427</b>	<b>153</b>	<b>833</b>
Meubles, literie	11	122	22	56	58	258
Equipelement du foyer	13	416	31	194	7	649
Electroménager	0	7	11	27	6	52
Produits bruns	0	0	1	3	5	9
Micro-informatique et téléphones	5	1	15	9	23	48
Produits d'entretien ménager	9	6	19	4	3	32
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	2	16	5	6	20	46
Revêtements sols et murs	2	5	13	3	0	20
Quincaillerie, bricolage, peinture	8	455	99	30	85	670
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	48	5 558	38	32	11	5 639
Livres, journaux, papeterie	2	17	7	64	256	344
Vente et réparation de cycles	0	0	0	1	0	1
Sports et loisirs	1	11	2	25	12	49
Jeux et jouets	2	0	3	19	2	24
Autres produits non alimentaires	10	126	24	2 698	946	3 794
Charbons et combustibles	9	32	4 506	2	0	4 541
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>121</b>	<b>6 772</b>	<b>4 797</b>	<b>3 173</b>	<b>1 435</b>	<b>16 176</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>41 900</b>	<b>6 871</b>	<b>5 870</b>	<b>3 602</b>	<b>1 588</b>	<b>17 931</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	22	0	0	22
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	27	0	0	27
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>49</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>49</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>42 486</b>	<b>6 925</b>	<b>5 998</b>	<b>3 860</b>	<b>1 611</b>	<b>18 393</b>

Tableau II-3 F

Ventes au détail par produit : commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et activités artisanales

Année 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Détail alimentaire spécialisé et activités artisanales								Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	TOTAL détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et artisanat
	Boulangeries, pâtisseries	Boucheries, charcuteries	Fruits et légumes	Poissonnerie	Boissons	Tabac	Autres commerces de détail alimentaire	TOTAL ALIMENTAIRE SPECIA-LISE		
<b>PRODUITS</b>										
Pain, pâtisserie	11 608	1	3	0	1	0	71	11 683	144	11 828
Fruits et légumes	8	56	1 919	2	13	20	241	2 259	1 470	3 729
Viandes et produits dérivés	11	6 990	133	2	18	1	105	7 259	1 442	8 701
Poissons, crustacés, coquillages	0	23	25	659	1	0	102	810	622	1 432
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>11 626</b>	<b>7 070</b>	<b>2 080</b>	<b>664</b>	<b>33</b>	<b>21</b>	<b>519</b>	<b>22 011</b>	<b>3 678</b>	<b>25 690</b>
Chocolaterie, confiserie	833	6	61	0	97	167	146	1 310	730	2 039
Vins, liqueurs et apéritifs	12	71	82	5	1 677	36	69	1 951	917	2 868
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	131	86	116	1	353	0	103	790	597	1 387
Epicerie, produits alimentaires divers	173	497	766	18	191	88	1 998	3 733	3 692	7 425
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>1 148</b>	<b>659</b>	<b>1 025</b>	<b>24</b>	<b>2 318</b>	<b>291</b>	<b>2 317</b>	<b>7 783</b>	<b>5 936</b>	<b>13 719</b>
Tabac et cigarettes	59	0	0	0	47	4 752	132	4 991	319	5 311
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>12 834</b>	<b>7 729</b>	<b>3 105</b>	<b>688</b>	<b>2 398</b>	<b>5 064</b>	<b>2 968</b>	<b>34 786</b>	<b>9 934</b>	<b>44 720</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	2	0	0	0	7	0	3	12	14	26
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	147	3	1	0	427	1	255	834	563	1 397
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>148</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>435</b>	<b>1</b>	<b>258</b>	<b>847</b>	<b>576</b>	<b>1 423</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Habillement	0	0	1	0	0	0	1	3	90	93
Chaussures	0	0	0	0	0	0	0	0	14	14
Maroquinerie, articles de voyage	1	0	0	0	0	26	0	27	3	30
Parfumerie et produits d'hygiène	2	1	17	0	1	49	29	99	405	505
Optique et photographie	1	0	0	0	0	0	0	1	5	6
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>31</b>	<b>131</b>	<b>520</b>	<b>651</b>
Meubles, literie	0	0	0	0	0	0	0	1	7	8
Equipelement du foyer	0	7	1	0	13	0	4	26	59	85
Electroménager	2	0	0	0	0	7	1	9	41	50
Produits bruns	0	0	0	0	0	0	0	0	28	28
Micro-informatique et téléphones	0	0	0	0	0	0	1	1	49	50
Produits d'entretien ménager	1	1	19	0	4	6	7	38	201	239
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	0	3	0	0	1	0	5	15	20
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	0	0	0	6	7
Quincaillerie, bricolage, peinture	0	0	5	0	0	0	2	7	46	52
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	24	0	0	0	1	25	41	65
Livres, journaux, papeterie	69	1	127	0	18	467	10	692	200	892
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	0	0	0	0	0	25	0	25	23	48
Jeux et jouets	0	0	0	0	0	0	0	0	17	17
Autres produits non alimentaires	4	0	1	0	7	51	12	75	16	91
Charbons et combustibles	4	0	3	0	1	3	1	13	72	85
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>80</b>	<b>9</b>	<b>184</b>	<b>0</b>	<b>44</b>	<b>560</b>	<b>38</b>	<b>916</b>	<b>822</b>	<b>1 738</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>233</b>	<b>14</b>	<b>204</b>	<b>0</b>	<b>480</b>	<b>637</b>	<b>327</b>	<b>1 894</b>	<b>1 920</b>	<b>3 813</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	1	0	0	0	1	0	1	4	1	5
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>13 069</b>	<b>7 743</b>	<b>3 309</b>	<b>688</b>	<b>2 878</b>	<b>5 701</b>	<b>3 296</b>	<b>36 683</b>	<b>11 854</b>	<b>48 538</b>

## Tableau II-3 G

### Ventes au détail par produit : établissements du commerce de l'alimentation générale

Année 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'APPARTENANCE DES MAGASINS	Grandes surfaces d'alimentation générale				Petites surfaces d'alimentation générale et produits surgelés			
	Hyper- marchés	Super- marchés	Magasins multi- commerces	TOTAL	Commerces de détail de produits surgelés	Commerces d'alimenta- tion générale	Supérettes	TOTAL
<b>PRODUITS</b>								
Pain, pâtisserie	1 144	1 441	154	2 739	1	53	90	144
Fruits et légumes	9 220	6 177	570	15 968	315	438	717	1 470
Viandes et produits dérivés	11 229	10 618	350	22 197	535	286	621	1 442
Poissons, crustacés, coquillages	3 551	2 755	36	6 342	505	52	65	622
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>25 144</b>	<b>20 990</b>	<b>1 111</b>	<b>47 246</b>	<b>1 357</b>	<b>828</b>	<b>1 494</b>	<b>3 678</b>
Chocolaterie, confiserie	2 156	2 649	20	4 824	1	401	328	730
Vins, liqueurs et apéritifs	5 422	4 892	362	10 677	0	340	577	917
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	4 926	3 633	50	8 609	0	171	426	597
Epicerie, produits alimentaires divers	23 019	18 416	608	42 044	972	736	1 985	3 692
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>35 524</b>	<b>29 590</b>	<b>1 040</b>	<b>66 154</b>	<b>973</b>	<b>1 647</b>	<b>3 316</b>	<b>5 936</b>
Tabac et cigarettes	31	49	46	126	0	188	132	319
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>60 699</b>	<b>50 630</b>	<b>2 197</b>	<b>113 525</b>	<b>2 329</b>	<b>2 663</b>	<b>4 942</b>	<b>9 934</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	608	80	2	689	0	4	9	14
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	9 650	8 695	53	18 398	0	217	346	563
<b>TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE</b>	<b>10 258</b>	<b>8 774</b>	<b>54</b>	<b>19 087</b>	<b>0</b>	<b>221</b>	<b>355</b>	<b>576</b>
Produits pharmaceutiques	42	32	1	74	0	0	1	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	2	2	0	0	0	0
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>42</b>	<b>32</b>	<b>3</b>	<b>76</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Habillement	2 739	695	276	3 711	0	53	37	90
Chaussures	440	306	4	750	0	5	9	14
Maroquinerie, articles de voyage	88	21	0	110	0	2	1	3
Parfumerie et produits d'hygiène	5 550	3 667	336	9 553	0	124	282	405
Optique et photographie	250	43	2	295	0	1	3	5
Horlogerie, bijouterie	204	31	1	235	0	1	3	4
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>9 271</b>	<b>4 764</b>	<b>619</b>	<b>14 654</b>	<b>0</b>	<b>186</b>	<b>334</b>	<b>520</b>
Meubles, literie	385	114	2	502	0	2	6	7
Equipelement du foyer	1 514	859	21	2 394	0	20	39	59
Electroménager	1 615	491	38	2 143	0	9	31	41
Produits bruns	2 517	130	4	2 652	0	8	20	28
Micro-informatique et téléphones	2 090	226	25	2 342	0	15	34	49
Produits d'entretien ménager	2 575	3 343	24	5 942	0	63	139	201
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	359	259	1	620	0	3	13	15
Revêtements sols et murs	98	146	1	246	0	2	4	6
Quincaillerie, bricolage, peinture	1 405	392	52	1 849	0	12	34	46
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	945	834	3	1 782	0	13	27	41
Livres, journaux, papeterie	1 784	505	50	2 339	0	97	103	200
Vente et réparation de cycles	44	13	0	57	0	0	1	1
Sports et loisirs	1 263	206	36	1 505	0	7	16	23
Jeux et jouets	913	200	15	1 128	0	4	12	17
Autres produits non alimentaires	210	123	9	343	0	8	8	16
Charbons et combustibles	319	290	1	610	23	29	20	72
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>18 037</b>	<b>8 132</b>	<b>284</b>	<b>26 452</b>	<b>23</b>	<b>292</b>	<b>506</b>	<b>822</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>37 607</b>	<b>21 702</b>	<b>960</b>	<b>60 269</b>	<b>23</b>	<b>700</b>	<b>1 197</b>	<b>1 920</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	8	18	2	28	0	0	0	1
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>8</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>98 314</b>	<b>72 350</b>	<b>3 158</b>	<b>173 822</b>	<b>2 352</b>	<b>3 363</b>	<b>6 138</b>	<b>11 854</b>

## ANNEXE III- La consommation commercialisable des ménages

Tableau III-1

Évolution de la consommation commercialisable en volume (en %)

Produits	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Valeur 2010 (milliards d'€)
Pain, pâtisserie	0,5	1,2	0,7	1,1	1,1	1,1	1,0	0,7	1,5	1,6	2,5	13,3
Viandes et produits dérivés	0,6	-2,2	1,8	1,1	-1,1	0,6	-0,4	-0,1	-2,0	-1,4	0,7	33,7
Autres produits frais (a)	2,0	0,3	0,5	0,3	3,9	0,8	-0,3	1,4	-1,2	0,0	-2,3	28,9
Boissons, épicerie, produits alimentaires divers (b)	3,3	1,7	1,4	1,2	1,4	1,9	1,5	2,6	0,0	0,1	1,5	84,3
Tabac et allumettes	0,6	1,2	-3,5	-12,9	-17,8	-0,5	1,4	-1,9	-2,4	1,7	0,1	18,1
<b>Produits alimentaires (1)</b>	<b>2,1</b>	<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,7</b>	<b>1,2</b>	<b>0,8</b>	<b>1,3</b>	<b>-0,7</b>	<b>0,1</b>	<b>0,7</b>	<b>178,4</b>
<i>dont produits alimentaires hors tabac</i>	<i>2,2</i>	<i>0,6</i>	<i>1,3</i>	<i>1,0</i>	<i>1,3</i>	<i>1,3</i>	<i>0,7</i>	<i>1,6</i>	<i>-0,5</i>	<i>-0,1</i>	<i>0,7</i>	<i>160,2</i>
Accessoires automobiles, motocycles	3,2	3,5	4,8	4,5	2,2	3,1	1,4	1,9	0,2	-8,2	-0,1	27,3
Carburants et lubrifiants	-2,2	1,4	-0,2	0,0	-1,6	-2,8	-1,8	0,5	-2,5	-2,2	-0,7	38,6
Produits pharmaceutiques	9,5	8,8	6,8	5,7	8,3	5,7	5,5	6,9	4,8	4,9	4,8	42,5
Habillement-chaussures	3,8	-0,1	3,4	3,8	1,4	0,7	1,5	2,2	-1,9	-4,4	0,5	43,0
Autres équipements de la personne ©	5,2	2,8	1,6	0,8	1,4	1,2	2,1	4,4	-0,4	-1,1	0,5	31,6
Culture, loisirs	4,9	2,9	4,0	2,0	2,7	2,8	1,0	-0,7	-2,2	-3,3	-0,1	24,9
Équipement du foyer et aménagement de l'habitat	5,4	0,7	2,5	4,0	6,5	6,4	6,7	8,0	0,8	0,1	3,4	63,0
Micro-informatique et téléphones	32,1	17,0	19,5	27,5	24,4	22,1	19,7	22,9	11,8	4,8	12,0	11,5
Autres produits non alimentaires	-1,2	4,5	0,5	2,9	2,2	3,1	2,4	1,5	3,2	-0,6	-1,1	21,2
<b>Produits non alimentaires (2) (hors vente et réparation auto.)</b>	<b>4,9</b>	<b>3,1</b>	<b>3,5</b>	<b>4,0</b>	<b>4,0</b>	<b>3,5</b>	<b>3,4</b>	<b>4,5</b>	<b>0,7</b>	<b>-1,3</b>	<b>1,8</b>	<b>303,6</b>
<i>dont produits non alimentaires hors carburant et hors pharmacie</i>	<i>5,4</i>	<i>2,5</i>	<i>3,7</i>	<i>4,3</i>	<i>4,2</i>	<i>4,1</i>	<i>3,9</i>	<i>4,7</i>	<i>0,5</i>	<i>-2,2</i>	<i>1,6</i>	<i>222,5</i>
<b>Vente et réparation automobile (3)</b>	<b>0,9</b>	<b>5,1</b>	<b>-1,6</b>	<b>-4,6</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>	<b>-1,4</b>	<b>3,3</b>	<b>-5,8</b>	<b>3,8</b>	<b>-0,2</b>	<b>52,3</b>
<b>Consommation commercialisable (1)+(2)+(3)</b>	<b>3,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,0</b>	<b>1,5</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>	<b>2,0</b>	<b>3,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>1,2</b>	<b>534,2</b>
<i>dont Consommation commercialisable hors automobile</i>	<i>3,8</i>	<i>2,2</i>	<i>2,5</i>	<i>2,3</i>	<i>2,3</i>	<i>2,6</i>	<i>2,4</i>	<i>3,3</i>	<i>0,2</i>	<i>-0,8</i>	<i>1,4</i>	<i>482,0</i>

a : fruits et légumes, poissons et crustacés

b : inclut les produits laitiers et les œufs

c : maroquinerie et articles de voyage, parfumerie et produits d'hygiène, optique, bijouterie-horlogerie

**Tableau III-2**

**Évolution de la consommation commercialisable en volume (en %)**

<b>Produits</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Pain, pâtisserie	0,5	1,2	0,7	1,1	1,1	1,1	1,0	0,7	1,5	1,6	2,5
Fruits et légumes	2,9	0,2	1,0	-0,6	6,1	1,4	-0,6	1,1	-0,8	-0,3	-3,6
Viandes et produits dérivés	0,6	-2,2	1,8	1,1	-1,1	0,6	-0,4	-0,1	-2,0	-1,4	0,7
Poissons et crustacés	0,0	0,4	-0,7	2,5	-1,7	-0,6	0,3	2,0	-2,3	0,9	1,1
Chocolaterie, confiserie	6,2	1,6	1,2	-1,5	2,6	2,5	0,0	3,2	4,6	-1,7	1,0
Vins, liqueurs et apéritifs	3,5	1,9	2,5	-2,4	0,8	-0,5	0,9	1,9	-1,8	-0,2	-0,2
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	4,7	2,6	2,2	8,5	-0,1	4,2	1,2	1,5	-3,0	2,7	1,9
Épicerie, produits alimentaires divers (*)	2,5	1,5	0,9	1,2	1,8	2,0	1,9	3,0	0,5	0,0	1,9
Tabac et allumettes	0,6	1,2	-3,5	-12,9	-17,8	-0,5	1,4	-1,9	-2,4	1,7	0,1
Pneumatiques	2,4	-1,2	2,9	5,7	-1,1	5,8	0,9	3,3	-4,0	-1,7	5,5
Pièces détachées et équipements automobiles	3,8	4,2	5,7	4,7	2,3	2,9	0,9	1,5	0,4	-8,2	-0,1
Vente et réparation de motocycles	-1,0	0,8	-1,0	2,0	4,2	3,0	6,3	4,6	2,0	-12,8	-4,6
Carburants et lubrifiants	-2,2	1,4	-0,2	0,0	-1,6	-2,8	-1,8	0,5	-2,5	-2,2	-0,7
Produits pharmaceutiques	9,6	9,0	6,5	5,8	8,3	5,9	5,8	6,9	4,5	4,8	4,5
Matériels orthopédiques	8,8	7,2	10,4	4,4	8,0	3,2	1,7	7,0	7,4	5,5	8,3
Habillement	4,1	-0,4	4,1	4,1	1,8	0,6	0,9	2,3	-2,3	-4,3	0,4
Chaussures	2,4	1,2	0,1	2,4	-0,4	1,1	4,1	1,7	0,0	-5,0	1,2
Maroquinerie, articles de voyage	4,0	4,1	2,7	-1,0	3,1	5,8	6,0	8,3	3,2	0,0	-0,6
Meubles, literie	2,5	0,0	1,6	0,2	4,2	5,3	1,8	5,1	-2,6	-3,4	2,1
Équipement du foyer	5,1	-2,1	0,1	2,6	2,9	0,8	4,1	4,0	-1,4	-6,4	0,9
Électroménager	6,7	2,0	6,0	7,9	6,5	5,4	6,6	5,6	3,6	0,2	5,6
Produits bruns	16,3	6,3	7,7	11,4	23,7	25,2	29,3	31,0	14,1	20,9	15,4
Micro-informatique et téléphones	32,1	17,0	19,5	27,5	24,4	22,1	19,7	22,9	11,8	4,8	12,0
Produits d'entretien ménager	1,9	1,0	0,6	1,0	0,3	3,7	2,0	3,6	-1,1	-0,7	2,2
Textiles d ameublement et linge pour la maison	7,6	-2,4	-0,7	0,8	2,8	1,2	2,2	5,5	-2,0	-3,7	1,3
Revêtements sols et murs, rideaux et voilages	-0,4	-4,6	-0,5	2,1	3,8	1,8	1,4	6,8	-7,3	-6,8	-0,9
Quincaillerie, bricolage, peinture	3,7	1,0	1,6	4,4	6,3	4,7	4,4	4,0	-1,7	-2,1	-0,5
Fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie	1,9	-0,8	3,4	3,3	4,0	3,3	2,3	1,6	0,8	1,5	0,6
Parfumerie et produits d hygiène	3,4	1,5	2,5	0,6	0,4	0,6	2,1	3,8	0,1	-2,1	1,1
Livres, journaux	2,8	1,8	0,8	-1,5	-0,6	-0,7	0,5	0,7	-2,4	-4,1	-3,0
Optique, photographie	11,7	8,2	3,7	4,7	4,2	1,7	4,2	7,2	3,6	6,8	5,8
Vente et réparation de cycles	2,5	-12,4	15,1	10,1	7,9	5,1	4,1	4,6	0,4	-4,9	-1,1
Sport et loisirs	4,7	9,9	8,8	5,7	7,4	7,1	1,0	0,7	-3,1	-3,9	3,2
Horlogerie, bijouterie	4,1	-0,2	-5,1	-3,3	0,5	0,8	-3,1	1,1	-9,1	-8,8	-8,6
Jeux et jouets	17,0	-2,7	2,3	4,7	2,0	4,9	1,8	-13,0	0,5	3,3	5,2
Autres produits non alimentaires	2,2	-2,1	0,5	3,2	2,5	12,8	16,5	16,7	1,6	-2,4	0,2
Charbons et combustibles	-8,6	15,3	-3,6	2,2	-0,7	-1,8	-3,7	-5,4	7,3	-1,9	-4,1
Voitures particulières d occasion	11,8	14,4	4,8	0,0	2,5	2,3	2,5	6,2	-9,3	-12,1	11,5
Voitures particulières neuves	-2,8	3,7	-4,7	-7,8	3,5	3,4	-4,2	3,3	-5,7	18,0	-4,9
Caravanes, remorques	11,0	12,4	6,5	4,8	4,2	11,9	6,9	6,3	-6,6	-2,9	-0,7
Entretien et réparation de véhicules automobiles	1,2	0,3	-0,9	-2,8	-0,3	0,7	0,0	0,5	-2,9	-7,0	0,9
<b>Total consommation commercialisable</b>	<b>3,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,0</b>	<b>1,5</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>	<b>2,0</b>	<b>3,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>1,2</b>
<b>Total automobile</b>	<b>0,9</b>	<b>5,1</b>	<b>-1,6</b>	<b>-4,6</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>	<b>-1,4</b>	<b>3,3</b>	<b>-5,8</b>	<b>3,8</b>	<b>-0,2</b>
<b>Total consommation hors automobile</b>	<b>3,8</b>	<b>2,2</b>	<b>2,5</b>	<b>2,3</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>	<b>2,4</b>	<b>3,3</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,8</b>	<b>1,4</b>

(\*) : inclut les produits laitiers et les oeufs

**Tableau III-3**

**Structure de la consommation commercialisable des ménages par groupes de produits (en valeur T.T.C.)**

Produits	2000	2008	2009	2010
Pain, pâtisserie	2,3	2,4	2,5	2,5
Viandes et produits dérivés	6,5	6,3	6,4	6,3
Autres produits frais (a)	5,4	5,4	5,4	5,4
Boissons, épicerie, produits alimentaires divers (b)	15,4	15,5	16,0	15,8
Tabac et allumettes	3,5	3,1	3,3	3,4
<b>Produits alimentaires (1)</b>	<b>33,1</b>	<b>32,7</b>	<b>33,6</b>	<b>33,4</b>
Accessoires automobiles, motocycles	4,5	5,2	5,1	5,1
Carburants et lubrifiants	7,9	8,0	6,7	7,2
Produits pharmaceutiques	6,6	7,6	7,9	8,0
Habillement-chaussures	9,4	8,3	8,2	8,1
Autres équipements de la personne ©	5,8	5,8	6,0	5,9
Culture, loisirs	5,2	4,7	4,7	4,7
Équipement du foyer et aménagement de l'habitat	11,5	11,8	11,9	11,8
Micro-informatique et téléphones	2,1	2,2	2,2	2,2
Autres produits non alimentaires	3,4	4,3	3,8	4,0
<b>Produits non alimentaires hors vente et réparation auto (2)</b>	<b>56,5</b>	<b>58,0</b>	<b>56,5</b>	<b>56,8</b>
<b>Vente et réparation automobile (3)</b>	<b>10,4</b>	<b>9,4</b>	<b>10,0</b>	<b>9,8</b>
<b>Consommation commercialisable (1)+(2)+(3)</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Part de la consommation commercialisable dans la consommation effective des ménages (en %) (d)</b>	<b>41,8</b>	<b>38,2</b>	<b>37,2</b>	<b>37,2</b>

a : fruits et légumes, poissons et crustacés

b : inclut les produits laitiers et les œufs

c : maroquinerie et articles de voyage, parfumerie et produits d'hygiène, optique, bijouterie-horlogerie

d : la consommation effective des ménages recouvre l'ensemble des biens et services que les ménages utilisent effectivement ou consomment quel que soit l'acteur qui les finance : ménages, administrations ou associations.

La consommation commercialisable comprend les produits susceptibles d'être vendus aux ménages par le commerce et les activités de réparation automobile. Les dépenses d'eau, de gaz et d'énergie en sont exclues, ainsi que les dépenses de services.

## ANNEXE IV - Démographie des entreprises commerciales

Tableau IV-1

Évolution du nombre d'entreprises commerciales immatriculées entre 2007 et 2010 (stocks d'entreprises au 1<sup>er</sup> janvier)

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2007	2008	2009	2010 (sd)	2008/2007	2009/2008	2010/2009
Intermédiaires du commerce de gros	44,3	48,0	49,1	54,6	8,3	2,4	11,1
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	6,7	6,6	6,4	6,3	-1,9	-2,5	-1,0
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	19,9	20,0	20,1	20,6	0,6	0,5	2,4
CG de biens domestiques	37,7	37,5	36,9	37,0	-0,5	-1,7	0,3
CG d'équipements de l'info et de la communication	9,6	9,5	9,3	9,3	-0,8	-2,1	-0,6
CG d'autres équipements industriels	23,2	23,3	24,0	24,3	0,5	2,9	1,1
Autres commerces de gros spécialisés	18,0	18,2	18,9	19,7	0,9	4,2	4,2
Commerce de gros non spécialisé	11,5	13,0	13,9	15,2	12,3	6,9	10,0
<b>COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)</b>	<b>170,9</b>	<b>176,0</b>	<b>178,6</b>	<b>186,9</b>	<b>3,0</b>	<b>1,5</b>	<b>4,7</b>
Commerce de détail en magasin non spécialisé	31,8	32,3	33,0	34,5	1,7	2,1	4,6
CD alimentaire en magasin spécialisé	45,2	45,5	45,8	47,0	0,7	0,5	2,7
CD non alimentaire en magasins spécialisés	230,4	230,9	230,9	238,3	0,2	0,0	3,2
CD de carburants en magasin spécialisé	4,7	4,5	4,3	4,3	-3,8	-3,7	-2,2
CD d'équipements de l'info et de la communication en mag	5,8	6,2	7,1	8,3	7,3	14,3	16,3
CD d'autres équipements du foyer en mag spé	39,5	40,1	40,0	40,1	1,3	-0,1	0,3
CD de biens culturels et de loisirs en mag spé	28,7	28,3	27,8	27,9	-1,5	-1,8	0,3
Autres commerces de détail en mag spé	151,7	151,9	151,6	157,8	0,1	-0,1	4,1
Commerce de détail sur éventaires et marchés	79,8	83,0	86,2	106,1	4,1	3,8	23,0
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou mar	10,0	12,5	15,3	33,5	25,4	22,4	119,2
<b>COMMERCE DE DETAIL</b>	<b>397,2</b>	<b>404,3</b>	<b>411,1</b>	<b>459,4</b>	<b>1,8</b>	<b>1,7</b>	<b>11,7</b>
Commerce de véhicules automobiles	26,7	27,0	26,8	28,7	0,9	-0,6	7,0
Entretien et réparation de véhicules automobiles	35,6	36,4	37,6	41,4	2,3	3,3	9,9
Commerce d'équipements automobiles	6,8	6,9	7,0	7,6	1,8	1,3	7,9
Commerce et réparation de motocycles	5,2	5,3	5,5	5,9	3,1	3,9	6,7
<b>COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>74,3</b>	<b>75,7</b>	<b>77,0</b>	<b>83,6</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>	<b>8,5</b>
<b>TOTAL COMMERCE</b>	<b>642,4</b>	<b>656,0</b>	<b>666,7</b>	<b>729,9</b>	<b>2,1</b>	<b>1,6</b>	<b>9,5</b>
<b>ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>46,8</b>	<b>46,5</b>	<b>45,2</b>	<b>44,8</b>	<b>-0,6</b>	<b>-3,0</b>	<b>-0,8</b>
<b>TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>689,2</b>	<b>702,5</b>	<b>711,9</b>	<b>774,6</b>	<b>1,9</b>	<b>1,3</b>	<b>8,8</b>
<i>Ensemble de l'économie française (1)</i>	2 925,1	3 003,7	3 107,6	3 432,1	2,7	3,5	10,4

Source : INSEE - Sirene (France entière)

**Tableau IV-2**  
**Les différentes formes d'entreprises commerciales au 01.01.2010**

SECTEURS D'ACTIVITE (nomenclature NAF)	Entreprises individuelles	Sociétés					TOTAL
		Sociétés de personnes	S.A.R.L.		Sociétés de capitaux	Autres sociétés	
			Unipersonnelles	Autres			
<b>Intermédiaires du commerce de gros</b>	35 778	163	2 923	12 712	610	2 367	54 553
<b>CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants</b>	1 518	60	530	2 867	254	1 097	6 326
<b>CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac</b>	2 284	162	1 897	11 657	1 029	3 527	20 556
<b>CG de biens domestiques</b>	3 257	171	3 048	25 048	1 274	4 198	36 996
<b>CG d'équipements de l'info et de la communication</b>	606	32	760	5 953	467	1 460	9 278
<b>CG d'autres équipements industriels</b>	1 695	136	2 215	14 389	1 352	4 471	24 258
<b>Autres commerces de gros spécialisés</b>	1 915	95	1 739	11 066	1 093	3 796	19 704
<b>Commerce de gros non spécialisé</b>	1 896	40	1 776	10 199	104	1 233	15 248
<b>COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)</b>	<b>48 949</b>	<b>859</b>	<b>14 888</b>	<b>93 891</b>	<b>6 183</b>	<b>22 149</b>	<b>186 919</b>
<b>Commerce de détail en magasin non spécialisé</b> <i>dont grandes surfaces alimentaires (supermarchés, hypermarchés)</i>	14 437 46	403 218	1 811 165	12 853 2 029	1 074 917	3 903 2 901	34 481 6 276
<b>CD alimentaire en magasin spécialisé</b>	23 609	1 328	3 699	17 155	238	974	47 003
<b>CD non alimentaire en magasins spécialisés</b>	92 244	6 261	22 417	106 571	2 656	8 159	238 308
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	776	29	292	3 023	31	100	4 251
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	2 238	31	1 007	4 709	47	227	8 259
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	10 818	145	4 127	21 911	840	2 291	40 132
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	12 017	1 126	2 180	11 284	292	962	27 861
<i>Autres CD en mag spé</i>	66 395	4 930	14 811	65 644	1 446	4 579	157 805
<b>Commerce de détail sur éventaires et marchés</b>	98 912	48	1 090	5 718	14	273	106 055
<b>Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés</b>	23 626	34	1 644	7 287	139	804	33 534
<b>COMMERCE DE DETAIL</b>	<b>252 828</b>	<b>8 074</b>	<b>30 661</b>	<b>149 584</b>	<b>4 121</b>	<b>14 113</b>	<b>459 381</b>
<b>Commerce de véhicules automobiles</b>	8 118	80	2 825	13 790	875	3 007	28 695
<b>Entretien et réparation de véhicules automobiles</b>	17 065	107	4 445	18 472	273	1 023	41 385
<b>Commerce d'équipements automobiles</b>	1 629	17	748	4 141	251	796	7 582
<b>Commerce et réparation de motocycles</b>	2 153	6	649	2 843	43	206	5 900
<b>COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>28 965</b>	<b>210</b>	<b>8 667</b>	<b>39 246</b>	<b>1 442</b>	<b>5 032</b>	<b>83 562</b>
<b>TOTAL COMMERCE</b>	<b>330 742</b>	<b>9 143</b>	<b>54 216</b>	<b>282 721</b>	<b>11 746</b>	<b>41 294</b>	<b>729 862</b>
<b>Boulangerie - pâtisserie</b>	22 542	273	2 334	13 822	93	737	39 801
<b>Charcuterie</b>	2 965	20	273	1 600	33	92	4 983
<b>ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>25 507</b>	<b>293</b>	<b>2 607</b>	<b>15 422</b>	<b>126</b>	<b>829</b>	<b>44 784</b>
<b>TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>356 249</b>	<b>9 436</b>	<b>56 823</b>	<b>298 143</b>	<b>11 872</b>	<b>42 123</b>	<b>774 646</b>

Source : INSEE - Sirene (France entière)

**Tableau IV-3**  
**Les créations d'entreprises commerciales de 2007 à 2010 en France entière**

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2007	2008	2009	2010	2008/2007	2009/2008	2010/2009
Intermédiaires du commerce de gros	10 693	10 334	13 623	14 827	-3,4	31,8	8,8
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	260	262	297	306	0,8	13,4	3,0
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 508	1 566	1 881	1 894	3,8	20,1	0,7
CG de biens domestiques	3 443	3 075	3 178	3 185	-10,7	3,3	0,2
CG d'équipements de l'info et de la communication	566	605	668	670	6,9	10,4	0,3
CG d'autres équipements industriels	1 295	1 493	1 581	1 534	15,3	5,9	-3,0
Autres commerces de gros spécialisés	1 603	1 809	2 068	2 033	12,9	14,3	-1,7
Commerce de gros non spécialisé	2 671	2 502	2 957	2 870	-6,3	18,2	-2,9
<b>COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)</b>	<b>22 039</b>	<b>21 646</b>	<b>26 253</b>	<b>27 319</b>	<b>-1,8</b>	<b>21,3</b>	<b>4,1</b>
Commerce de détail en magasin non spécialisé	2 882	3 236	3 999	4 001	12,3	23,6	0,1
CD alimentaire en magasin spécialisé	4 227	4 008	4 721	4 907	-5,2	17,8	3,9
CD non alimentaire en magasins spécialisés	21 681	19 468	26 738	25 822	-10,2	37,3	-3,4
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	177	157	162	132	-11,3	3,2	-18,5
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	1 291	1 424	2 005	1 569	10,3	40,8	-21,7
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	4 206	3 864	4 210	4 005	-8,1	9,0	-4,9
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	1 869	1 835	2 269	2 172	-1,8	23,7	-4,3
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	14 138	12 188	18 092	17 944	-13,8	48,4	-0,8
Commerce de détail sur éventaires et marchés	15 452	16 449	32 969	29 165	6,5	100,4	-11,5
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	4 191	5 124	23 001	24 749	22,3	348,9	7,6
<b>COMMERCE DE DETAIL</b>	<b>48 433</b>	<b>48 285</b>	<b>91 428</b>	<b>88 644</b>	<b>-0,3</b>	<b>89,4</b>	<b>-3,0</b>
Commerce de véhicules automobiles	2 646	2 808	4 660	5 828	6,1	66,0	25,1
Entretien et réparation de véhicules automobiles	2 866	2 639	5 607	6 861	-7,9	112,5	22,4
Commerce d'équipements automobiles	658	618	1 097	1 115	-6,1	77,5	1,6
Commerce et réparation de motocycles	559	536	825	884	-4,1	53,9	7,2
<b>COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>6 729</b>	<b>6 601</b>	<b>12 189</b>	<b>14 688</b>	<b>-1,9</b>	<b>84,7</b>	<b>20,5</b>
<b>TOTAL COMMERCE</b>	<b>77 201</b>	<b>76 532</b>	<b>129 870</b>	<b>130 651</b>	<b>-0,9</b>	<b>69,7</b>	<b>0,6</b>
<b>ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>2 877</b>	<b>1 884</b>	<b>2 075</b>	<b>2 207</b>	<b>-34,5</b>	<b>10,1</b>	<b>6,4</b>
<b>TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>80 078</b>	<b>78 416</b>	<b>131 945</b>	<b>132 858</b>	<b>-2,1</b>	<b>68,3</b>	<b>0,7</b>
<i>Ensemble de l'économie française (1)</i>	<b>325 739</b>	<b>331 439</b>	<b>580 193</b>	<b>622 036</b>	<b>1,7</b>	<b>75,1</b>	<b>7,2</b>

Source : INSEE - Sirene

(1) Dans le cadre de la nouvelle démographie des entreprises, le champ des créations d'entreprises comprend désormais l'ensemble des activités marchandes hors agriculture. Depuis le 1er janvier 2007, la notion de création d'entreprise a été modifiée (cf. encadré 2 de la vue d'ensemble)

**Tableau IV-4**  
**Les créations d'entreprises commerciales de 2007 à 2010 sans les auto-entrepreneurs**

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2007	2008	2009	2010	2008/2007	2009/2008	2010/2009
Intermédiaires du commerce de gros	10 693	10 334	9 537	10 341	-3,4	-7,7	8,4
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	260	262	227	240	0,8	-13,4	5,7
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 508	1 566	1 494	1 537	3,8	-4,6	2,9
CG de biens domestiques	3 443	3 075	2 554	2 591	-10,7	-16,9	1,4
CG d'équipements de l'info et de la communication	566	605	525	530	6,9	-13,2	1,0
CG d'autres équipements industriels	1 295	1 493	1 334	1 290	15,3	-10,6	-3,3
Autres commerces de gros spécialisés	1 603	1 809	1 589	1 543	12,9	-12,2	-2,9
Commerce de gros non spécialisé	2 671	2 502	2 195	2 163	-6,3	-12,3	-1,5
<b>COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)</b>	<b>22 039</b>	<b>21 646</b>	<b>19 455</b>	<b>20 235</b>	<b>-1,8</b>	<b>-10,1</b>	<b>4,0</b>
Commerce de détail en magasin non spécialisé	2 882	3 236	3 254	3 236	12,3	0,6	-0,6
CD alimentaire en magasin spécialisé	4 227	4 008	3 503	3 705	-5,2	-12,6	5,8
CD non alimentaire en magasins spécialisés	21 681	19 468	15 970	16 095	-10,2	-18,0	0,8
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	177	157	160	129	-11,3	1,9	-19,4
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	1 291	1 424	1 125	1 001	10,3	-21,0	-11,0
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	4 206	3 864	2 961	2 870	-8,1	-23,4	-3,1
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	1 869	1 835	1 554	1 549	-1,8	-15,3	-0,3
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	14 138	12 188	10 170	10 546	-13,8	-16,6	3,7
Commerce de détail sur éventaires et marchés	15 452	16 449	9 045	5 261	6,5	-45,0	-41,8
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	4 191	5 124	3 669	3 756	22,3	-28,4	2,4
<b>COMMERCE DE DETAIL</b>	<b>48 433</b>	<b>48 285</b>	<b>35 441</b>	<b>32 053</b>	<b>-0,3</b>	<b>-26,6</b>	<b>-9,6</b>
Commerce de véhicules automobiles	2 646	2 808	2 785	2 993	6,1	-0,8	7,5
Entretien et réparation de véhicules automobiles	2 866	2 639	2 590	2 746	-7,9	-1,9	6,0
Commerce d'équipements automobiles	658	618	594	575	-6,1	-3,9	-3,2
Commerce et réparation de motocycles	559	536	425	431	-4,1	-20,7	1,4
<b>COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>6 729</b>	<b>6 601</b>	<b>6 394</b>	<b>6 745</b>	<b>-1,9</b>	<b>-3,1</b>	<b>5,5</b>
<b>TOTAL COMMERCE</b>	<b>77 201</b>	<b>76 532</b>	<b>61 290</b>	<b>59 033</b>	<b>-0,9</b>	<b>-19,9</b>	<b>-3,7</b>
<b>ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>2 877</b>	<b>1 884</b>	<b>1 677</b>	<b>1 733</b>	<b>-34,5</b>	<b>-11,0</b>	<b>3,3</b>
<b>TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>80 078</b>	<b>78 416</b>	<b>62 967</b>	<b>60 766</b>	<b>-2,1</b>	<b>-19,7</b>	<b>-3,5</b>
<i>Ensemble de l'économie française (1)</i>	<b>325 739</b>	<b>331 439</b>	<b>260 174</b>	<b>262 337</b>	<b>1,7</b>	<b>-21,5</b>	<b>0,8</b>

Source : INSEE - Sirene

(1) Dans le cadre de la nouvelle démographie des entreprises, le champ des créations d'entreprises comprend désormais l'ensemble des activités marchandes hors agriculture. Depuis le 1er janvier 2007, la notion de création d'entreprise a été modifiée (cf. encadré 2 de la vue d'ensemble)

## ANNEXE V - Emploi

**Tableau V-1**  
**Effectifs salariés du commerce entre 2001 et 2010 (en milliers)**

	Commerce et réparation d'automobiles	Commerce de gros	Commerce de détail	Ensemble du commerce
31/03/2001	383,0	986,4	1483,7	2853,1
30/06/2001	385,7	991,5	1498,9	2876,0
30/09/2001	388,9	993,2	1518,2	2900,3
31/12/2001	390,3	996,2	1525,4	2911,8
31/03/2002	393,0	997,5	1535,7	2926,2
30/06/2002	393,9	993,8	1536,0	2923,7
30/09/2002	396,4	996,1	1544,6	2937,2
31/12/2002	397,6	995,3	1546,5	2939,4
31/03/2003	396,7	994,1	1549,0	2939,8
30/06/2003	398,4	992,3	1555,8	2946,5
30/09/2003	397,6	992,2	1555,4	2945,2
31/12/2003	397,4	993,0	1566,4	2956,9
31/03/2004	397,0	992,7	1568,2	2957,9
30/06/2004	395,1	990,2	1576,0	2961,2
30/09/2004	392,9	987,5	1576,0	2956,4
31/12/2004	393,5	987,2	1580,4	2961,1
31/03/2005	392,6	988,8	1582,5	2963,9
30/06/2005	392,7	995,1	1580,9	2968,7
30/09/2005	392,6	994,7	1583,9	2971,2
31/12/2005	391,8	994,4	1585,8	2972,0
31/03/2006	391,7	992,7	1589,4	2973,8
30/06/2006	392,0	991,5	1595,2	2978,7
30/09/2006	391,8	991,4	1610,4	2993,6
31/12/2006	391,7	990,4	1607,8	2989,8
31/03/2007	391,2	990,6	1624,9	3006,7
30/06/2007	391,0	992,9	1630,2	3014,0
30/09/2007	391,3	994,2	1641,9	3027,4
31/12/2007	391,3	998,2	1639,5	3029,1
31/03/2008	390,9	999,2	1636,3	3026,4
30/06/2008	389,4	999,3	1639,6	3028,3
30/09/2008	387,7	999,3	1633,0	3020,0
31/12/2008	384,2	992,8	1631,5	3008,4
31/03/2009	380,9	985,4	1627,4	2993,6
30/06/2009	379,4	976,7	1622,9	2979,0
30/09/2009	376,7	968,0	1618,9	2963,5
31/12/2009	376,9	962,2	1625,4	2964,6
31/03/2010	377,5	960,5	1628,5	2966,5
30/06/2010	377,8	958,5	1632,1	2968,4
30/09/2010	377,6	959,0	1633,0	2969,6
31/12/2010	379,3	958,2	1638,9	2976,4

Source : INSEE, Synthèses et conjoncture de l'emploi - DARES

**Tableau V-2**  
**Actifs occupés du commerce en 2010**

SECTEURS D'ACTIVITE	% Hommes	% Femmes	% ouvriers	% employés	% autres (*)	% 15-24 ans	% 25-49 ans	% 50 ans et +
Commerce de détail	40,7	59,4	10,2	46,1	43,7	14,3	64,2	21,5
Commerce et réparation automobile	81,8	18,2	42,6	13,8	43,7	15,6	63,3	21,1
Commerce de gros	68,1	32,0	23,6	16,3	60,1	6,3	70,8	22,9
Artisanat commercial	51,3	48,7	38,2	31,6	30,2	27,5	52,4	20,1
Commerce (hors artisanat)	54,3	45,8	18,4	32,9	48,6	12,0	66,1	21,9
Ensemble de l'économie	52,3	47,7	22,3	28,8	48,8	9,1	64,2	26,7

(\*) cadres, professions intermédiaires, chefs d'entreprises

Source : INSEE - enquête emploi en 2010

**Tableau V-3**

**Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés totaux dans les DADS en 2008**

Secteurs d'activité	ETP* du temps partiel (1) en %	Proportion de salariés travaillant à temps partiel	Volume d'emploi (1) réalisé à temps partiel (en %)	ETP* de l'emploi salarié (1) en %
Intermédiaires du commerce de gros	57,3	15,7	9,7	93,3
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	56,7	11,9	7,1	94,8
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	57,2	12,2	7,4	94,8
CG de biens domestiques	58,4	16,8	10,5	93,0
CG d'équipements de l'information et de la communication	59,1	9,3	5,7	96,2
CG d'autres équipements industriels	58,5	8,8	5,3	96,3
Autres CG spécialisés	58,1	8,7	5,3	96,4
CG non spécialisé	54,8	17,6	10,5	92,0
<b>Commerce de gros</b>	<b>57,8</b>	<b>11,7</b>	<b>7,1</b>	<b>95,1</b>
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	63,7	37,0	27,2	86,6
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	71,7	42,3	34,5	88,0
CD alimentaire en magasin spécialisé	57,5	29,2	19,2	87,6
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	72,6	28,3	22,2	92,2
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	62,1	38,0	27,5	85,6
CD d'habillement et de chaussures	66,7	42,7	33,1	85,8
CD d'autres équipements de la personne	60,9	23,7	15,9	90,7
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	60,7	29,6	20,3	88,4
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	62,9	21,5	14,7	92,0
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	59,2	18,2	11,7	92,6
CD de carburants en magasin spécialisé	60,5	29,1	19,9	88,5
Autres CD en magasin spécialisé	58,0	23,8	15,3	90,0
CD sur éventaies ou marchés	54,3	48,9	34,2	77,7
CD hors magasin, éventaies ou marchés	54,5	20,2	12,1	90,8
<b>Commerce de détail</b>	<b>66,6</b>	<b>34,4</b>	<b>25,9</b>	<b>88,5</b>
Commerce de véhicules automobiles	53,0	7,9	4,4	96,3
Entretien et réparation de véhicules automobiles	52,8	12,7	7,1	94,0
Commerce d'équipements automobiles	57,6	8,8	5,2	96,3
Commerce et réparation de motocycles	53,9	13,6	7,8	93,7
<b>Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles</b>	<b>53,7</b>	<b>9,7</b>	<b>5,4</b>	<b>95,5</b>
<b>Ensemble du commerce</b>	<b>64,6</b>	<b>24,4</b>	<b>17,2</b>	<b>91,4</b>
Charcuterie	54,7	26,6	16,6	88,0
Boulangerie-Pâtisserie	60,4	25,5	17,1	89,9
<b>Artisanat Commercial</b>	<b>59,9</b>	<b>25,6</b>	<b>17,1</b>	<b>89,7</b>

Résultats obtenus sur l'échantillon au 1/12 du fichier DADS

(\*) : ETP est l'équivalent temps plein.

(1) : voir encadré "Exploitation du fichier des Déclarations annuelles de données sociales (DADS) pour la mesure de l'emploi salarié à temps partiel".

Source : Insee - DADS 2008 (1/12)

**Tableau V-4**

**Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés masculins dans les DADS en 2008**

Secteurs d'activité	ETP* du temps partiel (1) en %	Proportion de salariés travaillant à temps partiel	Volume d'emploi (1) réalisé à temps partiel (en %)	ETP* de l'emploi salarié (1) en %
Intermédiaires du commerce de gros	52,8	10,3	5,7	95,1
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	52,8	8,3	4,6	96,1
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	52,1	7,7	4,2	96,3
CG de biens domestiques	53,4	10,7	6,0	95,0
CG d'équipements de l'information et de la communication	55,7	6,2	3,5	97,3
CG d'autres équipements industriels	54,7	5,3	3,0	97,6
Autres CG spécialisés	54,2	5,4	3,0	97,5
CG non spécialisé	52,0	12,5	6,9	94,0
<b>Commerce de gros</b>	<b>53,6</b>	<b>7,2</b>	<b>4,0</b>	<b>96,7</b>
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	58,8	25,4	16,7	89,5
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	68,3	20,1	14,7	93,6
CD alimentaire en magasin spécialisé	52,8	17,9	10,3	91,6
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	57,8	15,2	9,4	93,6
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	56,7	22,1	13,9	90,4
CD d'habillement et de chaussures	59,6	27,5	18,5	88,9
CD d'autres équipements de la personne	54,5	12,2	7,0	94,4
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	58,6	21,5	13,8	91,1
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	61,6	11,9	7,7	95,4
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	56,4	13,7	8,2	94,0
CD de carburants en magasin spécialisé	56,9	24,7	15,7	89,4
Autres CD en magasin spécialisé	53,3	15,4	8,9	92,8
CD sur éventaies ou marchés	52,7	43,1	28,5	79,6
CD hors magasin, éventaies ou marchés	52,7	11,2	6,3	94,7
<b>Commerce de détail</b>	<b>61,6</b>	<b>18,5</b>	<b>12,3</b>	<b>92,9</b>
Commerce de véhicules automobiles	49,3	5,4	2,7	97,3
Entretien et réparation de véhicules automobiles	49,7	7,5	3,9	96,2
Commerce d'équipements automobiles	52,2	5,2	2,8	97,5
Commerce et réparation de motocycles	54,0	9,0	5,1	95,9
<b>Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles</b>	<b>50,1</b>	<b>6,1</b>	<b>3,2</b>	<b>97,0</b>
<b>Ensemble du commerce</b>	<b>58,5</b>	<b>11,6</b>	<b>7,1</b>	<b>95,2</b>
Charcuterie	49,8	14,3	7,6	92,8
Boulangerie-Pâtisserie	54,5	10,4	6,0	95,3
<b>Artisanat Commercial</b>	<b>54,0</b>	<b>10,8</b>	<b>6,1</b>	<b>95,0</b>

Résultats obtenus sur l'échantillon au 1/12 du fichier DADS

(\*) : ETP est l'équivalent temps plein.

(1) : voir encadré "Exploitation du fichier des Déclarations annuelles de données sociales (DADS) pour la mesure de l'emploi salarié à temps partiel".

Source : Insee - DADS 2008 (1/12)

**Tableau V-5**  
**Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés féminins dans les DADS en 2008**

Secteurs d'activité	ETP* du temps partiel (1) en %	Proportion de salariés travaillant à temps partiel	Volume d'emploi (1) réalisé à temps partiel (en %)	ETP* de l'emploi salarié (1) en %
Intermédiaires du commerce de gros	60,4	22,6	15,0	91,1
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	61,4	20,9	13,9	91,9
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	61,3	20,3	13,5	92,1
CG de biens domestiques	60,9	22,4	14,9	91,2
CG d'équipements de l'information et de la communication	62,5	15,9	10,6	94,0
CG d'autres équipements industriels	62,3	18,6	12,5	93,0
Autres CG spécialisés	61,8	17,5	11,6	93,3
CG non spécialisé	57,1	25,4	16,3	89,1
<b>Commerce de gros</b>	<b>61,2</b>	<b>20,2</b>	<b>13,4</b>	<b>92,2</b>
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	66,1	45,8	35,8	84,5
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	73,1	54,1	46,3	85,4
CD alimentaire en magasin spécialisé	60,6	41,5	30,0	83,6
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	75,8	34,0	28,1	91,8
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	62,8	41,0	30,4	84,7
CD d'habillement et de chaussures	67,7	45,6	36,2	85,3
CD d'autres équipements de la personne	62,0	26,8	18,5	89,8
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	61,9	36,0	25,8	86,3
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	63,8	31,4	22,6	88,6
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	62,0	25,4	17,5	90,3
CD de carburants en magasin spécialisé	63,7	34,1	24,8	87,6
Autres CD en magasin spécialisé	62,2	38,5	28,0	85,4
CD sur éventaies ou marchés	55,6	54,9	40,4	75,6
CD hors magasin, éventaies ou marchés	55,2	26,7	16,8	88,0
<b>Commerce de détail</b>	<b>68,4</b>	<b>43,3</b>	<b>34,4</b>	<b>86,3</b>
Commerce de véhicules automobiles	58,1	19,0	12,0	92,0
Entretien et réparation de véhicules automobiles	57,0	39,2	26,9	83,1
Commerce d'équipements automobiles	63,1	23,0	15,9	91,5
Commerce et réparation de motocycles	53,9	35,7	23,1	83,5
<b>Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles</b>	<b>58,2</b>	<b>25,6</b>	<b>16,7</b>	<b>89,3</b>
<b>Ensemble du commerce</b>	<b>67,2</b>	<b>37,5</b>	<b>28,7</b>	<b>87,7</b>
Charcuterie	57,2	40,2	27,8	82,8
Boulangerie-Pâtisserie	63,5	41,2	30,8	85,0
<b>Artisanat Commercial</b>	<b>62,9</b>	<b>41,1</b>	<b>30,6</b>	<b>84,8</b>

Résultats obtenus sur l'échantillon au 1/12 du fichier DADS

(\*) : ETP est l'équivalent temps plein.

(1) : voir encadré "Exploitation du fichier des Déclarations annuelles de données sociales (DADS) pour la mesure de l'emploi salarié à temps partiel".

Source : Insee - DADS 2008 (1/12)

## Textes officiels relatifs à la commission des comptes commerciaux de la Nation

### Décret n°77-292 du 25 mars 1977 portant réforme de la commission des comptes commerciaux de la Nation.

Le Premier ministre, ministre de l'Economie et des Finances, sur le rapport du ministre délégué auprès du Premier ministre chargé de l'Économie et des Finances et du ministre du Commerce et de l'Artisanat.

Vu le décret n° 63-160 du 8 février 1963 portant création d'une commission des comptes commerciaux de la nation.

Décrète :

Article 1 - La commission des comptes commerciaux de la Nation, instituée par le décret précité du 8 février 1963 auprès du Ministre de l'Économie et des Finances, a pour objet, dans le cadre des comptes de la nation, de déterminer la valeur ajoutée par le commerce à la production nationale et d'en analyser les éléments constitutifs.

Article 2 - Le ministre de l'Économie et des Finances préside la commission des comptes commerciaux de la nation. Il en nomme le vice-président en accord avec le ministre du Commerce et de l'Artisanat.

Article 3 - Sont membres de droit de la commission des comptes commerciaux :

Le commissaire du plan d'équipement et de la productivité

Le directeur général des impôts au ministère de l'Économie et des Finances

Le directeur général de la concurrence et des prix au ministère de l'Économie et des Finances

Le directeur général de l'INSEE

Le directeur de la prévision au ministère de l'Economie et des Finances

Le chef du service central de la pharmacie et des médicaments au ministère de la santé

Le directeur de la technologie, de l'environnement industriel et des mines au ministère de l'Industrie et de la Recherche

Le directeur du commerce intérieur au ministère du Commerce et de l'Artisanat

Le directeur de l'artisanat au ministère du Commerce et de l'Artisanat

Article 4 - La commission des comptes commerciaux comprend des représentants des organisations professionnelles du commerce et des personnalités spécialement qualifiées par leur compétence ou leurs travaux en matière économique et commerciale. Ces membres sont nommés conjointement par le ministre de l'Économie et des Finances et le ministre du Commerce et de l'Artisanat.

Article 5 - La commission des comptes commerciaux se réunit sur la convocation du ministre de l'Économie et des Finances.

Article 6 - Le rapport sur les comptes commerciaux de la nation est présenté par l'institut national de la statistique et des études économiques.

Article 7 - Le secrétariat de la commission est assuré par la direction du commerce intérieur au ministère du Commerce et de l'Artisanat.

Article 8 - Le ministre délégué auprès du Premier ministre chargé de l'Économie et des Finances et le ministre du Commerce et de l'Artisanat sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal Officiel de la République Française.

Fait à Paris, le 25 mars 1977

Par le Premier ministre,  
Raymond BARRE  
ministre de l'Économie et des Finances

Le ministre délégué auprès du Premier ministre  
chargé de l'Économie et des Finances  
Michel DURAFOR

Le ministre du Commerce  
Pierre BROUSSE

**RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

Ministère de l'économie, de l'industrie  
et de l'emploi

NOR :ECEA0811936A

**ARRÊTÉ du - 9 JUIN 2008**

portant nomination à la Commission des comptes commerciaux de la nation

**La ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi et le secrétaire d'état chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services,**

Vu le décret n° 63-160 du 8 février 1963 portant création d'une commission des comptes commerciaux de la nation ;

Vu le décret n° 77-297 du 25 mars 1977 portant réforme de la commission des comptes commerciaux de la nation ;

Vu les arrêtés des 16 avril 2002, 28 juillet 2003 et 7 septembre 2004 portant nomination à la Commission des comptes commerciaux de la nation ;

Vu l'arrêté du 22 novembre 2005 portant nomination à la Commission des comptes commerciaux de la nation,

**ARRÊTENT**

**Article 1er**

Sont nommés membres de la commission des comptes commerciaux de la nation pour une durée de trois ans, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2008 :

*En qualité de représentants des organisations professionnelles du commerce :*

M. Bailly (Patrick), vice-président national du conseil national des professions de l'automobile ;

Mme Bouthelier (Alexandra), déléguée générale de la fédération des enseignes du commerce associé ;

M. Brunet (Pierre), président de la commission commerce à la chambre régionale de commerce et d'industrie Rhône-Alpes ;

M. Cosnefroy (Jacques), délégué général de la fédération de la vente directe ;

M. Daquai (Philippe), trésorier de la fédération nationale des détaillants en chaussures de France ;

M. Doucet (Pierre-André), directeur des études de la fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs ;

Mme Fillaud (Isabelle), chef de département à la confédération générale de l'alimentation en détail ;

M. Genis (Jean-Marc), président exécutif de la fédération des enseignes de l'habillement ;

M. Joguet (Philippe), chef du service réglementation et développement durable de la fédération des entreprises du commerce et de la distribution ;

M. Lamothe (Jean-Pierre), vice-président de la fédération des syndicats pharmaceutiques de France ;

M. Lolivier (Marc), délégué général de la fédération des entreprises de vente à distance ;

M. Malfoy (Pascal), président de la fédération des magasins de bricolage ;

M. Mongereau (Roger), vice-président de la confédération générale des petites et moyennes entreprises ;

M. Paillat (Bertrand), délégué général du Conseil du commerce de France ;

M. Perrilliat (Jacques), président de l'union du grand commerce de centre-ville ;

M. Pouzin (Hugues), directeur général de la confédération générale du commerce interentreprises (commerce de gros – commerce international) ;

M. Vogley (Jean-Charles), directeur des affaires économiques et du développement de la fédération française du négoce de l'ameublement et de l'équipement de la maison ;

Mme Zimmer (Chantal), déléguée générale de la fédération française de la franchise.

## Article 2

*En qualité de personnalités spécialement qualifiées par leurs compétences et leurs travaux en matière économique ou commerciale :*

Mme Allam (Delila), maître de conférences, Université de Paris I,

M. Biacabe (Jean-Luc), directeur de la prospective économique et sectorielle de la chambre de commerce et d'industrie de Paris,

M. Bonneau (Jacques), directeur d'études, TMO Régions,

M. Boss (Jean-François), professeur au groupe des Hautes études commerciales,

M. Boullanger (Hervé), conseiller référendaire à la Cour des comptes,

M. Bresson (Bernard), secrétaire général de l'Association française de recherches et études statistiques commerciales,

Mme Chambolle (Claire), chargée de recherches, Institut national de la recherche agronomique,

M. Choukroun (Michel), Conseil d'entreprises,

M. Colla (Enrico), professeur associé de marketing et distribution internationale à Négocia, chambre de commerce et d'industrie de Paris,

M. Dietsch (Michel), Professeur à l'Institut d'Etudes Politiques de Strasbourg, Université Robert Schuman,

M. Ducrocq (Cédric), directeur de Diamart,  
M. Dupuis (Marc), professeur à l'Ecole supérieure de commerce de Paris,  
M. Gérardon de Vera (Olivier), vice-président d'Iri-France,  
M. Ladoux (Gérard), secrétaire général de l'association pour le commerce et les services en ligne,  
M. Moati (Philippe), professeur à l'Université Paris VII,  
M. Rochefort (Robert), directeur du centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie,  
M. Tixier (Daniel), professeur à l'Ecole supérieure des sciences économiques et commerciales.  
M. Volle (Pierre), professeur en sciences de gestion à l'Université Paris-Dauphine,

### Article 3

Sont nommés :

Vice-président de la commission : M. Rochefort (Robert)

Rapporteur général de la commission : le chef de la division commerce de l'INSEE.

Rapporteur spécialisé sur les échanges internationaux de marchandises : le chef de l'unité « études économiques et diffusion » à la direction générale des douanes et droits indirects.

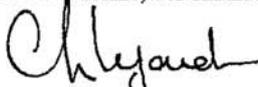
Secrétaire général de la commission : le chef du bureau « Commerce, distribution et artisanat » à la direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales.

### Article 4

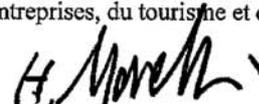
Le présent arrêté sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le -9 JUIN 2008

La ministre de l'économie, des finances et de l'industrie

  
Christine LAGARDE

Le secrétaire d'Etat chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services

  
Hervé NOVELLI

# BIBLIOGRAPHIE

## 1. LES COMPTES DU COMMERCE (publication annuelle)

Collection « **Comptes nationaux** » :

Le commerce en 2009, Rapport sur la situation du commerce - Insee [GS1](www.insee.fr).

Le commerce en 2008, Rapport sur la situation du commerce - Insee [GS2](www.insee.fr).

Le commerce en 2007, Rapport sur la situation du commerce - Insee - Coll. Comptes nationaux (www.insee.fr).

Le commerce en 2006, Rapport sur la situation du commerce - Insee - Coll. Comptes nationaux (www.insee.fr).

Le commerce en 2005, Rapport sur la situation du commerce - Insee - Coll. Comptes nationaux (www.insee.fr).

Le commerce en 2004, Rapport sur la situation du commerce - Insee - Coll. Comptes nationaux (www.insee.fr).

Collection « **Synthèses** » :

N° 80 Le commerce en 2002 (Août 2004)

N° 69 Le commerce en 2001 (avril 2003)

N° 60 Le commerce en 2000 (mars 2002)

N° 53-54 Le commerce en 1999 (août 2001)

Collection « **Insee-résultats (Économie générale)** » :

N° 160-161 Les comptes du commerce en 1996 (janvier 1998)

N° 138-139 Les comptes du commerce en 1995 (janvier 1997)

Collection « **Insee première** » :

N° 1322 « Le commerce en 2009, baisses de l'activité et de l'emploi », (novembre 2010)

N°1244 « Le commerce en 2008, ralentissement de l'activité », (juin 2009)

N°1198 « Le commerce en 2007, une année dynamique », (juin 2008)

N° 1138 « Le commerce en 2006, seul le commerce de détail maintient sa croissance », (juin 2007)

N° 1079 « Le commerce en 2005, une activité qui ralentit », (mai 2006)

N° 1023 « Le commerce en 2004 », (juin 2005)

N° 965 « Le commerce en 2003 », (mai 2004)

## 2. RÉSULTATS D'ENQUÊTES

### • L'Enquête Annuelle d'Entreprise (EAE) et l'enquête sectorielle annuelle (ÉSA)

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

- Principales caractéristiques des entreprises en 2008

- l'Enquête annuelle d'entreprises dans le commerce de gros 2007

- l'Enquête annuelle d'entreprises dans le commerce de détail et le commerce automobile 2006

*Cédérom des Enquêtes annuelles d'entreprises*

« Les entreprises du commerce de gros en 2003 »

« Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 2002 »

« Les entreprises du commerce de gros en 2001 »

### • Les Enquêtes Thématiques

Insee Résultats - Enquête sur les technologies de l'information et de la communication et le commerce électronique en 2010

Insee Résultats - Enquête sur les réseaux du commerce de détail en 2006

Insee Résultats - Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2004

Collection « **Insee-résultats (Système productif)** » :

N° 179-180 Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 1998

N° 176 Les entreprises du commerce en 1997 (résultats de l'enquête annuelle d'entreprise) (2000)

N° 163-164 Les entreprises du commerce de gros en 1997 (résultats de l'enquête annuelle d'entreprise) (1999)

N° 162 Les entreprises du commerce en 1996 (résultats de l'enquête annuelle d'entreprise) (1999)

## 3. INDICES MENSUELS DE CHIFFRES D'AFFAIRES ET RÉSULTATS DES ENQUÊTES DE CONJONCTURE DANS LE COMMERCE

Collection Informations rapides, thème « **Activité dans le commerce et les services** », Insee  
Bulletin mensuel de statistique de l'Insee

#### 4. ANALYSES DIVERSES SUR LE COMMERCE

##### Collection « Insee première » :

- N°1310 « Les relations contractuelles au sein des réseaux du commerce » (août 2010)  
N°1298 « Les réseaux d'enseignes dans l'habillement » (juin 2010)  
N°1292 « Le commerce de proximité » (mai 2010)  
N°1269 « Les réseaux dans le commerce - groupements dans l'alimentaire, succursales dans l'habillement » (décembre 2009)  
N°1268 « Le commerce de détail en Europe - diversité et convergence des tissus commerciaux » (décembre 2009)  
N°1267 « L'activité des pharmacies de 2000 à 2006 - Dynamisme du chiffre d'affaires, fléchissement de la marge commerciale » (novembre 2009)  
N°1245 « A la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population » (juin 2009)  
N°1200 « Les déchets des grands établissements commerciaux en 2006 » (juillet 2008)  
N°1140 « Les réseaux d'enseignes, très présents dans le commerce » (juin 2007)  
N°1115 « Les groupes dans le commerce: une présence croissante » (janvier 2007)  
N°1095 « Les points de vente en 2004, les grandes surfaces grignotent aussi le non-alimentaire » (août 2006)  
N°1040 « Le commerce électronique, une demande en expansion, une offre qui s'adapte » (septembre 2005)  
N°999 « Les acteurs du commerce électronique » (janvier 2005)  
N° 992 « Le partenariat inter-entreprises dans le grand commerce et les services aux entreprises », (déc.2004)  
N° 955 « Activité des pharmacies et revenus des pharmaciens », (avril 2004)  
N° 936 « Les filiales commerciales des groupes industriels : un rôle majeur », (décembre 2003)  
N° 935 « Le commerce de gros s'adapte aux pressions du marché », (décembre 2003)  
N° 891 « Hypermarchés et grand commerce spécialisé : séduire et fidéliser sa clientèle par l'innovation », (avril 2003)  
N° 874 « L'innovation : une stratégie dans le tertiaire lié aux entreprises », (décembre 2002)  
N° 842 « Le commerce de détail sous enseigne : centenaire, il s'informatise », (avril 2002)  
N° 831 « Les petites entreprises du commerce depuis 30 ans : beaucoup moins d'épiceries, un peu plus de fleuristes », (février 2002)  
N° 771 « Le commerce de détail s'initie à la vente par Internet », (avril 2001)  
N° 686 « Grandes surfaces alimentaires : vers le modèle américain en matière de services ? », (décembre 1999)  
N° 638 « Commerce du bricolage : l'informatique fédère les entreprises dans les réseaux », (mars 1999)  
N° 636 « De la grande surface au marché : à chacun ses habitudes », (mars 1999)  
N° 634 « Électronique domestique : les nouveaux lieux d'achat », (février 1999)  
N° 609 « Fidélité aux enseignes, fidélité aux marques : les choix des consommateurs », (septembre 1998)  
N° 597 « Le commerce du sport : un secteur en forme », (juillet 1998)  
N° 567 « Marché de l'habillement : les enseignes développent leurs marques », (janvier 1998)  
N° 485 « Mondialisation industrielle, le rôle des filiales de commerce de gros des groupes étrangers », (Sep1996)  
N° 465 « Le commerce de gros non alimentaire : ouverture internationale », (juin 1996)  
N° 437 « Formes de vente et conquête de marchés », (mars 1996)  
N° 408 « La vente par correspondance », (novembre 1995).

##### Collection « Références » :

Le commerce en France - Insee Références édition 2010 .

##### Collection « Économie et Statistique » :

- « Le grand commerce spécialisé s'affirme face aux hypermarchés » - n°344, 2001  
« Relations producteurs-distributeurs : les enseignements du secteur de l'habillement » - n°303, 1997  
« Le commerce de détail en Europe : nouveaux marchés et spécialisation » - n°267, 1993

##### Collection « Synthèses » :

N° 67 L'innovation dans les entreprises (décembre 2002)

##### Collection « Insee-résultats » :

- N° 43 eco - Les déchets non dangereux des grands établissements commerciaux en 2006 (juillet 2009)  
N°32 eco - Enquête sur les réseaux du commerce de détail en 2006 (sep. 2007)  
N°29 eco - Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2004 (mai 2007)  
N° 131 Les réseaux de commercialisation de l'habillement (août 1997)  
N° 86 Les points de vente du commerce de détail : enquête établissement de 1992 (mai 1995)

##### Collection « Documents de travail » de l'Insee :

L'activité des officines pharmaceutiques et les revenus de leurs titulaires - situation en 2006 et évolutions depuis 2001, N°E2009/04.

Rapport du groupe de travail sur le commerce électronique, N° :E2008/09.

Caractérisation d'environnement local des magasins, N° : E2008/08.

Le commerce en 2007, Rapport sur la situation du commerce, N° :E2008/04.

« Le grand commerce spécialisé » : Champ, évolution sur cinq ans, performances, E2001/05

## DIFFUSION

La plupart des publications citées, informations du rapports ou données sur le Commerce sont accessibles sur le site de l'INSEE [www.insee.fr](http://www.insee.fr) en suivant ou cliquant sur les rubriques suivantes:

- ["Thèmes"](#) puis ["Commerce"](#),H
- ["Thèmes"](#) puis ["Comptes nationaux"](#) puis ["Comptes spécialisés"](#) puis ["Commerce"](#)H
- ["Publications et services"](#)H
- ["Bases de données"](#)H

OU

- ["Publications et services"](#)
- ["Collections nationales"](#)
- ["Documents de travail"](#)