

Direction des Statistiques d'Entreprises

E2014/04

La situation du commerce en 2013
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

Le présent rapport est accessible sur le site de l'INSEE www.insee.fr en cliquant sur les rubriques suivantes:

- ["Thèmes"](#) puis ["Comptes nationaux"](#) puis ["comptes nationaux annuels"](#) puis ["Comptes spécialisés"](#) puis ["Commerce"](#)

ou

- ["Publications et services"](#) puis ["Collections nationales"](#) puis ["Documents de travail"](#)

Rapport établi pour la réunion de la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation du 27 juin 2014.

Ce rapport est une version actualisée du rapport sur les comptes commerciaux établi en décembre 2013. Virginie ANDRIEUX, Catherine BOURDEAUX, Sonia LE FAUCHEUR, Florent ROYER, Rémi SEGRETO et Benoît TRINQUIER à la division « commerce » de l'Insee l'ont rédigé, 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 2014/04

La situation du commerce en 2013

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

Division Commerce

Juin 2014

*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 2013

Résumé :

Après avoir marqué le pas en 2012, l'activité des secteurs commerciaux reste pénalisée en 2013 par la faiblesse de la demande intérieure. Le secteur du commerce et de la réparation d'automobiles demeure le plus touché : les ventes, très affectées par la baisse des achats de véhicules par les ménages, reculent de 3,3 % en volume. Dans le commerce de détail, les ventes diminuent à nouveau légèrement (- 0,7 % en volume). Elles progressent très légèrement dans les formes de vente non alimentaires, alors que l'activité du commerce alimentaire est en repli. Seule l'activité du commerce de gros redémarre timidement en 2013 (+ 0,4 % en volume). En 2013, l'emploi salarié du commerce se contracte comme dans l'ensemble du secteur marchand non agricole (- 0,4 %). Les créations d'entreprises commerciales diminuent comme elles l'avaient fait au cours des deux années précédentes, même si elles 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 2013

Abstract :

After a dip in 2012, the trade industries were stalled in 2013 because of weak domestic demand. The motor trade industry suffered most (- 3.3 % in volume), due to the sharp decrease of automobile purchases made by households. The activity of the retail trade industry decreased slightly in volume (- 0.7 %). The non-food retail trade sector still experienced slight growth, whereas primarily food retailing and craft sectors contracted. The wholesale industry in 2013 staged a timid recovery with sales increasing in volume by 0.4 %. In 2013, the drop in salaried employment was similar in the trade industries and in the economy as a whole (- 0.4 %). As in 2011 and in 2012, firm creations in the trade industry declined in 2013, but remained dynamic due to the regime of "autoentrepreneur" (one-person business).

Keywords :

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

LE COMMERCE EN 2013

RAPPORT SUR LES COMPTES

SOMMAIRE

| | |
|--|-----------|
| Avertissement | 7 |
| DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE | 9 |
| VUE D'ENSEMBLE | 11 |
| 1 - Une année 2013 en demi-teinte pour les secteurs commerciaux | 12 |
| 1.1 - Commerce de gros : hausse des volumes, ralentissement des valeurs | 13 |
| 1.2 - Commerce de détail : pas d'amélioration en 2013 | 16 |
| 1.3 - Nouveau recul pour le commerce et la réparation d'automobiles | 19 |
| 2 - Baisse de l'emploi salarié | 21 |
| 2.1 - Le commerce perd 12 000 salariés en 2013 | 21 |
| 2.2 - L'emploi non salarié en 2011 | 24 |
| 2.3 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros | 25 |
| 3 - Le nombre de défaillances d'entreprises commerciales continue d'augmenter en 2013 | 26 |
| 3.1 - Le nombre d'entreprises commerciales a continué d'augmenter entre début 2012 et début 2013 -- | 26 |
| 3.2 - Baisse du nombre de créations d'entreprises en 2013 dans le commerce | 27 |
| 3.3 - Hausse du nombre de défaillances dans le commerce de détail | 30 |
| CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS | 33 |
| 1 - Produits agricoles bruts : hausse des ventes, prix en repli | 34 |
| 2 - Produits alimentaires : stabilité des ventes, hausse des prix | 36 |
| 3 - Biens domestiques : ventes en légère baisse | 38 |
| 4 - Équipements de l'information et de la communication : ventes en baisse | 39 |
| 5 - Léger recul pour les autres équipements industriels | 40 |
| 6 - Le recul des prix des matières premières amplifie la baisse des ventes des combustibles | 41 |
| 7 - Ralentissement des ventes en valeur dans les centrales d'achat | 42 |
| 8 - La clientèle intérieure du commerce de gros | 43 |
| 9 - Le poids du commerce international dans l'activité du commerce de gros en 2011 | 44 |
| 10 - Baisse de l'emploi salarié dans le commerce de gros en 2013 | 47 |
| 11 - Les créations d'entreprises diminuent dans le commerce de gros | 48 |
| CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL | 49 |
| 1 - Diminution des ventes du commerce de détail | 50 |
| 1.1 - Petit commerce alimentaire : recul des ventes | 53 |
| 1.2 - Baisse d'activité pour les grandes surfaces à prédominance alimentaire | 54 |
| 1.3 - Les ventes du commerce non alimentaire non spécialisé en recul | 54 |
| 1.4 - Peu ou pas de croissance pour le commerce non alimentaire spécialisé | 55 |
| 1.5 - Commerce hors magasin en berne | 60 |
| 2 - Les parts de marché par forme de vente | 61 |
| 2.1 - Produits alimentaires | 63 |
| 2.2 - Produits non alimentaires | 64 |
| 3 - La consommation commercialisable des ménages diminue à nouveau | 65 |
| 4 - Légère hausse des effectifs salariés dans le commerce de détail | 68 |
| 4.1 - En 2013, l'emploi salarié augmente légèrement en glissement annuel | 68 |
| 4.2 - Un secteur jeune et féminisé, et une part élevée de temps partiel | 68 |
| 4.3 - 22 % des actifs du commerce de détail travaillent le dimanche en 2013 | 69 |
| 4.4 - Hausse du taux de sous-emploi et du temps partiel subi entre 2012 et 2013 dans le commerce de détail | 69 |
| 5 - Les créations d'entreprises du commerce de détail diminuent mais restent à un niveau élevé ---- | 71 |
| CHAPITRE III : LE « GRAND COMMERCE » NON ALIMENTAIRE SPÉCIALISÉ | 73 |
| 1 - Le grand commerce non alimentaire spécialisé ralentit fortement | 73 |
| 2 - Une définition élargie du grand commerce ? | 77 |
| 2.1 - Commerce de détail hors magasin, éventaïres ou marchés | 77 |
| 2.2 - Grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé | 78 |
| 2.2 - Grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé | 78 |
| 3 - L'emploi dans le grand commerce en 2011 | 79 |

| | |
|--|------------|
| CHAPITRE IV : L'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL ----- | 81 |
| 1 - La structure de l'équipement commercial du commerce de détail : 94 % des entreprises n'ont qu'un seul magasin ----- | 81 |
| 1.1 - Le nombre de stations-service diminue toujours ----- | 83 |
| 1.2 - La construction de locaux du commerce ----- | 83 |
| 2 - L'équipement commercial dans le grand commerce ----- | 85 |
| 3 - L'équipement en grandes surfaces ----- | 86 |
| 3.1 - Le nombre de grandes surfaces par département en 2013 ----- | 86 |
| 3.2 - Densité en grandes surfaces par département ----- | 91 |
| CHAPITRE V : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES ----- | 99 |
| 1 - Le commerce de véhicules automobiles atteint un point bas ----- | 100 |
| 2 - Activité en baisse dans l'entretien-réparation, en hausse dans l'équipement automobile de détail ----- | 101 |
| 3 - La situation reste difficile dans le commerce et réparation de motocycles ----- | 101 |
| 4 - La baisse de l'emploi salarié dans le commerce et la réparation automobile continue ----- | 103 |
| 5 - Les créations d'entreprises du commerce et de la réparation automobile continue de croître en 2013 ----- | 104 |
| ANNEXES - MÉTHODES ET DÉFINITIONS ----- | 105 |
| ANNEXE I - Les comptes du commerce en base 2010 ----- | 106 |
| ANNEXE II - Le changement de nomenclature dans les secteurs du commerce ----- | 108 |
| ANNEXE III - Champ du commerce et des activités artisanales à caractère commercial ----- | 115 |
| ANNEXE IV - Réconciliation des ventes au détail et de la consommation commercialisable des ménages ----- | 119 |
| ANNEXE V - Les indicateurs de la démographie des entreprises ----- | 122 |
| ANNEXE VI - Méthodes et sources sur l'emploi ----- | 124 |
| ANNEXE VII - Les comptes du grand commerce non alimentaire ----- | 126 |
| ANNEXE VIII - Les indices de prix utilisés dans le commerce de gros ----- | 127 |
| ANNEXE IX - Le prix du service commercial ou de la marge commerciale ----- | 128 |
| ANNEXE X - Les formes du commerce par taille ----- | 129 |
| ANNEXE XI - Définition de l'artisanat commercial retenu pour les comptes du commerce ----- | 130 |
| ANNEXE XII - Typologie des magasins non spécialisés ----- | 131 |
| ANNEXE XIII - La réglementation du commerce ----- | 133 |
| ANNEXE XIV - Définitions pour l'analyse du commerce de détail ----- | 137 |
| ANNEXES STATISTIQUES ----- | 143 |
| ANNEXE I - Les ventes de marchandises du commerce de gros ----- | 144 |
| ANNEXE III - La consommation commercialisable des ménages ----- | 160 |
| ANNEXE IV - Démographie des entreprises commerciales ----- | 163 |
| ANNEXE V - Emploi ----- | 167 |
| Textes officiels relatifs à la commission des comptes commerciaux de la Nation ----- | 171 |
| BIBLIOGRAPHIE ----- | 172 |

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.

Pour la première fois, ces comptes sont élaborés en "base 2010"¹. Le passage de la base 2005 à la base 2010 s'est traduit par des changements conceptuels et par la révision d'un certain nombre de méthodes et d'hypothèses de calcul de la comptabilité nationale. Hormis une meilleure prise en compte du négoce international, et un examen produit par produit de la cohérence des données de consommation et des données de vente, les changements liés à la nouvelle base du cadre central des comptes nationaux ont peu affecté le commerce. En revanche, le changement de base a été l'occasion de réaliser une expertise du chiffrage des évolutions des ventes au niveau sectoriel fin, dans le but d'améliorer sa robustesse statistique. Au niveau des groupes de la NAF (secteurs agrégés en 3 positions), ce chiffrage continuera de s'appuyer sur les estimations issues du dispositif Esane, qui combinent les informations de l'enquête structurelle annuelle (ESA) avec celles des données fiscales exhaustives. Au niveau le plus fin des sous-classes, en revanche, les données fiscales seront privilégiées tout en maintenant le calage sur les données d'Esane aux niveaux d'agrégation supérieurs (cf. annexe méthodologique I). Les séries sont rétopolées dans la nouvelle base des comptes, dite base 2010.

Du fait de la révision à la hausse du PIB en base 2010 (avec notamment l'intégration de la recherche-développement et des bases de données dans l'investissement) le poids du commerce est légèrement revu à la baisse.

Valeur ajoutée en 2011

| | base 2005 | base 2010 |
|---|-----------|-----------|
| VA des secteurs du commerce (en millions d'euros) | 192 087 | 192 501 |
| Poids des secteurs commerciaux dans la VA totale en 2011 (en %) | 10,7 | 10,4 |

Les résultats des années 2009, 2010 et 2011, définitifs, sont issus des statistiques structurelles d'entreprises. Les résultats de 2012 et de 2013 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 comptes nationaux.
- En **décembre $n+1$** , ces résultats provisoires sont susceptibles d'être révisés, en 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'Esane permettant d'affiner les premiers résultats fournis en juin.

¹ Cf annexe I (annexes définitions et méthodes)

DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE

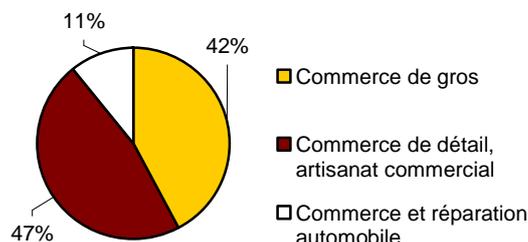
Sauf mention contraire, l'artisanat commercial est compté avec le commerce dans les données ci-dessous

| Valeur ajoutée en 2011 | Commerce | Part dans l'économie (1) |
|--------------------------------------|----------|--------------------------|
| Valeur ajoutée (en millions d'euros) | 192 501 | 10,4% |

Source : Insee, comptes nationaux, comptes du commerce

(1) La part dans l'économie correspond ici à la part dans la VA totale

Répartition de la valeur ajoutée en 2011



Source : Insee, comptes du commerce

Chiffre d'affaires HT des secteurs commerciaux (milliards d'€)

| | 2011 | 2012 (sd) | 2013(p) |
|--------------------------|---------|-----------|---------|
| Commerce de gros | 768,9 | 787,7 | 788,1 |
| Com. détail, artis. com. | 453,8 | 461,8 | 461,5 |
| Commerce, répar. auto. | 163,9 | 157,2 | 154,7 |
| Ensemble commerce | 1 386,6 | 1 406,7 | 1 404,3 |

Source : Insee, comptes du commerce

Dans le tableau de synthèse ci-contre, l'activité est mesurée par le chiffre d'affaire hors taxe des secteurs définis par leur activité principale (APE). Dans le reste du rapport, on mesure l'activité par les ventes de marchandises (VM), excluant la plupart des services commerciaux. Pour le commerce de gros, il s'agit de VM hors taxes. Pour le commerce de détail et automobile, les VM sont présentées par type de magasin (formes de ventes), toutes taxes comprises et intègrent une partie des ventes de services (commissions) pour assurer la cohérence avec la consommation des ménages.

Taux de marge commerciale

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

| hors artisanat commercial | 2011 |
|---------------------------|-------|
| Commerce de gros | 18,9% |
| Commerce de détail | 28,9% |
| Commerce, répar. auto. | 14,2% |

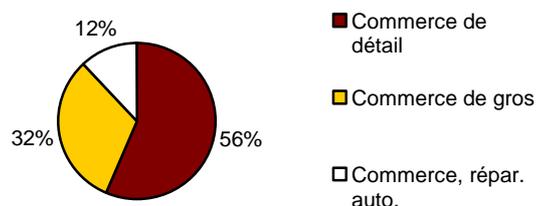
Source : Insee, comptes du commerce

Emploi au 31/12 dans les secteurs du commerce

| | 2011 | 2012 | 2013(p) |
|----------------------|---------|---------|---------|
| Effectif salarié | 3 029,4 | 3 017,3 | 3 005,0 |
| Effectif non salarié | 389,1 | nd | nd |

Source : Insee - estimations d'emploi

Répartition de l'emploi salarié du commerce en 2013



Source : Insee - estimations d'emploi

Effectifs salariés au 31/12 dans les secteurs du commerce

| | 2013(p) en milliers | Part dans secteurs principalement marchands |
|---------------------------|---------------------|---|
| hors artisanat commercial | | |
| Commerce de détail | 1700,5 | 10,7% |
| Commerce de gros | 952,3 | 6,0% |
| Commerce, répar. auto. | 362,3 | 2,3% |
| Ensemble commerce | 3005,0 | 18,9% |

Source : Insee - estimations d'emploi

Démographie d'entreprise (unités légales) 2013

| | Commerce | Ensemble de l'économie (*) | Part du commerce |
|---|----------|----------------------------|------------------|
| Nombre d'entreprises (en milliers) | 797 | 3 752 | 21,2% |
| Nombre de créations (en milliers) | 112 | 538 | 20,8% |
| Nombre de créations (hors auto-entrepreneurs, en milliers) | 55 | 263 | 20,9% |
| Taux de créations (en %) | 14,1% | 14,3% | /// |
| Taux de créations (hors auto-entrepreneurs, en %) | 6,9% | 7,0% | /// |
| Nombre de défaillances (hors artisanat commercial, en milliers) | 14 | 62 | 22,6% |

Sources : Sirene, Banque de France

(*) : ensemble des activités marchandes hors agriculture

Les données présentées dans tout le rapport concernent les entreprises (unités légales) des secteurs du commerce. Elles portent sur la dernière année disponible dans les statistiques de l'Insee. Elles sont présentées dans la base 2010 des comptes nationaux et en nomenclature Naf rév.2.

(p) = résultat provisoire, susceptible d'être révisé, (sd) résultat semi-définitif, susceptible d'être révisé.

VUE D'ENSEMBLE

Après avoir marqué le pas en 2012, les secteurs commerciaux peinent à se rétablir en 2013. Malgré la contraction de l'investissement des entreprises (- 0,9 %), la demande intérieure hors stocks se redresse pourtant très légèrement. Les dépenses de consommation des ménages se stabilisent (+ 0,2 % en volume), après avoir souffert en 2012 d'un recul du pouvoir d'achat d'une ampleur inégalée depuis 1984. En dépit de l'augmentation du volume des importations, la contribution du commerce extérieur à la croissance en 2013 est légèrement positive car les exportations gagnent en dynamisme.

En volume, les ventes **du commerce de gros** renouent avec une faible croissance. En valeur, elles stagnent, en raison du fléchissement des prix. Le commerce de gros d'équipements est en retrait, il continue de pâtir d'une demande anémiée et subit le repli de l'investissement des entreprises en machines industrielles et matériel informatique. Le commerce de gros de produits pharmaceutiques et de parfums et cosmétiques continue de progresser en volume, alors que les ventes d'autres produits emblématiques de la spécialisation française (produits alimentaires, bijouterie-joaillerie) sont stables ou diminuent. Les grossistes en produits agricoles bénéficient de la bonne tenue des exportations, en particulier celle des céréales vers les pays de l'Union européenne et d'Afrique du Nord.

Dans le commerce de détail et **l'artisanat commercial**, les ventes se contractent pour la deuxième année consécutive (- 0,7 % en volume après - 0,5 % en 2012). A l'instar des années précédentes, l'activité résiste mieux dans les formes de ventes non alimentaires (+ 0,2 %) que dans le commerce alimentaire et l'artisanat commercial (- 1,5 %). En valeur, les ventes sont en retrait dans les deux types de magasins car l'inflation est moins vigoureuse qu'en 2012, elle est même négative pour les produits manufacturés.

La situation reste difficile pour le **commerce et la réparation d'automobiles**. Les achats de voitures neuves accélèrent en fin d'année car les consommateurs anticipent un nouveau durcissement des conditions du bonus écologique, mais ce mouvement n'est pas suffisant pour compenser la baisse continue des ventes jusqu'à mi-2013. Au final, l'activité du commerce de véhicules se replie de 4,1 % en volume en 2013 alors qu'elle avait déjà diminué très fortement en 2012.

La **consommation commercialisable** qui avait diminué en volume de 1,4 % en 2012, recule encore de 0,6 % en 2013, alors que la consommation effective² est en hausse (+ 0,6 % en volume). Dans un contexte de faible ressort du pouvoir d'achat, les dépenses pré-engagées moins sensibles à la conjoncture (telles que les dépenses de logement, assurances, services de télécommunications...) ³ continuent de progresser au détriment notamment de la consommation commercialisable qui s'ajuste davantage.

L'emploi salarié dans les secteurs commerciaux diminue entre fin 2012 et fin 2013 (- 0,4 % comme en 2012), en dépit d'une amélioration au dernier trimestre. Cette baisse s'explique par la diminution des effectifs salariés dans le commerce de gros et le commerce et la réparation d'automobiles, alors que l'emploi repart à la hausse dans le commerce de détail.

Les **créations d'entreprises commerciales**, encore soutenues par le régime des auto-entrepreneurs, fléchissent mais restent à un haut niveau. Les **défaillances d'entreprises** augmentent sensiblement en 2013 pour atteindre leur maximum depuis 1998.

² La consommation effective des ménages inclut tous les biens et les services acquis par les ménages résidents pour la satisfaction de leurs besoins, que ces acquisitions aient fait, ou non, l'objet d'une dépense de leur part. La dépense de consommation finale des ménages mesure les dépenses que les ménages supportent directement.

La consommation commercialisable exclut les dépenses d'eau, de gaz naturel et d'électricité, ainsi que les services consommés par les ménages (hors réparation automobile) tels que les transports, les loyers (yc. imputés), les services financiers, les services récréatifs et de soins personnels, l'éducation, la santé, l'action sociale...

³ En outre l'hiver rigoureux de 2013 a poussé les dépenses d'énergie à la hausse.

1 - Une année 2013 en demi-teinte pour les secteurs commerciaux

Après avoir baissé en 2012, l'activité des secteurs commerciaux stagne en 2013. Si dans le commerce de gros, les ventes progressent légèrement en 2013 en volume alors qu'elles diminuaient en 2012, elles perdent tout dynamisme en valeur, du fait de l'infléchissement des prix. Pour les professionnels du commerce de détail, la situation est encore moins favorable car les détaillants font face à un ralentissement des volumes conjugué à celui des prix. Le commerce automobile déjà durement affecté en 2012, voit son activité diminuer encore en 2013.

Après avoir subi un repli en 2012, l'activité des professionnels du **commerce de gros** et des intermédiaires redémarre très timidement en 2013, grâce aux intermédiaires et au commerce de produits agricoles bruts. Les ventes s'élèvent à 743 milliards d'euros hors taxes. La forte baisse du cours des produits agricoles pèse sur les évolutions en valeur (+ 0,0% contre + 2,5 % l'année précédente).

Le bilan est encore plus mitigé pour les **détaillants**. Les prix des produits alimentaires vendus au détail sont nettement moins dynamiques que les années précédentes et les prix des produits non alimentaires diminuent. Au final, les ventes en valeur peinent à se maintenir.

Le secteur du **commerce et de la réparation d'automobiles** demeure dans la position la plus difficile. Le repli de l'activité se poursuit en 2013, même s'il est moins marqué qu'en 2012. Les immatriculations de voitures neuves chutent à nouveau pour atteindre quasiment leur point bas de 1997.

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

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
|---|------|------|------|------|------|------|--------|-------|
| Commerce de gros et intermédiaires ¹ | 1,5 | 2,4 | 1,5 | -5,8 | 0,6 | 3,8 | -0,4 | 0,4 |
| Commerce de détail et artisanat commercial ² | 2,7 | 3,5 | 0,5 | -1,0 | 1,7 | 1,6 | -0,5 | -0,7 |
| Commerce et réparation d'automobiles ² | 0,2 | 2,9 | -2,6 | 0,2 | -0,6 | 1,9 | -6,6 | -3,3 |

¹ ventes hors taxes ; ² ventes T.T.C.

Source : Insee - Comptes du Commerce

1.1 - Commerce de gros : hausse des volumes, ralentissement des valeurs

Les grossistes, dont les ventes en volume sont très sensibles à la conjoncture, profitent d'une très timide reprise de l'activité. Néanmoins, les prix de la plupart des produits agricoles et de l'énergie, qui avaient fortement augmenté en 2012, refluent. Au final, les ventes ralentissent nettement en valeur.

Les ventes, y compris celles des intermédiaires du commerce, atteignent 743 milliards d'euros. En excluant l'activité des intermédiaires, elles s'élèvent à 621 milliards d'euros. A l'exception du commerce de produits agricoles et des équipements électroniques, l'activité est en berne dans la plupart des secteurs spécialisés. En valeur, le commerce de produits alimentaires progresse du fait de la hausse persistante du prix des produits frais.

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

| | Taux de croissance en % | | | | | | | | | | Mds d'euros 2013p |
|--|-------------------------|------------|-------------|------------|-------------|--------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | |
| C.G. de produits agricoles bruts | 0,6 | 0,8 | -0,3 | 4,3 | 23,8 | -10,8 | -9,8 | 28,2 | 2,7 | 1,7 | 62,7 |
| - céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail | 0,5 | -0,6 | -2,3 | 7,8 | 30,0 | -11,8 | -11,0 | 34,5 | 2,1 | 1,7 | 48,3 |
| - autres produits (1) | 0,6 | 4,5 | 4,7 | -3,8 | 7,7 | -7,7 | -6,1 | 10,5 | 4,9 | 1,6 | 14,4 |
| C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac | 0,7 | 3,4 | 3,1 | 3,8 | 4,2 | -14,7 | 5,2 | 7,9 | 2,3 | 2,4 | 127,0 |
| - produits frais (2) | -0,5 | 2,1 | 1,4 | 4,1 | 5,5 | -17,9 | 5,8 | 5,2 | 3,0 | 3,0 | 58,4 |
| - boissons (alcoolisées ou non) | 9,1 | 4,9 | 2,6 | 4,8 | 3,6 | -4,1 | 0,3 | 11,6 | 2,5 | 2,6 | 26,8 |
| - autres produits (3) | -1,9 | 4,5 | 5,8 | 2,7 | 2,8 | -16,1 | 7,5 | 9,5 | 1,1 | 1,4 | 41,8 |
| C.G. de biens domestiques | 1,5 | 9,3 | 5,6 | 3,3 | 1,3 | -1,8 | 2,8 | 5,1 | 0,6 | -0,6 | 142,5 |
| - produits pharmaceutiques | 2,2 | 14,2 | 7,2 | 3,8 | 2,7 | 1,2 | 3,3 | 2,8 | -0,2 | -0,3 | 58,6 |
| - autres produits (4) | 1,1 | 6,3 | 4,5 | 3,0 | 0,4 | -3,8 | 2,5 | 6,8 | 1,1 | -0,8 | 84,0 |
| C.G. d'équipements de l'information et de la communication | 11,1 | 7,1 | 7,5 | 3,8 | -3,5 | -15,3 | 4,2 | 0,4 | 0,7 | -2,5 | 39,2 |
| - ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels | 17,9 | 6,4 | 5,8 | 3,7 | -1,3 | -18,5 | 4,2 | -3,9 | -2,0 | -5,4 | 23,7 |
| - composants et équipements électroniques et télécommunication | -1,8 | 8,7 | 11,2 | 4,0 | -8,0 | -8,3 | 4,2 | 9,1 | 5,5 | 2,4 | 15,5 |
| C.G. d'autres équipements industriels | 4,7 | 5,7 | -4,2 | 8,0 | 2,7 | -12,2 | 3,0 | 9,6 | 2,4 | -0,2 | 83,8 |
| - équipements de bureau (5) | 17,9 | 6,4 | 5,8 | 3,7 | -4,8 | -12,6 | 4,6 | 1,5 | 0,0 | -2,8 | 4,5 |
| - matériel électrique | -1,4 | 6,9 | 10,4 | 5,1 | 1,9 | 13,6 | 17,5 | 8,2 | -1,0 | -2,1 | 17,6 |
| - autres équipements (6) | 5,0 | 5,5 | -7,4 | 9,0 | 3,5 | -17,1 | -0,9 | 10,7 | 3,7 | 0,6 | 61,6 |
| Autres C.G. spécialisés | 9,0 | 3,7 | 7,3 | 5,4 | 5,3 | 7,9 | 8,6 | 8,9 | 1,8 | -2,8 | 142,8 |
| - combustibles et produits annexes | 12,8 | 11,8 | 6,5 | 2,8 | 17,9 | 16,5 | 16,2 | 12,4 | 7,6 | -4,4 | 52,7 |
| - produits pour l'installation de l'habitat et la construction | 8,0 | 4,3 | 8,5 | 6,8 | 2,5 | -13,2 | 1,0 | 4,0 | -0,8 | -1,6 | 49,5 |
| - autres produits (8) | 6,6 | -5,0 | 7,0 | 6,6 | 4,9 | 5,0 | 10,6 | 10,9 | -2,1 | -2,3 | 40,6 |
| Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce) | 4,4 | 5,4 | 3,8 | 4,7 | 5,4 | -12,6 | 4,5 | 8,7 | 1,7 | -0,2 | 620,7 |
| Intermédiaires du commerce | 5,2 | 4,7 | 3,7 | 5,1 | 7,7 | -10,4 | 2,0 | 11,1 | 6,5 | 1,3 | 122,3 |
| dont centrales d'achats | 4,3 | 5,7 | 3,1 | 5,5 | 9,5 | -7,6 | 1,8 | 11,1 | 7,5 | 1,8 | 105,8 |
| Commerce de gros et intermédiaires | 4,5 | 5,3 | 3,8 | 4,8 | 5,7 | -12,3 | 4,1 | 9,1 | 2,5 | 0,0 | 743,0 |

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

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
|---|------------|-------------|------------|------------|-------------|------------|
| Commerce de gros de : | | | | | | |
| - produits agricoles bruts et animaux vivants | 17,6 | 8,3 | -17,7 | 10,6 | -3,0 | 6,9 |
| - produits alimentaires, boissons et tabac | -0,3 | -10,9 | 3,9 | 5,3 | -2,4 | 0,0 |
| - biens domestiques | 2,2 | -0,6 | 3,0 | 5,9 | 1,0 | -0,5 |
| - équipements de l'information et de la communication | 4,7 | -10,3 | 8,6 | 1,3 | 2,4 | -3,6 |
| - autres équipements industriels | 0,4 | -13,1 | 3,5 | 7,3 | 0,6 | -1,2 |
| - Autres commerces de gros spécialisés | -1,7 | -13,5 | -1,1 | -1,3 | -1,2 | -0,7 |
| Commerce de gros total : | | | | | | |
| (hors intermédiaires du commerce) | 1,9 | -6,8 | 1,6 | 4,1 | -0,7 | 0,1 |
| Intermédiaires du commerce | -1,0 | -0,2 | -5,1 | 2,2 | 1,4 | 1,5 |
| Commerce de gros et intermédiaires | 1,5 | -5,8 | 0,6 | 3,8 | -0,4 | 0,4 |

Source : Insee-Comptes du commerce

Le **commerce de gros de produits agricoles**, soutenu par la bonne tenue des exportations en céréales, enregistre une bonne performance en volume (+ 6,9 %).

Les ventes des négociants de ce secteur restent orientées à la hausse en valeur, malgré le net fléchissement des cours des matières premières, en particulier ceux des céréales qui s'étaient envolés mi-2012.

Les ventes se maintiennent en volume dans le **commerce de gros de produits alimentaires**. Le commerce de fruits et légumes et de viandes recule alors que l'activité des grossistes en produits laitiers et œufs est dynamique. Les exportations de boissons, point fort du commerce agroalimentaire, pâtissent du ralentissement des économies émergentes et progressent moins vigoureusement qu'en 2012.

L'augmentation des prix, moins vive qu'au cours des années précédentes mais qui demeure élevée pour les fruits et légumes, permet aux valeurs de progresser en 2013 au même rythme qu'en 2012.

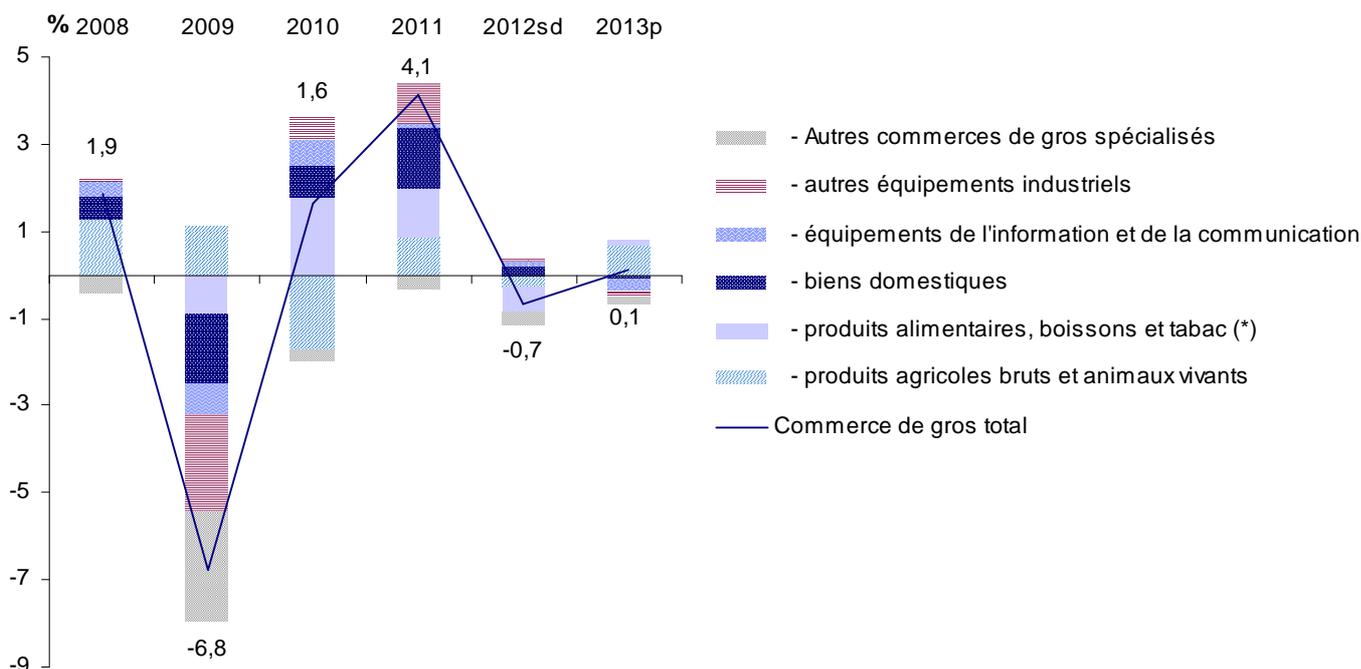
Les ventes des **biens domestiques** décèlent encore en 2013 en volume (- 0,5 % après + 1,0 %). Le dynamisme des échanges extérieurs, notamment pour les ventes de produits pharmaceutiques et celles de certains produits de l'industrie du luxe (joaillerie, parfums et cosmétiques, horlogerie, habillement) s'essouffle un peu et ne parvient pas à compenser l'atonie du marché intérieur. Le commerce de gros de textiles et d'équipement du foyer réalise les moins bons résultats du secteur.

Les grossistes en **équipements de l'information et de la communication** sont pénalisés sur le marché intérieur par la contraction de l'investissement des entreprises en matériel informatique. Le commerce de gros de composants électroniques apparaît plus florissant avec une croissance des ventes en volume équivalente à celle de 2012, en dépit du repli des exportations.

Après avoir stagné en 2012, les ventes des grossistes en **autres équipements industriels** sont en léger recul, en raison d'un climat conjoncturel morose. Les grossistes en équipements de bureaux sont particulièrement affectés. A l'inverse, le marché des agroéquipements bénéficie comme en 2012 du dynamisme des investissements dans l'agriculture, favorisé par des cours agricoles assez élevés.

Les intermédiaires du commerce, qui réalisent des opérations commerciales en mettant en relation vendeurs et acheteurs sans être propriétaires des marchandises, sont en 2013 dans une situation plus favorable que les négociants. La croissance des ventes en volume demeure assez soutenue pour la troisième année consécutive, en particulier pour les centrales d'achat.

Graphique 1 : Contributions sectorielles à l'évolution des ventes en volume de marchandises du commerce de gros (hors intermédiaires du commerce).



Source : Insee - Comptes du Commerce

(*) : Le commerce de gros non spécialisé a été regroupé 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)

| Contributions | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | Poids en 2013 |
|--|------------|-------------|------------|------------|-------------|------------|---------------|
| Commerce de gros de: | | | | | | | |
| - produits agricoles bruts et animaux vivants | 1,3 | 1,1 | -1,7 | 0,9 | -0,3 | 0,7 | 10,6% |
| - produits alimentaires, boissons et tabac (*) | 0,0 | -0,9 | 1,8 | 1,1 | -0,5 | 0,1 | 23,5% |
| - biens domestiques | 0,5 | -1,6 | 0,7 | 1,4 | 0,2 | -0,1 | 22,9% |
| - équipements de l'information et de la communication | 0,4 | -0,7 | 0,6 | 0,1 | 0,1 | -0,2 | 6,2% |
| - autres équipements industriels | 0,1 | -2,2 | 0,5 | 0,9 | 0,1 | -0,2 | 13,3% |
| - Autres commerces de gros spécialisés | -0,4 | -2,5 | -0,3 | -0,3 | -0,3 | -0,2 | 23,5% |
| Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce) | 1,9 | -6,8 | 1,6 | 4,1 | -0,7 | 0,1 | 100,0% |

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.

Lecture : Le commerce de gros de produits agricoles et d'animaux vivants contribue pour 0,7 point à la hausse des ventes de marchandises du commerce de gros en volume (0,1 % en 2013 hors intermédiaires). Les contributions sectorielles s'expliquent par le dynamisme des secteurs et leur poids dans l'ensemble du commerce de gros.

L'évolution des ventes du commerce de gros (+ 0,1 % en volume hors intermédiaires) est tirée en 2013 par les bons résultats des grossistes en produits agricoles bruts et animaux vivants. Ce secteur contribue à hauteur de 0,7 points à l'évolution d'ensemble. Le commerce de gros en produits alimentaires qui représente pourtant le quart des ventes, contribue très peu en 2013 à l'augmentation du commerce de gros, en raison de sa stabilité. Les autres secteurs du commerce de gros apportent une faible contribution négative à l'évolution d'ensemble (de l'ordre de - 0,2 points).

1.2 - Commerce de détail : pas d'amélioration en 2013

Les ventes au détail s'élèvent à 489 milliards d'euros. Après avoir déjà diminué en 2012, les dépenses en volume sont à nouveau orientées à la baisse. Selon les indices de chiffres d'affaires du commerce de détail, l'activité dans le commerce de détail repart au printemps 2013, mais ce mouvement ne compense pas la détérioration enregistrée au second semestre 2012. L'activité est un peu plus vigoureuse dans les secteurs du commerce non alimentaire que dans le commerce alimentaire. A cet égard, 2013 reste dans la lignée des années précédentes.

En valeur, les ventes baissent légèrement car les prix des produits vendus au détail, qui augmentaient à un rythme voisin de 2 % par an en 2011 et en 2012, sont quasiment à l'arrêt en 2013. Contrairement aux deux années précédentes, les prix des produits non alimentaires diminuent. Ceux des produits alimentaires, tirés par la forte croissance des prix des produits frais, progressent encore mais ralentissent.

Tableau 5 : Évolution des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial en valeur T.T.C. (en %)

| Formes de vente | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | valeur 2013p (en G €) |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|--------------------------|
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1) | 1,8 | 2,9 | 0,7 | 2,1 | 2,5 | 1,7 | -0,8 | 1,2 | 4,1 | 0,7 | 0,8 | 42,7 |
| Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés | 4,4 | 1,6 | -1,1 | -0,5 | 1,9 | 4,4 | -0,2 | 8,0 | 0,1 | 1,6 | 0,1 | 15,3 |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 3,8 | 1,7 | 1,2 | 2,0 | 3,1 | 3,7 | -2,8 | 2,3 | 4,8 | 1,7 | -0,9 | 181,9 |
| Commerce alimentaire en magasin | 3,5 | 1,9 | 1,0 | 1,8 | 2,9 | 3,4 | -2,3 | 2,4 | 4,4 | 1,5 | -0,5 | 240,0 |
| Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés | 1,4 | 5,3 | 2,1 | 0,5 | 5,0 | 1,1 | -1,9 | 2,6 | 5,0 | 4,1 | 1,3 | 8,3 |
| Magasins non alimentaires spécialisés dont : | 3,6 | 4,7 | 5,2 | 4,8 | 4,4 | 3,1 | -3,4 | 3,8 | 2,6 | 1,1 | -0,7 | 212,3 |
| carburant | 3,6 | 3,2 | 10,5 | 3,9 | 0,9 | 12,3 | -23,0 | 18,6 | 12,2 | 3,4 | -3,8 | 14,8 |
| pharmacie | 6,1 | 6,4 | 5,0 | 4,4 | 3,1 | 2,2 | 2,9 | 2,3 | 2,0 | -0,4 | 0,1 | 41,5 |
| autres | 3,0 | 4,4 | 4,8 | 5,0 | 5,1 | 2,3 | -2,4 | 3,1 | 1,9 | 1,2 | -0,6 | 156,0 |
| Commerce non alimentaire en magasin | 3,5 | 4,7 | 5,1 | 4,7 | 4,4 | 3,1 | -3,4 | 3,8 | 2,7 | 1,2 | -0,6 | 220,6 |
| Commerce hors magasin | 4,2 | 6,3 | 1,0 | 2,3 | 2,2 | 0,1 | -4,1 | -2,7 | 0,5 | 1,3 | -0,4 | 28,3 |
| ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL | 3,6 | 3,3 | 2,9 | 3,2 | 3,6 | 3,1 | -2,9 | 2,7 | 3,4 | 1,4 | -0,6 | 489,0 |

Source : Insee - Comptes du commerce

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

▪ Commerce alimentaire

Les ventes en volume des magasins **d'alimentation spécialisée et d'artisanat commercial** diminuent en 2013, mais la baisse est moins marquée qu'en 2012. Au final, malgré une inflexion des prix, les ventes en valeur progressent comme en 2012 dans cette forme de vente.

Le **commerce alimentaire non spécialisé** connaît à nouveau un repli de ses ventes en volume.

Le commerce **de détail de produits surgelés** pâtit notamment de la désaffection des ménages pour les plats cuisinés à base de viande, en raison du scandale « de la viande de cheval » qui a éclaté au printemps 2013. Les surgelés à base de poissons, mollusques et crustacés ont également été boudés par les ménages.

Les ventes en valeur des **grandes surfaces alimentaires** diminuent après avoir ralenti en 2012. Ce repli s'explique par la diminution sensible des ventes de carburants, dont les prix refluent en 2013. En outre, l'érosion des ventes de produits non-alimentaires, à l'œuvre depuis 2009 se poursuit. A l'inverse, les ventes de produits alimentaires résistent.

- **Commerce non alimentaire**

Le commerce non alimentaire progresse faiblement en volume mais les ventes en valeur accusent un recul, en raison de la baisse des prix des produits manufacturés.

Comme les années précédentes, les détaillants **en équipement de l'information et de la communication** enregistrent la hausse en volume la plus conséquente. Mais les valeurs se maintiennent dans ce secteur car la diminution des prix des tablettes, des téléviseurs et des ordinateurs s'amplifie nettement en 2013.

Dans les magasins de **culture-loisirs**, en particulier dans les secteurs du livre et des enregistrements musicaux et audio, la diminution des ventes en volume enregistrée en 2012 se prolonge voire s'accroît en 2013. En valeur, les ventes s'inscrivent également en baisse car contrairement à l'année précédente, les prix se replient.

Les détaillants en **meubles et autres équipements de la maison** souffrent d'une conjoncture immobilière morose. Le faible ressort du pouvoir d'achat est également peu propice à l'achat de biens durables. Le secteur du petit électroménager tire en revanche son épingle du jeu.

Le **commerce d'équipement de la personne (qui comprend l'habillement-chaussure, la parfumerie, la maroquinerie ...)** qui profitait encore en 2012 d'une forte demande des touristes étrangers pour les produits de luxe, est à l'arrêt en 2013. Pour la première fois depuis 2003, les ventes de maroquinerie s'essouffent. Seules les ventes des pharmacies restent dynamiques en volume.

- **Commerce hors magasin**

Malgré la progression du e-commerce, les **ventes à distance** se replient en 2013, elles sont affectées par le déclin de la vente par correspondance, dont témoignent les difficultés des principales entreprises du secteur.

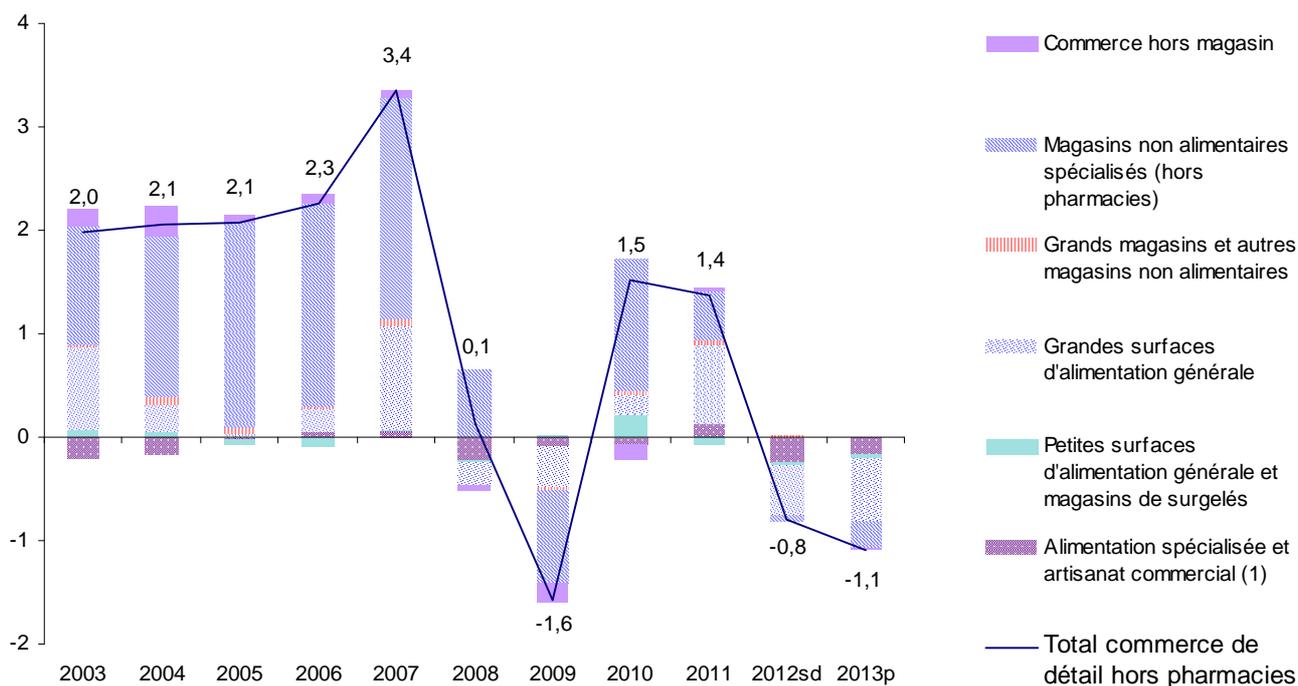
Tableau 6 : Évolution des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial en *volume T.T.C.* (en %)

| Formes de vente | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1) | -2,4 | -2,0 | -0,2 | 0,7 | 0,6 | -2,6 | -1,1 | -0,8 | 1,4 | -2,5 | -1,8 |
| Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés | 1,7 | 1,3 | -1,4 | -2,4 | 0,6 | -0,5 | 0,6 | 6,4 | -2,2 | -1,4 | -0,9 |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 1,8 | 0,6 | 0,1 | 0,5 | 2,4 | -0,5 | -0,9 | 0,5 | 1,9 | -1,2 | -1,5 |
| Commerce alimentaire en magasin | 1,1 | 0,2 | 0,0 | 0,4 | 2,0 | -0,9 | -0,8 | 0,6 | 1,5 | -1,4 | -1,5 |
| Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés | 1,2 | 5,4 | 2,7 | 0,5 | 5,0 | -0,4 | -2,4 | 1,8 | 3,2 | 1,1 | 0,3 |
| Magasins non alimentaires spécialisés dont : | 3,6 | 4,6 | 5,3 | 5,4 | 5,2 | 2,1 | -0,8 | 3,5 | 1,7 | 0,3 | 0,2 |
| carburant | 1,4 | -2,8 | 0,6 | -0,5 | -0,6 | 2,2 | -12,1 | 6,1 | -1,3 | -1,4 | -1,9 |
| pharmacie | 6,3 | 7,5 | 6,2 | 7,8 | 5,3 | 3,8 | 5,0 | 4,1 | 3,6 | 2,2 | 3,8 |
| autres | 3,1 | 4,8 | 5,6 | 5,6 | 5,9 | 1,6 | -0,9 | 3,2 | 1,4 | 0,0 | -0,5 |
| Commerce non alimentaire en magasin | 3,5 | 4,7 | 5,2 | 5,3 | 5,2 | 2,0 | -0,9 | 3,5 | 1,7 | 0,4 | 0,2 |
| Commerce hors magasin | 3,4 | 6,6 | 1,6 | 2,0 | 2,0 | -1,0 | -3,3 | -2,0 | 0,6 | 0,1 | -0,3 |
| ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL | 2,3 | 2,5 | 2,4 | 2,7 | 3,5 | 0,5 | -1,0 | 1,7 | 1,6 | -0,5 | -0,7 |

Source : Insee – Comptes du commerce

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

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 commercial⁴ 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 points | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | ponds du secteur dans le total (%) |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|-------------|------------------------------------|
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1) | -0,2 | -0,2 | 0,0 | 0,1 | 0,1 | -0,2 | -0,1 | -0,1 | 0,1 | -0,2 | -0,2 | 9,4 |
| Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de surgelés | 0,1 | 0,1 | -0,1 | -0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,2 | -0,1 | 0,0 | 0,0 | 3,4 |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 0,8 | 0,3 | 0,0 | 0,2 | 1,0 | -0,2 | -0,4 | 0,2 | 0,8 | -0,5 | -0,6 | 40,6 |
| Grands magasins et autres magasins non alimentaires | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 1,8 |
| Magasins non alimentaires spécialisés (hors pharmacies) | 1,2 | 1,5 | 2,0 | 2,0 | 2,1 | 0,7 | -0,9 | 1,3 | 0,5 | 0,0 | -0,2 | 38,5 |
| Commerce hors magasin | 0,2 | 0,3 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | -0,1 | -0,2 | -0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 6,4 |
| Total commerce de détail hors pharmacies | 2,0 | 2,1 | 2,1 | 2,3 | 3,4 | 0,1 | -1,6 | 1,5 | 1,4 | -0,8 | -1,1 | 100,0 |

Source : Insee – Comptes du commerce

(1) : Boulangeries, pâtisseries, charcuteries

Lecture : Les grandes surfaces d'alimentation générale ont une contribution négative (à hauteur de -0,6 point) à l'évolution des ventes du commerce de détail en 2013. La contribution est nulle ou légèrement négative pour les autres secteurs. Les contributions sectorielles s'expliquent par le dynamisme des secteurs et leur poids dans l'ensemble du commerce de détail.

⁴ Une partie des ventes au détail sont réalisées par des grossistes, des prestataires de services et des producteurs.

1.3 - Nouveau recul pour le commerce et la réparation d'automobiles

Après une année 2012 très difficile, l'année 2013 se solde par un nouveau repli des ventes de l'ensemble des secteurs du commerce et de la réparation d'automobiles : - 3,3 % en volume, en moyenne annuelle.

Ce nouveau recul est principalement imputable au **commerce de véhicules automobiles**. Dans un contexte de faible croissance du pouvoir d'achat, les arbitrages budgétaires des ménages ne sont pas favorables aux achats de voitures neuves.

Malgré un regain en fin d'année, le nombre d'immatriculations de voitures particulières neuves chute encore de 5 % en moyenne annuelle en 2013. Il avait déjà reculé de 14 % en 2012, si bien que le marché automobile atteint en 2013 quasiment son point bas de 1997, première année suivant la fin du dispositif de prime à la casse « Juppé »⁵. Les marques françaises, qui avaient perdu des parts de marché en 2012, souffrent moins en 2013 que les marques étrangères. Elles sont majoritaires dans les immatriculations de voitures particulières (53,4%).

Les ventes **de réparation et d'entretien** diminuent régulièrement à la faveur de la baisse tendancielle du nombre moyen de kilomètres parcourus, du développement des comportements d'éco-conduite, de la fiabilité croissante des véhicules, ainsi que de la diminution des accidents de la route. Le vieillissement du parc automobile profite surtout au commerce de détail d'équipements automobiles.

Le **commerce et la réparation de motocycles** est en fort repli.

Tableau 8 : Évolution des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles - en valeur T.T.C. (en %)

| Activités | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013p | Valeur 2013p (en G €) |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|----------------------------|
| Commerce de véhicules automobiles | 7,3 | 1,3 | -0,2 | 5,5 | 7,1 | 1,6 | 6,4 | -0,4 | 1,8 | 3,6 | 5,0 | -6,2 | -2,8 | 71,7 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 5,2 | 5,6 | 3,1 | 7,3 | 2,4 | 4,3 | 4,1 | 1,8 | -3,6 | -8,7 | -0,3 | -0,9 | -0,5 | 20,1 |
| Commerce de gros d'équipements automobiles | 1,9 | 6,8 | 5,1 | -0,4 | 7,9 | 6,4 | 4,2 | 0,8 | -5,6 | 13,3 | 11,6 | 2,5 | -1,2 | 1,2 |
| Commerce de détail d'équipements automobiles | 1,0 | 1,6 | 4,1 | -1,2 | 8,4 | 1,5 | 4,6 | 2,0 | 1,3 | -3,0 | 9,6 | 1,1 | 2,8 | 7,3 |
| Commerce et réparation de motocycles | 3,9 | 1,4 | 1,8 | 5,0 | -3,3 | 3,9 | 1,4 | 0,7 | -7,6 | 4,5 | 1,7 | -4,3 | -3,5 | 2,8 |
| ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE | 6,5 | 2,1 | 0,7 | 5,5 | 5,9 | 2,3 | 5,7 | 0,2 | 0,4 | 0,7 | 4,2 | -4,6 | -1,9 | 103,1 |

Source : Insee - Comptes du commerce

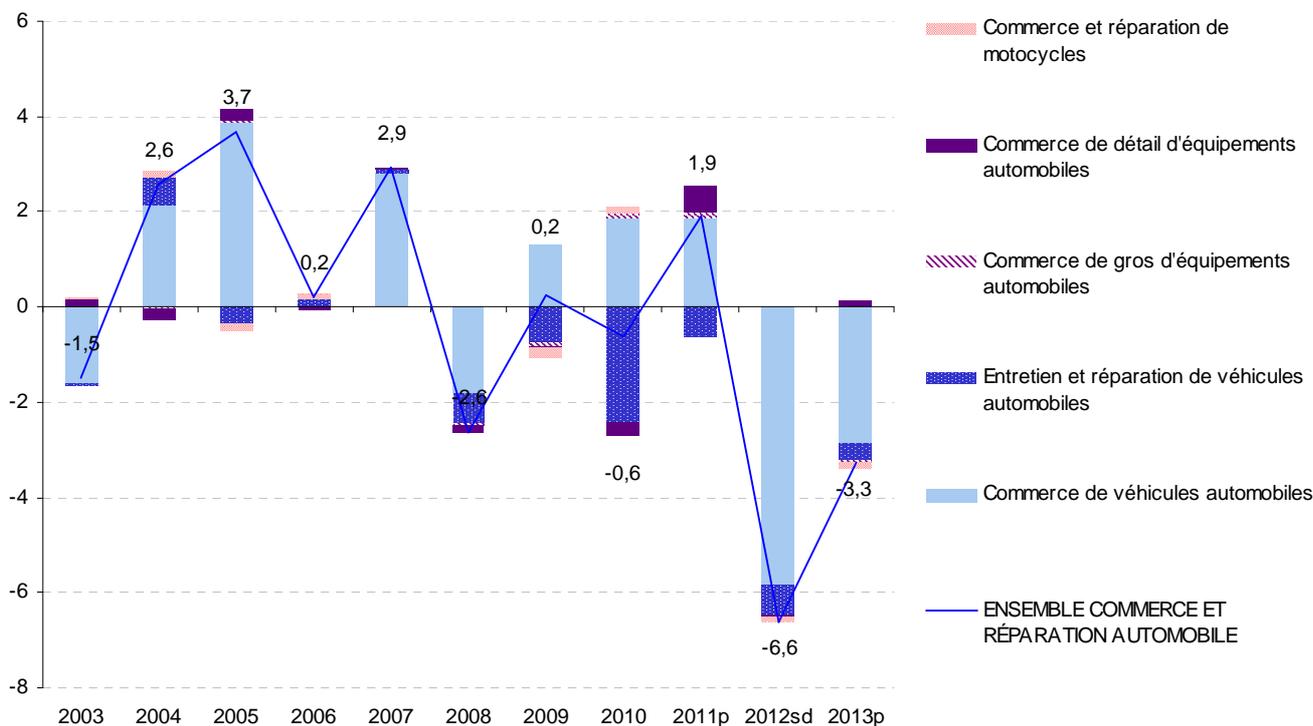
Tableau 9 : Évolution des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles - en volume T.T.C. (en %)

| Activités | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013p |
|---|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|-------------|
| Commerce de véhicules automobiles | 6,3 | -0,2 | -2,3 | 3,0 | 5,4 | 0,0 | 3,9 | -2,6 | 1,9 | 2,7 | 2,6 | -8,2 | -4,1 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 3,3 | 2,8 | -0,2 | 3,1 | -1,8 | 0,8 | 0,4 | -3,3 | -4,0 | -11,5 | -3,2 | -3,3 | -1,9 |
| Commerce de gros d'équipements automobiles | 0,2 | 4,7 | 3,2 | -4,1 | 5,1 | 3,5 | 0,6 | -2,8 | -7,6 | 12,1 | 11,6 | 0,6 | -2,4 |
| Commerce de détail d'équipements automobiles | -0,1 | 0,0 | 2,6 | -4,9 | 5,5 | -1,4 | 0,7 | -2,2 | -0,2 | -4,5 | 9,0 | -0,7 | 1,7 |
| Commerce et réparation de motocycles | 2,7 | 0,2 | 1,2 | 3,3 | -4,1 | 3,1 | -0,1 | 0,0 | -8,5 | 4,6 | 0,8 | -4,7 | -4,5 |
| ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE | 5,3 | 0,4 | -1,5 | 2,6 | 3,7 | 0,2 | 2,9 | -2,6 | 0,2 | -0,6 | 1,9 | -6,6 | -3,3 |

Source : Insee - Comptes du commerce

⁵ le minimum précédent remonte à 1975

Graphique 3 : Contributions des secteurs à la croissance *en volume* de l'ensemble des ventes T.T.C. du commerce et réparation d'automobiles (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 d'automobiles

| Contributions en points | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011p | 2012sd | 2013p | poids du secteur dans le total (%) |
|---|-------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|-------------|------------------------------------|
| Commerce de véhicules automobiles | -1,6 | 2,1 | 3,9 | 0,0 | 2,8 | -1,8 | 1,3 | 1,9 | 1,8 | -5,8 | -2,9 | 69,5 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 0,0 | 0,6 | -0,3 | 0,2 | 0,1 | -0,6 | -0,8 | -2,4 | -0,6 | -0,6 | -0,4 | 19,5 |
| Commerce de gros d'équipements automobiles | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | -0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 1,1 |
| Commerce de détail d'équipements automobiles | 0,1 | -0,2 | 0,3 | -0,1 | 0,0 | -0,2 | 0,0 | -0,3 | 0,5 | 0,0 | 0,1 | 7,1 |
| Commerce et réparation de motocycles | 0,0 | 0,1 | -0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | -0,2 | 0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,1 | 2,7 |
| ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE | -1,5 | 2,6 | 3,7 | 0,2 | 2,9 | -2,6 | 0,2 | -0,6 | 1,9 | -6,6 | -3,3 | 100,0 |

Source : Insee - Comptes du commerce

Lecture : La baisse des ventes de marchandises du commerce et réparation d'automobiles en volume (- 3,3 % en 2013) est imputable essentiellement au commerce de véhicules automobiles qui contribue à hauteur de - 2,9 points. Les contributions sectorielles s'expliquent par l'évolution des secteurs et leur poids dans l'ensemble du commerce et réparation d'automobiles.

Du fait de son poids prépondérant, le commerce de véhicules imprime son mouvement à celui de l'ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles.

En 2013, le secteur de l'entretien et la réparation d'automobiles contribue à l'évolution annuelle du secteur du commerce et de la réparation d'automobiles à hauteur de - 0,4 points.

2 - Baisse de l'emploi salarié

En 2013, un peu plus de trois millions de salariés travaillent dans le commerce hors artisanat commercial (tableau 11), soit 18,9 % des salariés de l'ensemble des secteurs principalement marchands non agricoles⁶.

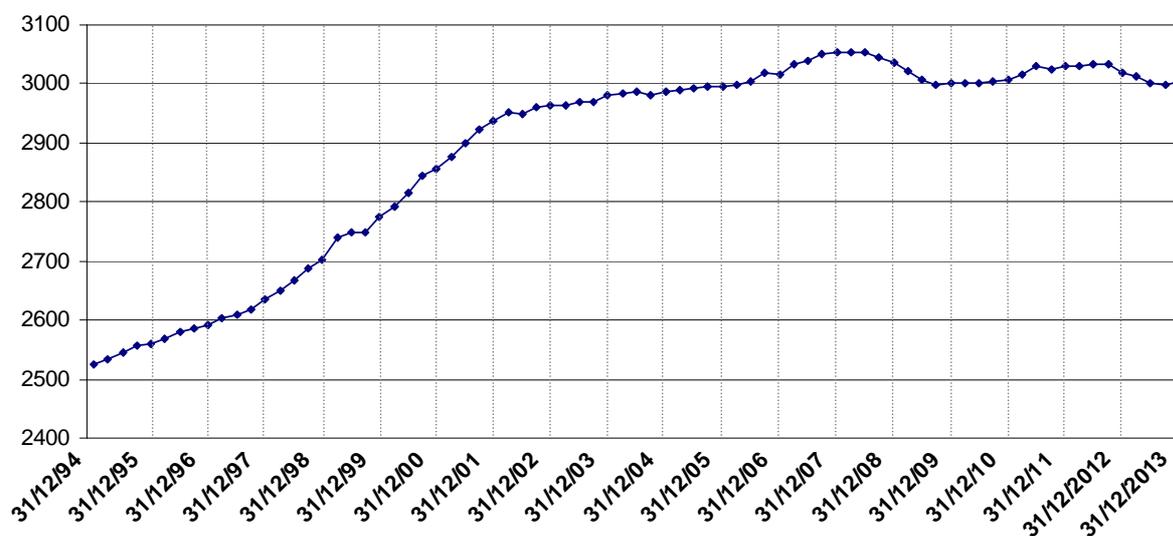
Plus de la moitié d'entre eux exercent dans le commerce de détail, et près d'un tiers dans le commerce de gros. Les non-salariés représentaient 389 100 emplois dans le commerce fin 2011, soit 11 % de l'emploi total.

Le travail à temps partiel concerne un peu plus du quart des salariés du commerce. C'est dans le commerce de détail qu'il est le plus répandu (36 % en 2011⁷). En 2011, 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 plein⁸. Le volume⁹ de l'emploi salarié à temps partiel représente 19 % de l'ensemble du volume de l'emploi salarié.

2.1 - Le commerce perd 12 000 salariés en 2013

De 1994 à 2007, l'emploi salarié du commerce n'a cessé de croître. De l'ordre de 2,5 millions en 1994, le nombre de salariés a franchi la barre des 3 millions mi-2006 (graphique 4). Après une année difficile en glissement annuel¹⁰ (- 1,2 % en 2009), une année de transition puis une année de hausse (+ 0,8 % en 2011), l'emploi salarié baisse à nouveau à la fin de l'année 2012 (- 0,4 % en 2012). En 2013, l'emploi salarié continue de reculer lors des trois premiers trimestres et croît au dernier trimestre. Le secteur perd ainsi 12 000 emplois salariés en 2013 (- 0,4 % en glissement annuel, entre le 31/12/2012 et le 31/12/2013). Cette baisse est similaire à celle de l'ensemble de l'emploi salarié des secteurs principalement marchands (- 0,4 %).

Graphique 4 : Effectifs salariés trimestriels de l'ensemble du commerce hors artisanat commercial¹¹ de 1994 à 2012 (en milliers, données CVS)



Source : Insee, estimations d'emploi

⁶ Cf. annexe méthodologique VI - Les données sur l'emploi se limitent ici à la France métropolitaine.

Les secteurs principalement marchands excluent l'agriculture ainsi que l'administration publique, enseignement (public et privé), santé humaine et action sociale (publiques et privées).

⁷ Données DADS 2011

⁸ Cf. annexe méthodologique VI

⁹ Le volume est mesuré en nombre d'heures, cf. annexe méthodologique VI

¹⁰ Le glissement annuel compare la valeur de l'emploi salarié entre le 31 décembre de l'année et le 31 décembre de l'année précédente.

¹¹ Les données disponibles ne permettent pas d'isoler les secteurs de l'artisanat commercial.

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

| SECTEURS D'ACTIVITE | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013(p) |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Commerce de détail | 1656 | 1656 | 1666 | 1683 | 1685 | 1690 |
| Commerce de gros | 997 | 966 | 963 | 968 | 963 | 952 |
| Commerce et réparation automobile | 384 | 379 | 378 | 378 | 370 | 362 |
| Total Commerce | 3036 | 3001 | 3007 | 3029 | 3017 | 3005 |
| Secteurs principalement marchands | 16207 | 15945 | 16004 | 16063 | 15957 | 15895 |

Source : Insee, estimations d'emploi ; estimations à partir des DADS¹³

(p) : données provisoires

Tableau 12 : Évolution des effectifs salariés du commerce (glissement annuel au 31/12) données CVS

| SECTEURS D'ACTIVITE | 2011 | | 2012 | | 2013(p) | |
|--|-----------------------|----------------|-----------------------|----------------|-----------------------|----------------|
| | Variation en milliers | Variation en % | Variation en milliers | Variation en % | Variation en milliers | Variation en % |
| Commerce de détail | 16,9 | 1,0 | 1,7 | 0,1 | 5,9 | 0,4 |
| Commerce de gros | 5,9 | 0,6 | -5,6 | -0,6 | -10,5 | -1,1 |
| Commerce et réparation automobile | 0,0 | 0,0 | -8,3 | -2,2 | -7,6 | -2,1 |
| Total Commerce | 22,8 | 0,8 | -12,1 | -0,4 | -12,2 | -0,4 |
| Secteurs principalement marchands | 59,4 | 0,4 | -105,9 | -0,7 | -62,2 | -0,4 |

Source : Insee, estimations d'emploi

(p) : données provisoires

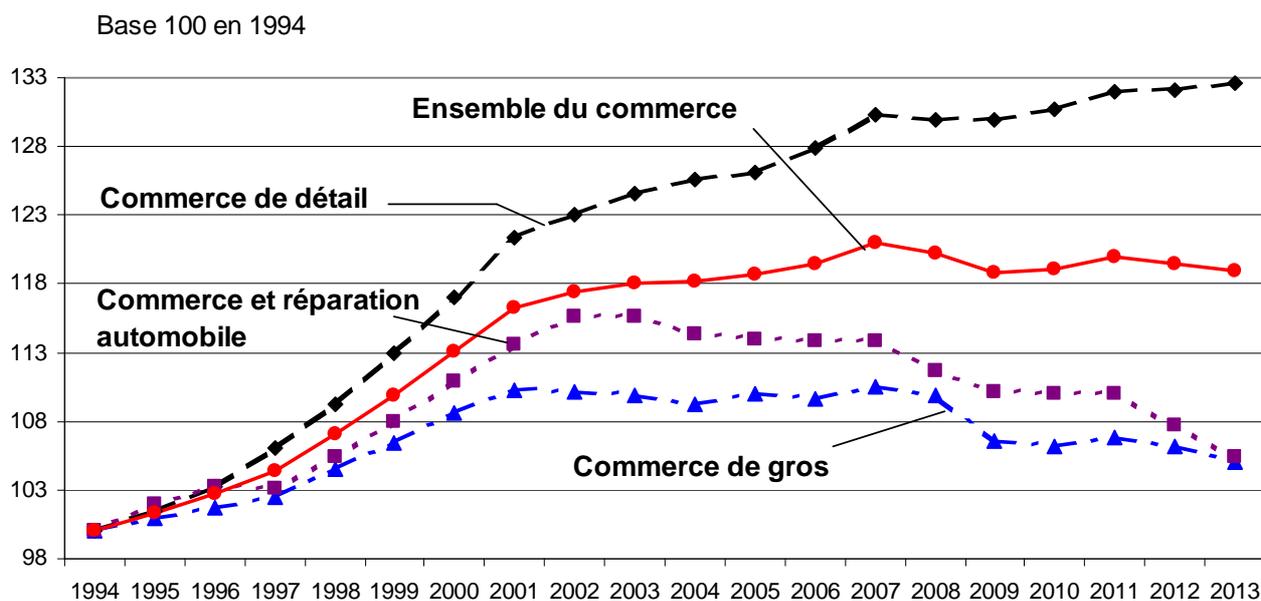
Après avoir augmenté en 2011 et s'être stabilisé en 2012 (+ 1,0 % en 2011 et + 0,1 % en 2012), l'emploi salarié du commerce de détail augmente en 2013 de 0,4 %, soit une hausse de 5 900 salariés. Dans le commerce de gros, après une hausse en 2011 (+ 0,6 %), une baisse en 2012 (- 0,6 %), l'emploi salarié baisse à nouveau de -1,1 %, soit une perte de 10 500 salariés. À l'exception de l'année 2011, cette baisse s'observe continûment depuis 2008.

L'emploi du commerce et de la réparation automobile diminue en 2013 (- 2,1 %). Cette perte équivaut à 7 600 salariés en 2013. A l'exception de l'année 2011, l'emploi de ce secteur est en baisse depuis la fin de 2002.

¹² Comme il s'agit de données CVS, les données des années antérieures à 2012 sont sujettes à de légères variations.

¹³ Cf. annexe méthodologique n° VI : Méthodes et sources sur l'emploi

Graphique 5 : Évolution de l'effectif salarié au 31/12 dans les secteurs du commerce



Source : Insee, estimations d'emploi

Encadré 1 : L'évolution de l'emploi salarié¹⁴ en moyenne annuelle

L'évolution de l'emploi peut également être appréciée en « moyenne annuelle » (tableau 13), c'est-à-dire en comparant les effectifs annuels moyens de deux années. Cette mesure reflète aussi la manière dont l'emploi a évolué l'année précédente.

En moyenne annuelle, l'emploi salarié du commerce perd 23 600 salariés sur l'année 2013, après la hausse de 2012 (7 800 salariés), soit une baisse de 0,8 % par rapport à 2012 (tableau 13). Il diminue en 2013 dans le secteur du commerce de détail (- 0,2 %), du commerce de gros (- 1,1 %) et dans le commerce et la réparation automobiles (-2,4 %).

Tableau 13 : Évolution des effectifs salariés du commerce (moyenne annuelle) données CVS

| SECTEURS D'ACTIVITE | 2011 | 2012 | | 2013 (p) | | | |
|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------|----------------|---------------------------|-----------------------|----------------|
| | Effectif moyen (milliers) | Effectif moyen (milliers) | Variation en milliers | Variation en % | Effectif moyen (milliers) | Variation en milliers | Variation en % |
| Commerce de détail | 1 677,3 | 1687,7 | + 10,4 | + 0,6 % | 1683,7 | - 4,0 | - 0,2 % |
| Commerce de gros | 966,5 | 967,1 | + 0,6 | + 0,1 % | 956,6 | - 10,5 | - 1,1 % |
| Commerce et réparation automobile | 378,3 | 375,0 | - 3,3 | - 0,9 % | 365,9 | - 9,1 | - 2,4 % |
| Total Commerce | 3022,0 | 3029,8 | + 7,8 | + 0,3 % | 3006,2 | - 23,6 | - 0,8 % |

Source : Insee, estimations d'emploi

(p) : données provisoires

¹⁴ Les données disponibles ne permettent pas d'isoler les secteurs de l'artisanat commercial.

2.2 - L'emploi non salarié en 2011¹⁵

En 2011, l'**emploi non salarié** du commerce (hors artisanat commercial) est estimé à un effectif de 389 100 personnes, soit 2,2 % de plus qu'en 2010 avec un gain de 8 400 postes qui fait suite à la hausse de 2010 (+ 2,0 % soit + 7 500 postes).

Dans l'ensemble de l'économie, l'emploi non salarié a augmenté de manière analogue (+ 2,2 % en 2011). Cette hausse concerne les effectifs du secteur du tertiaire marchand (+ 4,5 %) et, dans une moindre mesure, de la construction (+ 1,1 %), de l'industrie (+ 0,3 %), du tertiaire non marchand (+ 0,1 %). Seule l'agriculture a des effectifs non salariés en baisse en 2011 (- 1,0 %).

Tableau 14 : Effectifs non salariés au 31/12 entre 2009 et 2011 (en milliers) et évolution en pourcentage

| Secteur d'activité | 2009 | 2010 | 2011 | 2010/2009 | 2011/2010 |
|---------------------------------|----------------|----------------|----------------|-------------|-------------|
| Agriculture | 442,9 | 435,6 | 431,2 | -1,6% | -1,0% |
| Industrie | 127,6 | 129,5 | 130,0 | 1,5% | 0,3% |
| Construction | 277,8 | 289,4 | 292,6 | 4,2% | 1,1% |
| Tertiaire marchand | 1 130,6 | 1 199,1 | 1 253,5 | 6,1% | 4,5% |
| <i>dont Commerce</i> | 373,2 | 380,7 | 389,1 | 2,0% | 2,2% |
| Tertiaire non marchand | 397,6 | 413,9 | 414,3 | 4,1% | 0,1% |
| Emploi non salarié total | 2 376,6 | 2 467,5 | 2 521,6 | 3,8% | 2,2% |

Source : Insee, estimations d'emploi localisées, base non-salariés

La grande majorité des non-salariés du commerce travaille dans le commerce de détail (72 %). La hausse, qui concerne les trois secteurs du commerce, est la plus forte dans le secteur du commerce automobile (+ 4,0 %).

Tableau 15 : Effectifs non salariés du commerce au 31/12 entre 2009 et 2011 (en milliers) et évolution en pourcentage

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2010/2009 | 2011/2010 |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|
| Commerce de détail | 271,0 | 273,9 | 279,2 | 1,1% | 1,9% |
| Commerce de gros | 58,3 | 60,5 | 61,8 | 3,8% | 2,2% |
| Commerce automobile | 43,9 | 46,3 | 48,1 | 5,5% | 4,0% |
| Total Commerce | 373,2 | 380,7 | 389,1 | 2,0% | 2,2% |

Source : Insee, estimations d'emploi localisées, base non-salariés

¹⁵ Les données de 2012 sur les non-salariés ne sont pas encore disponibles

2.3 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros

Les salariés du commerce percevaient en moyenne un salaire brut¹⁶ légèrement supérieur à 16 euros de l'heure en 2011. Le salaire brut horaire moyen est moins élevé dans le commerce que dans l'industrie ou dans les services (tableau 16) en raison notamment d'une plus forte proportion d'employés (tableau 17) et de jeunes salariés¹⁷ dans les secteurs du commerce.

Tableau 16 : Salaires bruts horaires moyens de l'ensemble des salariés dans l'industrie, le commerce et les services en 2011 (€/h)

| Secteur d'activité | Temps complet | Temps partiel | Ensemble |
|------------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| Commerce de gros | 19,97 | 18,11 | 19,82 |
| Commerce de détail | 14,24 | 12,96 | 13,92 |
| Commerce et réparation automobiles | 15,83 | 14,25 | 15,74 |
| Total commerce | 16,68 | 13,89 | 16,21 |
| Industrie | 19,45 | 19,92 | 19,48 |
| Construction | 16,95 | 16,41 | 16,93 |
| Services | 21,28 | 16,90 | 20,53 |

Source : Insee - DADS 2011

Tableau 17 : Répartition des actifs occupés selon la catégorie socioprofessionnelle en 2012

| Secteur d'activité | Part d'employés | Part d'ouvriers | Part autres professions |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-------------------------|
| Commerce de gros | 16,4 | 25,3 | 58,3 |
| Commerce de détail | 46,6 | 9,5 | 43,9 |
| Commerce et réparation automobiles | 12,4 | 42,1 | 45,5 |
| Total commerce | 32,8 | 18,6 | 48,6 |
| Industrie | 7,2 | 45,3 | 47,5 |
| Construction | 5,6 | 52,2 | 42,2 |
| Services | 25,2 | 14,3 | 60,5 |

Source : Insee - enquête emploi en 2012

Tableau 18 : Salaires bruts horaires moyens des salariés du commerce selon la catégorie socioprofessionnelle et le sexe en 2011 (en euros)

| Secteur d'activité | Cadres | Professions intermédiaires | Employés | Ouvriers |
|------------------------------------|--------|----------------------------|----------|----------|
| Hommes | | | | |
| Commerce de gros | 36,52 | 19,73 | 15,63 | 13,88 |
| Commerce de détail | 28,70 | 17,13 | 12,60 | 12,88 |
| Commerce et réparation automobiles | 31,37 | 19,72 | 15,02 | 13,49 |
| Femmes | | | | |
| Commerce de gros | 30,70 | 18,98 | 14,41 | 12,34 |
| Commerce de détail | 24,42 | 15,12 | 11,75 | 11,78 |
| Commerce et réparation automobiles | 26,06 | 17,48 | 12,67 | 12,04 |

Source : Insee - DADS 2011

Des disparités importantes de salaire existent entre les trois grands secteurs du commerce. C'est dans le commerce de gros, où les salariés sont plus âgés et les cadres proportionnellement plus nombreux, que le salaire brut horaire moyen était le plus élevé en 2011. Dans tous les secteurs et quelle que soit la catégorie socioprofessionnelle, les hommes ont un salaire horaire moyen brut supérieur à celui des femmes.

¹⁶ 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.

¹⁷ Emploi et salaires - Insee Références - Édition 2013 - mars 2013

3 - Le nombre de défaillances d'entreprises commerciales continue d'augmenter en 2013

Avertissement

Le terme « d'entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. La création d'entreprise désigne l'immatriculation de toute unité légale au répertoire Sirene.

Les comptages d'« entreprises » sont issues de la démographie d'entreprises (REE - répertoire des entreprises et des établissements), elle-même issue de Sirene. L'unité utilisée ne coïncide avec celle d'entreprise « acteur économique » définie au sens de la LME et du décret n° 2008-1354 du 18 décembre 2008 que pour les unités légales indépendantes (non filiales de groupes).

Par ailleurs, le nombre d'unités légales figurant dans la démographie d'entreprises peut différer sensiblement de celui qui est tiré du dispositif annuel (Ésane) et qui figure sur le site Insee.fr. En effet, la démographie d'entreprises enregistre avec retard certaines modifications, en particulier les cessations d'activités, souvent déclarées tardivement, et ne prend que partiellement en compte les changements de secteur d'activité au cours du temps. Le nombre d'unités légales issu de la démographie d'entreprises est ainsi supérieur à celui d'Ésane dans les trois secteurs du commerce. En moyenne sur les deux dernières années, l'écart global est de 10 %, dont 23 % pour le commerce de gros, 6 % pour le commerce de détail et 5 % pour le commerce automobile.

La source démographie d'entreprises a cependant été préférée ici car elle fournit des séries longues et parce que la précision d'Ésane n'apparaît pas actuellement suffisante sur ce type d'indicateur pour rendre compte d'évolutions démographiques d'une année sur l'autre. En revanche, les niveaux peuvent être fortement biaisés lorsque les secteurs (au niveau fin des sous-classes) sont l'objet d'entrées ou de sorties nombreuses par changement de code APE.

Depuis 2009, les créations d'entreprises dans le commerce (y compris artisanat) sont très nombreuses, en raison de la mise en place du nouveau régime des auto-entrepreneurs. En 2013, elles représentent 20,6 % de celles de l'économie française. Cette année, comme en 2012 et en 2011, elles sont en baisse mais leur niveau reste élevé. Sur les 111 898 créations d'entreprises commerciales en 2013, 51 % sont le fait de l'auto-entrepreneuriat (cf. annexe méthodologique V), sans que l'on puisse savoir précisément combien parmi elles correspondent à une mise en œuvre effective de moyens de production¹⁸. Dans l'ensemble de l'économie, l'auto-entrepreneuriat représente 51 % des créations d'entreprises de 2013.

3.1 - Le nombre d'entreprises commerciales a continué d'augmenter entre début 2012 et début 2013

La France comptait 753 200 entreprises commerciales au 1er janvier 2013, auxquelles s'ajoutent 43 600 entreprises de l'artisanat commercial (boulangeries-pâtisseries, charcuteries). Le nombre total d'entreprises tous secteurs confondus¹⁹ étant d'un peu moins de 3,8 millions, les entreprises commerciales (hors artisanat commercial) représentent 20,1 % des entreprises de l'ensemble de l'économie.

Tableau 19 : Évolution du nombre de sociétés et d'entreprises individuelles du commerce en France (nombre au 1^{er} janvier en milliers)

| SECTEURS D'ACTIVITE | Nombre d'entreprises | | | | Evolution en % | | |
|---|----------------------|--------------|--------------|--------------|----------------|------------|------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 (sd) | 2011/2010 | 2012/2011 | 2013/2012 |
| Commerce de gros | 183,5 | 186,8 | 187,4 | 190,7 | 1,8 | 0,3 | 1,8 |
| Commerce de détail | 441,5 | 452,8 | 455,8 | 469,0 | 2,5 | 0,7 | 2,9 |
| Commerce et réparation automobile | 81,7 | 85,8 | 88,6 | 93,5 | 5,0 | 3,3 | 5,5 |
| Total commerce | 706,7 | 725,4 | 731,9 | 753,2 | 2,6 | 0,9 | 2,9 |
| Artisanat commercial | 44,6 | 44,1 | 43,5 | 43,6 | -1,2 | -1,3 | 0,1 |
| Total commerce et artisanat commercial | 751,3 | 769,5 | 775,4 | 796,8 | 2,4 | 0,8 | 2,8 |

Note : Ces chiffres ne tiennent pas compte des changements d'activité principale des petites unités. Cf. l'avertissement ci-dessus.
Source : Insee - Sirene (France entière)

¹⁸ On estime qu'environ la moitié des demandes de créations d'auto-entreprises déboucheront sur une activité réelle.

¹⁹ 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).

Ces 796 800 entreprises du commerce et de l'artisanat commercial se répartissent de la manière suivante : 59 % exercent dans le commerce de détail, 24 % dans le commerce de gros et les intermédiaires du commerce, 12 % dans le commerce et la réparation d'automobiles et 5 % dans l'artisanat commercial.

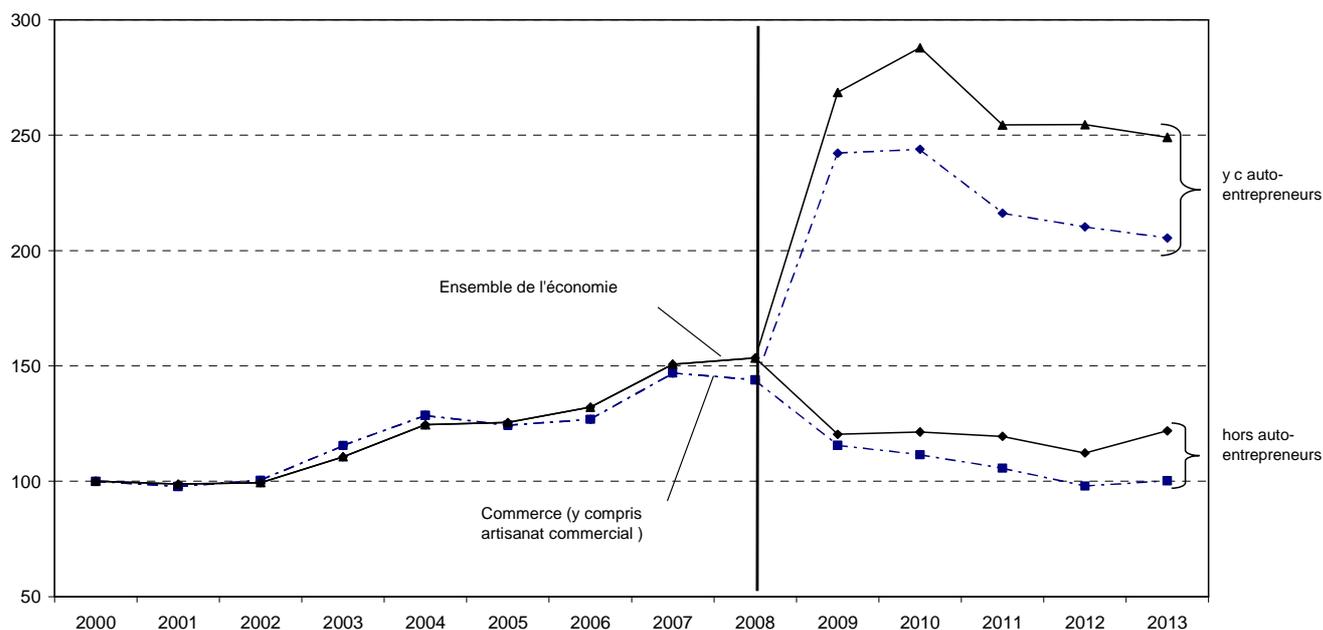
Le nombre d'entreprises commerciales a augmenté de 2,9 % entre début 2012 et début 2013 (tableau 19). Cette hausse du nombre d'entreprises concerne les trois secteurs du commerce : + 1,8 % dans le commerce de gros, + 2,9 % dans le commerce de détail et + 5,5 % dans le commerce et la réparation d'automobiles. Les entreprises du commerce sont en majorité composées de S.A.R.L. (48 %) et d'entreprises individuelles (42 %).

3.2 - Baisse du nombre de créations d'entreprises en 2013 dans le commerce

En 2013, le nombre de créations d'entreprises commerciales continue de diminuer (- 2,3 % par rapport à 2012, y compris artisanat commercial) mais restent néanmoins à un niveau très élevé. Ce tassement fait suite à la forte baisse observée en 2011 (- 11,4 % par rapport à 2010) et à la baisse de 2012 (- 2,7 %). Y compris artisanat commercial et auto-entrepreneurs, 111 900 entreprises commerciales apparaissent en 2013 dans la France entière. Les créations d'entreprises sont également en baisse dans l'ensemble de l'économie (- 2,1 %). Comme en 2012, le commerce représente ainsi un peu plus de 20 % des créations de l'économie. Hors auto-entrepreneurs, le nombre de créations d'entreprises commerciales est en hausse (+ 2,4 %).

Si le régime des auto-entrepreneurs n'avait pas été mis en place, les créations d'entreprises commerciales en 2013 sont estimées à environ 70 000 unités car les trois quarts des auto-entrepreneurs déclarent qu'ils n'auraient pas créé d'entreprises sans ce statut.

Graphique 6 : Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles de 2000 à 2013 (France entière) - base 100 en 2000



Source : Insee-Sirene

En 2013, parmi les 111 900 entreprises créées dans le commerce, 62,9 % appartiennent au commerce de détail, 20,6 % au commerce de gros, 14,5 % au commerce et à la réparation d'automobiles et 2,0 % à l'artisanat commercial.

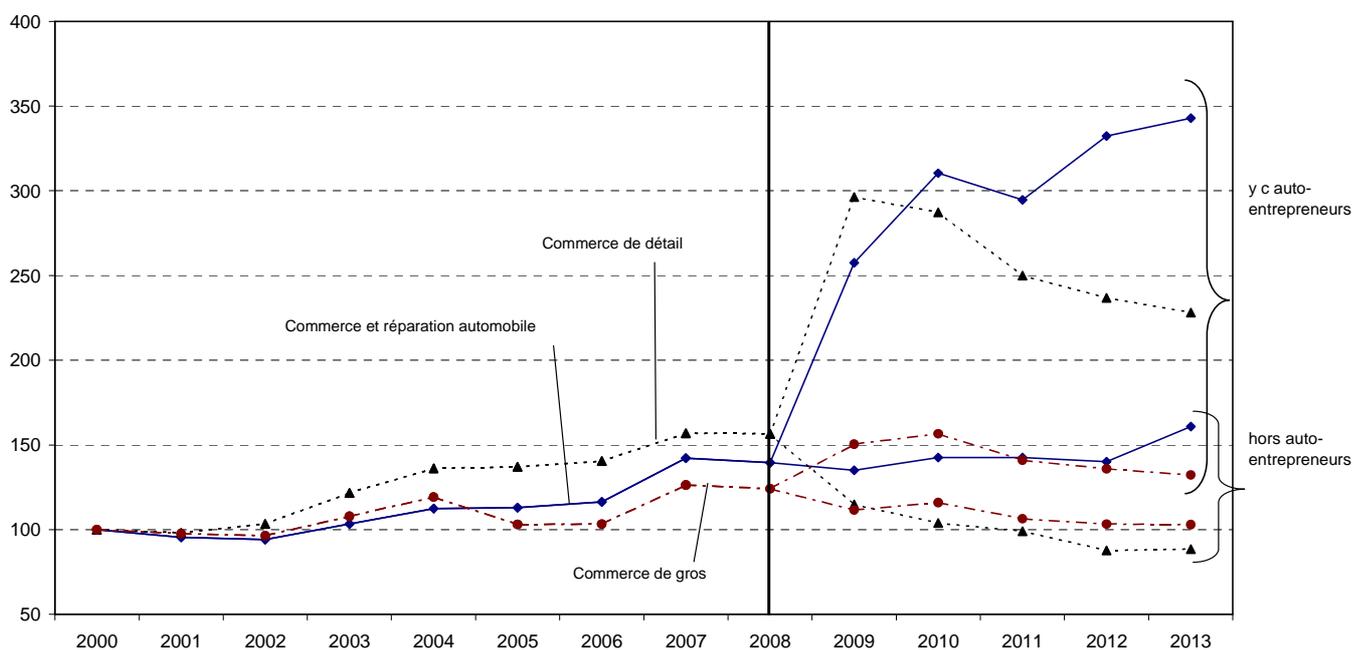
Les créations d'entreprises diminuent en 2013 dans les secteurs du commerce de détail et du commerce de gros. A contrario, elles augmentent fortement dans le commerce et la réparation d'automobiles et l'artisanat commercial.

C'est dans le secteur du commerce de détail que la baisse globale est la plus forte (- 3,6 % en 2013). Les créations de ce secteur sont en recul pour la quatrième année de suite (- 3,0 % en 2010, - 13,0 % en 2011 puis - 5,3 % en 2012).

Dans le commerce et la réparation d'automobile, les créations augmentent de 3,1 % après avoir fortement augmenté en 2012 de 12,8 % et diminué de 5 % en 2011, année qui faisait suite à deux années de fortes hausses des créations d'entreprises (+ 84,7 % en 2009 et + 20,5 % en 2010). Sans les auto-entrepreneurs, les créations augmentent de 14,7 %.

Le commerce de gros est le secteur du commerce le moins impacté par le phénomène des « auto-entrepreneur » (seulement + 21,3 % en 2009 et + 4,1 % en 2010). En 2013, comme en 2012 et 2011, les créations d'entreprises dans ce secteur sont en baisse (- 2,7 % en 2013 après - 3,6 % en 2012 et - 9,9 % en 2011).

Graphique 7 : Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles du commerce par secteur de 2000 à 2013 (France entière) - base 100 en 2000



Source : Insee - Sirene

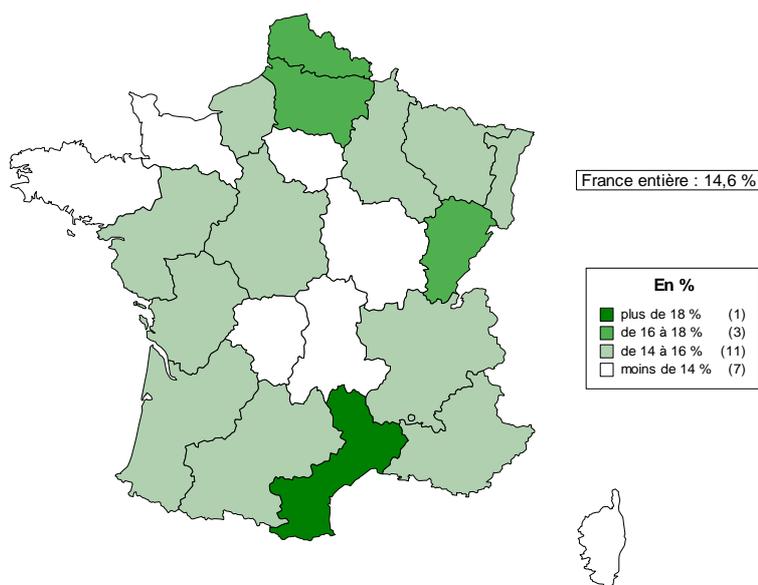
Tableau 20 : Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles dans le commerce entre 2010 et 2013 - France entière

| SECTEURS D'ACTIVITE | Nombre de créations d'entreprises | | | | Évolution en % | | |
|---|-----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------|-------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2011/2010 | 2012/2011 | 2013/2012 |
| Commerce de gros | 27 319 | 24 602 | 23 707 | 23 067 | -9,9 | -3,6 | -2,7 |
| Commerce de détail | 88 644 | 77 137 | 73 056 | 70 398 | -13,0 | -5,3 | -3,6 |
| Commerce et réparation automobile | 14 688 | 13 949 | 15 730 | 16 225 | -5,0 | 12,8 | 3,1 |
| TOTAL COMMERCE | 130 651 | 115 688 | 112 493 | 109 690 | -11,5 | -2,8 | -2,5 |
| Artisanat commercial | 2 207 | 2 089 | 2 083 | 2 208 | -5,3 | -0,3 | 6,0 |
| TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL | 132 858 | 117 777 | 114 576 | 111 898 | -11,4 | -2,7 | -2,3 |
| <i>Ensemble de l'économie française</i> | <i>622 036</i> | <i>549 788</i> | <i>549 967</i> | <i>538 182</i> | <i>-11,6</i> | <i>0,0</i> | <i>-2,1</i> |

Source : Insee - Sirene

En 2013, pour les seules entreprises commerciales (hors artisanat commercial), le taux de création²⁰ national s'établit à 14,6 %. C'est en Languedoc-Roussillon que les créations sont les plus importantes en proportion (18,4 %). Les régions du nord affichent également des taux de création élevés : le Nord-Pas-de-Calais (17,1 %) et la Picardie (16,9 %) (carte 1 ci-après). A l'inverse, les régions Corse (11,8 %), Bretagne (12,5 %), Auvergne (12,7 %), Limousin (13,0 %), Bourgogne (13,4 %), Basse-Normandie (13,8 %) et Île-de-France (13,9 %) ont les plus faibles taux de création.

Carte 1 : Taux de création de sociétés et d'entreprises individuelles commerciales par région en 2013



Source : Insee - Sirene

²⁰ Le taux de création se définit comme le rapport entre les créations et le stock d'entreprises.

3.3 - Hausse du nombre de défaillances dans le commerce de détail

Définitions

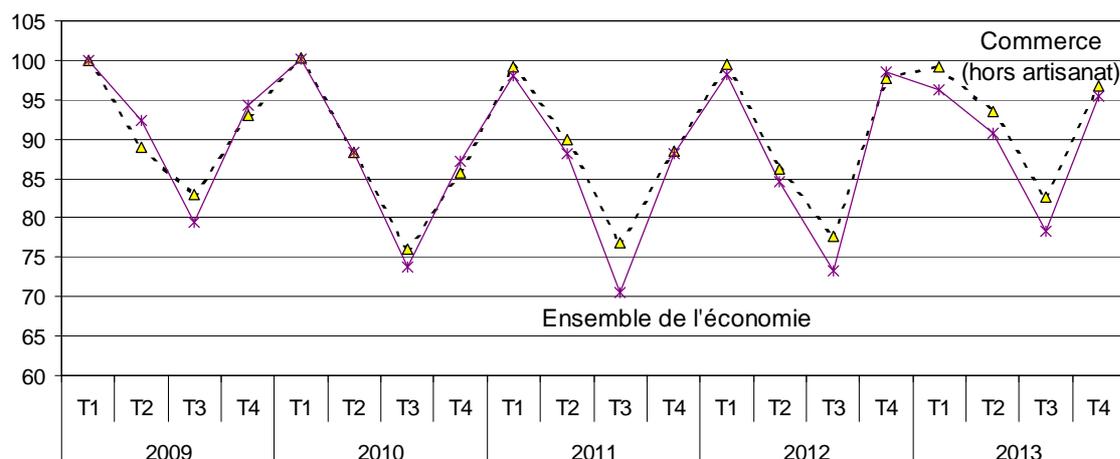
La notion de défaillance ne doit pas être confondue avec la notion plus large de cessation (arrêt total de l'activité économique de l'entreprise). Les liquidations qui font suite à une défaillance ne représentent qu'une partie (entre 10 et 20 %), variable avec le temps et le secteur d'activité, de l'ensemble des cessations d'entreprises.

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. Remarque : ces données proviennent de la Banque de France et non plus de l'Insee comme c'était le cas dans les rapports antérieurs à 2013. Aussi, les niveaux sont plus élevés que dans les rapports publiés avant l'année 2013. L'écart provient du fait que la Banque de France intègre l'ensemble des procédures collectives (redressements et liquidations), alors que l'Insee comptabilise uniquement la première procédure constatée. Par ailleurs, l'Insee ne retient pas les liquidations dont le Siren ou l'activité sont manquants dans le BODACC contrairement à la Banque de France.

Comme dans l'ensemble de l'économie (+ 1,7 %), le nombre de défaillances augmente (+ 3,1 %) dans le commerce en 2013. Cette hausse intervient après les hausses de 2012 (+ 1,8 %) et de 2011 (+ 1,2 %). Les défaillances dans le commerce sont à leur plus haut niveau depuis 1998.

Graphique 8 : Les défaillances de sociétés et d'entreprises individuelles de 2009 à 2013 (France entière) - base 100 au 1^{er} trimestre 2009 (données brutes en date de jugement)

Base 100 au 1er trimestre 2009



Source : Banque de France

Pour la cinquième année consécutive, le nombre de défaillances d'entreprises en date de jugement diminue dans le commerce de gros (- 0,4 % en 2012). En 2013, comme en 2012 et 2011, il augmente dans les deux autres secteurs du commerce : + 4,6 % pour le commerce de détail et + 2,4 % pour le commerce et la réparation automobile.

Tableau 21 : Les défaillances de sociétés et d'entreprises individuelles entre 2010 et 2013 (données brutes en date de jugement)

| SECTEURS D'ACTIVITE | Nombre de défaillances | | | | Evolution en % | | |
|--|------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------|-------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2011/2010 | 2012/2011 | 2013/2012 |
| Intermédiaires du commerce de gros | 531 | 501 | 514 | 526 | -5,6 | 2,6 | 2,3 |
| CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants | 57 | 60 | 61 | 61 | 5,3 | 1,7 | 0,0 |
| CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac | 386 | 364 | 406 | 411 | -5,7 | 11,5 | 1,2 |
| CG de biens domestiques | 907 | 811 | 783 | 781 | -10,6 | -3,5 | -0,3 |
| CG d'équipements de l'info et de la communication | 181 | 178 | 174 | 172 | -1,7 | -2,2 | -1,1 |
| CG d'autres équipements industriels | 506 | 482 | 412 | 426 | -4,7 | -14,5 | 3,4 |
| Autres CG spécialisés | 511 | 523 | 525 | 503 | 2,3 | 0,4 | -4,2 |
| CG non spécialisé | 464 | 425 | 424 | 406 | -8,4 | -0,2 | -4,2 |
| COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires) | 3 543 | 3 344 | 3 299 | 3 286 | -5,6 | -1,3 | -0,4 |
| CD en magasin non spécialisé | 704 | 814 | 773 | 856 | 15,6 | -5,0 | 10,7 |
| CD alimentaire en magasin spécialisé | 964 | 1 080 | 1 132 | 1 070 | 12,0 | 4,8 | -5,5 |
| CD non alimentaire en magasins spécialisés | 5 147 | 5 084 | 5 211 | 5 604 | -1,2 | 2,5 | 7,5 |
| CD de carburants en magasin spécialisé | 82 | 57 | 62 | 59 | -30,5 | 8,8 | -4,8 |
| CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé | 273 | 265 | 275 | 323 | -2,9 | 3,8 | 17,5 |
| CD d'autres équipements du foyer en mag spé | 1 301 | 1 283 | 1 251 | 1 325 | -1,4 | -2,5 | 5,9 |
| CD de biens culturels et de loisirs en mag spé | 657 | 603 | 612 | 670 | -8,2 | 1,5 | 9,5 |
| Autres CD en mag spé | 2 834 | 2 876 | 3 011 | 3 227 | 1,5 | 4,7 | 7,2 |
| CD sur éventaies et marchés | 691 | 647 | 581 | 545 | -6,4 | -10,2 | -6,2 |
| CD hors magasin, éventaies ou marchés | 509 | 542 | 562 | 568 | 6,5 | 3,7 | 1,1 |
| COMMERCE DE DETAIL | 8 015 | 8 167 | 8 259 | 8 643 | 1,9 | 1,1 | 4,6 |
| Commerce de véhicules automobiles | 684 | 718 | 801 | 826 | 5,0 | 11,6 | 3,1 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 686 | 839 | 896 | 965 | 22,3 | 6,8 | 7,7 |
| Commerce d'équipements automobiles | 179 | 183 | 180 | 193 | 2,2 | -1,6 | 7,2 |
| Commerce et réparation de motocycles | 158 | 173 | 230 | 174 | 9,5 | 32,9 | -24,3 |
| COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE | 1 707 | 1 913 | 2 107 | 2 158 | 12,1 | 10,1 | 2,4 |
| TOTAL COMMERCE | 13 265 | 13 424 | 13 665 | 14 087 | 1,2 | 1,8 | 3,1 |
| <i>Ensemble de l'économie française</i> | 60 330 | 59 493 | 61 201 | 62 258 | -1,4 | 2,9 | 1,7 |

Source : Banque de France

CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS

L'activité repart timidement en 2013 dans le commerce de gros. Tiré par le secteur des produits agricoles et dans une moindre mesure par les intermédiaires, le volume des ventes s'accroît de 0,4 %, après avoir diminué d'autant en 2012. Après trois années de hausse, les prix amorcent un léger recul (- 0,3 %), en lien avec la baisse des cours des matières premières et des produits agricoles.

En 2013, le premier contributeur à l'évolution en volume du commerce de gros, hors intermédiaires, est le secteur des produits agricoles bruts et animaux vivants, bien qu'il ne représente que 10,6 % du total. Les ventes de ce secteur progressent en effet de 6,9 % en volume, sous l'impulsion des grossistes en céréales.

Le volume des ventes des grossistes en produits alimentaires, boissons et tabac parvient à se maintenir mais les autres secteurs enregistrent une baisse de leurs ventes. Ainsi, les ventes en biens domestiques marquent le pas, à l'image du marché des biens pharmaceutiques qui ralentit nettement. C'est également le cas dans le commerce de gros d'autres équipements industriels, dont les ventes reculent en 2013, en liaison avec le repli de l'investissement des entreprises. De même, le secteur des équipements de l'information et de la communication connaît la baisse la plus importante (- 3,6 %). Son impact est toutefois limité car il ne compte que pour 6,2 % de l'ensemble. Même si elle reste négative, l'évolution des ventes des autres commerces de gros spécialisés est la plus favorable depuis 2007. Dans ce dernier secteur, le retournement des prix des combustibles induit cependant un repli en valeur.

Dans la plupart des secteurs du commerce de gros, l'activité est sensible aux évolutions de la demande extérieure et aux tendances du marché mondial. En 2011, les exportations représentent 14,7 % des ventes des grossistes et les importations 28,0 % de leurs achats²¹.

Le commerce de gros emploie 952 300 salariés en 2013, soit presque un tiers des effectifs du commerce. Leur nombre a reculé de 1,1 % entre décembre 2012 et décembre 2013

Au 1^{er} janvier 2013, le nombre d'entreprises du commerce de gros (hors auto-entrepreneurs non actifs) s'élève à 190 700 unités légales, dont environ 23 000 créées en 2013, moins qu'en 2011 et 2012. Plus de la moitié des créations ont lieu dans le secteur des intermédiaires du commerce.

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

Taux de croissance en %

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
|---|------------|-------------|------------|------------|-------------|------------|
| Commerce de gros de : | | | | | | |
| - produits agricoles bruts et animaux vivants | 17,6 | 8,3 | -17,7 | 10,6 | -3,0 | 6,9 |
| - produits alimentaires, boissons et tabac | -0,3 | -10,9 | 3,9 | 5,3 | -2,4 | 0,0 |
| - biens domestiques | 2,2 | -0,6 | 3,0 | 5,9 | 1,0 | -0,5 |
| - équipements de l'information et de la communication | 4,7 | -10,3 | 8,6 | 1,3 | 2,4 | -3,6 |
| - autres équipements industriels | 0,4 | -13,1 | 3,5 | 7,3 | 0,6 | -1,2 |
| - Autres commerces de gros spécialisés | -1,7 | -13,5 | -1,1 | -1,3 | -1,2 | -0,7 |
| Commerce de gros total : | | | | | | |
| (hors intermédiaires du commerce) | 1,9 | -6,8 | 1,6 | 4,1 | -0,7 | 0,1 |
| Intermédiaires du commerce | -1,0 | -0,2 | -5,1 | 2,2 | 1,4 | 1,5 |
| Commerce de gros et intermédiaires | 1,5 | -5,8 | 0,6 | 3,8 | -0,4 | 0,4 |

Source : Insee – Comptes du commerce

²¹ Insee – Enquête structurelle annuelle auprès des entreprises

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

Les ventes en volume des produits agricoles bruts augmentent en 2013 (+ 6,9 %), après avoir diminué en 2012 (- 3,0 %). Ce redressement est porté par les ventes des grossistes en céréales (+ 9,6 %, contre - 3,3 % en 2012). Cependant, à la différence de 2012, les prix sont en repli et les ventes en valeur progressent moins fortement (+ 1,7 %).

Sur les huit premiers mois de 2013, la croissance des exportations du secteur (+ 18,0 %) est plus soutenue que celle de ses importations (+ 5,7 %). L'excédent des échanges de produits agricoles bruts s'établit ainsi à 3,3 milliards d'euros, en hausse de 1,3 milliards par rapport à 2012. Les volumes exportés repartent à la hausse (+ 8 %) et les prix s'accroissent de 10 %²².

Tableau 1 : Les ventes des produits agricoles bruts

| Évolution des ventes de marchandises | Taux de croissance en % | | | | | | | | | | Mds d'euros 2013p |
|--|-------------------------|------|-------|-------|------|-------|-------|------|--------|-------|-------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | |
| EN VALEUR | | | | | | | | | | | |
| C.G. de produits agricoles bruts | 0,6 | 0,8 | -0,3 | 4,3 | 23,8 | -10,8 | -9,8 | 28,2 | 2,7 | 1,7 | 62,7 |
| - céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail | 0,5 | -0,6 | -2,3 | 7,8 | 30,0 | -11,8 | -11,0 | 34,5 | 2,1 | 1,7 | 48,3 |
| - autres produits (*) | 0,6 | 4,5 | 4,7 | -3,8 | 7,7 | -7,7 | -6,1 | 10,5 | 4,9 | 1,6 | 14,4 |
| EN VOLUME | | | | | | | | | | | |
| C.G. de produits agricoles bruts | | | -7,2 | -11,3 | 17,6 | 8,3 | -17,7 | 10,6 | -3,0 | 6,9 | |
| - céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail | | | -10,3 | -14,4 | 23,6 | 11,7 | -21,2 | 13,2 | -3,3 | 9,6 | |
| - autres produits (*) | | | 0,6 | -4,3 | 1,9 | -2,3 | -7,4 | 3,0 | -2,2 | -2,0 | |

Source : Insee – Comptes du commerce

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

Le secteur des produits agricoles bruts est essentiellement composé des grossistes en céréales d'une part et en animaux sur pied d'autre part. En raison de leur poids prédominant dans le secteur, les grossistes en céréales influencent fortement la tendance de l'ensemble.

▪ Céréales et aliments du bétail

Les grossistes en **céréales** enregistrent une augmentation de leurs ventes en volume (+ 9,6 %).

Avec un hiver et un printemps particulièrement froids et pluvieux, l'implantation et le développement des principales cultures ont connu des difficultés. La moisson de la production s'est donc réalisée avec du retard en 2013. Pour autant, les fortes chaleurs de juillet ont favorisé la récolte de blé tendre (+ 4 %). En revanche, la production de blé dur baisse de 26 %. Les rendements d'orge et de maïs sont également en recul, malgré un rattrapage des récoltes. La situation est plus contrastée pour les oléagineux : alors que la production de colza est en net recul, celle de tournesol est abondante²³.

Sur l'ensemble de l'année 2013, le recul du prix à la production des produits agricoles (- 6,5 %) est largement imputable au prix des céréales qui diminue de 23,5 % en glissement annuel (- 28,5 % pour le maïs). Globalement, les prix à la production des grandes cultures (céréales, oléagineux et pomme de terre) perdent 20 % par rapport aux prix exceptionnellement élevés de 2012. Cela s'explique notamment par l'augmentation de l'offre céréalière au niveau mondial²⁴.

Les mauvaises récoltes de 2012 dans les pays de la mer Noire et la hausse des cours mondiaux des céréales ont favorisé sur les huit premiers mois de 2013 les exportations de blé tendre (+ 45 %) et d'orge (+ 52 %). Les exportations de maïs et de pomme de terre, dont le prix a doublé, sont également en croissance sur cette période (respectivement + 25 % et + 85 %)²⁰.

²² Agreste, Bilan conjoncturel 2013, octobre-novembre 2013

²³ Agreste, Panorama au 4 mars 2014

²⁴ Agreste, Prix agricoles et alimentaires, mars 2014

▪ Les animaux vivants et autres produits

En 2013, les ventes en gros des autres produits agricoles bruts baissent de nouveau en volume (- 2,0 %, après - 2,2 % en 2012). En revanche, les ventes en valeur restent en augmentation (+ 1,6 %, après + 4,9 % en 2012).

Les ventes des grossistes en **animaux vivants** baissent en volume (- 2,0 %) mais sont soutenues par les prix qui continuent d'augmenter en 2013 (+ 3,7 %). L'excédent des échanges de ce secteur diminue de 67 millions d'euros sous l'effet de la baisse des exportations de bovins vivants vers l'Italie et l'arrêt des envois vers la Turquie²⁵.

En 2013, les ventes des grossistes en **fleurs et plantes** diminuent en volume (- 3,9 %) et en valeur (- 1,1 %), sous l'effet d'une augmentation des prix (+ 2,9 %). Sur les neuf premiers mois de 2013, le déficit du commerce extérieur pour les plantes vivantes et produits de la floriculture recule légèrement (- 0,7 %)²⁶.

Les ventes en volume des grossistes en **peaux et cuirs** se redressent en 2013 (+ 3,3 %). Le maintien de la hausse des prix (+ 6,9 %) permet un rebond des ventes en valeur (+ 10,5 %).

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 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 FranceAgriMer 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.

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.

²⁵ Agreste, Panorama au 4 mars 2014

²⁶ FranceAgriMer, Note de conjoncture, décembre 2013

2 - Produits alimentaires : stabilité des ventes, hausse des prix

Les ventes en volume du commerce de gros de **produits alimentaires** sont stables en 2013, après s'être contractées en 2012. La croissance des ventes en valeur se maintient (+ 2,4 %) grâce à des prix en hausse dans la majorité des secteurs. Les prix les plus dynamiques sont ceux du commerce de gros de fruits et légumes (+ 10,4 %) et des produits à base de tabac (+ 10,3 %). Les prix des produits laitiers, de la confiserie et de l'alimentaire non spécialisé se stabilisent quant à eux.

Le commerce extérieur des industries agroalimentaires (IAA) est marqué par un recul des exportations de boisson qui pénalise l'excédent des échanges. Au 3^e trimestre 2013, le montant des échanges en produits des IAA s'est dégradé de 8 % en glissement annuel²⁷. La consommation des ménages en produits alimentaires augmente par ailleurs légèrement en 2013 (+ 0,1 %)²⁸.

Tableau 2 : Les ventes des produits de consommation alimentaires

| Évolution des ventes de marchandises | Taux de croissance en % | | | | | | | | | | Mds d'euros 2013p |
|---|-------------------------|------|------|------|------|-------|------|------|--------|-------|-------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | |
| EN VALEUR | | | | | | | | | | | |
| C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac | 0,7 | 3,4 | 3,1 | 3,8 | 4,2 | -14,7 | 5,2 | 7,9 | 2,3 | 2,4 | 127,0 |
| - produits frais (*) | -0,5 | 2,1 | 1,4 | 4,1 | 5,5 | -17,9 | 5,8 | 5,2 | 3,0 | 3,0 | 58,4 |
| - boissons (alcoolisées ou non) | 9,1 | 4,9 | 2,6 | 4,8 | 3,6 | -4,1 | 0,3 | 11,6 | 2,5 | 2,6 | 26,8 |
| - autres produits (**) | -1,9 | 4,5 | 5,8 | 2,7 | 2,8 | -16,1 | 7,5 | 9,5 | 1,1 | 1,4 | 41,8 |
| EN VOLUME | | | | | | | | | | | |
| C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac | | | 0,6 | 0,8 | -0,3 | -10,9 | 3,9 | 5,3 | -2,4 | 0,0 | |
| - produits frais (*) | | | -1,9 | 0,0 | 0,1 | -11,7 | 2,4 | 3,9 | -1,7 | -0,4 | |
| - boissons (alcoolisées ou non) | | | 1,9 | 3,2 | -0,4 | -6,3 | 0,7 | 9,3 | -1,0 | -0,3 | |
| - autres produits (**) | | | 3,5 | 0,6 | -0,7 | -12,4 | 8,0 | 4,9 | -4,3 | 0,7 | |

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 : à la baisse pour les fruits et légumes et la viande, à la hausse pour les produits laitiers et les poissons.

- fruits et légumes, - 5,6 % ;
- viandes de boucherie, - 1,4 % ;
- produits à base de viande, - 0,2 % ;
- volailles, gibiers, - 4,5 % ;
- produits laitiers, œufs, + 3,5 % ;
- poissons, crustacés, + 1,4 %.

La contraction des ventes en volume des grossistes en *fruits et légumes* se poursuit en 2013 (- 5,6 %), en particulier pour les récoltes des fruits à noyau. Les ventes en valeur augmentent de 4,2 %, les prix restant en hausse (+ 10,4 %). Le cours élevé des fruits d'été est le résultat d'une offre réduite par les aléas climatiques printaniers et d'une consommation favorisée par les températures élevées de l'été²⁹.

Après avoir été stables en 2012, les ventes en volume des grossistes en *viandes de boucherie* sont en légère baisse en 2013 (- 1,4 %). L'augmentation des prix pour la troisième année consécutive (+ 2,5 %) permet aux ventes en valeur de se maintenir (+ 1,0 %, après + 6,6 % en 2012). Du fait d'une faible demande intérieure et extérieure, la production bovine se replie de 4 %. C'est également le cas de la production porcine (- 1,1 %)³⁰.

Le recul du volume des ventes des grossistes de *volailles et gibiers* se confirme en 2013 (- 4,5 %, après - 1,1 % en 2012) mais la hausse des prix dans ce secteur (+ 4,0 %) permet d'amortir la baisse des ventes en valeur (- 0,7 %). Pour autant, la production de volailles repart légèrement à la hausse grâce à une

²⁷ Agreste Conjoncture Industries agroalimentaires, janvier 2014

²⁸ Insee, Dépenses de consommation des ménages en biens, janvier 2014

²⁹ Agreste Conjoncture, Fruits, octobre 2013

³⁰ Agreste Conjoncture, Bovins et Porcins, février 2014

consommation de poulet qui reste très forte. La bonne tenue des exportations et la stabilité des importations expliquent la progression en volume du solde commercial du poulet³¹.

Les ventes en volume du commerce de gros de *produits laitiers et œufs* se redressent (+ 3,5 %, après - 1,9 % en 2012). La croissance des ventes en valeur dans ce secteur (+ 3,0 %), entamée en 2010, profite du dynamisme des prix, bien que ceux-là se soient stabilisés en 2013. La collecte de lait de vache gagne 2,1 %. L'évolution des fabrications de produits laitiers est plus contrastée : si la fabrication de yaourts et desserts lactés est en retrait, celle des fromages est en hausse³². Les producteurs d'œufs ont finalement pu tirer parti de la mise aux normes européennes des cages de poules pondeuses. L'agrandissement et le perfectionnement de leurs installations expliqueraient, en partie, la forte reprise de la production d'œufs et la baisse des cours, à l'inverse des deux années précédentes²⁹.

Pour la quatrième année consécutive, les ventes en volume des grossistes en *poissons et crustacés* sont en légère progression (+ 1,4 %), tout comme les ventes en valeur (+ 2,8 %). Toutefois, la hausse des prix des poissons et crustacés frais, en particulier du saumon, explique un recul de 3,6 % des achats des ménages dans ces produits en 2013. En volume, les importations de produits aquatiques sont stables, alors que les exportations diminuent à cause des difficultés économiques des pays clients et de la baisse des apports dans les halles à marée³³.

▪ **Boissons**

En 2013, les ventes des grossistes en *boissons* sont quasi stables en volume (- 0,3 %) et augmentent de 2,6 % en valeur, comme en 2012.

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

Malgré un retard de la vendange, le volume des transactions de vins en vrac avec indication géographique protégée est en progression par rapport à 2012. Les faibles disponibilités en début de campagne 2013 ont provoqué une augmentation des prix moyens des vins au premier semestre. Après trois années de hausse, les exportations de vins, hors spiritueux, diminuent de 3 % en volume mais restent stables en valeur. Cette baisse est surtout sensible en Asie³⁴.

▪ **Autres produits alimentaires**

Les ventes en volume des grossistes des autres produits alimentaires se stabilisent en 2013 (+ 0,7 %, après - 4,3 % en 2012). Les prix dans ces secteurs augmentent très modérément (+ 0,7 % en moyenne). Seuls ceux pratiqués par les grossistes en tabac se singularisent par leur fort dynamisme (+ 10,3 %) et amortissent la baisse des ventes en volume (- 9,6 %).

Après la forte baisse en volume de 2012 (- 14,0 %), les grossistes en sucre, chocolat et confiserie (environ 20 % des ventes de ce groupe) enregistrent un rebond de leurs ventes (+ 4,6 %). En revanche, les exportations de sucre, en baisse de 19 %, pâtissent de la faible production de 2012.

La baisse des ventes des grossistes en café, thé, cacao et épices se poursuit en 2013 en volume (- 5,6 %) et en valeur (- 7,4 %). Au sein de ce secteur, la forte hausse du prix du café torréfié se traduit par une augmentation de la valeur des échanges avec l'extérieur³².

Enfin, le recul des ventes des grossistes en produits surgelés se confirme également en 2013 en volume (- 2,7 %) et en valeur (- 2,5 %).

³¹ Agreste Conjoncture, Aviculture, mars 2014

³² Agreste Conjoncture, Lait, février 2014

³³ FranceAgriMer, Données et bilans, Les filières terrestres et aquatiques, février 2014

³⁴ Agreste, Panorama au 4 mars 2014

3 - Biens domestiques : ventes en légère baisse

En 2013, les ventes repartent légèrement à la baisse chez les grossistes en biens domestiques, que ce soit en volume (- 0,5 %) ou en valeur (- 0,6 %).

Tableau 3 : Les ventes de biens domestiques

| Évolution des ventes de marchandises | Taux de croissance en % | | | | | | | | | | Mds d'euros 2013p |
|--------------------------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|--------|-------|-------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | |
| EN VALEUR | | | | | | | | | | | |
| C.G. de biens domestiques | 1,5 | 9,3 | 5,6 | 3,3 | 1,3 | -1,8 | 2,8 | 5,1 | 0,6 | -0,6 | 142,5 |
| - produits pharmaceutiques | 2,2 | 14,2 | 7,2 | 3,8 | 2,7 | 1,2 | 3,3 | 2,8 | -0,2 | -0,3 | 58,6 |
| - autres produits (*) | 1,1 | 6,3 | 4,5 | 3,0 | 0,4 | -3,8 | 2,5 | 6,8 | 1,1 | -0,8 | 84,0 |
| EN VOLUME | | | | | | | | | | | |
| C.G. de biens domestiques | | | 7,7 | 4,0 | 2,2 | -0,6 | 3,0 | 5,9 | 1,0 | -0,5 | |
| - produits pharmaceutiques | | | 11,5 | 5,4 | 4,7 | 3,0 | 5,1 | 6,2 | 3,2 | 1,0 | |
| - autres produits (*) | | | 5,1 | 3,0 | 0,5 | -3,1 | 1,5 | 5,7 | -0,6 | -1,6 | |

Source : Insee – Comptes du commerce

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

▪ Produits pharmaceutiques

La dynamique des volumes de ventes des grossistes en produits pharmaceutiques se poursuit en 2013, malgré un ralentissement (+ 1,0 %, après + 3,2 % en 2012). Le recul des prix se prolonge également mais s'atténue (- 1,3 %, après - 3,3 %). La concurrence des médicaments génériques, qui représentent 31 % du marché pharmaceutique remboursable en valeur, grâce notamment à la mesure « tiers payant contre générique »³⁵, exerce une pression sur les prix pratiqués sur le marché intérieur. En conséquence, les ventes en valeur sont quasi stables (- 0,3 %).

Les exportations de produits pharmaceutiques poursuivent leur progression en 2013 (+ 2,5 %), sous l'impulsion des ventes de vaccins en direction des pays de l'Union Européenne. Néanmoins, ce dynamisme tient davantage de la croissance des ventes des filiales étrangères implantées en France que des ventes des groupes français. Les importations de produits pharmaceutiques diminuent pour la première fois depuis dix ans (- 3,4 %). L'excédent commercial s'améliore ainsi de 4,5 milliards d'euros³⁶.

▪ Autres biens domestiques

Chez les grossistes des autres biens domestiques, les ventes en volume diminuent légèrement (- 1,6 %, après - 0,6 %). Le ralentissement des prix en 2013 se conjugue à celui des volumes de sorte que les ventes baissent en valeur (- 0,8 %). Cette évolution cache des situations très contrastées selon les sous-secteurs.

Dans un contexte économique peu favorable, la consommation en *textile-habillement* perd globalement 1,3 % en valeur en 2013. Les articles d'habillement (- 1,2 %) résistent mieux que le textile (- 3,1 %)³⁷. En conséquence, les grossistes d'habillement et de chaussures connaissent une baisse de leurs ventes en volume (- 2,7 %), tout comme les grossistes de textile (- 0,9 %). La légère hausse des prix de gros dans ces produits ne suffit pas à compenser le recul des ventes en valeur, plus marqué dans l'habillement et la chaussure (- 1,7 %). Du côté du commerce extérieur, la faible augmentation des importations de textile-habillement dégrade légèrement le déficit commercial de ce secteur, malgré la bonne tenue des exportations dans l'habillement de luxe³⁶.

Le repli dans l'équipement du foyer, engagé en 2012 après une forte croissance en 2011, s'accroît en 2013, en particulier dans le commerce de gros de meubles, tapis et appareils d'éclairage (- 5,1 % en volume, après - 2,2 % en 2012 et + 17,9 % en 2011). La baisse dans l'électroménager est plus modérée (- 2,1 % en volume, après - 1,8 % en 2012 et + 11,2 % en 2011). Les prix sont globalement stables dans ces secteurs.

Les ventes des grossistes en horlogerie-bijouterie chutent aussi bien en volume (- 18,1 %) qu'en valeur (- 18,3 %). Les prix se stabilisent, alors même que le cours de l'or recule de 18 %. La baisse de la consommation des ménages dans ces produits est moins prononcée (- 4 % en valeur). La segmentation du

³⁵ AFIPA, Communiqué de presse du 27 janvier 2014

³⁶ Le chiffre du commerce extérieur, Année 2013

³⁷ IFM, Distribilan, décembre 2013

marché se confirme : les produits haut de gamme, dont les prix augmentent nettement, attirent une clientèle étrangère peu nombreuse, tandis que les ventes des produits d'entrée de gamme, dont les prix baissent nettement, restent dynamiques³⁸. Les exportations et les importations sont globalement en hausse dans le secteur, particulièrement en bijouterie-joaillerie (+14 % pour les exportations et +18 % pour les importations)³⁹.

À l'inverse, le commerce de gros dans la *parfumerie-produits de beauté* est en constante progression depuis 2009 en volume (+4,2 % en 2013) et en valeur (+4,5 %). Tout comme les autres produits de l'industrie du luxe, ce secteur demeure en croissance sur le marché international.

4 - Équipements de l'information et de la communication : ventes 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 2013p |
|---|-------------------------|------|------|------|------|-------|------|------|--------|-------|-------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | |
| EN VALEUR | | | | | | | | | | | |
| C.G. d'équipements de l'information et de la communication | 11,1 | 7,1 | 7,5 | 3,8 | -3,5 | -15,3 | 4,2 | 0,4 | 0,7 | -2,5 | 39,2 |
| - ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels | 17,9 | 6,4 | 5,8 | 3,7 | -1,3 | -18,5 | 4,2 | -3,9 | -2,0 | -5,4 | 23,7 |
| - composants et équipements électroniques et télécommunication | -1,8 | 8,7 | 11,2 | 4,0 | -8,0 | -8,3 | 4,2 | 9,1 | 5,5 | 2,4 | 15,5 |
| EN VOLUME | | | | | | | | | | | |
| C.G. d'équipements de l'information et de la communication | | | 13,4 | 13,2 | 4,7 | -10,3 | 8,6 | 1,3 | 2,4 | -3,6 | |
| - ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels | | | 12,0 | 15,9 | 9,6 | -12,7 | 12,2 | -3,6 | 0,7 | -9,2 | |
| - composants et équipements électroniques et télécommunication | | | 16,3 | 7,6 | -5,8 | -4,7 | 1,3 | 11,1 | 5,5 | 5,8 | |

Source : Insee – Comptes du commerce

(*) La ventilation par sous-secteur n'est pas disponible

La faible progression des ventes dans l'ensemble du secteur en 2011 et 2012 est suivie d'un repli en volume (-3,6 %) et en valeur (-2,5 %) en 2013. Ce recul est imputable aux marchés des ordinateurs, des équipements informatiques périphériques et des logiciels, dont la baisse des ventes (-9,2 % en volume) est en partie compensée par une hausse des prix (+4,2 %).

En revanche, les grossistes en composants et équipements électroniques et de télécommunication maintiennent la croissance de leurs ventes (+5,8 % en volume et +2,4 % en valeur). Le dynamisme du marché intérieur est ici porté par la démocratisation des nouvelles technologies, alors que les équipements plus traditionnels déclinent. Représentant un achat sur deux des ménages en biens techniques, le succès des produits connectés, « tablettes » et « smartphones » en tête, se confirme en effet en 2013⁴⁰.

En outre, la hausse des achats d'appareils de communication, principalement en provenance de Chine, limite la baisse des importations de produits informatiques et électroniques⁴¹.

³⁸ Ecostat, Les ventes d'horlogerie-bijouterie en France en 2013

³⁹ Ecostat, Le commerce extérieur HBJO de la France en 2013

⁴⁰ GFK, Communiqué de presse du 12 février 2014

⁴¹ Le chiffre du commerce extérieur, Année 2013

5 - Léger recul pour les autres équipements industriels

Dans ce secteur, plus des trois quarts des ventes concernent des équipements industriels liés à la production (76 %), 18 % du matériel électrique et 6 % du mobilier et de l'équipement de bureau.

Pour satisfaire les besoins en biens d'équipement des entreprises françaises, les grossistes en biens d'équipement industriel ont recours aux importations notamment en ce qui concerne les équipements de bureau et les machines pour l'industrie. Au total, les importations représentent près de 40 % des achats des grossistes du secteur. La part des exportations dans les ventes de ces mêmes grossistes est moindre, à 12,7 %.

Après la forte progression de 2011 et le ralentissement de 2012, les ventes des grossistes du secteur reculent légèrement en 2013. La hausse des prix ralentit pour la deuxième année consécutive mais permet de contenir la baisse des ventes en valeur (- 0,2 %, contre - 1,2 % en volume).

Tableau 5 : Les ventes des autres équipements industriels

| Évolution des ventes de marchandises | Taux de croissance en % | | | | | | | | | | Mds d'euros 2013p |
|--|-------------------------|------|------|------|------|-------|------|------|--------|-------|-------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | |
| EN VALEUR | | | | | | | | | | | |
| C.G. d'autres équipements industriels | 4,7 | 5,7 | -4,2 | 8,0 | 2,7 | -12,2 | 3,0 | 9,6 | 2,4 | -0,2 | 83,8 |
| - équipements de bureau (*) | 17,9 | 6,4 | 5,8 | 3,7 | -4,8 | -12,6 | 4,6 | 1,5 | 0,0 | -2,8 | 4,5 |
| - matériel électrique | -1,4 | 6,9 | 10,4 | 5,1 | 1,9 | 13,6 | 17,5 | 8,2 | -1,0 | -2,1 | 17,6 |
| - autres équipements (**) | 5,0 | 5,5 | -7,4 | 9,0 | 3,5 | -17,1 | -0,9 | 10,7 | 3,7 | 0,6 | 61,6 |
| EN VOLUME | | | | | | | | | | | |
| C.G. d'autres équipements industriels | | | -5,7 | 5,1 | 0,4 | -13,1 | 3,5 | 7,3 | 0,6 | -1,2 | |
| - équipements de bureau (*) | | | 4,7 | 2,1 | -6,8 | -11,9 | 11,4 | -1,8 | -3,7 | -5,1 | |
| - matériel électrique | | | 5,1 | 1,1 | 1,2 | 14,2 | 15,2 | 5,5 | -1,6 | -1,2 | |
| - autres équipements (**) | | | -8,4 | 6,1 | 0,8 | -18,4 | -0,2 | 8,6 | 1,6 | -0,8 | |

Source : Insee – Comptes du commerce

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

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

▪ Les équipements de bureau

Les ventes en gros des *équipements de bureau*, déjà en baisse en 2012, perdent 5,1 % en volume et 2,8 % en valeur en 2013. La conjoncture est en particulier défavorable au mobilier de bureau (- 8,6 % en volume).

▪ Le matériel électrique

Comme en 2012, les ventes en volume des grossistes *en matériel électrique* diminuent légèrement en 2013 (- 1,2 %). Contrairement à l'ensemble du secteur, les prix marquent un léger repli (- 0,9 %). Les exportations d'équipements électriques reculent, quant à elles, nettement vers l'Afrique⁴².

▪ Les autres équipements

Les ventes en volume des *autres d'équipement* suivent la tendance baissière du secteur (- 0,8 %), affectées par une forte baisse dans les machines-outils (- 10,1 % en volume et - 7,3 % en valeur). Cependant, les grossistes parviennent à conserver leurs ventes en valeur (+ 0,6 %). En retrait, les échanges extérieurs en machines industrielles et agricoles pâtissent de la dégradation des marges des entreprises, de la faiblesse des investissements européens et du ralentissement de la demande asiatique⁴⁰.

Au sein du secteur, les grossistes en matériels agricoles sont les seuls à augmenter leurs ventes à la fois en volume (+ 3 %) et en valeur (+ 5,6 %). Le marché des agroéquipements est en effet en expansion en 2013, comme en 2012. L'augmentation de la production de ces équipements profite avant tout au marché national, les exportations étant stables. Les immatriculations de tracteurs agricoles neufs restent très dynamiques (+ 11,2 %)⁴³.

Les ventes du commerce de gros de machines pour l'extraction, la construction et le génie civil diminuent en volume (- 4,8 %) et en valeur (- 3,8 %). Le nombre de logements mis en chantier perd 4,2 % par rapport à

⁴² Le chiffre du commerce extérieur, Année 2013

⁴³ AXEMA, Rapport économique 2013

2012⁴⁴. La conjoncture est plus favorable aux locaux non résidentiels, dont les mises en chantier progressent de 1,6 % en 2013⁴⁵.

6 - Le recul des prix des matières premières amplifie la baisse des ventes des combustibles

En 2013, les ventes en volume des autres commerces de gros spécialisés diminuent légèrement (- 0,7 %). La contraction est plus importante en valeur (- 2,8 %), du fait du recul des prix, hors produits pour la construction.

Le secteur est essentiellement composé de biens intermédiaires non agricoles.

Tableau 6 : Les ventes des autres commerces de gros spécialisés

| Évolution des ventes de marchandises | Taux de croissance en % | | | | | | | | | | Mds d'euros 2013p |
|--|-------------------------|------|------|------|------|-------|------|------|--------|-------|-------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | |
| EN VALEUR | | | | | | | | | | | |
| Autres C.G. spécialisés | 9,0 | 3,7 | 7,3 | 5,4 | 8,4 | -24,1 | 8,6 | 8,9 | 1,8 | -2,8 | 142,8 |
| - combustibles et produits annexes | 12,8 | 11,8 | 6,5 | 2,8 | 17,9 | -32,7 | 16,2 | 12,4 | 7,6 | -4,4 | 52,7 |
| - produits pour l'installation de l'habitat et la construction (*) | 8,0 | 4,3 | 8,5 | 6,8 | 2,5 | -13,2 | 1,0 | 4,0 | -0,8 | -1,6 | 49,5 |
| - autres produits (**) | 6,6 | -5,0 | 7,0 | 6,6 | 5,0 | -26,4 | 10,6 | 10,9 | -2,1 | -2,3 | 40,6 |
| EN VOLUME | | | | | | | | | | | |
| Autres C.G. spécialisés | | | 0,7 | 0,9 | -1,7 | -13,5 | -1,1 | -1,3 | -1,2 | -0,7 | |
| - combustibles et produits annexes | | | -3,0 | 1,3 | -3,6 | -11,3 | -5,1 | -5,9 | -0,3 | -1,1 | |
| - produits pour l'installation de l'habitat et la construction (*) | | | 4,7 | 1,0 | -0,8 | -13,1 | 0,7 | 1,6 | -1,7 | -2,2 | |
| - autres produits (**) | | | 0,4 | 0,3 | -0,6 | -16,8 | 0,8 | 0,4 | -1,8 | 1,6 | |

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 en volume des grossistes en *combustibles et produits annexes* continuent de diminuer en 2013 (- 1,1 %). Pour la première fois depuis 2009, les ventes en valeur se réduisent sous l'effet d'une baisse des prix (- 3,2 %). Le recul est toutefois moins prononcé qu'en 2009.

Sur l'ensemble de l'année 2013, la consommation d'énergie primaire réelle reste quasi stable. La consommation de produits pétroliers est en légère baisse (- 0,9 %), tandis que celle du charbon augmente de 7,6 % sous l'impulsion de l'activité des centrales électriques. La consommation de carburants est quasi stable (- 0,2 %), malgré le recul des livraisons de supercarburant (- 3 %) et de gazole depuis le deuxième trimestre 2013.

Les prix du pétrole brut importé et des produits raffinés diminuent respectivement de 5 % et de 5,8 % en moyenne en 2013⁴⁶.

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

Les ventes des grossistes en *produits pour l'installation de l'habitat et la construction* reculent en volume (- 2,2 %) et en valeur (- 1,6 %) en raison d'une baisse d'activité dans le commerce des matériaux de construction, appareils sanitaires et produits de décoration.

Les autorisations de construire, nettes des annulations, restent nettement orientées à la baisse en 2013 (- 14,3 %, après - 10,7 % en 2012). De même, le nombre de logements terminés recule globalement de 2 %, la situation étant plus favorable pour les logements collectifs (+ 2 %) que pour les logements individuels (- 6 %). Tous types de logements confondus, le délai entre l'ouverture du chantier et son achèvement est plus

⁴⁴ Commissariat général au développement durable, Chiffres & Statistiques, Construction de logement, n° 488

⁴⁵ Commissariat général au développement durable, Chiffres & Statistiques, Construction de locaux, n° 489

⁴⁶ Commissariat général au développement durable, Conjoncture énergétique décembre 2013

court en 2013 (15,6 mois, contre 16,5 mois en 2012). Enfin, la valeur des travaux d'entretien et d'amélioration des logements est quasi stable⁴⁷.

▪ Les autres produits intermédiaires

Les ventes en volume des autres grossistes en biens intermédiaires repartent à la hausse en 2013 (+ 1,6 %, contre - 1,8 % en 2012). Toutefois, la diminution des prix dans ce secteur (- 3,8 %) entraîne une baisse des ventes en valeur (- 2,3 %).

Le repli de l'activité dans le sous-secteur des minerais et métaux se poursuit en 2013 : les ventes reculent en volume (- 4,6 %), et plus encore en valeur (- 7,9 %).

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. Les clients sont des industriels pour plus des trois quarts des ventes de ces grossistes.

Les prix des produits métalliques importés et commercialisés par les grossistes sont globalement en baisse. Le prix du minerai de fer gagne 2,0 % en euros, alors que celui des métaux non ferreux perd 11,7 %. Les cours en dollars du nickel, du cuivre et du zinc poursuivent leur baisse mais à un rythme plus élevé qu'en 2012 (respectivement - 14,3 %, - 7,8 % et - 2,0 %).

7 - Ralentissement des ventes en valeur dans les centrales d'achat

Pour les intermédiaires du commerce, la croissance des ventes en volume amorcée en 2011 se poursuit (+ 1,5 %). En revanche, la progression de leurs ventes en valeur s'atténue une nouvelle fois en 2013 (+ 1,3 %, contre + 6,5 % en 2012 et + 11,1 % en 2011) du fait d'une évolution des prix moins favorable.

Tableau 7 : Les ventes de marchandises des intermédiaires du commerce

| Évolution des ventes de marchandises | Taux de croissance en % | | | | | | | | | | Mds d'euros 2013p |
|--------------------------------------|-------------------------|------|------|------|------|-------|------|------|--------|-------|-------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | |
| EN VALEUR | | | | | | | | | | | |
| Intermédiaires du commerce | 5,2 | 4,7 | 3,7 | 5,1 | 7,6 | -10,4 | 2,0 | 11,1 | 6,5 | 1,3 | 122,3 |
| dont : | | | | | | | | | | | |
| - centrales d'achats | 4,3 | 5,7 | 3,1 | 5,5 | 9,3 | -7,6 | 1,8 | 11,1 | 7,5 | 1,8 | 105,8 |
| <i>alimentaires</i> | -1,2 | -0,1 | 1,4 | 4,2 | 9,7 | -6,0 | 0,1 | 6,1 | 7,1 | 5,3 | 50,3 |
| <i>non alimentaires</i> | 11,1 | 12,0 | 4,8 | 6,8 | 9,0 | -9,1 | 3,5 | 15,7 | 7,9 | -1,2 | 55,5 |
| - autres intermédiaires du commerce | 9,1 | 0,5 | 6,4 | 3,2 | -0,2 | -23,8 | 3,3 | 11,1 | 0,7 | -1,8 | 16,5 |
| EN VOLUME | | | | | | | | | | | |
| Intermédiaires du commerce | | | -0,6 | 3,2 | -1,0 | -0,2 | -5,1 | 2,2 | 1,4 | 1,5 | |
| dont : | | | | | | | | | | | |
| - centrales d'achats | | | -1,4 | 3,8 | -0,1 | 3,3 | -5,6 | 1,9 | 2,1 | 1,9 | |
| <i>alimentaires</i> | | | -1,0 | 2,0 | 5,4 | -3,0 | -1,1 | 1,8 | 2,5 | 2,9 | |
| <i>non alimentaires</i> | | | -1,8 | 5,5 | -5,3 | 9,2 | -9,9 | 2,0 | 1,8 | 1,0 | |
| - autres intermédiaires du commerce | | | 3,0 | 0,6 | -5,5 | -17,0 | -2,1 | 4,1 | -2,9 | -1,3 | |

Source : Insee – Comptes du commerce

La croissance en volume se poursuit dans les *centrales d'achat* alimentaires (+ 2,9 %). L'augmentation des ventes en valeur reste supérieure (+ 5,3 %) grâce à des prix dynamiques.

Dans les centrales non alimentaires, il est indispensable d'isoler les centrales d'achat de carburant, dont les contraintes et les logiques de marché sont spécifiques. Ce marché est marqué en 2013 par une baisse des prix des carburants (- 3,2 %, après + 7,9 % en 2012), inédite depuis la chute de 2009. Si les ventes parviennent à se maintenir en volume (+ 0,5 %), elles reculent en valeur de 2,8 %.

A l'inverse, les prix pratiqués par les autres centrales d'achat non alimentaires sont stables et les ventes y progressent en volume (+ 2,3 %) et en valeur (+ 2,2 %).

⁴⁷ Commissariat général au développement durable, Comptes du logement 2012, Premiers Résultats 2013

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 industrielles ou de services 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, 86 % du chiffre d'affaires des entreprises du secteur des « intermédiaires du commerce » se rapportent à des centrales d'achats, et près 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.

Le secteur des *intermédiaires du commerce* 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 (essentiellement des ventes pour compte de tiers) sur lesquelles ils prennent en moyenne une marge de 4 à 10 %.

Les ventes en volume des intermédiaires autres que les centrales d'achat reculent à nouveau en 2013, bien que moins fortement qu'en 2012 (- 1,3 %, contre - 2,9 %). Les prix se maintiennent dans les sous-secteurs de l'intermédiation, sauf pour les intermédiaires en matières premières agricoles, textiles et en combustibles. Globalement, les ventes perdent 1,8 % en valeur.

8 - La clientèle intérieure du commerce de gros⁴⁸

En 2011, l'activité des grossistes (hors intermédiaires du commerce) sur le marché intérieur, est orientée principalement vers l'approvisionnement des producteurs (industrie et artisanat, pour 31 % de leur chiffre d'affaires) et du commerce de détail (26 %). La redistribution des marchandises vers les centrales d'achat (14 %) ou d'autres grossistes (12 %) 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 (matériel agricole, 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 66 % des achats directs des agriculteurs et de leurs coopératives. Outre le secteur de la construction (56 %), les grossistes spécialisés dans l'équipement pour la construction sont tributaires pour plus de 13 % des ventes aux particuliers, et également des prestataires de services (ingénierie...) et des administrations (11 %).

⁴⁸ Ce paragraphe porte sur l'année 2011 en données définitives. La source est l'Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2011 de l'INSEE

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) ainsi que dans l'équipement de l'information et de la communication : 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, ordinateurs et équipements informatiques, composants et équipements électroniques. 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, articles d'horlogerie et bijouterie.

Les officines pharmaceutiques ne pèsent que pour 42 % des ventes intérieures des grossistes en produits pharmaceutiques, dont l'autre clientèle importante est celle des centrales d'achat et autres grossistes (30 %). Les autres clients sont les services de santé publics et privés (21 %) et enfin l'approvisionnement des producteurs et des particuliers (7 %).

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 : 29 % aux autres grossistes et centrales d'achat, 22 % aux revendeurs au détail, 18 % de revente directe à l'industrie, 16 % à des prestataires de services, 12 % aux administrations et comités d'entreprises et enfin 2 % de ventes aux particuliers.

La revente directe à la clientèle des particuliers n'a une contribution significative (plus de 15 %) que chez les grossistes en café, thé, cacao et épices, les autres intermédiaires du commerce en combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques, les grossistes en bois et matériaux de construction et déchets et débris.

9 - Le poids du commerce international dans l'activité du commerce de gros en 2011

Les échanges extérieurs ont une part variable selon les secteurs du commerce de gros.

Ainsi, si les ventes à l'étranger constituent 27 % des ventes totales des grossistes en céréales, elles ne représentent que 11 % de celles des grossistes en produits pharmaceutiques. Le premier secteur est ainsi plus sensible à l'évolution de la demande étrangère. Le commerce de gros de produits agricoles bruts, d'équipements de l'information et de la communication et de biens domestiques sont les secteurs où la part des marchandises exportées est la plus élevée.

De même, l'approvisionnement à l'étranger, relativement faible pour les grossistes en boissons (12 % de leurs achats), est très important pour ceux en composants et équipements électroniques et télécommunications (62 %). Dès lors, les évolutions des taux de change n'ont pas les mêmes répercussions selon le secteur.

En revanche, dans tous les secteurs, les entreprises exportatrices et importatrices ont un poids prépondérant. Aussi, les grossistes qui exportent des produits pharmaceutiques représentent 78 % du chiffre d'affaires de leur secteur.

Tableau 8 : Part des exportations et des importations dans les ventes et poids des entreprises exportatrices et importatrices par secteur en termes de chiffre d'affaires.

En %

| Activités | Ensemble des entreprises du commerce de gros | | Poids dans le CA du secteur des entreprises | |
|--|--|---------------------|---|---------------|
| | Ventes | Achats | exportatrices | importatrices |
| | à l'exportation [A] | à l'importation [B] | | |
| CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants | 24,2 | 8,0 | 72,8 | 36,7 |
| - céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail | 26,8 | 9,0 | 76,1 | 43,1 |
| - autres produits (1) | 15,3 | 4,7 | 61,5 | 15,0 |
| CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac (a) | 16,1 | 22,5 | 66,4 | 56,4 |
| - produits frais (2) | 12,9 | 18,4 | 68,2 | 46,1 |
| - boissons (alcoolisées ou non) | 25,5 | 11,6 | 76,7 | 44,6 |
| - autres produits (3) | 15,1 | 34,8 | 59,6 | 73,4 |
| CG de biens domestiques (a) | 17,4 | 40,7 | 81,0 | 66,8 |
| - produits pharmaceutiques | 10,6 | 27,6 | 77,8 | 56,2 |
| - autres produits (4) | 22,7 | 52,5 | 83,5 | 75,1 |
| CG d'équipements de l'information et de la communication | 24,5 | 50,3 | 87,6 | 66,6 |
| - ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels | 26,1 | 43,3 | 88,4 | 61,1 |
| - composants et équipements électroniques et télécommunication | 22,1 | 61,9 | 86,3 | 74,9 |
| CG d'autres équipements industriels | 12,7 | 39,7 | 78,7 | 71,4 |
| - équipements de bureau (5) | 3,9 | 48,9 | 62,4 | 61,9 |
| - matériel électrique | 16,3 | 24,8 | 90,8 | 67,1 |
| - autres produits (6) | 12,7 | 42,6 | 77,3 | 73,4 |
| Autres commerces de gros spécialisés | 11,4 | 31,3 | 65,4 | 59,2 |
| - combustibles et produits annexes (a) | 10,7 | 32,0 | 53,6 | 49,7 |
| - produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7) | 3,9 | 20,9 | 67,1 | 64,3 |
| - autres produits (8) | 21,1 | 41,4 | 78,5 | 65,1 |
| CG non spécialisé | 21,6 | 21,9 | 83,5 | 60,0 |
| Intermédiaires du commerce | 7,6 | 15,7 | 32,3 | 45,6 |
| - centrales d'achats (b) | 0,7 | 2,1 | 23,9 | 38,9 |
| - autres intermédiaires | 35,3 | 37,9 | 68,1 | 49,8 |
| Ensemble du commerce de gros (y compris intermédiaires) | 14,7 | 28,0 | 66,1 | 57,5 |

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2011

[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, bijou

(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.

Lecture : 12,9% des ventes des grossistes en produits frais sont exportées. Les entreprises exportatrices réalisent 68,2% du chiffre d'affaires de ce secteur.

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 (au sens unités légales) du commerce de gros sont présentés en les classant 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 **2011**, définitifs, sont basés sur l'exploitation du nouveau système d'information sur la statistique d'entreprise Esane. Ceux de **2012** et **2013**, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2011 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee.

Les évolutions présentées sur l'année **2012** et **2013** 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 ne suit donc pas nécessairement celle du chiffre d'affaires.

Par ailleurs, les évolutions provisoires peuvent être revues marginalement.

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

| | | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|--|-----------|-------------|--------------|-------------|-------------|------------|-----------|
| Rapport de juin 2014 (base 2010) | en valeur | + 5,4 (r) | - 12,6 (r) | + 4,5 (r) | + 8,7 (r) | + 1,7 (sd) | - 0,2 (p) |
| | en volume | + 1,9 (r) | - 6,8 (r) | + 1,6 | + 4,1 (r) | - 0,7 (sd) | + 0,1 (p) |
| Rapport de décembre 2013 (base 2005) | en valeur | + 5,3 | - 12,8 | + 4,6 | + 9,0 (def) | + 1,8 (p) | |
| | en volume | + 1,7 | - 6,5 | + 1,6 | + 4,7 (def) | - 0,8 (p) | |
| Rapport de juin 2013 (base 2005) | en valeur | + 5,3 | - 12,8 | + 4,6 | + 8,4 (p) | + 1,8 (p) | |
| | en volume | + 1,7 | - 6,5 | + 1,6 | + 4,2 (p) | - 0,8 (p) | |
| Rapport de décembre 2012 (base 2005) | en valeur | + 5,3 | - 12,8 | + 4,6 (def) | + 8,4 (p) | | |
| | en volume | + 1,7 (r) | - 6,5 (r) | + 1,6 (def) | + 4,2 (p) | | |
| Rapport de juin 2012 (base 2005) | en valeur | + 5,3 | - 12,8 (def) | + 6,5 (sd) | + 8,6 (p) | | |
| | en volume | + 1,6 | - 6,6 (def) | + 3,5 (sd) | + 4,3 (p) | | |
| Rapports de juin et déc. 2011 (base 2005) | en valeur | + 5,3 (def) | - 11,9 (sd) | + 6,4 (p) | | | |
| | en volume | + 1,6 (def) | - 6,0 (sd) | + 3,7 (p) | | | |
| Rapports de juin et déc. 2010 (base 2000) | en valeur | + 5,0 (sd) | -11,6(p) | | | | |
| | en volume | + 1,2 (sd) | -5,4 (p) | | | | |
| Rapports juin et déc. 2009 (base 2000) | en valeur | + 5,0 (p) | | | | | |
| | en volume | + 1,2 (p) | | | | | |

(def) données devenues définitives

(r) données révisées

(sd) données semi-définitives

(p) données provisoires

n.d. : non disponible

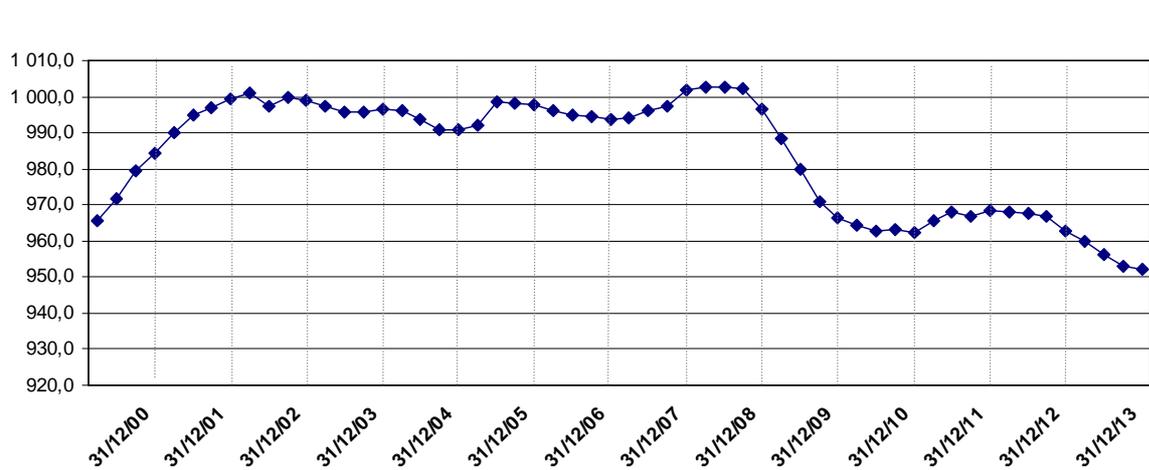
Source Insee - Comptes du commerce

10 - Baisse de l'emploi salarié dans le commerce de gros en 2013

Au 31 décembre 2013, le commerce de gros emploie 952 300 salariés, soit près du tiers (32 %) des salariés du commerce.

En glissement annuel, le nombre de salariés du commerce de gros est en repli (- 1,1 %) par rapport à 2012. Cette baisse fait suite à la baisse de 2012 (- 0,6 %) et à la hausse de 2011 (+ 0,6 %) mais aussi à trois années de fortes baisses de 2008 à 2010. Fin 2013, l'emploi du commerce de gros est revenu à un niveau proche de celui de fin 1998.

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



Source : Insee - Estimations d'emploi

Deux tiers des actifs du commerce de gros sont des hommes

Contrairement au commerce de détail, le commerce de gros est un secteur majoritairement masculin (67 % d'hommes en 2013). Il s'agit également du secteur du commerce qui emploie le moins de jeunes de 15 à 24 ans (4 %) ⁴⁹.

D'après « l'enquête emploi » de 2013, 26 % des actifs occupés du commerce de gros sont des ouvriers. Parmi eux, 25 % sont des ouvriers non qualifiés de type industriel, 33 % sont des ouvriers qualifiés de la manutention, du magasinage et du transport, et 22 % exercent la profession de chauffeur (conducteurs routiers, conducteurs livreurs, coursiers...).

Au sein du commerce de gros, 13,6 % 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 2011, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein du temps partiel) représente 61,8 % d'un temps plein dans le commerce de gros ⁵⁰, et le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel ⁵¹ équivaut à 8,8 % du volume d'emploi salarié. Si l'emploi à temps partiel était réparti sur l'ensemble des emplois salariés, chaque emploi salarié représenterait 94,8 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

⁴⁹ Cf. tableau V-2 en annexe statistique

⁵⁰ Cf. tableau V-3 en annexe statistique

⁵¹ Cf. Annexe méthodologique n° VI : Méthodes et sources sur l'emploi

11 - Les créations d'entreprises⁵² diminuent dans le commerce de gros

En 2013, le nombre de créations d'entreprises dans le commerce de gros⁵³ diminue (- 2,7 % par rapport à 2012). Cette baisse fait suite au repli marqué des créations d'entreprise de l'année 2011 (- 9,9 % par rapport à 2010) et à la baisse de 2012 (-3,6 %). Les créations d'entreprises sont en baisse dans le commerce de gros de produits agricoles bruts et d'animaux vivants, le commerce de gros de biens domestiques, les autres commerces de gros spécialisés, le commerce de gros d'autres équipements industriels et les intermédiaires du commerce de gros. Elles augmentent dans le commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et tabac, le commerce de gros non spécialisé et le commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication.

Tableau 9 : Nombre de créations de sociétés et d'entreprises individuelles et leur évolution en % entre 2010 et 2013

| SECTEURS D'ACTIVITE | Nombre de créations | | | | Evolution en % | | |
|--|---------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------|-------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2011/2010 | 2012/2011 | 2013/2012 |
| Intermédiaires du commerce de gros | 14 827 | 13 150 | 12 662 | 12 321 | -11,3 | -3,7 | -2,7 |
| CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants | 306 | 297 | 304 | 240 | -2,9 | 2,4 | -21,1 |
| CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac | 1 894 | 1 712 | 1 796 | 1 884 | -9,6 | 4,9 | 4,9 |
| CG de biens domestiques | 3 185 | 2 961 | 2 870 | 2 643 | -7,0 | -3,1 | -7,9 |
| CG d'équipements de l'info et de la communication | 670 | 625 | 631 | 639 | -6,7 | 1,0 | 1,3 |
| CG d'autres équipements industriels | 1 534 | 1 337 | 1 395 | 1 317 | -12,8 | 4,3 | -5,6 |
| Autres commerces de gros spécialisés | 2 033 | 1 866 | 1 851 | 1 729 | -8,2 | -0,8 | -6,6 |
| Commerce de gros non spécialisé | 2 870 | 2 654 | 2 198 | 2 294 | -7,5 | -17,2 | 4,4 |
| COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires) | 27 319 | 24 602 | 23 707 | 23 067 | -9,9 | -3,6 | -2,7 |

Source : Insee - Sirène (France Entière)

Les cessations de l'année 2013 ne sont pas encore suffisamment connues pour estimer le nombre d'entreprises au 1^{er} janvier 2014. Au 1^{er} janvier 2013, le commerce de gros comprend 190 700 entreprises, soit 1,8 % de plus qu'au 1^{er} janvier 2012. Les intermédiaires représentent plus du quart des entreprises du commerce de gros. Le commerce de gros non spécialisé se singularise par une hausse significative du nombre de ses entreprises (+ 4,0 % entre début 2012 et début 2013).

Tableau 10 : Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles* (milliers) au 1^{er} janvier et évolution entre début 2010 et début 2013

| SECTEURS D'ACTIVITE | Nombre d'entreprises | | | | Evolution en % | | |
|--|----------------------|--------------|--------------|--------------|----------------|------------|------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 (sd) | 2011/2010 | 2012/2011 | 2013/2012 |
| Intermédiaires du commerce de gros | 52,3 | 54,8 | 54,5 | 55,7 | 4,7 | -0,4 | 2,2 |
| CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants | 6,3 | 6,2 | 6,1 | 6,2 | -2,0 | -0,7 | 0,5 |
| CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac | 20,4 | 20,6 | 20,7 | 21,2 | 1,0 | 0,7 | 2,1 |
| CG de biens domestiques | 36,7 | 36,2 | 36,1 | 36,4 | -1,3 | -0,5 | 0,9 |
| CG d'équipements de l'info et de la communication | 9,2 | 9,1 | 9,1 | 9,2 | -1,1 | 0,1 | 0,8 |
| CG d'autres équipements industriels | 24,1 | 24,4 | 24,4 | 24,7 | 0,9 | 0,2 | 1,1 |
| Autres commerces de gros spécialisés | 19,5 | 19,9 | 20,2 | 20,6 | 2,0 | 1,3 | 1,9 |
| Commerce de gros non spécialisé | 14,9 | 15,7 | 16,3 | 16,9 | 5,2 | 3,8 | 4,0 |
| COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires) | 183,5 | 186,8 | 187,4 | 190,7 | 1,8 | 0,3 | 1,8 |

Source : Insee - Sirène (France Entière) * Les auto-entreprises non-actives ont été exclues des stocks d'entreprises au 1^{er} janvier 2010, 2011, 2012 et 2013.

⁵² Le terme d' « entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene. Pour plus de précisions, cf. l'avertissement de la page 24.

⁵³ Y compris auto-entrepreneurs

CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL

En 2013, l'activité dans le **commerce de détail** est en retrait (- 0,7 % en volume). Comme en 2012, l'activité se contracte dans les formes de vente à dominante alimentaire avec une baisse de 1,5 % en volume. La situation est un peu meilleure pour les formes de vente à dominante non alimentaire qui se maintiennent en volume (+ 0,2 %).

En termes de **part de marché**, les ventes des grandes surfaces d'alimentation générale représentent le tiers des ventes du commerce de détail (tous produits confondus). Cette part est stable depuis 2009.

En 2013, les **effectifs salariés** du commerce de détail (hors artisanat commercial) se redressent légèrement (+ 0,4 % en glissement annuel) après une année de stagnation. Ils s'élèvent à 1,69 million au 31 décembre, soit 56 % des effectifs du commerce. Le travail à temps partiel est toujours très fréquent dans le commerce de détail : il concerne le tiers du volume d'emploi salarié.

Le **nombre de créations d'entreprises** dans le commerce de détail diminue de 3,6 %, tout en restant très élevé après l'explosion enregistrée en 2009 (+ 89,4 %) liée à la mise en place du nouveau statut d'auto-entrepreneur. Le nombre de défaillances est en hausse en 2013 (+ 4,6 %), plus fortement que dans l'ensemble de l'économie (+ 1,7 %).

L'évolution des ventes est d'abord présentée par *forme de vente* (alimentation spécialisée, grandes surfaces d'alimentation générale...) ⁵⁴. Les *parts de marché* des diverses formes de vente sont ensuite commentées en distinguant les produits alimentaires et non alimentaires. L'emploi et la création d'entreprises dans le secteur du commerce de détail sont abordés en fin de chapitre.

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

| Formes de vente | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1) | -2,4 | -2,0 | -0,2 | 0,7 | 0,6 | -2,6 | -1,1 | -0,8 | 1,4 | -2,5 | -1,8 |
| Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés | 1,7 | 1,3 | -1,4 | -2,4 | 0,6 | -0,5 | 0,6 | 6,4 | -2,2 | -1,4 | -0,9 |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 1,8 | 0,6 | 0,1 | 0,5 | 2,4 | -0,5 | -0,9 | 0,5 | 1,9 | -1,2 | -1,5 |
| Commerce alimentaire en magasin | 1,1 | 0,2 | 0,0 | 0,4 | 2,0 | -0,9 | -0,8 | 0,6 | 1,5 | -1,4 | -1,5 |
| Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés | 1,2 | 5,4 | 2,7 | 0,5 | 5,0 | -0,4 | -2,4 | 1,8 | 3,2 | 1,1 | 0,3 |
| Magasins non alimentaires spécialisés dont : | 3,6 | 4,6 | 5,3 | 5,4 | 5,2 | 2,1 | -0,8 | 3,5 | 1,7 | 0,3 | 0,2 |
| carburant | 1,4 | -2,8 | 0,6 | -0,5 | -0,6 | 2,2 | -12,1 | 6,1 | -1,3 | -1,4 | -1,9 |
| pharmacie | 6,3 | 7,5 | 6,2 | 7,8 | 5,3 | 3,8 | 5,0 | 4,1 | 3,6 | 2,2 | 3,8 |
| autres | 3,1 | 4,8 | 5,6 | 5,6 | 5,9 | 1,6 | -0,9 | 3,2 | 1,4 | 0,0 | -0,5 |
| Commerce non alimentaire en magasin | 3,5 | 4,7 | 5,2 | 5,3 | 5,2 | 2,0 | -0,9 | 3,5 | 1,7 | 0,4 | 0,2 |
| Commerce hors magasin | 3,4 | 6,6 | 1,6 | 2,0 | 2,0 | -1,0 | -3,3 | -2,0 | 0,6 | 0,1 | -0,3 |
| ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL | 2,3 | 2,5 | 2,4 | 2,7 | 3,5 | 0,5 | -1,0 | 1,7 | 1,6 | -0,5 | -0,7 |

Source : Insee - Comptes du commerce

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

⁵⁴ 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 - Diminution des ventes du commerce de détail

En 2013, les ventes, toutes taxes comprises, de l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) s'élèvent à 489 milliards d'euros (tableaux 1 et 1b). Comparées à leur niveau de 2012, elles diminuent de 0,6 % en valeur.

L'activité commerciale souffre du peu de ressort de la demande intérieure : les ventes diminuent en volume pour la deuxième année consécutive (- 0,7 % après - 0,5 % en 2012), après les deux années plus dynamiques (+ 1,7 % en 2010 et + 1,6 % en 2011) qui ont suivi la crise de 2009. Depuis 2010, les secteurs non alimentaires résistent mieux que 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 2013, les ventes des secteurs du commerce alimentaire diminuent de 1,5 % en volume ; en valeur, elles ne diminuent que de 0,5 % en raison d'une légère inflation (+ 1,0 %), résultant de la progression des prix des denrées alimentaires. En 2013, les prix sont toutefois nettement moins dynamiques qu'en 2011 et 2012.

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 qui recouvrent 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 les magasins non alimentaires spécialisés (y compris pharmacie), les ventes se stabilisent à 0,2 % en volume, elles sont soutenues par le dynamisme des ventes du secteur des technologies de l'information et de la communication (+ 7,5 % en 2013). En valeur, les ventes sont en recul de 0,7 % en raison, notamment, de la diminution des prix des carburants. En effet, ces derniers accusent un repli de 2,0 % en 2013.

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 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | Valeur 2013p |
|--|------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|--------------|
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1) | 1,8 | 2,9 | 0,7 | 2,1 | 2,5 | 1,7 | -0,8 | 1,2 | 4,1 | 0,7 | 0,8 | 42,7 |
| Boulangeries-pâtisseries | 2,4 | 5,5 | 1,6 | 1,6 | 2,1 | 2,7 | 0,9 | 5,7 | 2,6 | 0,9 | 0,8 | 12,6 |
| Boucheries-charcuteries | -1,6 | 0,8 | -0,6 | -0,4 | 1,2 | 3,3 | 0,6 | -11,1 | 3,9 | 1,0 | 2,1 | 9,0 |
| Autres magasins d'alimentation spécialisée | 3,2 | 2,2 | 0,7 | 3,6 | 3,3 | 0,5 | -2,5 | 4,5 | 5,1 | 0,5 | 0,2 | 21,2 |
| Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés | 4,4 | 1,6 | -1,1 | -0,5 | 1,9 | 4,4 | -0,2 | 8,0 | 0,1 | 1,6 | 0,1 | 15,3 |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 3,8 | 1,7 | 1,2 | 2,0 | 3,1 | 3,7 | -2,8 | 2,3 | 4,8 | 1,7 | -0,9 | 181,9 |
| Ensemble commerce alimentaire en magasin | 3,5 | 1,9 | 1,0 | 1,8 | 2,9 | 3,4 | -2,3 | 2,4 | 4,4 | 1,5 | -0,5 | 240,0 |
| Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés | 1,4 | 5,3 | 2,1 | 0,5 | 5,0 | 1,1 | -1,9 | 2,6 | 5,0 | 4,1 | 1,3 | 8,3 |
| Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacie) | 3,6 | 4,7 | 5,2 | 4,8 | 4,4 | 3,1 | -3,4 | 3,8 | 2,6 | 1,1 | -0,7 | 212,3 |
| Carburants | 3,6 | 3,2 | 10,5 | 3,9 | 0,9 | 12,3 | -23,0 | 18,6 | 12,2 | 3,4 | -3,8 | 14,8 |
| Technologie de l'information et de la communication | 3,9 | 7,9 | 6,7 | 6,5 | 7,0 | 1,8 | -7,9 | -7,1 | 3,5 | -3,4 | 0,1 | 8,9 |
| Équipement du foyer | 3,9 | 5,9 | 4,5 | 5,0 | 6,3 | 2,2 | -1,1 | 1,6 | -1,7 | -0,6 | -0,8 | 48,4 |
| Culture, loisirs | 2,5 | 5,7 | 3,5 | 3,0 | 4,1 | -1,3 | -5,5 | 3,3 | 3,5 | 0,6 | -1,3 | 24,2 |
| Autres commerce de détail en magasin spécialisé | 3,8 | 3,9 | 5,2 | 5,2 | 3,9 | 3,0 | -0,1 | 4,4 | 3,1 | 1,9 | -0,2 | 116,1 |
| Habillement-chaussures | 2,7 | 0,0 | 4,6 | 5,2 | 4,4 | 0,6 | 0,6 | 4,5 | 2,1 | 2,4 | 0,8 | 35,5 |
| Autres équip. de la personne | 0,6 | 6,1 | 3,3 | 6,6 | 6,4 | 2,8 | 1,1 | 6,9 | 5,6 | 4,6 | -1,9 | 18,7 |
| Pharmacies, articles médic. et orthop | 6,1 | 6,4 | 5,0 | 4,4 | 3,1 | 2,2 | 2,9 | 2,3 | 2,0 | -0,4 | 0,1 | 41,5 |
| Autres magasins spécialisés | 3,8 | 4,1 | 7,9 | 5,8 | 2,8 | 9,0 | -8,5 | 6,7 | 5,0 | 3,4 | -0,9 | 20,4 |
| Ensemble commerce non alimentaire en magasin | 3,5 | 4,7 | 5,1 | 4,7 | 4,4 | 3,1 | -3,4 | 3,8 | 2,7 | 1,2 | -0,6 | 220,6 |
| Commerce hors magasin | 4,2 | 6,3 | 1,0 | 2,3 | 2,2 | 0,1 | -4,1 | -2,7 | 0,5 | 1,3 | -0,4 | 28,3 |
| Commerce sur éventaire ou marché | 2,3 | 0,1 | 1,6 | -0,6 | 1,9 | -0,1 | -0,9 | -12,1 | -3,1 | -0,2 | -0,2 | 6,0 |
| Ventes à distance et autres formes de commerce | 5,1 | 9,2 | 0,7 | 3,7 | 2,3 | 0,1 | -5,3 | 0,4 | 1,5 | 1,7 | -0,5 | 22,3 |
| ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL | 3,6 | 3,3 | 2,9 | 3,2 | 3,6 | 3,1 | -2,9 | 2,7 | 3,4 | 1,4 | -0,6 | 489,0 |
| dont : activités artisanales | 1,3 | 5,5 | 0,8 | 0,5 | 2,1 | 2,8 | 1,1 | -0,5 | 0,7 | 1,0 | 0,9 | 14,1 |
| dont : commerce de détail (hors pharmacies) et artisanat commercial (2) | 3,4 | 3,1 | 2,7 | 3,1 | 3,6 | 3,2 | -3,5 | 2,8 | 3,5 | 1,5 | -0,6 | 447,5 |

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries

(2) plus précisément 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 1-1 : Évolution des ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial en *volume T.T.C.* (en %)

| Formes de vente | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1) | -2,4 | -2,0 | -0,2 | 0,7 | 0,6 | -2,6 | -1,1 | -0,8 | 1,4 | -2,5 | -1,8 |
| Boulangeries-pâtisseries | -0,3 | 2,8 | 0,5 | 0,5 | 0,4 | -1,4 | 0,4 | 5,4 | 0,6 | -0,5 | -0,4 |
| Boucheries-charcuteries | -2,9 | -1,5 | -2,0 | -2,6 | -0,9 | -1,9 | -0,7 | -11,3 | 1,3 | -1,9 | -0,5 |
| Autres magasins d'alimentation spécialisée | -3,5 | -5,5 | 0,3 | 2,4 | 1,5 | -3,6 | -2,2 | 0,7 | 2,0 | -3,9 | -3,2 |
| Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés | 1,7 | 1,3 | -1,4 | -2,4 | 0,6 | -0,5 | 0,6 | 6,4 | -2,2 | -1,4 | -0,9 |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 1,9 | 0,6 | 0,1 | 0,5 | 2,4 | -0,5 | -0,9 | 0,5 | 1,9 | -1,2 | -1,5 |
| ENSEMBLE Commerce alimentaire en magasin | 1,1 | 0,2 | 0,0 | 0,4 | 2,0 | -0,9 | -0,8 | 0,6 | 1,5 | -1,4 | -1,5 |
| Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés | 1,2 | 5,4 | 2,7 | 0,5 | 5,0 | -0,4 | -2,4 | 1,8 | 3,2 | 1,1 | 0,3 |
| Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacie) | 3,6 | 4,6 | 5,3 | 5,5 | 5,2 | 2,1 | -0,8 | 3,5 | 1,7 | 0,3 | 0,2 |
| Carburants | 1,4 | -2,8 | 0,6 | -0,5 | -0,6 | 2,2 | -12,1 | 6,1 | -1,3 | -1,4 | -1,9 |
| Technologie de l'information et de la communication | 9,8 | 15,6 | 15,9 | 14,5 | 16,4 | 15,2 | 4,7 | 0,5 | 11,5 | 1,9 | 7,5 |
| Équipement du foyer | 4,0 | 6,7 | 6,0 | 6,1 | 7,6 | 2,5 | -0,2 | 2,9 | -1,1 | -1,0 | -0,4 |
| Culture, loisirs | 1,9 | 4,5 | 4,9 | 4,2 | 5,4 | -2,6 | -7,0 | 1,4 | 1,6 | -1,6 | -3,2 |
| Autres commerce de détail en magasin spécialisé | 3,8 | 4,2 | 5,2 | 5,9 | 4,3 | 2,0 | 1,8 | 4,3 | 2,5 | 1,4 | 0,9 |
| Habillage-chaussures | 3,2 | -0,1 | 4,4 | 5,1 | 3,8 | 0,0 | -0,3 | 4,0 | 1,4 | 0,2 | -0,1 |
| Autres équipements de la personne | -1,3 | 5,0 | 2,6 | 3,9 | 4,2 | 1,2 | 0,3 | 5,7 | 3,2 | 2,5 | -1,7 |
| Pharmacies, articles médic et orthop | 6,3 | 7,5 | 6,2 | 7,8 | 5,3 | 3,8 | 5,0 | 4,1 | 3,6 | 2,2 | 3,8 |
| Autres magasins spécialisés | 3,8 | 4,4 | 6,4 | 5,0 | 3,2 | 1,9 | -0,2 | 3,7 | 1,6 | 0,7 | -0,7 |
| ENSEMBLE Commerce non alimentaire en magasin | 3,5 | 4,7 | 5,2 | 5,3 | 5,2 | 2,0 | -0,9 | 3,5 | 1,7 | 0,4 | 0,2 |
| Commerce hors magasin | 3,4 | 6,6 | 1,6 | 2,0 | 2,0 | -1,0 | -3,3 | -2,0 | 0,6 | 0,1 | -0,3 |
| Commerce sur éventaire ou marché | 0,5 | 0,6 | 1,0 | -2,4 | 0,3 | -2,9 | -1,1 | -13,3 | -3,9 | -2,9 | -1,9 |
| Ventes à distance et autres formes de commerce | 4,8 | 9,5 | 1,8 | 4,0 | 2,7 | -0,2 | -4,2 | 1,8 | 1,8 | 0,9 | 0,1 |
| ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL | 2,3 | 2,5 | 2,4 | 2,7 | 3,5 | 0,5 | -1,0 | 1,7 | 1,6 | -0,5 | -0,7 |
| dont : activités artisanales | -1,3 | 2,7 | -0,3 | -0,8 | 0,3 | -1,4 | 0,4 | -0,8 | -1,3 | -0,6 | -0,4 |
| dont : commerce de détail (hors pharmacies) et artisanat à caractère commercial (2) | 2,0 | 2,1 | 2,1 | 2,3 | 3,4 | 0,1 | -1,6 | 1,5 | 1,4 | -0,8 | -1,1 |

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 - Petit commerce alimentaire : recul des ventes

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 1-2 : Évolution des ventes du petit commerce alimentaire *en valeur et en volume T.T.C.*

| Évolution des ventes | En % | | | | | | | | | | |
|--|------------|------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
| En valeur | | | | | | | | | | | |
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial | 1,8 | 2,9 | 0,7 | 2,1 | 2,5 | 1,7 | -0,8 | 1,2 | 4,1 | 0,7 | 0,8 |
| Boulangeries-pâtisseries | 2,4 | 5,5 | 1,6 | 1,6 | 2,1 | 2,7 | 0,9 | 5,7 | 2,6 | 0,9 | 0,8 |
| Boucheries-charcuteries | -1,6 | 0,8 | -0,6 | -0,4 | 1,2 | 3,3 | 0,6 | -11,1 | 3,9 | 1,0 | 2,1 |
| Autres magasins d'alimentation spécialisée | 3,2 | 2,2 | 0,7 | 3,6 | 3,3 | 0,5 | -2,5 | 4,5 | 5,1 | 0,5 | 0,2 |
| Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés | 4,4 | 1,6 | -1,1 | -0,5 | 1,9 | 4,4 | -0,2 | 8,0 | 0,1 | 1,6 | 0,1 |
| En volume | | | | | | | | | | | |
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial | -2,4 | -2,0 | -0,2 | 0,7 | 0,6 | -2,6 | -1,1 | -0,8 | 1,4 | -2,5 | -1,8 |
| Boulangeries-pâtisseries | -0,3 | 2,8 | 0,5 | 0,5 | 0,4 | -1,4 | 0,4 | 5,4 | 0,6 | -0,5 | -0,4 |
| Boucheries-charcuteries | -2,9 | -1,5 | -2,0 | -2,6 | -0,9 | -1,9 | -0,7 | -11,3 | 1,3 | -1,9 | -0,5 |
| Autres magasins d'alimentation spécialisée | -3,5 | -5,5 | 0,3 | 2,4 | 1,5 | -3,6 | -2,2 | 0,7 | 2,0 | -3,9 | -3,2 |
| Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés | 1,7 | 1,3 | -1,4 | -2,4 | 0,6 | -0,5 | 0,6 | 6,4 | -2,2 | -1,4 | -0,9 |

Source : Insee - Comptes du commerce

▪ Moindre activité pour l'alimentation spécialisée et l'artisanat commercial

En 2013, comme en 2012, l'activité est en berne dans le secteur de l'alimentation spécialisée et de l'artisanat commercial : les ventes diminuent de 1,8 % en volume, mais, augmentent très légèrement en valeur (+ 0,8 %).

Le volume des ventes en **boucheries-charcuteries** continuent de baisser mais, elles sont soutenues, en valeur, par la hausse du prix des viandes et de ses produits dérivés (+ 2,8 %). Les prix de la viande bovine piécée au détail ont progressé de 4,0 % en moyenne sur l'année. Il s'agit d'une des viandes ayant enregistré les plus importantes croissances de prix, derrière le porc et les élaborés de boucherie⁵⁴.

Dans le secteur des autres **magasins d'alimentation spécialisée**, l'activité est orientée à la baisse (- 3,2 % en volume). Les ventes de tabac se replient en volume de 9,1 % en lien avec une nouvelle hausse des prix des tabacs et allumettes (+ 6,9 %) et le développement de la cigarette électronique.

L'activité décline également dans les **commerces de poissons, crustacés et mollusques** pour la deuxième année consécutive (- 2,6 % après - 3,9 % en 2012). En 2013, des conditions météorologiques défavorables du premier et du dernier trimestre 2013 ont un impact négatif sur les sorties en mer. En conséquence, le recul de la valeur des ventes déclarées en halles à marée se poursuit¹.

Dans le **commerce de détail de fruits et légumes**, les ventes progressent de 1,4 % en volume malgré une augmentation des prix de 3,5 % en 2013 (après 5,4 % en 2012). La progression du prix et de la dépense des ménages en fruits et légumes frais a été plus forte que pour l'ensemble du rayon des produits frais traditionnels. La légère augmentation de ventes en volume concerne uniquement les légumes⁵⁴.

▪ Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés : ventes en léger recul

En 2013, les ventes des petites surfaces d'alimentation générale et des magasins de produits surgelés continuent de diminuer en volume (- 0,9 %) et se stabilisent en valeur.

Les ventes en **commerce de détail de produits surgelés** diminuent fortement en 2013 (- 3,1 % en volume) La baisse des ventes en volume, dans les **commerces d'alimentation générale et les supérettes**, déjà observée les deux années précédentes s'atténue en 2013 (respectivement - 0,4 % et - 0,8 % en volume)

¹ FranceAgrimer : Données et bilans « Les filières animales terrestres et aquatiques » Bilan 2013

1.2 - Baisse d'activité pour les grandes surfaces à prédominance alimentaire

En 2013, les ventes des grandes surfaces d'alimentation générale (hypermarchés, supermarchés, magasins multi-commerces)⁵⁴ ou GSA fléchissent pour la deuxième année consécutive. La baisse des ventes en volume s'établit à - 1,5 % en 2013.

La mévente des produits non alimentaires se poursuit en 2013 dans les supermarchés (- 2,2 %) et également dans les hypermarchés (- 3,0 % en 2013 après - 3,3 % en 2012 et - 4,2 % en 2011)⁵⁵. En période de crise économique, l'arbitrage des ménages s'effectue vers des achats de première nécessité, induisant ainsi un repli des ventes sur tout ce qui concerne l'univers de la maison ainsi que celui des loisirs, observable dans les supermarchés tout particulièrement.

La place des GSA reste néanmoins prépondérante puisqu'elles réalisent presque le tiers des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors automobile (tous produits confondus). En 2013, les ventes des hypermarchés représentent 57,3 % de l'ensemble des GSA, celles des supermarchés 41,0 % (la part des ventes des magasins multi-commerce est de 1,7 %)⁵⁶.

Tableau 1-3 : Évolution des ventes des grandes surfaces d'alimentation générale, *en valeur et en volume TTC*

| | En % | | | | | | | | | | |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|-------------|
| Évolution des ventes | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
| <i>En valeur</i> | | | | | | | | | | | |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 3,8 | 1,7 | 1,2 | 2,0 | 3,1 | 3,7 | -2,8 | 2,3 | 4,8 | 1,7 | -0,9 |
| Supermarchés | 3,3 | -1,8 | -0,8 | 0,6 | 3,5 | 5,1 | -2,0 | 1,2 | 6,4 | 1,6 | -0,8 |
| Hypermarchés | 4,3 | 4,3 | 2,8 | 2,9 | 2,8 | 2,8 | -3,3 | 3,0 | 3,9 | 1,8 | -0,9 |
| <i>En volume</i> | | | | | | | | | | | |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 1,9 | 0,6 | 0,1 | 0,5 | 2,4 | -0,5 | -0,9 | 0,5 | 1,9 | -1,2 | -1,5 |
| Supermarchés | 1,0 | -3,3 | -2,6 | -1,5 | 2,2 | -0,2 | -0,2 | -1,1 | 2,9 | -1,6 | -1,6 |
| Hypermarchés | 2,6 | 3,4 | 2,0 | 1,9 | 2,5 | -0,8 | -1,2 | 1,5 | 1,3 | -0,8 | -1,4 |

Source : Insee - Comptes du commerce

Comme en 2012, les ventes des **hypermarchés** continuent d'être orientées à la baisse. Malgré la baisse des prix des carburants (- 2,0 %), une légère augmentation des prix des produits alimentaires limite le fléchissement des ventes en valeur (-0,9 %).

La situation est assez similaire pour les **supermarchés**. Le niveau des ventes en volume diminue de 1,6 % en 2013. Comme dans les hypermarchés, les prix sont tirés à la hausse par les produits alimentaires.

1.3 - Les ventes du commerce non alimentaire non spécialisé en recul

En 2013, les ventes réalisées par le commerce non alimentaire non spécialisé sont stables par rapport à 2012 (+ 0,3 % en volume). Ce secteur comprend les grands magasins et les « autres commerces non alimentaires non spécialisés » (de type « bazar »).

⁵⁵ Enquête EMAGSA

⁵⁶ Annexe statistique : tableau II-2D « Établissements du commerce de l'alimentation générale »

Tableau 1-4 : 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 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
| En valeur | | | | | | | | | | | |
| Commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé | 1,4 | 5,3 | 2,1 | 0,5 | 5,0 | 1,1 | -1,9 | 2,6 | 5,0 | 4,1 | 1,3 |
| Grands magasins | -0,8 | 6,9 | 1,4 | 1,0 | 5,4 | -0,3 | -2,2 | 2,9 | 6,7 | 3,2 | 1,0 |
| Autres commerces non alimentaires spécialisés | 7,8 | 1,0 | 4,1 | -1,0 | 3,8 | 5,2 | -1,0 | 1,9 | 1,0 | 6,5 | 2,0 |
| En volume | | | | | | | | | | | |
| Commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé | 1,2 | 5,4 | 2,7 | 0,5 | 5,0 | -0,4 | -2,4 | 1,8 | 3,2 | 1,1 | 0,3 |
| Grands magasins | -0,8 | 7,3 | 2,2 | 1,3 | 5,8 | -2,1 | -2,7 | 1,9 | 4,6 | -0,1 | -0,1 |
| Autres commerces non alimentaires spécialisés | 6,9 | 0,5 | 4,2 | -1,6 | 2,9 | 4,5 | -1,5 | 1,4 | -0,2 | 4,3 | 1,3 |

Source : Insee - Comptes du commerce

Les **grands magasins**, surtout implantés à Paris, pâtissent eux aussi de la morosité du climat économique malgré l'affluence d'une clientèle internationale à fort pouvoir d'achat, recherchant des produits de luxe. Comme en 2012, les ventes stagnent en volume. En valeur, la croissance des ventes n'est que de 1,0 %.

Les **autres commerces non alimentaires non spécialisés** (magasins de type « bazar ») connaissent eux aussi une moindre augmentation du volume de leurs ventes en 2013 (+1,3 % après de 4,3 % en 2012). Leurs ventes progressent de 2,0 % en valeur en 2013.

1.4 - Peu ou pas de croissance pour le commerce non alimentaire spécialisé

Les ventes des secteurs du commerce non alimentaire spécialisé (y compris carburant et pharmacie) stagnent en volume pour la deuxième année consécutive (0,2 % en 2013 après 0,3 % en 2012).

Au sein du commerce non alimentaire spécialisé, les secteurs les plus dynamiques pour les ventes en volume sont ceux des technologies de l'information et de la communication. Le secteur le plus en difficulté est celui du commerce en magasin de produits culturels et de loisirs. Ce secteur est particulièrement affecté par le développement des ventes par internet.

▪ Ralentissement des ventes au détail de carburants

Le ralentissement des ventes de carburants, amorcée en 2011, se confirme en 2013 (- 1,9 % en volume). Pour la première fois depuis 2009, la baisse des ventes en volume n'est pas compensée par une hausse des prix des carburants de sorte que les ventes en valeur baissent de 3,8 %.

Tableau 1-5 : Évolution des ventes du commerce non alimentaire spécialisé, en valeur et en volume T.T.C.

| | En % | | | | | | | | | | |
|---|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|--------|-------|
| Évolution des ventes | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
| En valeur | | | | | | | | | | | |
| Magasins non alimentaires spécialisés (y c. pharmacies) | 3,6 | 4,7 | 5,2 | 4,8 | 4,4 | 3,1 | -3,4 | 3,8 | 2,6 | 1,1 | -0,7 |
| - carburant | 3,6 | 3,2 | 10,5 | 3,9 | 0,9 | 12,3 | -23,0 | 18,6 | 12,2 | 3,4 | -3,8 |
| - technologie de l'information et de la communication | 3,9 | 7,9 | 6,7 | 6,5 | 7,0 | 1,8 | -7,9 | -7,1 | 3,5 | -3,4 | 0,1 |
| - équipement du foyer | 3,9 | 5,9 | 4,5 | 5,0 | 6,3 | 2,2 | -1,1 | 1,6 | -1,7 | -0,6 | -0,8 |
| - culture et loisirs | 2,5 | 5,7 | 3,5 | 3,0 | 4,1 | -1,3 | -5,5 | 3,3 | 3,5 | 0,6 | -1,3 |
| - autres magasins spécialisés (y c.pharmacies) | 3,8 | 3,9 | 5,2 | 5,2 | 3,9 | 3,0 | -0,1 | 4,4 | 3,1 | 1,9 | -0,2 |
| En volume | | | | | | | | | | | |
| Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies) | 3,6 | 4,6 | 5,3 | 5,5 | 5,2 | 2,1 | -0,8 | 3,5 | 1,7 | 0,3 | 0,2 |
| - carburant | 1,4 | -2,8 | 0,6 | -0,5 | -0,6 | 2,2 | -12,1 | 6,1 | -1,3 | -1,4 | -1,9 |
| - technologie de l'information et de la communication | 9,8 | 15,6 | 15,9 | 14,5 | 16,4 | 15,2 | 4,7 | 0,5 | 11,5 | 1,9 | 7,5 |
| - équipement du foyer | 4,0 | 6,7 | 6,0 | 6,1 | 7,6 | 2,5 | -0,2 | 2,9 | -1,1 | -1,0 | -0,4 |
| - culture et loisirs | 1,9 | 4,5 | 4,9 | 4,2 | 5,4 | -2,6 | -7,0 | 1,4 | 1,6 | -1,6 | -3,2 |
| - autres magasins spécialisés (y c.pharmacies) | 3,8 | 4,2 | 5,2 | 5,9 | 4,3 | 2,0 | 1,8 | 4,3 | 2,5 | 1,4 | 0,9 |

Source : Insee - Comptes du commerce

- **Reprise des ventes au détail d'équipements des technologies 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.

La progression des ventes en volume est vive, elle s'élève à 7,5 % en 2013. Après un fléchissement en 2009, 2010 et en 2012, le secteur des TIC renoue en 2013 avec sa croissance moyenne des dix dernières années.

Tableau 1-6 : Évolution des ventes du commerce d'équipements de l'information et de la communication, en valeur et en volume T.T.C.

| Évolution des ventes | En % | | | | | | | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|--------|-------|--|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | |
| En valeur | | | | | | | | | | | | |
| Technologie de l'information et de la communication | 3,9 | 7,9 | 6,7 | 6,5 | 7,0 | 1,8 | -7,9 | -7,1 | 3,5 | -3,4 | 0,1 | |
| Ordinateurs, unités périphériques et logiciels | 7,4 | 10,7 | 10,0 | 7,5 | 8,0 | 1,9 | -9,7 | -7,8 | 3,9 | -1,5 | 0,6 | |
| Matériel de télécommunication | 7,4 | 10,7 | 10,0 | 7,5 | 8,0 | 5,3 | 4,7 | -2,4 | 13,1 | -2,0 | -1,5 | |
| Matériel audio et vidéo | 1,1 | 5,5 | 3,8 | 5,5 | 6,1 | 0,3 | -6,6 | -7,3 | -3,8 | -11,9 | -1,0 | |
| En volume | | | | | | | | | | | | |
| Technologie de l'information et de la communication | 9,8 | 15,6 | 15,9 | 14,5 | 16,4 | 15,2 | 4,7 | 0,5 | 11,5 | 1,9 | 7,5 | |
| Ordinateurs, unités périphériques et logiciels | 12,7 | 17,2 | 16,9 | 12,2 | 12,2 | 14,5 | 0,7 | -0,7 | 11,7 | 3,5 | 8,0 | |
| Matériel de télécommunication | 12,7 | 17,2 | 16,9 | 12,2 | 12,2 | 14,7 | 13,2 | 7,1 | 23,6 | 4,5 | 8,2 | |
| Matériel audio et vidéo | 7,5 | 14,3 | 15,1 | 16,6 | 20,3 | 17,5 | 14,1 | 1,1 | 4,1 | -6,3 | 4,3 | |

Source : Insee - Comptes du commerce

Les ventes des commerces d'**ordinateurs** accélèrent en 2013 (+ 8,0 % en volume après + 3,5 % en 2012). En 2013, l'expansion du marché des tablettes numériques se poursuit. L'offre 7 et 8 pouces continue également de se développer. Le marché des périphériques bondit en valeur. Les claviers affichent une croissance assez soutenue avec une bonne performance du segment sans-fil. Cette forte progression permet ainsi de compenser le recul des webcams et des souris. En revanche, les ventes d'ordinateurs de bureau et de PC portables diminuent⁵⁷. Ce secteur n'est pas épargné par une forte baisse des prix.

Le secteur du **matériel de télécommunication** est également très florissant avec une croissance de 8,2 % en volume en 2013. Les ventes de Smartphones entretiennent toujours le dynamisme de ce secteur. Les grandes tailles d'écran au-dessus de 5 pouces continuent de progresser à vive allure et gagnent 10 points de part de marché. La 4G, qui équipe les produits haut de gamme, se développe nettement dans les ventes en fin d'année⁴. Malgré ces bonnes performances en volume, les ventes du secteur du matériel de télécommunication diminuent de 1,5 % en valeur, en raison d'une forte baisse des prix.

Le **commerce de matériel audio et vidéo** reste le segment le moins porteur des TIC. Cependant, en 2013, les ventes de ce secteur repartent à la hausse avec une augmentation de 4,3 % en volume. Le recul du marché des téléviseurs (-1,0 % en valeur en 2013) est ralenti grâce à l'essor des grands écrans et des technologies Smart TV et 3D qui permettent de créer de la valeur et de stabiliser le prix moyen.

En hifi comme en audio/vidéo, la croissance est tirée par celle des produits connectés. Dès cette année, la hifi est le premier contributeur du sans-fil devant le matériel audio-vidéo, sous l'effet d'une augmentation des ventes de stations d'écoute et chaînes réseau. Le marché des enceintes hifi enregistre également une croissance soutenue grâce au fort déploiement des barres de son qui doublent leurs ventes par rapport à 2012. De plus, en 2013, la barre de son évolue vers une version simplifiée très prometteuse, le support sonore, destinée à combler les lacunes acoustiques du téléviseur et plus valorisée que la barre de son⁵⁸.

La vente de caméscopes et de GPS reste nettement concurrencée par celle des Smartphones.

- **Des ventes stables dans l'équipement du foyer**

Le **commerce détail d'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. Globalement, le marché est atone en 2013 (- 0,4 % en volume), mais les évolutions sont assez contrastées selon les produits.

⁵⁷ GFK « Le marché français des biens d'équipement – février 2014 »

⁴ GFK « Le marché français des biens d'équipement – février 2014 »

⁵⁸ GFK « Bilan 2013 des marchés des biens techniques en France – février 2014 »

La conjoncture a été plus favorable au commerce d'**appareils électroménagers** qu'aux autres secteurs. En effet, c'est le seul secteur dont les ventes ont nettement progressé en volume (+ 8,1 %).

En 2013, la hausse des ventes d'appareils électroménagers se confirme surtout pour le petit électroménager. Le marché de la préparation culinaire est toujours boosté par les « kitchen machines » et le segment du chauffant. Le marché du soin à la personne connaît également un regain de croissance.

Le marché du gros électroménager s'est stabilisé avec de meilleures ventes pour certaines catégories encastrables comme les tables, les fours et les micro-ondes mais un recul pour les cuisinières et surtout, les lave-linges⁵⁹.

Le prix moyen des appareils de gros électroménager est en baisse régulière depuis plusieurs années mais, la forte présence des marques, dans le petit électroménager⁶⁰ en particulier, permet un léger retour à la hausse des ventes en valeur de ce secteur (+ 2,6 %).

Tableau 1-7 : Évolution des ventes du commerce de détail des autres équipements du foyer, en *valeur et en volume T.T.C.*

| | En % | | | | | | | | | | |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| Évolution des ventes | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
| En valeur | | | | | | | | | | | |
| Équipement du foyer | 3,9 | 5,9 | 4,5 | 5,0 | 6,3 | 2,2 | -1,1 | 1,6 | -1,7 | -0,6 | -0,8 |
| Commerce de détail de textile | -3,6 | 8,8 | 2,3 | -1,2 | 2,5 | 3,4 | -2,0 | -5,2 | -3,1 | -0,1 | -3,1 |
| Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (petites surfaces) | 0,9 | 10,2 | 4,3 | 5,8 | 5,9 | 2,6 | -2,2 | 13,4 | 0,1 | -0,5 | -0,4 |
| Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (grandes surfaces) | 9,8 | 7,7 | 6,8 | 6,2 | 7,8 | 4,0 | -0,4 | -0,5 | 0,2 | 1,4 | -0,4 |
| Commerce de détail de tapis, moquette et revêtements de murs et de sols | -0,8 | 2,9 | -4,5 | -0,1 | 6,7 | -2,3 | -6,5 | -4,9 | -3,8 | -4,8 | -5,2 |
| Commerce de détail d'appareils électroménagers | 0,8 | 4,0 | 2,8 | 4,0 | 4,4 | 0,9 | 0,6 | 2,2 | -3,7 | -1,0 | 2,6 |
| Commerce de détail de meubles | 1,7 | 3,8 | 13,5 | 4,3 | 5,7 | 1,2 | -2,3 | 3,5 | -2,4 | -2,6 | -2,9 |
| Commerce de détail autres équipements du foyer | 4,9 | 5,3 | -28,5 | 9,9 | 8,7 | 1,5 | -1,8 | 0,1 | -3,6 | 0,3 | -0,2 |
| En volume | | | | | | | | | | | |
| Équipement du foyer | 4,0 | 6,7 | 6,0 | 6,1 | 7,6 | 2,5 | -0,2 | 2,9 | -1,1 | -1,0 | -0,4 |
| Commerce de détail de textile | -4,5 | 8,4 | 3,1 | -1,8 | 2,6 | 3,1 | -2,6 | -3,7 | -4,4 | -6,1 | -5,4 |
| Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (petites surfaces) | -0,6 | 9,1 | 3,4 | 4,6 | 4,3 | 1,4 | -2,8 | 14,9 | 0,9 | -0,9 | 0,1 |
| Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (grandes surfaces) | 8,8 | 7,3 | 6,6 | 5,7 | 6,8 | 1,9 | -1,9 | -0,9 | -0,6 | -0,3 | -0,8 |
| Commerce de détail de tapis, moquette et revêtements de murs et de sols | -1,6 | 2,2 | -4,3 | -0,9 | 5,1 | -4,3 | -6,4 | -4,5 | -5,0 | -10,0 | -5,8 |
| Commerce de détail d'appareils électroménagers | 5,5 | 10,5 | 11,1 | 12,2 | 14,9 | 9,3 | 9,8 | 9,6 | 2,5 | 4,1 | 8,1 |
| Commerce de détail de meubles | 1,4 | 4,0 | 14,7 | 4,8 | 6,5 | 0,3 | -2,3 | 3,9 | -2,6 | -3,2 | -3,4 |
| Commerce de détail autres équipements du foyer | 4,6 | 5,5 | -27,4 | 11,2 | 10,1 | 0,5 | -1,8 | -0,1 | -4,5 | -1,3 | -0,9 |

Source : Insee-Comptes du commerce

Dans le secteur du **bricolage** (grandes surfaces et petites quincailleries), les ventes sont stables. Ce secteur évolue sous l'influence de nouvelles pratiques comme celles de la consommation collaborative, la location ou le troc. Aussi, l'intérêt croissant des ménages pour « le faire soi-même » ne se traduit pas nécessairement par un volume d'achats grandissant.

L'activité se contracte dans le commerce de **textiles** (- 5,4 % en volume) ainsi que dans les commerces spécialisés dans les **revêtements de sols et murs** (- 5,8 %).

En 2013, le marché des **meubles est toujours en retrait**. Les ventes ont diminué de 3,4 % en volume et de 2,9 % en valeur. Comme en 2012, cette baisse s'explique par les difficultés économiques des Français et un marché immobilier en berne qui se traduit par la baisse des transactions immobilières dans l'ancien et du nombre de mise en chantiers de logements neufs. Le changement de mobilier reste principalement conditionné au déménagement⁶¹. Dans une stratégie de montée en gamme, les détaillants en meubles parient sur des assortiments de plus en plus larges, des produits exclusifs et à forte identité, du « made in France » ainsi que sur le développement durable et le sur-mesure.

- **Les ventes de biens culturels et de loisir s'effritent**

L'activité des **magasins dans le secteur culturel et récréatif** est en net repli avec des ventes en recul de 3,2 % en volume et de 1,3 % en valeur en 2013. L'activité continue à être pénalisée par les mauvaises performances des librairies et des commerces d'enregistrement musicaux et vidéos.

Depuis une dizaine d'années, les ventes des **commerces de journaux et papeterie** ont tendance à diminuer sous l'effet de la concurrence d'internet et de la presse quotidienne gratuite. La baisse des ventes atteint 6,2 % en volume et 1,4 % en valeur.

En 2013, les fermetures de points de vente de la presse se poursuivent.

⁵⁹ GFK « Le marché français des biens d'équipement – février 2014 »

⁶⁰ GIFAM « Groupement Interprofessionnel des Fabricants d'Appareils d'Équipement Ménager »

⁶¹ FNAEM « Fédération française du Négoce, de l'Ameublement et de l'Équipement de la Maison »

La situation est difficile pour le **commerce de livres en magasin spécialisé**. Les ventes de ce secteur diminuent de 5,4 % en volume alors qu'elles avaient déjà diminué de 5,2 % l'année précédente. Contrairement au réseau de la grande distribution (hyper et supermarchés), qui assure la stabilité de ses ventes de livres en concentrant ses ventes autour des « best sellers », la fermeture et le recul d'activité de dizaine de points de vente affecte les circuits des librairies de 1^{er} niveau et les grandes surfaces spécialisées culturelles⁶². Les librairies doivent toujours faire face à la concurrence croissante de la vente de livres sur internet. De son côté, le marché du livre numérique a doublé de taille en un an⁶³.

Depuis 2008, le commerce **d'enregistrement musicaux et vidéos** en magasin s'est fragilisé. En 2013, les ventes reculent de 11,4 % en volume et de 12,5 % en valeur. Les enseignes du commerce d'enregistrements musicaux et vidéos subissent les conséquences du développement du marché numérique. En 2013, les ventes en téléchargement sont stables et ne suffisent donc pas à compenser la baisse des ventes d'albums en magasins⁶⁴. En 2013, les ventes sur les plateformes de téléchargements (internet et téléphonie mobile) représentent 17 % (en valeur) du marché de détail de la musique enregistrée⁶⁵.

Sur le marché des biens culturels et de loisirs, le secteur du commerce **d'articles de sport** se stabilise (+ 0,6 % en volume et - 0,1 % en valeur) après trois années plutôt dynamiques. Pour les enseignes de sport, l'absence d'un hiver véritable a un effet négatif sur les ventes d'articles de sport⁶⁶.

Tableau 1-8 : Évolution des ventes du commerce de biens culturels et de loisir, en *valeur* TTC et en *volume*

| | En % | | | | | | | | | | |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|-------------|
| Évolution des ventes | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
| En valeur | | | | | | | | | | | |
| Culture-loisirs | 2,5 | 5,7 | 3,5 | 3,0 | 4,1 | -1,3 | -5,5 | 3,3 | 3,5 | 0,6 | -1,3 |
| Commerce de détail de livres | -3,1 | 3,8 | -0,7 | -1,1 | 1,7 | 0,2 | 0,8 | 5,7 | 2,7 | -3,0 | -3,4 |
| Commerce de détail de journaux et papeterie | -3,1 | 3,8 | -0,7 | -1,1 | 1,7 | 0,3 | -5,3 | 1,2 | 3,1 | 1,0 | -1,4 |
| Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo | 1,0 | 4,9 | 3,4 | 4,9 | 5,4 | -1,1 | -3,9 | -3,4 | -5,0 | -14,4 | -12,5 |
| Commerce de détail d'articles de sport | 9,5 | 7,5 | 7,4 | 5,9 | 5,5 | -3,3 | -7,4 | 5,2 | 4,5 | 2,3 | -0,1 |
| Commerce de jeux et jouets | 6,6 | 9,5 | 8,9 | 6,7 | 7,1 | 4,2 | 0,1 | 5,1 | 4,4 | -0,9 | -0,7 |
| En volume | | | | | | | | | | | |
| Culture-loisirs | 1,9 | 4,5 | 4,9 | 4,2 | 5,4 | -2,6 | -7,0 | 1,4 | 1,6 | -1,6 | -3,2 |
| Commerce de détail de livres | -6,8 | -2,6 | -1,8 | -1,8 | -0,1 | -1,9 | -2,9 | 3,4 | 1,5 | -5,2 | -5,4 |
| Commerce de détail de journaux et papeterie | -6,8 | -2,6 | -1,8 | -1,8 | -0,1 | -2,5 | -8,4 | -3,2 | -1,0 | -3,7 | -6,2 |
| Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo | 6,7 | 12,8 | 13,5 | 14,9 | 18,2 | 0,7 | -3,0 | -2,7 | -4,4 | -14,1 | -11,4 |
| Commerce de détail d'articles de sport | 9,7 | 7,7 | 7,4 | 5,7 | 5,4 | -3,5 | -7,5 | 5,4 | 4,0 | 2,4 | 0,6 |
| Commerce de jeux et jouets | 11,4 | 15,5 | 15,2 | 10,9 | 10,9 | 1,9 | -2,8 | 7,1 | 6,0 | -1,7 | -1,6 |

Source : Insee-Comptes du commerce

Après une année 2011 exceptionnelle, l'activité fléchit pour la deuxième année consécutive sur le marché des **jeux et jouets**. En 2013, les ventes des magasins spécialisés affichent une légère baisse en volume comme en valeur. Ces résultats ne prennent pas en compte le développement des achats réalisés en ligne auprès des pure players (dont Amazon). Les jouets technologiques et les classiques voient leur succès confirmé : tablettes, jeux de construction et de société en tête⁶⁷.

⁶² Bilan GFK : le marché du livre prépare sa mutation – mars 2014

⁶³ Bilan GFK : le marché du livre prépare sa mutation – mars 2014

⁶⁴ SNEP « Syndicat national de l'édition phonographique - février 2014 »

⁶⁵ SNEP « Syndicat National de l'Édition Phonographique – le marché de la musique enregistrée, bilan 2013, chiffre GFK Music »

⁶⁶ FPS « Fédération Professionnelle des Entreprises du Sport et des Loisirs »

⁶⁷ LSA : le magazine de la grande distribution (30 janvier 2014)

- **Entre ralentissement et stagnation pour les autres commerces de détail en magasin spécialisé**

Tableau 1-9 : Évolution des ventes des autres commerces de détail en magasin spécialisé, *en valeur et en volume T.T.C.*

| | En % | | | | | | | | | | |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|--------|-------|
| Évolution des ventes | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
| En valeur | | | | | | | | | | | |
| Habillement-chaussures | 2,7 | 0,0 | 4,6 | 5,2 | 4,4 | 0,6 | 0,6 | 4,5 | 2,1 | 2,4 | 0,8 |
| Commerce de détail d'habillement | 3,3 | -1,6 | 6,3 | 4,8 | 4,2 | 0,5 | 0,5 | 4,2 | 2,3 | 2,4 | 0,8 |
| Commerce de détail de la chaussure | 0,1 | 7,8 | -2,8 | 7,1 | 5,1 | 0,9 | 1,4 | 5,8 | 1,2 | 2,2 | 0,4 |
| Autres équipements de la personne | 0,5 | 5,8 | 3,1 | 6,3 | 6,0 | 2,7 | 1,1 | 6,9 | 5,6 | 4,6 | -1,9 |
| Commerce de détail de la maroquinerie et d'articles de voyage | -3,6 | 5,2 | 6,5 | 9,2 | 8,1 | 3,3 | 4,6 | 17,6 | 13,7 | 10,8 | -2,6 |
| Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté | -1,1 | 9,3 | 3,0 | 3,6 | 7,8 | 3,5 | 0,6 | 5,5 | 6,1 | 4,9 | 0,8 |
| Commerce de détail d'horlogerie et de bijouterie | -3,2 | -0,6 | 1,4 | 5,7 | 6,7 | 2,7 | -1,1 | 12,4 | 12,9 | 6,4 | -7,0 |
| Commerce de détail d'optique | 6,7 | 7,8 | 3,6 | 8,3 | 3,5 | 1,8 | 2,2 | 2,3 | -1,8 | 0,9 | -0,4 |
| Pharmacies et commerce articles médicaux et orthop. | 6,0 | 6,3 | 4,9 | 4,3 | 3,0 | 2,2 | 2,9 | 2,3 | 2,0 | -0,4 | 0,1 |
| Autres commerce en magasin spécialisés (1) | 3,8 | 4,1 | 7,8 | 5,7 | 2,8 | 8,9 | -8,4 | 6,7 | 5,0 | 3,4 | -0,9 |
| En volume | | | | | | | | | | | |
| Habillement-chaussures | 3,2 | -0,1 | 4,4 | 5,1 | 3,8 | 0,0 | -0,3 | 4,0 | 1,4 | 0,2 | -0,1 |
| Commerce de détail d'habillement | 3,9 | -1,5 | 6,2 | 4,7 | 3,8 | 0,0 | -0,4 | 3,9 | 1,7 | 0,2 | 0,1 |
| Commerce de détail de la chaussure | 0,3 | 7,0 | -3,5 | 7,2 | 3,9 | 0,0 | 0,3 | 4,5 | 0,0 | 0,5 | -1,4 |
| Autres équipements de la personne | -1,2 | 4,7 | 2,5 | 3,7 | 3,9 | 1,1 | 0,3 | 5,7 | 3,2 | 2,5 | -1,7 |
| Commerce de détail de la maroquinerie et d'articles de voyage | -3,2 | 5,3 | 5,7 | 8,5 | 7,1 | 2,0 | 3,7 | 16,5 | 10,3 | 7,2 | -4,2 |
| Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté | -4,4 | 7,9 | 3,3 | 2,4 | 6,9 | 1,0 | -0,8 | 5,0 | 5,2 | 3,7 | 1,0 |
| Commerce de détail d'horlogerie et de bijouterie | -4,5 | -1,6 | 0,3 | -3,3 | 0,4 | -4,0 | -6,6 | 2,6 | 0,3 | -1,9 | -8,8 |
| Commerce de détail d'optique | 5,3 | 6,5 | 2,5 | 8,5 | 2,9 | 4,8 | 5,5 | 5,3 | 1,2 | 2,9 | 1,9 |
| Pharmacies et commerce articles médicaux et orthop. | 6,2 | 7,3 | 6,0 | 7,6 | 5,2 | 3,8 | 4,9 | 4,1 | 3,6 | 2,2 | 3,8 |
| Autres commerce en magasin spécialisés (1) | 3,8 | 4,3 | 6,3 | 5,0 | 3,2 | 1,9 | -0,2 | 3,7 | 1,6 | 0,7 | -0,7 |

Source : Insee - Comptes du commerce

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

En 2013, les ventes des magasins d'habillement-chaussures se stabilisent (- 0,1 % en volume et + 0,8 % en valeur).

Dans le secteur de l'**habillement** (grandes enseignes d'habillement et boutiques indépendantes), l'activité affiche une croissance nulle (+ 0,1 % en volume et + 0,8 % en valeur). Le marché est atone. Les ventes de vêtements en ligne sur des sites internet spécialisés continuent d'avoir le vent en poupe, notamment en période de soldes.

Après une reprise en 2010, les ventes du secteur de la **chaussure** continuent de fléchir (- 1,4 % en volume) L'augmentation des prix soutient l'évolution en valeur (+ 0,4 %).

- **Repli des ventes dans les secteurs de la maroquinerie et des articles de voyage**

Les ventes des magasins consacrés aux **autres équipements de la personne** se replient en 2013 (- 1,7 % en volume et - 1,9 % en valeur), après trois années de croissance soutenue

En 2013, les ventes du commerce de détail de la **maroquinerie et des articles de voyage** accusent un recul (- 4,2 % en volume et - 2,6 % en valeur). Ce secteur bénéficiait d'un fort dynamisme au cours des dix dernières années.

Le secteur du commerce d'**horlogerie et de bijouterie** s'effondre : en 2013, les ventes continuent de diminuer en volume (- 8,8 %) mais aussi en valeur (- 7,0 %), car le cours de l'or est bien moins dynamique en 2013. Les ventes de montres et bijoux n'échappent pas à la morosité. En bijouterie comme en horlogerie, le haut de gamme connaît des évolutions en valeur moins défavorables que l'entrée de gamme. Les détaillants en bijouterie - joaillerie sont confrontés à une baisse des ventes. Ils sont concurrencés par les bijouteries fantaisies, qui sont classés dans les autres commerces de détail spécialisés, et la vente à distance. En 2013, ce canal représente 4 % du marché des bijoux précieux et 7 % des ventes de montres, selon une enquête réalisée pour les professionnels du secteur.⁶⁸

Le secteur de la **parfumerie et des produits de beauté** se maintient en 2013. Les ventes progressent de 1,0 % en volume et de 0,8 % en valeur.

⁶⁸ Comité Francéclat et Xerfi

Malgré un ralentissement, l'activité du secteur de l'**optique** continue de résister en 2013 en volume. Les ventes du commerce d'optique progressent de 1,9 % en volume et baissent de 0,4 % en valeur en 2013. Le marché continue d'être porté par les bonnes ventes des verres de correction, situés dans une gamme de prix élevés avec une montée en gammes des verres vendus : traitements anti-UV, antireflets de dernière génération qui protègent de la lumière bleue⁶⁹, lumière la plus éblouissante.

▪ **Reprise des ventes dans les pharmacies**

Après avoir ralenti en 2012, les ventes des **commerces de produits pharmaceutiques et d'articles médicaux et orthopédiques** progressent à nouveau à un rythme assez soutenu en 2013 en volume. En valeur, les ventes restent stables (+ 0,1%), du fait de la généralisation des médicaments génériques qui s'accompagne d'une baisse des prix. Le développement des grands conditionnements pour les traitements de longue durée tire également les prix à la baisse.

1.5 - Commerce hors magasin en berne

Le commerce hors magasin comprend le commerce de détail sur éventaires ou marchés, la vente à distance (par correspondance ou par internet), et aussi la vente à domicile et la vente par automate. Depuis 2009, l'activité est très ralentie pour le commerce hors magasin. En 2013, les ventes sont en repli à la fois en volume et en valeur.

Tableau 1-10 : Évolution des ventes dans le commerce hors magasin, en valeur et en volume T.T.C .

En %

| Évolution des ventes | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
|--|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|--------|-------|
| En valeur | | | | | | | | | | | |
| Commerce hors magasin | 4,2 | 6,3 | 1,0 | 2,3 | 2,2 | 0,1 | -4,1 | -2,7 | 0,5 | 1,3 | -0,4 |
| Commerce sur éventaire ou marché | 2,3 | 0,1 | 1,6 | -0,6 | 1,9 | -0,1 | -0,9 | -12,1 | -3,1 | -0,2 | -0,2 |
| Ventes à distance et autres formes de commerce | 5,1 | 9,2 | 0,7 | 3,7 | 2,3 | 0,1 | -5,3 | 0,4 | 1,5 | 1,7 | -0,5 |
| En volume | | | | | | | | | | | |
| Commerce hors magasin | 3,4 | 6,6 | 1,6 | 2,0 | 2,0 | -1,0 | -3,3 | -2,0 | 0,6 | 0,1 | -0,3 |
| Commerce sur éventaire ou marché | 0,5 | 0,6 | 1,0 | -2,4 | 0,3 | -2,9 | -1,1 | -13,3 | -3,9 | -2,9 | -1,9 |
| Ventes à distance et autres formes de commerce | 4,8 | 9,5 | 1,8 | 4,0 | 2,7 | -0,2 | -4,2 | 1,8 | 1,8 | 0,9 | 0,1 |

Source : Insee - Comptes du commerce

L'activité du **commerce sur éventaire ou marché** continue de ralentir. En 2013, les ventes de ce secteur diminuent de 1,9 % en volume alors qu'en valeur, elles restent stables, comme en 2012.

En 2013, la **vente à distance et les autres formes de commerce** stagnent à la fois en volume et en valeur. Toutefois, l'évolution des ventes est très hétérogène selon les secteurs. Les ventes à distance sur catalogue spécialisé progressent de 3,1 % en volume alors que celles sur catalogue général diminuent de 1,6 %. En valeur, les ventes varient respectivement de + 2,4 % et - 2,5 %.

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, sans l'isoler nécessairement dans leurs ventes.

En 2013, malgré la dégradation du contexte économique, les ventes sur internet continuent de progresser. Le rythme de création de sites reste toujours aussi dynamique avec 138 000 sites actifs en 2013, soit une progression de 17 % en un an. La demande est tirée par l'arrivée de nouveaux acheteurs en ligne et par l'augmentation de la fréquence d'achats⁷⁰.

Pour les autres formes de vente à distance, les résultats apparaissent mitigés (+ 0,7 % pour les ventes à domicile et - 1,0 % pour les ventes par automate, en volume).

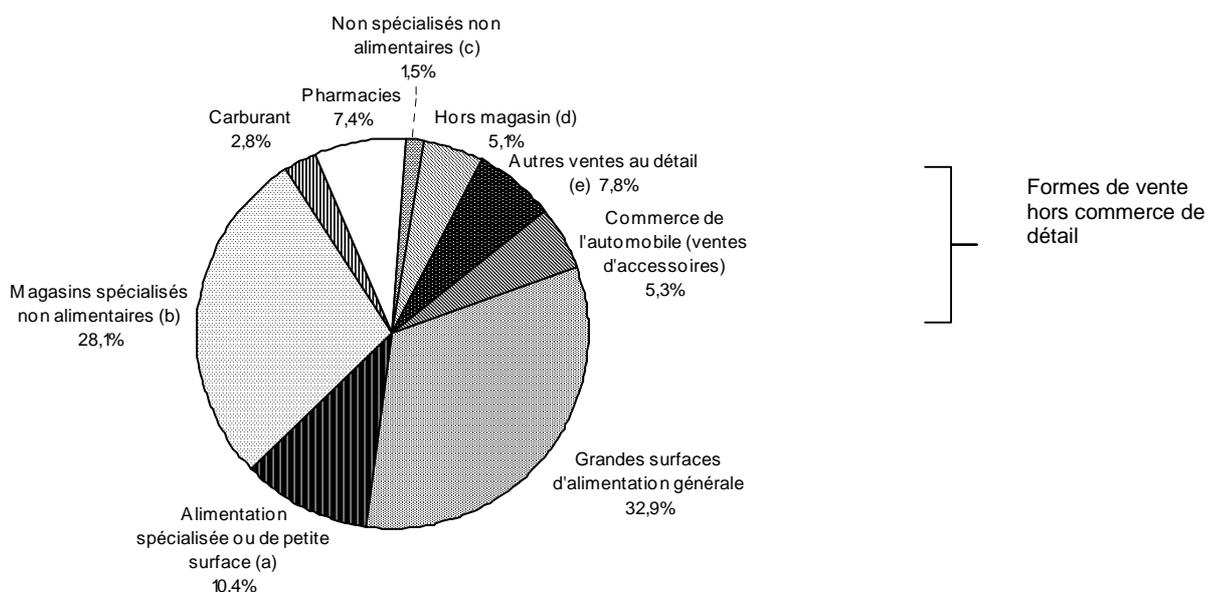
⁶⁹ GFK « Dépenses d'optique en 2013 – mars 2014 »

⁷⁰ FEVAD « Fédération e-commerce et vente à distance – bilan 2013 »

2 - Les parts de marché par forme de vente

En 2013, l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial réalise 87,6 % des ventes de produits commercialisables hors ventes d'automobiles⁷¹ (graphique 1 et tableau 2). Le secteur du commerce et de la réparation automobile représente 5,5 % de ces ventes (équipements automobiles, vente et réparation de motocycles). Les autres secteurs (grossistes, producteurs et prestataires de services) réalisent le complément (6,9 % 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, 5,6 milliards d'euros en 2013.

Graphique 1 : Parts de marché par forme de vente (en pourcentage des ventes des produits commercialisables hors véhicules automobiles) en 2013



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

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.

Méthode

La répartition des ventes des secteurs par formes de vente a été ré-estimée à l'occasion du changement de base 2010 en se fondant sur les informations de l'enquête structurelle annelle (ESA) de 2011. Selon la méthode habituelle des comptes du commerce, cette répartition est supposée stable durant une base des comptes, les parts de marchés se déformant uniquement sous l'effet de l'évolution des ventes des différents secteurs. La raison d'être de cette hypothèse est de s'affranchir des aléas statistiques qui affectent la réponse des entreprises à l'ESA d'une année sur l'autre, rendant la procédure d'estimation fragile. Cette hypothèse peut toutefois être mise en défaut s'il existe des tendances fortes sur les structures des ventes par forme de vente au sein des secteurs, en particulier si le développement des ventes en ligne conduit à réduire, pour une même entreprise, la part des ventes en magasins. A contrario, si le développement du e-commerce passe en premier lieu par celui d'entreprises spécialisées (pure-players), cette structure restera relativement stable.

Selon les données de l'ESA 2009, 2010 et 2011 la part des ventes à distance déclarée pour chaque secteur varie peu d'une année à l'autre. En revanche les ventes par internet se développent particulièrement dans le secteur de la vente à distance sur catalogue général (un peu plus de la moitié des ventes en 2009, les trois quarts en 2011 pour ce secteur).

On étudie en outre la possibilité d'isoler les ventes par internet dans les comptes du commerce. Rappelons toutefois que d'importants acteurs de la vente en ligne non résidents en France (par exemple Amazon) échappent au champ des statistiques d'entreprises, ce qui conduit à sous estimer la part des ventes réalisées par le e-commerce. En revanche, les achats auprès des entreprises non résidentes sont pris en compte dans la consommation par produits sur laquelle est calée le montant des ventes.

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

| Formes de vente * | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale | 10,3 | 10,4 | 10,4 | 10,4 | 10,4 |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 32,2 | 32,2 | 32,8 | 32,9 | 32,6 |
| Supermarchés | 13,1 | 13,0 | 13,5 | 13,5 | 13,4 |
| Hypermarchés | 18,5 | 18,6 | 18,8 | 18,9 | 18,7 |
| Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,5 |
| Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies) | 37,9 | 38,5 | 38,4 | 38,3 | 38,0 |
| Carburant | 2,6 | 2,5 | 2,7 | 2,8 | 2,7 |
| Pharmacies (1) | 7,7 | 7,6 | 7,6 | 7,4 | 7,4 |
| Autres | 27,7 | 28,4 | 28,2 | 28,1 | 27,9 |
| Commerce hors magasin | 4,9 | 5,2 | 5,1 | 5,1 | 5,1 |
| Eventaire et marché | 1,3 | 1,2 | 1,1 | 1,1 | 1,1 |
| Vente à distance | 2,7 | 3,3 | 3,2 | 3,3 | 3,2 |
| Autres formes | 0,9 | 0,7 | 0,8 | 0,8 | 0,8 |
| ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL | 86,6 | 87,6 | 88,1 | 88,2 | 87,6 |
| Ventes au détail du commerce automobile (2) | 6,4 | 5,6 | 5,5 | 5,3 | 5,5 |
| Autres ventes au détail (3) | 7,0 | 6,8 | 6,3 | 6,5 | 6,9 |
| ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL (EN %) | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC | 529,0 | 535,7 | 550,5 | 557,8 | 558,3 |

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 motos

(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 32,6 % en 2013. Elle a peu varié depuis 2011.

La part des commerces alimentaires spécialisés se maintient à 10,4 %.

La part des commerces non alimentaires spécialisés se stabilise à 38 %. Au sein de ce secteur, la part de marché des pharmacies se stabilise à 7,4 %.

Enfin, la part du commerce et réparation automobile s'élève à 5,5 % en 2013.

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

2.1 - Produits alimentaires

Les **grandes surfaces** d'alimentation générale⁷² commercialisent un peu moins de deux tiers des produits alimentaires (hors tabac) (tableau 3). En 2013, leur part de marché sur ces produits s'élève à 65,4 %, en recul de 2,5 points par rapport à 2010.

La part des **petites surfaces alimentaires** (supérettes, alimentations générales, commerces de surgelés) reste stable à 7,4 % en 2013. La part des **commerces alimentaires spécialisés**, y compris l'artisanat commercial s'élève à 18,0 % en 2013, en baisse de 0,1 point par rapport à 2010.

Les **ventes hors magasin** de produits alimentaires représentent 5,8 % des ventes totales de produits alimentaires en 2012, elles sont en augmentation de 1,0 point par rapport à 2010.

Tableau 3 : Parts de marché (en %) - Produits alimentaires (hors tabac), en valeur T.T.C.

| Formes de vente * | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial | 18,4 | 18,1 | 18,2 | 18,0 | 18,0 |
| Boulangeries-pâtisseries | 7,1 | 7,1 | 7,1 | 6,9 | 6,8 |
| Boucheries-charcuteries | 5,1 | 5,0 | 5,0 | 4,9 | 4,9 |
| Autres magasins d'alimentation spécialisée | 6,3 | 6,1 | 6,2 | 6,2 | 6,3 |
| Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés | 7,2 | 7,2 | 7,3 | 7,4 | 7,4 |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 66,6 | 67,9 | 66,7 | 65,9 | 65,4 |
| Supermarchés | 29,1 | 30,8 | 30,0 | 29,2 | 28,8 |
| Hypermarchés | 36,3 | 36,5 | 35,8 | 35,8 | 35,7 |
| Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies) | 0,8 | 0,7 | 1,0 | 1,2 | 1,2 |
| Carburant | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| Pharmacies (1) | 0,3 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 0,4 |
| Autres | 0,7 | 0,4 | 0,5 | 0,6 | 0,6 |
| Commerce hors magasin | 5,2 | 4,8 | 5,3 | 5,7 | 5,8 |
| Eventaire et marché | 2,8 | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,1 |
| Vente à distance | 1,2 | 1,4 | 1,8 | 2,2 | 2,3 |
| Autres formes | 1,2 | 1,2 | 1,4 | 1,5 | 1,5 |
| ENSEMBLE COMMERCE DE DETAIL ET ARTISANAT A CARACTERE COMMERCIAL | 98,3 | 98,9 | 98,7 | 98,4 | 98,1 |
| Ventes au détail du commerce automobile | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Autres ventes au détail (2) | 1,6 | 1,1 | 1,3 | 1,6 | 1,9 |
| ENSEMBLE DES VENTES AU DETAIL (EN %) | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| ENSEMBLE DES VENTES AU DETAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC | 168,0 | 169,8 | 174,8 | 180,7 | 184,3 |

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

⁷² 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 2013, la part de marché des **grandes surfaces d'alimentation générale** sur le marché des produits non alimentaires s'élève à 17,2 % (tableau 4), en baisse par rapport aux années précédentes.

L'ensemble du **commerce non alimentaire spécialisé** représente 57,3 % 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 41,7 %. 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).

La part de marché des **grands magasins**, en produits non alimentaires, a tendance à s'accroître légèrement : elle a augmenté de 0,2 points par rapport à 2010 pour s'établir à 2,3 % en 2013.

La part de marché de la **vente à distance**, principale composante du commerce hors magasin, pour les produits non alimentaires est en net repli puisqu'elle s'établit à 3,9 % en 2013, en diminution de 0,5 points par rapport à 2010. Cette part reste encore modérée malgré la percée des ventes sur internet.

Comme en 2012, les autres formes de ventes hors magasins (**marchés, vente à domicile et vente par automate**) représentent 0,4 % des parts de marché pour l'ensemble de ces formes de ventes pour les produits non alimentaires.

Tableau 4 : 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 * | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale | 0,9 | 1,2 | 1,0 | 0,9 | 0,8 |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 16,9 | 16,3 | 17,9 | 18,0 | 17,2 |
| Supermarchés | 5,9 | 5,0 | 6,0 | 6,3 | 6,0 |
| Hypermarchés | 10,7 | 10,8 | 11,4 | 11,4 | 10,9 |
| Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés | 1,9 | 2,1 | 2,1 | 2,2 | 2,3 |
| Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies) | 56,6 | 57,1 | 56,9 | 57,3 | 57,3 |
| Carburant | 3,8 | 3,8 | 4,1 | 4,2 | 4,1 |
| Pharmacies (1) | 11,6 | 11,6 | 11,5 | 11,4 | 11,5 |
| Autres | 41,2 | 41,7 | 41,3 | 41,6 | 41,7 |
| Commerce hors magasin | 5,0 | 5,7 | 5,3 | 5,0 | 4,9 |
| Eventaire et marché | 0,6 | 0,8 | 0,7 | 0,6 | 0,6 |
| Vente à distance | 3,6 | 4,4 | 4,1 | 4,0 | 3,9 |
| Autres formes | 0,8 | 0,5 | 0,5 | 0,4 | 0,4 |
| ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL | 81,3 | 82,5 | 83,2 | 83,4 | 82,6 |
| Ventes au détail du commerce automobile (2) | 9,8 | 8,6 | 8,6 | 8,3 | 8,7 |
| Autres ventes au détail (3) | 8,9 | 8,9 | 8,2 | 8,3 | 8,8 |
| ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL EN % | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC | 343,8 | 347,6 | 356,3 | 357,1 | 354,0 |

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 - La consommation commercialisable des ménages diminue à nouveau

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 2013, la **consommation commercialisable**, y compris le poste « vente et réparation automobile », s'élève à 538 milliards d'euros. Elle se replie de nouveau de 0,6 % en volume après une baisse de 1,4 % en 2012.

Conséquence de l'effondrement des achats de voitures neuves par les ménages depuis 2012 (- 9,7 % en volume en 2013 après - 15,1 % en 2012), le **poste « vente et réparation automobile »** continue de diminuer fortement en volume (- 6,9 % en 2013 après - 9,1 % en 2012) et en valeur (- 5,1 % en 2013 après - 6,7 % en 2012).

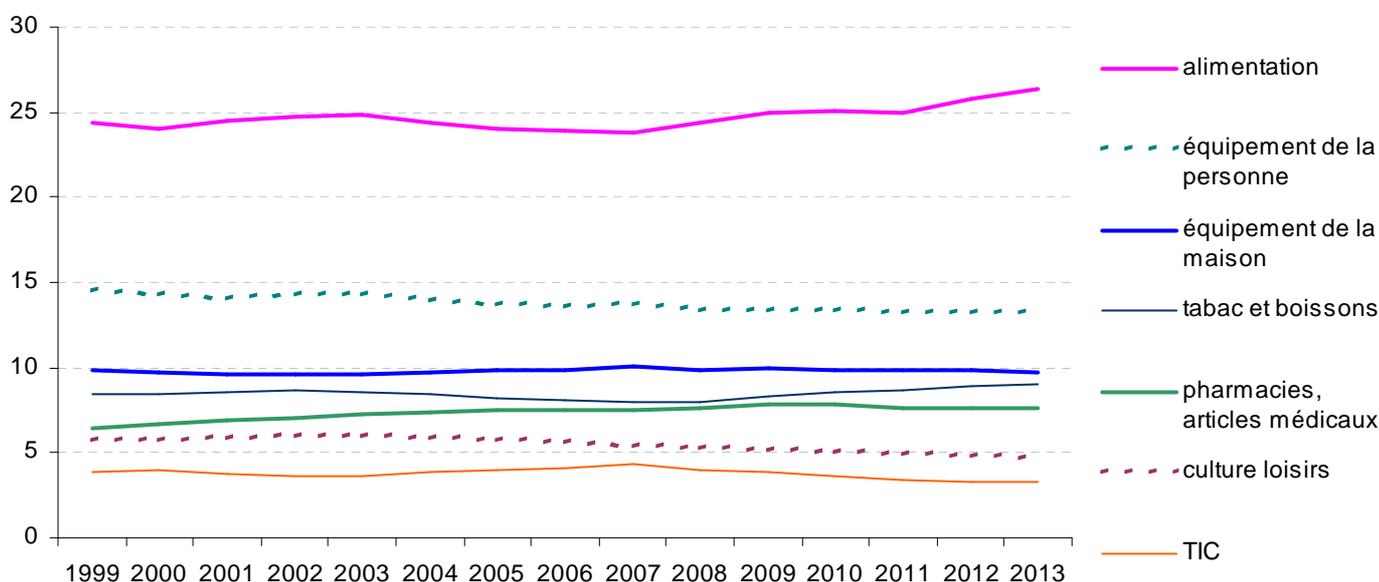
La consommation de **produits alimentaires hors tabac** est globalement stable en volume (+ 0,6 %). La consommation en fruits et légumes augmente en volume (+ 2,5 %) alors qu'elle était orientée à la baisse en 2011 et en 2012.

En 2013, la consommation de produits non alimentaires, hors achats d'automobiles est stable en volume : + 0,1 % en 2013 après - 0,9 % en 2012. Ce résultat s'explique par une augmentation de la demande en produits pharmaceutiques et un ralentissement moins marqué qu'en 2012 de la demande en habillement-chaussure et produits culturels et de loisirs.

Depuis 1999, la part de l'alimentation ainsi que celle des produits pharmaceutiques et articles médicaux a augmenté de 2 points dans la consommation commercialisable (en valeur). A l'inverse, l'équipement de la personne, les produits culturels et de loisirs et les équipements de l'information et de la communication ont tendance à décliner. Pour les biens d'équipements technologiques, la baisse en valeur traduit la forte baisse des prix de ces produits. Les achats relatifs à l'équipement de la maison sont remarquablement stables et représentent 10 % de la consommation commercialisable des ménages sur toute la période.

La part de la consommation commercialisable des ménages dans la consommation finale effective des ménages est de 35,9 %, et recule de 0,6 points en 2013. Au cours des quinze dernières années, la part de consommation commercialisable a décliné dans la consommation effective des ménages, elle atteignait 40,3 % en 1999.

Graphique 2 : Poids des postes de consommation dans la consommation commercialisable



Source : Insee comptes nationaux

Certains postes (par exemple les achats de carburants) ne sont pas représentés

Encadré 1 : Passage de la consommation commercialisable des ménages au chiffre d'affaires du commerce de détail et du commerce et réparation automobile en 2013 (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 | Total commerce de détail et artisanat | Commerce et réparation automobile | Ventes au détail des autres secteurs (2) | Total des ventes au détail (y.c. commerce automobile) | Correction (3) | Consommation commercialisable des ménages |
| ACTIVITÉS | | | | | | | | | | | |
| Ventes au détail de marchandises (hors auto) | | | | | | | | | | | |
| Produits alimentaires | 55,2 | 120,9 | 0,3 | 9,4 | 10,9 | 196,7 | 0,0 | 7,7 | 204,4 | 13,8 | 190,6 |
| Produits non alimentaires | 2,2 | 37,0 | 8,0 | 187,2 | 17,3 | 251,8 | 0,3 | 28,0 | 280,0 | 43,1 | 236,9 |
| Produits liés à l'automobile | 0,6 | 24,1 | 0,0 | 15,7 | 0,1 | 40,5 | 30,4 | 3,0 | 73,9 | 10,6 | 63,3 |
| Total des ventes au détail (hors auto) | 58,1 | 181,9 | 8,3 | 212,3 | 28,3 | 488,9 | 30,7 | 38,7 | 558,3 | 67,5 | 490,8 |
| Vente et réparation automobile | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 72,4 | 3,0 | 75,4 | 28,2 | 47,2 |
| Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile en secteur d'établissement | 58,1 | 181,9 | 8,3 | 212,3 | 28,3 | 489,0 | 103,1 | 41,7 | 633,8 | 95,7 | 538,0 |
| Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile en secteur d'entreprise (4)=(6)+(5) | 53,6 | 186,8 | 9,3 | 228,3 | 26,6 | 504,5 | 111,2 | | | | |
| Valorisation des commissions en ventes - ventes ne relevant pas du commerce de détail (5) | 5,6 | -16,7 | -0,6 | -2,5 | -2,0 | -16,2 | -71,8 | | | | |
| Chiffre d'affaires en secteur d'entreprise (6) | 48,0 | 203,5 | 9,9 | 230,8 | 28,5 | 520,8 | 183,0 | | | | |

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) Ventes au détail et vente et réparation auto = chiffre d'affaires + commissions transformées en ventes - ventes ne relevant pas du commerce de détail (commerce de gros, ventes de services, ventes de biens)

(5) Commissions perçues par les commerçants transformées en ventes - ventes ne relevant pas du commerce de détail (gros, services)

(6) Chiffre d'affaires 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

Lecture :

a) Le **chiffre d'affaires total du commerce de détail et de l'artisanat** en secteur d'entreprise (colonne f), s'élève à 520,8 milliards d'euros. Le montant des *ventes au détail et de ventes et réparation automobile en secteur d'entreprise* est de 504,5 milliards d'euros. Pour obtenir les ventes, il a fallu ajouter au chiffre d'affaires la valorisation des ventes de produits sur lesquelles les professionnels du commerce ne perçoivent que des commissions et déduire les ventes qui ne relèvent pas du commerce de détail (commerce de gros, ventes de services, ventes de biens). Une seconde phase consiste à transformer les ventes en secteur d'entreprise en ventes en secteur d'établissement à l'aide d'une matrice de passage entreprise/établissement qui ventile le chiffre d'affaires des entreprises par formes de vente.

b) Pour passer à la consommation commercialisable, il a fallu ajouter aux 489,0 milliards d'euros de *ventes au détail et de ventes et réparations automobile* des secteurs du commerce de détail et de l'artisanat les 103,1 milliards des *ventes et réparations du secteur du commerce et réparation automobile* et les 41,7 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 633,8 milliards d'euros.

c) L'ensemble de la **consommation commercialisable**, de 538,0 milliards d'euros, s'obtient en retranchant à la totalité des 633,8 milliards d'euros de *ventes au détail réalisées par l'ensemble des secteurs de l'économie*, 95,7 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 2012 et 2013 sont **provisoires** (p). Elles sont issues de la version provisoire ou semi-définitive 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 de 2011 sont **définitives**. Elles se fondent sur 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 leur réponse à l'enquête structurelle annuelle (ESA).

Évolution des ventes au détail des secteurs du commerce de détail et artisanat à caractère commercial :

| | | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
|---|-----------|-------|-------------|------------|-----------|
| Rapport de juin 2014 (base 2010) | en valeur | + 2,7 | + 3,4 (def) | +1,4 (sd) | - 0,6 (p) |
| | en volume | + 1,7 | + 1,6 (def) | - 0,5 (sd) | - 0,7 (p) |

| | | | | |
|--|-----------|-------------|-------------|-----------|
| Rapport de décembre 2013 (base 2005) | en valeur | + 2,8 | + 2,9 (def) | + 2,0 (p) |
| | en volume | + 1,7 | + 1,0 (def) | + 0,1 (p) |
| Rapport de juin 2013 (base 2005) | en valeur | + 2,8 | + 3,2 (p) | + 2,0 (p) |
| | en volume | + 1,7 | + 1,2 (p) | + 0,1 (p) |
| Rapport de déc.2012 (base 2005) | en valeur | + 2,8 (def) | + 3,1 (p) | |
| | en volume | + 1,7 (def) | + 1,9 (p) | |
| Rapport de juin 2012 (base 2005) | en valeur | + 2,4 (r) | + 3,1 (p) | |
| | en volume | + 1,4 (p) | + 1,3 (p) | |
| Rapports de juin et déc. 2011 (base 2005) | en valeur | + 2,6 (p) | | |
| | en volume | + 1,6 (p) | | |

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

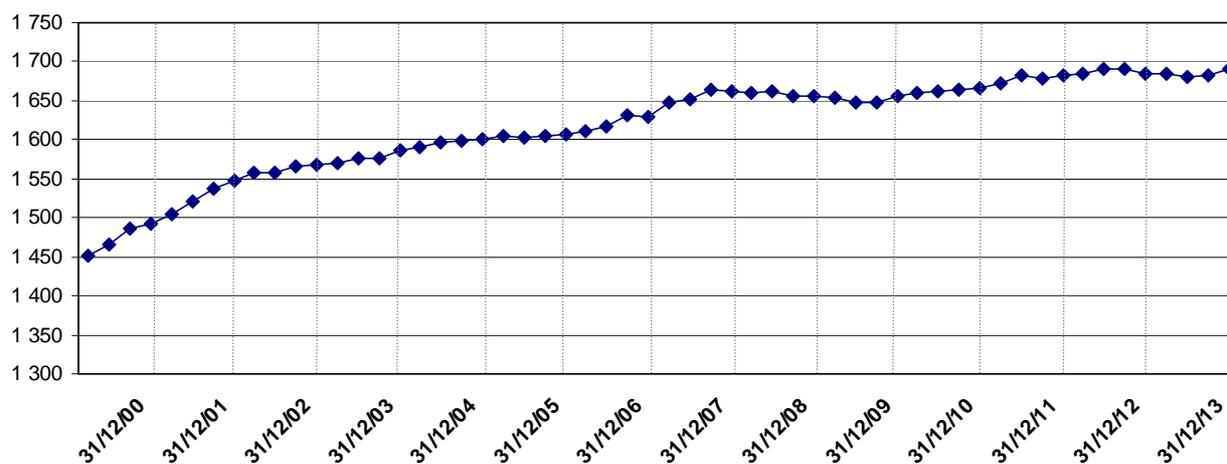
4 - Légère hausse des effectifs salariés dans le commerce de détail

Au 31 décembre 2013, le commerce de détail (hors artisanat commercial) emploie 1 690 400 salariés, soit plus de la moitié (56 %) des effectifs salariés du commerce. 48 % des actifs occupés du commerce de détail sont des employés, 42 % sont des artisans, commerçants et chefs d'entreprise et 10 % sont des ouvriers.

4.1 - En 2013, l'emploi salarié augmente légèrement en glissement annuel

Le commerce de détail (hors artisanat commercial) comprend 5 900 salariés de plus fin 2013 qu'un an plus tôt. L'emploi salarié augmente donc légèrement en 2013 (+ 0,4 %), alors qu'il était quasiment stable en 2012 (+ 0,1 %), après avoir retrouvé son rythme de croissance en 2011 (+ 1,0 %) et en 2010 (+ 0,6 %).

Graphique 3 : Évolution de l'emploi salarié trimestriel dans le commerce de détail hors artisanat commercial (en milliers)



Source : Insee - Estimations d'emploi

4.2 - Un secteur jeune et féminisé, et une part élevée de temps partiel

Le commerce de détail et l'artisanat commercial sont des secteurs particulièrement jeunes (en 2013, respectivement 13,8 % et 23,7 % des actifs occupés de ces secteurs ont moins de 25 ans). Le commerce de détail est également très féminisé (60,1 % de femmes). Près de la moitié des actifs occupés du commerce de détail sont des employés, proportion élevée par rapport à l'ensemble de l'économie (28,4 %)⁷³.

L'emploi à temps partiel est environ trois fois plus répandu dans le commerce de détail (35,9 % de l'emploi en 2011) que dans le commerce de gros et le commerce et la réparation automobile où il représente respectivement 13,6 % et 10,7 % de l'emploi total. En conséquence, en 2011, le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel⁷⁴ représente 27,1 % du volume d'emploi salarié dans le commerce de détail, contre seulement 8,8 % dans le commerce de gros et 6,2 % dans le commerce et la réparation automobile.

En 2011, 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 détail⁷⁵. Si l'emploi à temps partiel était réparti uniformément sur l'ensemble des emplois salariés, chaque emploi salarié représenterait 88,0 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

L'emploi salarié à temps partiel concerne essentiellement les femmes : elles sont 44,0 % à travailler à temps partiel dans le commerce de détail, contre seulement 21,9 % des hommes. En particulier, dans les grandes surfaces à prédominance alimentaire 54,7 % des femmes travaillent à temps partiel, tandis que 25,2 % des hommes sont dans ce cas.

⁷³ Cf. tableau V-2 en annexe

⁷⁴ Cf. annexe méthodologique n° VI : Méthodes et sources sur l'emploi

⁷⁵ Cf. tableau V-3 en annexe

4.3 - 22 % des actifs du commerce de détail travaillent le dimanche en 2013⁷⁶

En 2013, 21 % des actifs tous secteurs confondus travaillent le dimanche occasionnellement ou habituellement. Ils sont 22 % dans le commerce de détail. Les plus concernés par le travail dominical sont les vendeurs de pain, pâtisserie et confiserie ainsi que ceux du commerce de tabac : plus des trois quarts d'entre eux travaillent le dimanche. Plus de 60 % des vendeurs du commerce de détail de journaux et papeterie ainsi que des vendeurs du commerce de détail de fleurs travaillent le dimanche. Les vendeurs de produits sur éventaies et marchés sont également très concernés : près de trois cinquièmes 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, il est le plus fréquent dans la cokéfaction et le raffinage (52 %), l'agriculture (51 %) et dans l'hébergement et la restauration (51 %). Il est aussi fréquent dans le domaine de l'administration publique, enseignement, santé humaine et action sociale (29 %).

D'autre part, 39 % des actifs tous secteurs confondus travaillent le samedi occasionnellement ou habituellement en 2013. Parmi les employés du commerce de détail, ce taux s'élève à 80 % en 2013. En effet, le samedi est le jour de la semaine où le commerce de détail effectue la part la plus importante de son chiffre d'affaires.

4.4 - Hausse du taux de sous-emploi et du temps partiel subi entre 2012 et 2013 dans le commerce de détail

En 2013, le taux de sous-emploi⁷⁷ a augmenté de 2 points après avoir diminué d'un point en 2012 et en 2011. Cette hausse concerne les hommes (+ 1 point) comme les femmes (+ 2 points). Parmi les personnes travaillant à temps partiel dans le commerce de détail, la part de temps partiel subi⁷⁸ augmente fortement (+ 6 points en 2013), après avoir diminué en 2011 et en 2012. Cette hausse touche les hommes (+ 8 points) et les femmes (+ 5 points). Elle touche particulièrement les artisans, commerçants et chefs d'entreprise, cadres et professions intermédiaires (+ 10 points). Seuls les ouvriers ont une part de temps partiel subi en baisse (- 12 points).

En 2013, la précarité⁷⁹ est en baisse d'un point par rapport à 2012. Elle touche 11 % des actifs occupés du commerce de détail. Toutes catégories socioprofessionnelles confondues, elle concerne 12 % des femmes (12 % en 2012) et 9 % des hommes (10 % en 2012).

Tableau 5 : Précarité de l'emploi dans le commerce de détail en 2011, 2012 et 2013

| | Part des emplois précaires (en %) | | | | | | | | |
|-----------------|--------------------------------------|--------|----------|--------|--------|----------|--------|--------|----------|
| | 2011 | | | 2012 | | | 2013 | | |
| | Hommes | Femmes | Ensemble | Hommes | Femmes | Ensemble | Hommes | Femmes | Ensemble |
| Employés | 22 | 17 | 18 | 18 | 17 | 17 | 16 | 16 | 16 |
| Ouvriers | 18 | 12 | 17 | 17 | 14 | 16 | 13 | 16 | 14 |
| Autres * | 5 | 4 | 5 | 4 | 6 | 5 | 3 | 6 | 5 |
| Ensemble | 12 | 12 | 12 | 10 | 12 | 12 | 9 | 12 | 11 |

Source : Insee - Enquêtes emploi de 2011, 2012 et 2013

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

⁷⁶ Les parts des salariés travaillant le dimanche ou le samedi sont inférieures à celles des rapports précédents car, dans l'enquête emploi de 2013, l'information est obtenue de façon objective et quantifiée alors que, dans les enquêtes emploi précédentes, elle était obtenue de manière déclarative et subjective. Ainsi, l'information de 2013 est bien plus précise.

⁷⁷ 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.

⁷⁸ 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.

⁷⁹ Les emplois précaires sont des emplois salariés dont la durée est soit limitée (contrats de durée déterminée, stages, emplois aidés comme les contrats emploi d'avenir, les contrats initiative emploi), soit incertaine (intérim).

Tableau 6 : Sous-emploi dans le commerce de détail en 2011, 2012 et 2013

| | Taux de sous-emploi (en %) | | | | | | | | |
|-----------------|-------------------------------|--------|----------|--------|--------|----------|--------|--------|----------|
| | 2011 | | | 2012 | | | 2013 | | |
| | Hommes | Femmes | Ensemble | Hommes | Femmes | Ensemble | Hommes | Femmes | Ensemble |
| Employés | 9 | 14 | 13 | 6 | 15 | 13 | 7 | 17 | 15 |
| Ouvriers | 5 | 19 | 8 | 4 | 12 | 6 | 2 | 11 | 5 |
| Autres * | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 6 | 6 |
| Ensemble | 5 | 11 | 9 | 4 | 11 | 8 | 5 | 13 | 10 |

Source : Insee - Enquêtes emploi de 2011, 2012 et 2013

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

Tableau 7 : Part de temps partiel subi dans le commerce de détail en 2011, 2012 et 2013

| | Part de temps partiel subi (en %) | | | | | | | | |
|-----------------|--------------------------------------|--------|----------|--------|--------|----------|--------|--------|----------|
| | 2011 | | | 2012 | | | 2013 | | |
| | Hommes | Femmes | Ensemble | Hommes | Femmes | Ensemble | Hommes | Femmes | Ensemble |
| Employés | 45 | 36 | 37 | 36 | 37 | 37 | 49 | 41 | 42 |
| Ouvriers | 51 | 43 | 46 | 55 | 37 | 44 | 32 | 31 | 32 |
| Autres * | 34 | 27 | 29 | 29 | 20 | 22 | 41 | 29 | 32 |
| Ensemble | 42 | 34 | 36 | 36 | 33 | 33 | 44 | 38 | 39 |

Source : Insee - Enquêtes emploi de 2011, 2012 et 2013

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

5 - Les créations d'entreprises du commerce de détail diminuent mais restent à un niveau élevé

Au 1^{er} janvier 2013, le commerce de détail représente 62 % des entreprises (sociétés non financières et entreprises individuelles) commerciales. C'est dans ce secteur qu'on recense le plus de créations d'entreprises commerciales (64 % des créations dans les secteurs commerciaux en 2013). Les créations d'entreprises dans le commerce de détail diminuent (- 3,6 %) en 2013, tout comme en 2012 (-5,3 %), en 2011 (- 13,0 %) et en 2010 (- 3,0 %) mais le nombre de créations reste très élevé après l'explosion enregistrée en 2009 (+ 89,4 %) causée par la mise en place du nouveau statut d'auto-entrepreneur.

Tableau 8 : Nombre de créations de sociétés et d'entreprises individuelles et leur évolution en % entre 2010 et 2013

| SECTEURS D'ACTIVITE | Nombre de créations | | | | Evolution en % | | |
|---|---------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------|-------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2011/2010 | 2012/2011 | 2013/2012 |
| Commerce de détail en magasin non spécialisé | 4 001 | 3 925 | 3 790 | 4 135 | -1,9 | -3,4 | 9,1 |
| CD alimentaire en magasin spécialisé | 4 907 | 4 538 | 4 325 | 4 449 | -7,5 | -4,7 | 2,9 |
| CD non alimentaire en magasins spécialisés | 25 822 | 23 475 | 22 189 | 22 818 | -9,1 | -5,5 | 2,8 |
| <i>CD de carburants en magasin spécialisé</i> | 132 | 121 | 122 | 99 | -8,3 | 0,8 | -18,9 |
| <i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i> | 1 569 | 1 255 | 1 121 | 1 195 | -20,0 | -10,7 | 6,6 |
| <i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i> | 4 005 | 3 514 | 3 228 | 3 190 | -12,3 | -8,1 | -1,2 |
| <i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i> | 2 172 | 1 930 | 1 763 | 1 659 | -11,1 | -8,7 | -5,9 |
| <i>Autres commerces de détail en mag spé</i> | 17 944 | 16 655 | 15 955 | 16 675 | -7,2 | -4,2 | 4,5 |
| Commerce de détail sur éventaires et marchés | 29 165 | 24 621 | 23 461 | 21 808 | -15,6 | -4,7 | -7,0 |
| Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés | 24 749 | 20 578 | 19 291 | 17 188 | -16,9 | -6,3 | -10,9 |
| COMMERCE DE DETAIL | 88 644 | 77 137 | 73 056 | 70 398 | -13,0 | -5,3 | -3,6 |

Source : Insee - Sirène (France Entière)

On ne connaît pas encore suffisamment les cessations d'entreprises de l'année 2013 pour estimer leur nombre au 1^{er} janvier 2014. Entre début 2012 et début 2013, le stock d'entreprises du commerce de détail (hors artisanat commercial) a augmenté de 2,9 %, après une hausse en 2011 (+ 0,7 %), 2010 (+ 2,5 %) et une forte hausse en 2009 (+ 7,4 % entre le 1^{er} janvier 2009 et le 1^{er} janvier 2010) liée à la création du régime d'auto-entrepreneur.

Tableau 9 : Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles* en milliers au 1^{er} janvier et leur évolution en % entre début 2010 et début 2013

| SECTEURS D'ACTIVITE | Nombre d'entreprises | | | | Evolution en % | | |
|---|----------------------|--------------|--------------|--------------|----------------|------------|------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 (sd) | 2011/2010 | 2012/2011 | 2013/2012 |
| Commerce de détail en magasin non spécialisé | 34,2 | 35,0 | 37,3 | 38,3 | 2,4 | 6,6 | 2,5 |
| CD alimentaire en magasin spécialisé | 46,5 | 47,2 | 47,4 | 48,2 | 1,3 | 0,6 | 1,6 |
| CD non alimentaire en magasins spécialisés | 234,8 | 236,3 | 236,3 | 238,9 | 0,6 | 0,0 | 1,1 |
| <i>CD de carburants en magasin spécialisé</i> | 4,2 | 4,0 | 4,0 | 3,9 | -4,5 | -1,9 | -0,5 |
| <i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag</i> | 8,0 | 8,3 | 8,4 | 8,8 | 4,2 | 1,3 | 4,1 |
| <i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i> | 39,7 | 39,3 | 38,8 | 38,6 | -1,0 | -1,2 | -0,5 |
| <i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i> | 27,6 | 27,3 | 26,8 | 26,6 | -1,2 | -1,7 | -0,9 |
| <i>Autres commerces de détail en mag spé</i> | 155,3 | 157,4 | 158,2 | 161,0 | 1,3 | 0,6 | 1,7 |
| Commerce de détail sur éventaires et marchés | 97,7 | 98,3 | 96,4 | 99,5 | 0,6 | -2,0 | 3,2 |
| Commerce de détail hors magasin, éventaires ou mar | 28,3 | 36,0 | 38,4 | 44,1 | 27,4 | 6,8 | 14,9 |
| COMMERCE DE DETAIL | 441,5 | 452,8 | 455,8 | 469,0 | 2,5 | 0,7 | 2,9 |

Source : Insee - Sirène (France Entière)

* Les auto-entreprises non-actives ont été exclues des stocks d'entreprises au 1^{er} janvier 2010, 2011, 2012 et 2013.

CHAPITRE III : LE « GRAND COMMERCE » NON ALIMENTAIRE SPÉCIALISÉ

Avertissement :

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 vente⁸⁰). Les évolutions ne sont donc pas parfaitement comparables.

Définition :

Le grand commerce non alimentaire spécialisé est défini⁸¹ comme l'ensemble des entreprises⁸² 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 m² et plus de surface de vente.

En 2013, l'activité du grand commerce non alimentaire spécialisé ralentit. Avec un chiffre d'affaires de 69,5 milliards d'euros hors taxe en 2013, le grand commerce représente un peu plus de la moitié de l'activité du commerce non alimentaire en magasin spécialisé.

1 – Le grand commerce non alimentaire spécialisé ralentit fortement

En 2013, le grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé continue de croître mais à un rythme plus modéré que les années précédentes. Ce ralentissement s'observe aussi bien en valeur (+ 0,9 % en 2013 contre + 3,7 % en 2012) qu'en volume (+ 2 % en 2013 contre + 3,3 % en 2012).

Comparées à celles de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé en 2013 (+ 0,8 % en volume et - 0,3 % en valeur), les évolutions du grand commerce sont plus dynamiques. En 2013, la part du grand commerce s'élève à 50,9 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé.

⁸⁰ Une même entreprise peut posséder plusieurs magasins (établissements) ayant des formes de vente différentes, par exemple superette et supermarché. Le secteur d'établissement correspond à la forme de vente alors que le secteur d'entreprise est déterminé par la forme de vente la plus importante.

⁸¹ Définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998

⁸² Le terme d' « entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene. Pour plus de précisions, cf. l'avertissement de la page 24.

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

| Secteurs | 2010 | 2011 | 2012p | 2013p | mds d'euros 2013p |
|---|------------|------------|------------|------------|----------------------|
| En valeur | | | | | |
| TIC | -3,3 | -2,5 | -1,0 | 2,3 | 4,5 |
| Équipement du foyer | 4,6 | 2,3 | 3,9 | 1,6 | 29,1 |
| Culture et loisirs | 2,6 | 2,7 | 3,4 | -2,0 | 7,5 |
| Habillement-Chaussures | 4,0 | 4,7 | 3,9 | 1,7 | 19,3 |
| Équipement de la personne | 8,8 | 8,8 | 6,0 | -1,3 | 6,6 |
| Autres (4776Z et 4778C) | 2,9 | 5,3 | 3,3 | -1,6 | 2,6 |
| Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé | 3,9 | 3,4 | 3,7 | 0,9 | 69,5 |
| En volume | | | | | |
| TIC | 6 | 8,3 | 5,9 | 12,4 | |
| Équipement du foyer | 4,4 | 1,6 | 2,8 | 1,4 | |
| Culture et loisirs | 2,4 | 1,9 | 2,6 | -2,1 | |
| Habillement-Chaussures | 3,6 | 4,7 | 1,4 | 0,9 | |
| Équipement de la personne | 5,9 | 4,6 | 2,6 | -2,2 | |
| Autres (4776Z et 4778C) | 12,1 | 15,5 | 11,2 | 7,7 | |
| Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé | 4,8 | 4,2 | 3,3 | 2,0 | |

*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 en %

| Secteurs | 2010 | 2011 | 2012p | 2013p | Mds d'euros 2013p |
|---|------------|------------|------------|-------------|----------------------|
| En valeur | | | | | |
| TIC | -7,1 | 4,1 | -2,5 | 0,3 | 7,5 |
| Équipement du foyer | 2,7 | -1,7 | -0,4 | -0,3 | 47,7 |
| Culture et loisirs | 5,2 | 3,6 | 0,7 | -0,8 | 16,7 |
| Habillement-Chaussures | 5,6 | 2,1 | 2,7 | 1,1 | 34,1 |
| Équipement de la personne | 8,4 | 6,1 | 5,0 | -1,7 | 16,9 |
| Autres (4776Z et 4778C) | 5,0 | 3,0 | 0,4 | -2,3 | 13,6 |
| Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé | 3,9 | 1,5 | 1,1 | -0,3 | 136,5 |
| En volume | | | | | |
| TIC | 1,6 | 15,8 | 4,3 | 10,3 | |
| Équipement du foyer | 2,5 | -2,5 | -1,5 | -0,5 | |
| Culture et loisirs | 5,0 | 2,8 | -0,1 | -0,8 | |
| Habillement-Chaussures | 5,2 | 2,1 | 0,2 | 0,3 | |
| Équipement de la personne | 5,5 | 2,0 | 1,6 | -2,5 | |
| Autres (4776Z et 4778C) | 14,3 | 13,0 | 8,1 | 7,0 | |
| Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé | 4,9 | 2,3 | 0,7 | 0,7 | |

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

Source : Insee - *Esane Comptes du Commerce*

▪ Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

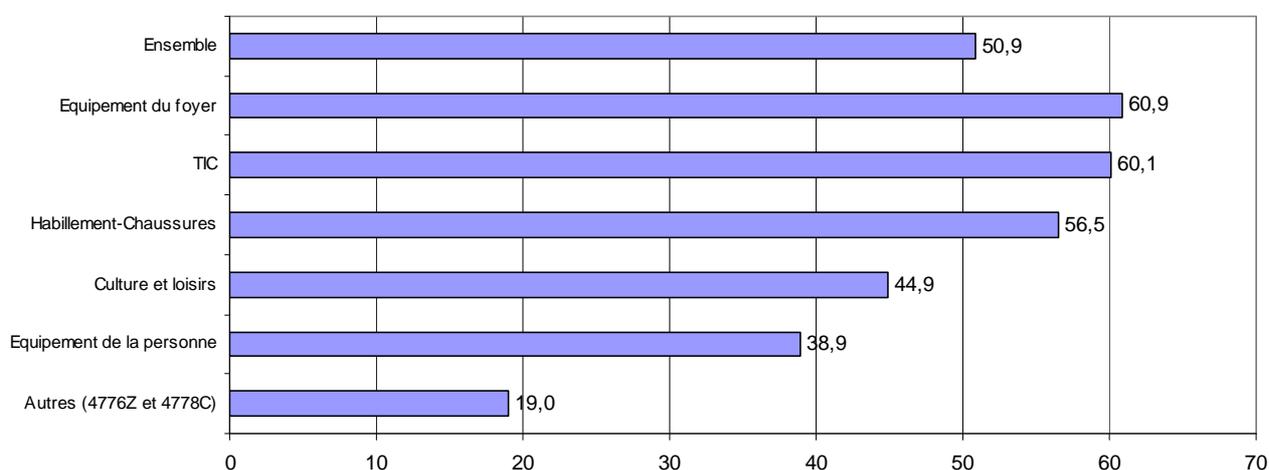
Le grand commerce du secteur des TIC regroupe les magasins spécialisés dans la vente d'ordinateurs, d'équipements périphériques, d'équipements de télécommunication et de produits électroniques grand public tels que la Fnac et Micromania.

Dans le secteur des TIC, le grand commerce enregistre une croissance du chiffre d'affaires en volume de 12,4 %. Cette forte croissance en volume est notamment liée à une chute des prix sur le marché de l'électronique grand public. En valeur la hausse est plus modérée (+ 2,3 %). Dans l'ensemble du commerce, le secteur des TIC augmente également mais faiblement (+ 0,3 % en valeur).

L'année 2013 est marquée par le développement des produits connectés. Représentant un achat sur deux de biens techniques en 2013, ces produits (parmi lesquels figurent les montres connectées nouvellement apparues sur le marché) se démocratisent. Les tablettes et smartphones ont été les produits star de la consommation hi-tech cette année⁸³.

Avec 60,1 % du chiffre d'affaires en 2013, le secteur des TIC est l'un des secteurs où le grand commerce a le poids le plus important dans l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé.

Graphique 1 : Part du chiffre d'affaires HT du grand commerce dans l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé en 2013



Source : Insee - Esane Comptes du Commerce

▪ Équipement du foyer

Le grand commerce de l'équipement du foyer continue à croître en volume mais à un rythme ralenti (+ 1,4 % en 2013 contre + 2,8 % en 2012). L'équipement du foyer dans son ensemble affiche un repli en volume de 0,3 %. Le grand commerce spécialisé dans l'équipement du foyer est représenté essentiellement par les grandes surfaces de bricolage (Leroy Merlin, Castorama), d'ameublement (Conforama, Ikea) et d'appareils électroménagers (Darty, Boulanger). Le marché du meuble souffre à la fois de la faiblesse du marché de l'immobilier (baisse des transactions et du nombre de mises en chantier). En outre, le manque de ressort du pouvoir d'achat n'est pas favorable à l'achat de biens durables⁸⁴.

Les entreprises du grand commerce de l'équipement du foyer réalisent 60,8 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur.

⁸³ GFK : « Bilan 2013 des marchés de bien technique en France »

⁸⁴ Revue LSA : le magazine de la grande distribution (revue du 06/02/2014)

▪ Culture-loisirs

Ce secteur regroupe les magasins de sport, les librairies-papeteries-journaux, les magasins de jeux et jouets et les magasins spécialisés dans les enregistrements musicaux et vidéos. Le chiffre d'affaires du grand commerce du secteur est en baisse (- 2,1 % en volume et - 2 % en valeur) en 2013 tandis que dans l'ensemble de ce secteur la dégradation est moindre (- 0,8 %). Les distributeurs de biens culturels connaissent des difficultés depuis quelques années liés à la chute des ventes de biens culturels (Livres, jeux vidéo, DVD et musique) en magasin. En 2013, un des principaux détaillants du commerce d'enregistrements musicaux et vidéos en magasin spécialisé, Virgin Megastore⁸⁵, disparaît du paysage commercial.

La part du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 44,9 % de l'ensemble du secteur.

▪ Habillement-chaussure

Parmi les entreprises du grand commerce spécialisé dans l'habillement-chaussure, on trouve par exemple, Kiabi Europe, Zara France, Camaïeu... Le chiffre d'affaires du grand commerce dans l'habillement-chaussure continue de croître en 2013 (+ 1,7 % en valeur soit 0,9 % en volume) mais à un rythme inférieur aux années précédentes (+ 3,9 % en 2012 en valeur et + 4,7 % en 2011).

Les grandes enseignes de l'habillement-chaussure réalisent en 2013, 56,5 % du chiffre d'affaires du secteur. Cette évolution est plus favorable que celle de l'ensemble du commerce spécialisé de ces produits.

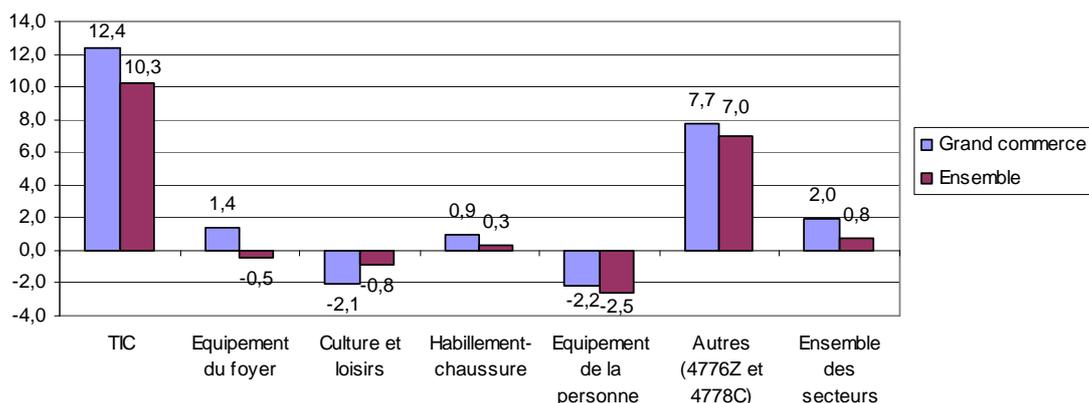
▪ Autres équipements de la personne

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) baisse en volume (- 2,2 %) et aussi en valeur (- 1,3 %) qu'après plusieurs années de hausse. Cette baisse concerne également les détaillants du secteur n'appartenant pas au grand commerce. Le marché de l'horlogerie-bijouterie a été pénalisé par la chute des ventes pour les produits moyen ou bas de gamme (montre inférieure à 750 euros, bijoux en or à moins de 1 000 euros). Le luxe résiste mieux.⁸⁶

L'activité du commerce en maroquinerie et articles de voyage est aussi en baisse. Alors qu'il connaissait une croissance vigoureuse ces dernières années, le secteur est touché notamment par une contraction de la demande des touristes étrangers.

Le poids du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 35,3 % de l'ensemble du secteur.

Graphique 2 : Évolution du chiffre d'affaires *en volume HT* en 2013 dans le grand commerce et dans l'ensemble des secteurs concernés (en%)



Source : Insee - Esane Comptes du Commerce

⁸⁵ Revue LSA : le magazine de la grande distribution (revue du 30/01/2014)

⁸⁶ Comité Francéclat/Ecostat : Comité professionnel du développement de l'horlogerie, de la Bijouterie de la joaillerie, de l'orfèvrerie et des arts de la table

2 - Une définition élargie du grand commerce ?

Deux secteurs qui n'appartiennent pas au grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé, tel qu'il a été défini précédemment, sont présentés ici en adoptant une définition élargie du grand commerce :

- le commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés (479), dans lequel le e-commerce (commerce électronique) occupe une place de plus en plus grande, en prenant comme seul critère d'appartenance au grand commerce le fait d'employer 50 salariés ou plus.
- les grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé (4719A et 4719B) en étendant dans ce cas le grand commerce aux magasins non spécialisés sans changer les critères de nombre de salariés, nombre de magasins ou surface utilisée.

2.1 - Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés⁸⁷

Le commerce de détail hors magasins, éventaires ou marchés regroupe la vente à distance, par démarcheurs et par distributeurs automatiques. La vente à distance est constituée du commerce de détail par correspondance et par internet.

En 2013, la croissance du chiffre d'affaires en volume du grand commerce spécialisé dans le commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés est en baisse (- 1,8 % en volume) contrairement aux années précédentes (+ 2,7 % en volume en 2012).

Cette baisse s'explique par les difficultés rencontrées par les leaders du commerce par correspondance que la croissance du commerce par internet ne compense pas totalement.

Pour l'ensemble des commerces de ce type, la baisse en 2013 est peu marquée en volume (- 0,2 %) et conduit à une évolution étale en valeur (+ 0,1 %).

Tableau 3 : Évolution du chiffre d'affaires *HT en valeur et en volume* en 2012 du grand commerce dans le commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés.

| Hors magasins, éventaires ou marchés | En % | | |
|--------------------------------------|------|-------|-------|
| | 2011 | 2012P | 2013p |
| En valeur | | | |
| Grand commerce (50 salariés ou plus) | 2,0 | 4,2 | -1,5 |
| Ensemble | 2,2 | 2,4 | 0,1 |
| En volume | | | |
| Grand commerce (50 salariés ou plus) | 1,4 | 2,7 | -1,8 |
| Ensemble | 1,6 | 1,0 | -0,2 |

Source : Insee - Esane Comptes du Commerce

⁸⁷ Ce secteur regroupe l'ensemble des entreprises dont l'activité principale est la vente à distance. Ne sont pas comptabilisées les entreprises ayant une autre activité principale et un site de vente en ligne à titre d'activité secondaire.

2.2 - 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 aux magasins non spécialisés. 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 2012 du grand commerce des grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé.

| Grands magasins et autres commerce de détail en magasin non spécialisé | En % | | |
|--|------|-------|-------|
| | 2011 | 2012p | 2013p |
| En valeur | | | |
| Grand commerce | 6,0 | 2,8 | 0,8 |
| Ensemble | 4,9 | 4,7 | 1,7 |
| En volume | | | |
| Grand commerce | 5,2 | 1,1 | 0,0 |
| Ensemble | 4,1 | 3,0 | 0,9 |

Source : Insee - Esane Comptes du Commerce

Les ventes en volume du grand commerce des grands magasins stagnent en 2013 après une hausse de 1,1 % en 2012.

Les grands magasins de type Galeries Lafayette ou Printemps ont été moins portés que ces dernières années par la clientèle internationale à fort pouvoir d'achat à la recherche de produits de luxe.

Ces grands magasins se voient de plus en plus concurrencés pour cette clientèle touristique par le développement des boutiques au sein même des aéroports («duty free» et «travel retail»)⁸⁸.

L'ensemble du secteur est légèrement en hausse en volume (+ 0,9 % en 2013) mais ralentit également (+ 3 % en 2012).

⁸⁸ Revue LSA : le magazine de la grande distribution (revue du 13/02/2014)

3 - L'emploi dans le grand commerce en 2011

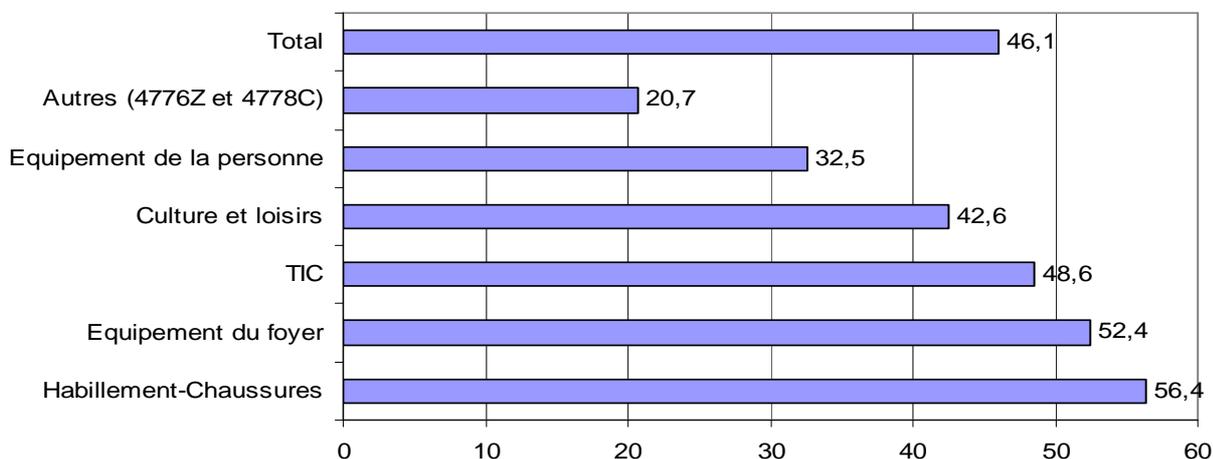
Au 31 décembre 2011, 308 800 personnes travaillent dans le grand commerce tel que défini par la commission des comptes commerciaux de la Nation, ce qui représente 46,1 % de l'ensemble des salariés des secteurs du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé. Comme le chiffre d'affaires du grand commerce s'élève en 2011 à la moitié du chiffre d'affaires de l'ensemble, la productivité relative du travail mesurée ici par le rapport entre la part du chiffre d'affaire réalisé et la proportion des salariés est donc un peu plus élevée dans le grand commerce que dans les autres établissements des secteurs concernés⁸⁹.

Le secteur de l'habillement-chaussures est celui où la part de salariés dans le grand commerce est la plus élevée (56,4 %) avec 105 400 personnes. La productivité relative du travail y est de 1 en 2011. Pour le secteur de l'équipement du foyer, les grandes enseignes emploient plus de la moitié des salariés du secteur (52,4 %) pour une productivité relative de 1,1.

Le secteur des TIC emploie 13 500 personnes dans le grand commerce ce qui représente 48,6 % des effectifs du secteur. Moins de la moitié des salariés travaillent dans le grand commerce dans les secteurs de la culture et des loisirs et le secteur de l'équipement de la personne (respectivement 42,6 % et 32,5 %).

Enfin le secteur « autres » (4776Z et 4778C) est celui où la part des salariés travaillant dans le grand commerce est la plus faible avec 20,7 % ce qui correspond à 15 900 personnes.

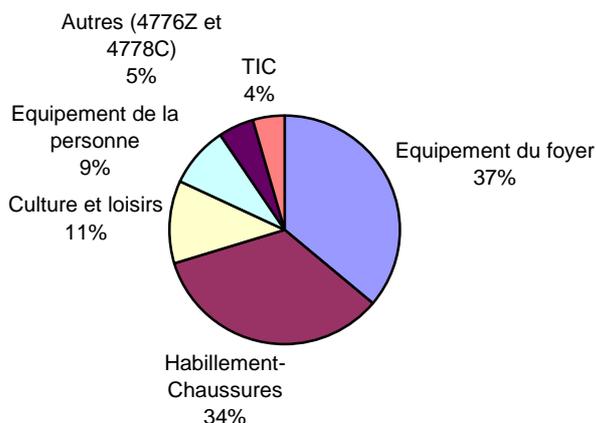
Graphique 3 : Part des salariés* des secteurs du commerce non alimentaire spécialisé travaillant dans le grand commerce en 2011



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2011)

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

Graphique 4 : Répartition des salariés du grand commerce selon le secteur d'activité au 31/12/2011



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2011)

⁸⁹ Lorsque ce rapport est supérieur à 1, la productivité des entreprises du grand commerce est supérieure à celle de l'ensemble des entreprises du secteur.

CHAPITRE IV : L'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL

1 - La structure de l'équipement commercial du commerce de détail : 94 % des entreprises⁹⁰ 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 2011. 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 m² restent très majoritaires (respectivement 91 % et 89 % du parc). Les magasins de plus de 2 500 m² sont pour l'essentiel des hypermarchés ou des magasins d'équipement du foyer.

En 2011, 96 % des entreprises du **commerce de détail à prédominance alimentaire** ne comptent qu'un seul magasin. Ces entreprises réalisent plus de la moitié du chiffre d'affaires du secteur (55 %). Même si les entreprises possédant dix magasins ou plus sont très peu nombreuses (0,2 %), elles génèrent 39 % du chiffre d'affaires du secteur. 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 52 % du chiffre d'affaires du secteur. À l'opposé, les grandes entreprises succursalistes possédant au moins dix magasins, peu nombreuses (1 %), réalisent 46 % 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 0,7 % des entreprises) réalisent 55 % du chiffre d'affaires et celles qui possèdent un ou deux magasins (c'est-à-dire 94 % des entreprises) réalisent 35 % du chiffre d'affaires du secteur. Dans le domaine des biens culturels et de loisirs, les entreprises possédant 10 magasins ou plus sont peu nombreuses (0,2 % des entreprises) mais génèrent à elles seules près de la moitié du chiffre d'affaires du secteur (44 %). Dans le commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication, les entreprises qui possèdent un seul magasin (c'est à dire 92 % des entreprises) réalisent 42% du chiffre d'affaires du secteur. Enfin, dans le commerce de détail des autres équipements de la personne, la part des entreprises ayant un ou deux magasins s'élève à 96 % pour une part de chiffre d'affaires de 52 %.

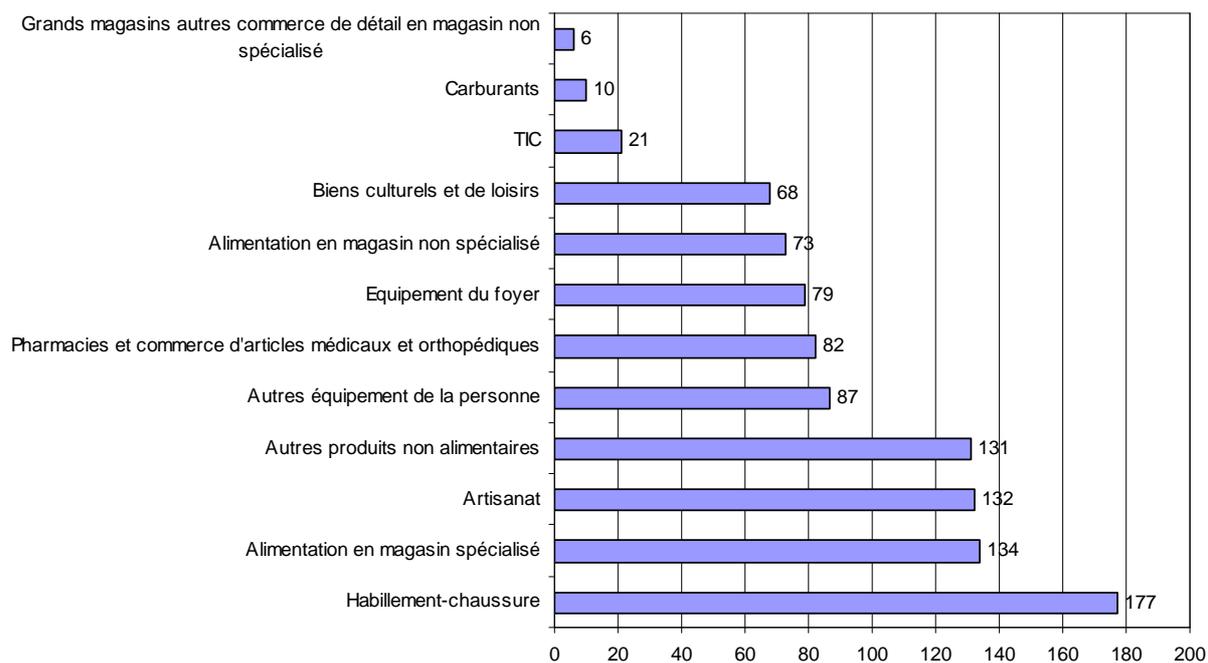
Tableau 1 : Le nombre de magasins des entreprises⁹⁰ du commerce de détail et de l'artisanat commercial en 2011

| Secteurs d'activité | 2011 |
|--|---------|
| Prédominance alimentaire en magasins | 127 100 |
| Moins de 120 m2 | 101 400 |
| De 120 m2 à moins de 400 m2 | 14 500 |
| De 400 m2 à moins de 2500 m2 | 9 100 |
| 2500 m2 et plus | 2 100 |
| Pharmacies | 28 300 |
| Moins de 120 m2 | 21 800 |
| Plus de 120m2 | 6 500 |
| Non alimentaire en magasins hors pharmacies | 219 200 |
| Moins de 120 m2 | 152 500 |
| De 120 m2 à moins de 400 m2 | 41 900 |
| De 400 m2 à moins de 2500 m2 | 21 800 |
| 2500 m2 et plus | 3 000 |
| Carburants | 3 700 |
| Moins de 120 m2 | 3 200 |
| De 120 m2 à moins de 400 m2 | 200 |
| De 400 m2 à moins de 2500 m2 | 200 |
| 2500 m2 et plus | 100 |

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2011

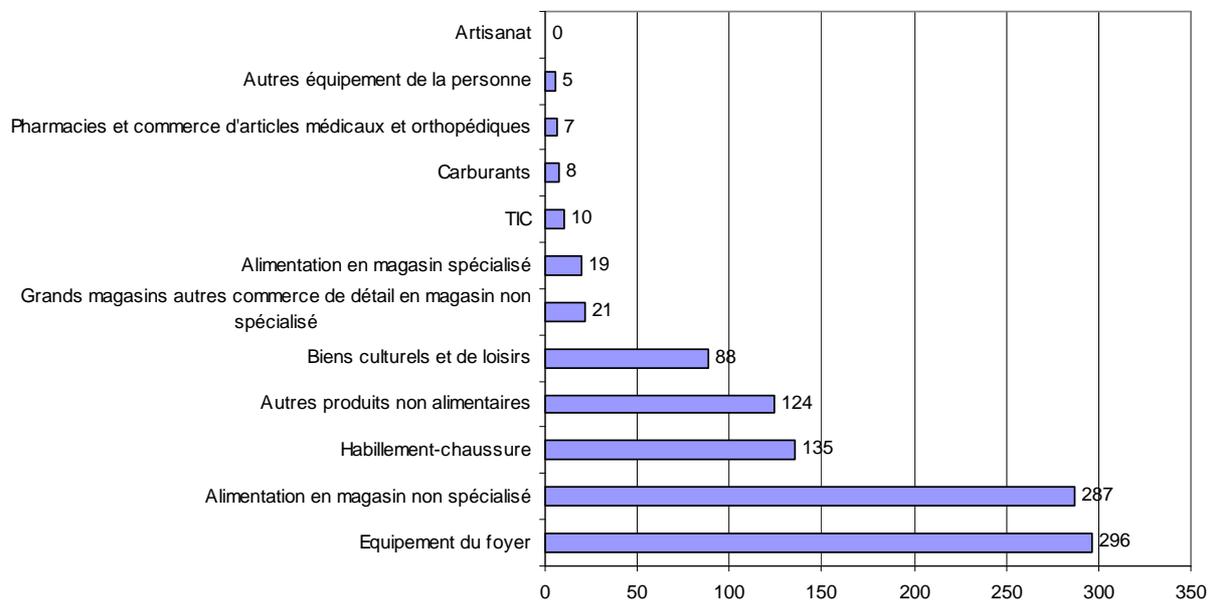
⁹⁰ Le terme d' « entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene. Pour plus de précisions, cf. l'avertissement de la page 24.

Graphique 1 : Répartition du nombre de magasins de moins de 400 m² par secteur d'activité en 2011



Note de lecture : sur 1 000 magasins de moins de 400 m², 177 sont des magasins de l'habillement-chaussure.

Graphique 2 : Répartition du nombre de magasins de plus de 400 m² par secteur d'activité en 2011



Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2011

Note de lecture : sur 1 000 magasins de plus de 400 m², 296 sont des magasins de l'équipement du foyer

1.1 - Le nombre de stations-service diminue toujours

La Direction Générale de l'Énergie et du Climat (DGEC), recense 11 168 points de vente de carburants à la fin de l'année 2012, soit 832 de moins par rapport à fin 2011. En 2011, le nombre de stations-services avait diminué de 158 unités. Dans le même temps, le nombre de points de vente de carburants des grandes et moyennes surfaces s'est accru de 83 unités et celui des points de vente situés en bordure d'autoroute a légèrement augmenté (+ 4).

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, 435 points de vente sont situés en bordure d'autoroute, contre 226 en 1980, et 4 990 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 3,5 % en 2012. Elles ne représentent plus que 47 % des stations-services en 2012 (80 % en 2002). Les autres sont des indépendants qui s'approvisionnent auprès de grossistes en carburants.

1.2 - La construction de locaux du commerce

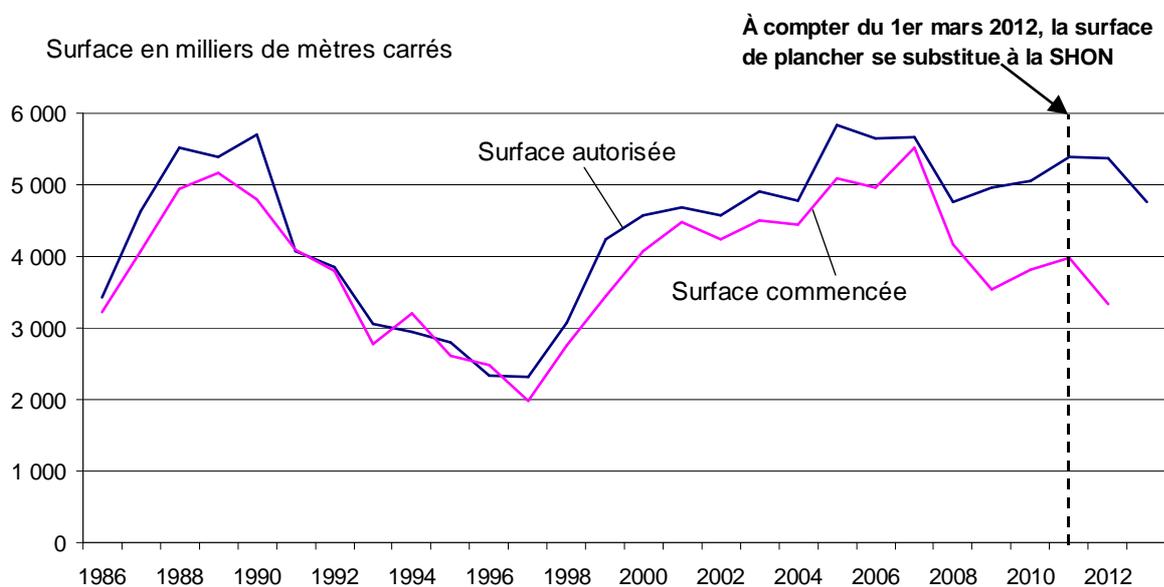
Avertissement

L'ordonnance n° 2011-1539 du 16 novembre 2011 modifie la définition des surfaces de plancher prises en compte dans le droit de l'urbanisme. À compter du 1^{er} mars 2012, la surface de plancher se substitue à la fois à la surface de plancher hors œuvre brute (SHOB) et à la surface de plancher hors œuvre nette (SHON).

Après deux années de forte baisse (- 24,2 % en 2008 et - 15,4 % en 2009) et deux années de hausse (+ 7,8 % en 2010 et + 4,5 % en 2011), les surfaces commencées de commerces sont en forte baisse en 2012 (- 15,5 % de surface de plancher commencée en 2012 par rapport à 2011).

De 2008 à 2012, les surfaces autorisées à la construction sont reparties à la hausse (+ 4,1 % en 2009, puis + 2,1 % en 2010, + 6,5 % en 2011 et 1,9 % en 2012). En 2013, les surfaces autorisées à la construction sont en forte baisse (- 9,0 % de surface de plancher autorisée en 2013 par rapport à 2012).

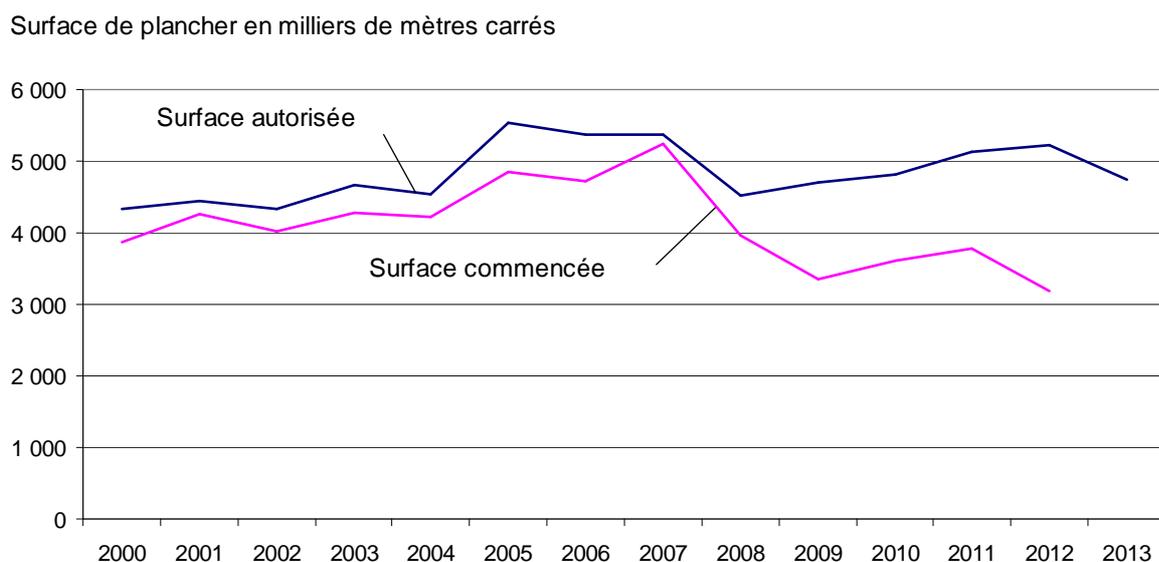
Graphique 3 : Surfaces commencées et autorisées pour l'ensemble du commerce



Note : surface de plancher hors œuvre nette (jusqu'au 1^{er} mars 2012) puis surface de plancher

Source : SoeS - Sit@del2, données en date réelle établies au 05/05/2014 (France entière)

Graphique 4 : Surfaces de plancher commencées et autorisées pour l'ensemble du commerce



Note : la réforme intervenue au 1er mars 2012 crée le concept de surface de plancher en lieu et place des précédentes SHON et SHOB. Les résultats diffusés dans ce graphique sont exprimés en surface de plancher sur l'ensemble de la période.

Source : SoeS - Sit@del2, données en date réelle établies au 29/04/2014 (France entière)

Tableau 2 : Surfaces commencées et autorisées en milliers de m² pour l'ensemble du commerce et évolution en % de 2010 à 2013

| | 2010 | 2011 | 2012 (1) | 2013 (1) | 2011/2010 | 2012/2011 (1) | 2013/2012 (1) |
|--------------------------|---------|---------|----------|----------|-----------|---------------|---------------|
| Surface autorisée | 5 061,6 | 5 391,3 | 5 375,6 | 4 754,4 | 6,5 | -0,3 | -11,6 |
| Surface commencée | 3 808,6 | 3 979,2 | 3 334,9 | nd | 4,5 | -16,2 | nd |

Source : SoeS - Sit@del2, données en date réelle établies au 05/05/2014 (France entière)

(1) : La réforme des surfaces intervenue au 1er mars 2012 implique de considérer avec précaution les résultats postérieurs à cette date. En fonction de la date de dépôt et/ou de modification du permis, des agrégats de surfaces collectées pour 2012 voire pour 2013 peuvent cumuler des résultats exprimés en Shon (ancienne norme) ou en surface de plancher (nouvelle norme). L'observation montre que la remontée d'informations en Shon est de moins en moins fréquente, mais seuls les résultats rétrospectivement en surface de plancher calculés sont comparables.

Tableau 3 : Surfaces de plancher commencées et autorisées en milliers de m² pour l'ensemble du commerce et évolution en % de 2010 à 2013

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2011/2010 | 2012/2011 | 2013/2012 |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|
| Surface autorisée | 4 808,8 | 5 122,2 | 5 218,9 | 4 748,4 | 6,5 | 1,9 | -9,0 |
| Surface commencée | 3 618,4 | 3 780,4 | 3 192,6 | nd | 4,5 | -15,5 | nd |

Note : les résultats diffusés dans ce tableau sont exprimés en surface de plancher sur l'ensemble de la période.

Source : SoeS - Sit@del2, données en date réelle établies au 29/04/2014 (France entière)

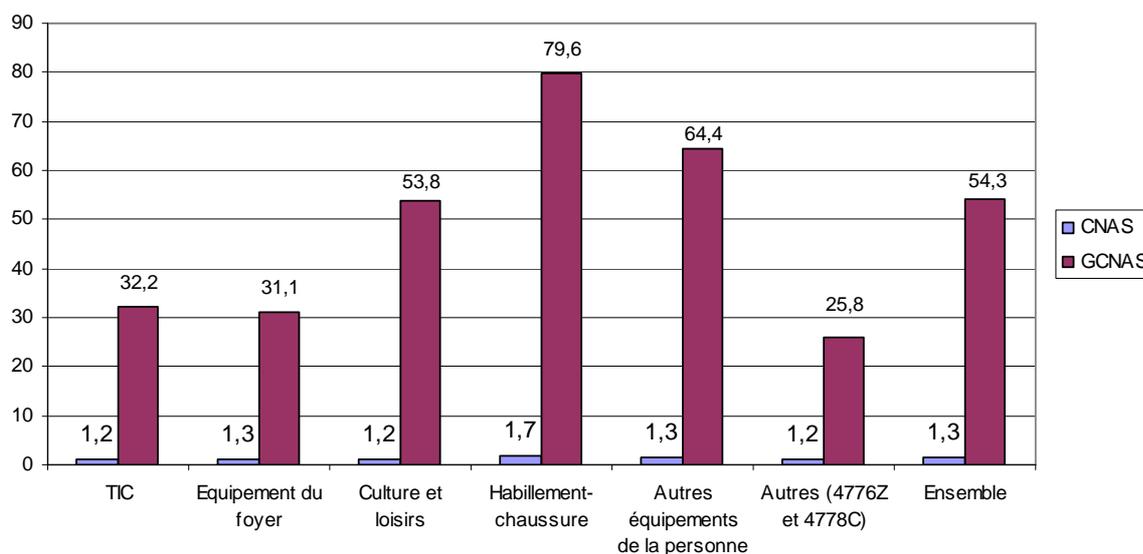
2 - L'équipement commercial dans le grand commerce⁹¹

En 2011, les entreprises du grand commerce non alimentaire spécialisé possèdent en moyenne 54 magasins. Ce nombre varie en fonction des secteurs et n'est pas forcément corrélé à la part des ventes du grand commerce dans l'ensemble du secteur.

Le secteur de l'équipement du foyer est par exemple caractérisé par un nombre moyen de magasins par entreprise pour le grand commerce nettement inférieur à la moyenne. Cependant, ces magasins peu nombreux mais de grande taille génèrent à eux seuls plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur. Il en va de même dans le secteur des technologies de l'information et de la communication. En comparaison, les grandes enseignes de l'habillement-chaussure qui ont en moyenne 80 magasins ne réalisent qu'un peu plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur. Ce fort nombre moyen de magasins par entreprise s'explique par la présence dans ce secteur de très grosses enseignes succursalistes faisant partie du grand commerce. Mais hors du grand commerce, ce secteur comprend aussi de nombreuses entreprises de petite taille, souvent adhérentes à un réseau d'enseigne (notamment en franchise) et qui réalisent une part importante du chiffre d'affaires du secteur.

Sur l'ensemble du commerce de détail non alimentaire spécialisé, la moyenne dépasse à peine un magasin quel que soit le secteur.

Graphique 4 : Nombre moyen de magasins par entreprises⁹² pour le grand commerce



Source : Insee - *États Comptes du Commerce*

CNAS : commerce non alimentaire spécialisé

GCNAS : grand commerce non alimentaire spécialisé

⁹¹ On s'en tient ici à la définition traditionnelle du grand commerce non alimentaire spécialisé.

⁹² Le terme d' « entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene. Pour plus de précisions, cf. l'avertissement de la page 24.

3 - L'équipement en grandes surfaces

3.1 - Le nombre de grandes surfaces par département en 2013

Les grandes surfaces sont les magasins dont la surface de vente est supérieure ou égale à 400m². On distingue ici les grandes surfaces alimentaires (GSA) et non alimentaires (GSNA).

Les GSA regroupent les catégories suivantes :

- les hypermarchés, d'une surface de vente supérieure ou égale à 2500 m² ;
- les supermarchés « classiques » d'une surface comprise entre 400 et 2500 m² ;
- les magasins de hard discount d'une surface comprise entre 400 et 2500 m² ;
- les « magasins multicommerces » (dénommés « magasins populaires » en Naf rév. 1).

Les GSNA sont toutes les autres grandes surfaces (y compris grands magasins et magasins de vente de produits surgelés).

Le nombre de grandes surfaces est estimé à partir de plusieurs sources :

- Les fichiers issus de la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) ; ces fichiers comprennent en particulier la surface de vente, le chiffre d'affaires et le numéro Siret du magasin ; on utilise en premier lieu le fichier 2013, qui donne une photographie du parc début 2013.
- Ces fichiers ne sont pas tout à fait exhaustifs pour différentes raisons : les magasins créés avant 1960 ne sont pas concernés par Tascom, il existe un seuil de CA pour la déclaration (460 000 euros), les identifiants d'établissements peuvent être saisis avec erreur ...
- Pour ces raisons, on complète les données de Tascom en utilisant le répertoire Sirene et les données des DADS agrégées au niveau des établissements ; ces données complémentaires renseignent en particulier sur l'effectif salarié de l'établissement, sa date de création, de cessation, et son code d'activité. On utilise l'information sur les effectifs salariés pour repérer les grandes surfaces. Pour cela, on fixe un seuil d'effectifs salariés au delà duquel on est pratiquement sûr (à 90%) que l'établissement a une surface de plus de 400 m². On détermine ces seuils grâce à l'enquête Points de vente 2010, qui comporte une information à la fois sur les surfaces et sur l'emploi.
- On utilise enfin des « contours de réseaux » constitués à la division Commerce de l'Insee dressant la liste des établissements appartenant aux plus grands réseaux d'enseignes.

Les chiffres présentés dans les tableaux suivants doivent ainsi être considérés comme des estimations.

Rappelons en outre que :

- le répertoire Sirene 2013 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 grandes surfaces reposent sur des seuils de surface de vente ; un supermarché de 2499 m² apparaîtra en hypermarché dans certaines sources, en supermarché dans d'autres sources ;
- Les magasins de hard discount (« maxidiscomptes ») 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 m² 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 | 21 | 57 | 32 | 1 |
| 2 | Aisne | 20 | 47 | 58 | 4 |
| 3 | Allier | 9 | 40 | 28 | 3 |
| 4 | Alpes-de-Hte-Provence | 6 | 24 | 15 | 1 |
| 5 | Hautes-Alpes | 5 | 25 | 7 | 1 |
| 6 | Alpes-Maritimes | 18 | 120 | 37 | 6 |
| 7 | Ardèche | 6 | 38 | 24 | |
| 8 | Ardennes | 8 | 35 | 30 | |
| 9 | Ariège | 4 | 26 | 17 | |
| 10 | Aube | 11 | 31 | 29 | 1 |
| 11 | Aude | 13 | 28 | 31 | 2 |
| 12 | Aveyron | 8 | 38 | 14 | 2 |
| 13 | Bouches-du-Rhône | 37 | 135 | 135 | 9 |
| 14 | Calvados | 32 | 69 | 53 | 2 |
| 15 | Cantal | 4 | 19 | 7 | |
| 16 | Charente | 16 | 35 | 22 | |
| 17 | Charente-Maritime | 26 | 78 | 34 | 2 |
| 18 | Cher | 10 | 39 | 26 | |
| 19 | Corrèze | 8 | 37 | 22 | |
| 21 | Côte-d'Or | 19 | 75 | 41 | 1 |
| 22 | Côtes-d'Armor | 38 | 72 | 43 | 2 |
| 23 | Creuse | 5 | 15 | 9 | 1 |
| 24 | Dordogne | 15 | 55 | 33 | 3 |
| 25 | Doubs | 18 | 73 | 41 | 1 |
| 26 | Drôme | 17 | 46 | 34 | |
| 27 | Eure | 26 | 53 | 53 | 1 |
| 28 | Eure-et-Loir | 15 | 45 | 38 | |
| 29 | Finistère | 46 | 107 | 54 | 4 |
| 30 | Gard | 24 | 68 | 68 | 3 |
| 31 | Haute-Garonne | 33 | 121 | 84 | 2 |
| 32 | Gers | 8 | 26 | 17 | |
| 33 | Gironde | 52 | 140 | 90 | 4 |
| 34 | Hérault | 35 | 90 | 79 | 6 |
| 35 | Ille-et-Vilaine | 50 | 99 | 52 | 3 |
| 36 | Indre | 8 | 32 | 15 | |
| 37 | Indre-et-Loire | 23 | 57 | 33 | 2 |
| 38 | Isère | 29 | 104 | 62 | 4 |
| 39 | Jura | 8 | 57 | 23 | |
| 40 | Landes | 18 | 55 | 26 | |
| 41 | Loir-et-Cher | 10 | 36 | 20 | 1 |
| 42 | Loire | 18 | 64 | 48 | 1 |
| 43 | Haute-Loire | 5 | 29 | 13 | |
| 44 | Loire-Atlantique | 61 | 99 | 57 | 3 |
| 45 | Loiret | 19 | 73 | 38 | |
| 46 | Lot | 5 | 31 | 12 | 2 |
| 47 | Lot-et-Garonne | 18 | 32 | 27 | |
| 48 | Lozère | S | 9 | S | |
| 49 | Maine-et-Loire | 36 | 69 | 39 | 1 |
| 50 | Manche | 20 | 63 | 39 | 1 |

| Départements | | Nombre de grandes surfaces alimentaires | | | |
|--------------|-----------------------|---|--------------|---------------|--------------------------|
| | | Hypermarchés | Supermarchés | Hard Discount | "Magasins multicommerce" |
| 51 | Marne | 18 | 56 | 53 | 1 |
| 52 | Haute-Marne | 9 | 25 | 20 | |
| 53 | Mayenne | 12 | 28 | 17 | |
| 54 | Meurthe-et-Moselle | 25 | 63 | 73 | 3 |
| 55 | Meuse | 9 | 18 | 22 | 1 |
| 56 | Morbihan | 33 | 100 | 42 | 3 |
| 57 | Moselle | 44 | 88 | 129 | |
| 58 | Nièvre | 10 | 32 | 18 | 2 |
| 59 | Nord | 61 | 249 | 248 | 6 |
| 60 | Oise | 37 | 60 | 64 | 2 |
| 61 | Orne | 13 | 26 | 22 | 1 |
| 62 | Pas-de-Calais | 36 | 171 | 172 | 1 |
| 63 | Puy-de-Dôme | 12 | 71 | 37 | 1 |
| 64 | Pyrénées-Atlantiques | 19 | 70 | 40 | 1 |
| 65 | Hautes-Pyrénées | 9 | 28 | 17 | 4 |
| 66 | Pyrénées-Orientales | 15 | 65 | 32 | 1 |
| 67 | Bas-Rhin | 37 | 104 | 69 | 2 |
| 68 | Haut-Rhin | 26 | 64 | 57 | 1 |
| 69 | Rhône | 29 | 138 | 64 | 10 |
| 70 | Haute-Saône | 12 | 35 | 23 | 1 |
| 71 | Saône-et-Loire | 22 | 67 | 52 | 1 |
| 72 | Sarthe | 27 | 57 | 48 | 1 |
| 73 | Savoie | 12 | 64 | 25 | 2 |
| 74 | Haute-Savoie | 23 | 90 | 31 | 4 |
| 75 | Paris | 10 | 375 | 33 | 54 |
| 76 | Seine-Maritime | 40 | 104 | 96 | 2 |
| 77 | Seine-et-Marne | 35 | 119 | 66 | 3 |
| 78 | Yvelines | 26 | 125 | 45 | 6 |
| 79 | Deux-Sèvres | 19 | 34 | 18 | |
| 80 | Somme | 21 | 64 | 64 | 2 |
| 81 | Tarn | 18 | 29 | 31 | 2 |
| 82 | Tarn-et-Garonne | 9 | 30 | 22 | |
| 83 | Var | 24 | 113 | 64 | 2 |
| 84 | Vaucluse | 19 | 49 | 47 | |
| 85 | Vendée | 38 | 51 | 29 | 2 |
| 86 | Vienne | 14 | 38 | 27 | 2 |
| 87 | Haute-Vienne | 14 | 51 | 26 | 1 |
| 88 | Vosges | 17 | 51 | 48 | 1 |
| 89 | Yonne | 17 | 36 | 29 | 1 |
| 90 | Territoire de Belfort | 6 | 17 | 9 | 1 |
| 91 | Essonne | 29 | 98 | 66 | 2 |
| 92 | Hauts-de-Seine | 12 | 163 | 24 | 24 |
| 93 | Seine-Saint-Denis | 27 | 104 | 47 | 12 |
| 94 | Val-de-Marne | 18 | 120 | 35 | 12 |
| 95 | Val-d'Oise | 24 | 88 | 53 | 4 |
| 97 | DOM | 32 | 175 | S | 7 |
| 2A | Corse-du-Sud | S | 28 | | 1 |
| 2B | Haute-Corse | 7 | 24 | | |
| Total | | 1973 | 6671 | 4066 | 270 |

Sources : répertoire Sirene, enquête d'amélioration du répertoire 2013, Contours de réseaux, Tascam
Calculs Insee

Tableau 4 : Nombre de Grandes surfaces non alimentaires par département

| Départements | | Nombre de grandes surfaces non alimentaires | | | | | | |
|--------------|-----------------------|---|-------------|--------|-----------|-------------|-------|-----------|
| | | Total | Habillement | Meuble | Bricolage | Jardinierie | Sport | Chaussure |
| 1 | Ain | 186 | 34 | 22 | 24 | 16 | 10 | 15 |
| 2 | Aisne | 147 | 27 | 18 | 18 | 16 | 8 | 13 |
| 3 | Allier | 119 | 18 | 17 | 19 | 8 | 7 | 12 |
| 4 | Alpes-de-Hte-Provence | 39 | 6 | 3 | 7 | 5 | 3 | 4 |
| 5 | Hautes-Alpes | 53 | 7 | 6 | 9 | 5 | 7 | 3 |
| 6 | Alpes-Maritimes | 207 | 35 | 51 | 20 | 8 | 21 | 10 |
| 7 | Ardèche | 90 | 13 | 7 | 12 | 12 | 9 | 5 |
| 8 | Ardennes | 65 | 13 | 6 | 8 | 3 | 3 | 10 |
| 9 | Ariège | 48 | 9 | 6 | 7 | 7 | 4 | 4 |
| 10 | Aube | 110 | 33 | 14 | 13 | 7 | 5 | 7 |
| 11 | Aude | 127 | 25 | 13 | 12 | 12 | 11 | 8 |
| 12 | Aveyron | 86 | 14 | 14 | 17 | S | 6 | 9 |
| 13 | Bouches-du-Rhône | 376 | 63 | 52 | 49 | 22 | 36 | 29 |
| 14 | Calvados | 202 | 35 | 29 | 27 | 12 | 16 | 8 |
| 15 | Cantal | 54 | 8 | 8 | 10 | 3 | 3 | 4 |
| 16 | Charente | 110 | 16 | 16 | 16 | 18 | 8 | 9 |
| 17 | Charente-Maritime | 203 | 34 | 33 | 35 | 16 | 11 | 16 |
| 18 | Cher | 102 | 18 | 15 | 17 | 7 | S | 9 |
| 19 | Corrèze | 92 | 15 | 13 | 12 | 9 | 5 | 7 |
| 21 | Côte-d'Or | 154 | 26 | 22 | 18 | 21 | 7 | 12 |
| 22 | Côtes-d'Armor | 196 | 37 | 27 | 26 | 23 | 15 | 9 |
| 23 | Creuse | 33 | 5 | S | 6 | 7 | S | S |
| 24 | Dordogne | 155 | 24 | 18 | 25 | 12 | 14 | 9 |
| 25 | Doubs | 184 | 27 | 28 | 23 | 12 | 11 | 14 |
| 26 | Drôme | 145 | 20 | 19 | 20 | 12 | 11 | 9 |
| 27 | Eure | 143 | 25 | 17 | 25 | 17 | 9 | 10 |
| 28 | Eure-et-Loir | 117 | 17 | 17 | 15 | 11 | 6 | 12 |
| 29 | Finistère | 319 | 60 | 54 | 38 | 38 | 23 | 11 |
| 30 | Gard | 174 | 30 | 21 | 26 | 10 | 13 | 9 |
| 31 | Haute-Garonne | 324 | 62 | 39 | 44 | 30 | 26 | 16 |
| 32 | Gers | 49 | 6 | 4 | 12 | 11 | S | S |
| 33 | Gironde | 412 | 69 | 59 | 60 | 25 | 36 | 26 |
| 34 | Hérault | 279 | 58 | 40 | 29 | 14 | 25 | 23 |
| 35 | Ille-et-Vilaine | 314 | 62 | 47 | 37 | 24 | 17 | 15 |
| 36 | Indre | 70 | 15 | 15 | 10 | 4 | S | 5 |
| 37 | Indre-et-Loire | 167 | 33 | 27 | 23 | 10 | 7 | 12 |
| 38 | Isère | 334 | 55 | 37 | 45 | 31 | 30 | 25 |
| 39 | Jura | 86 | 11 | 14 | 12 | 10 | 6 | 7 |
| 40 | Landes | 129 | 16 | 14 | 44 | 7 | 6 | 5 |
| 41 | Loir-et-Cher | 93 | 11 | 13 | 11 | 14 | 7 | 7 |
| 42 | Loire | 177 | 28 | 29 | 19 | 10 | 13 | 18 |
| 43 | Haute-Loire | 60 | 12 | 8 | 12 | S | 5 | 4 |
| 44 | Loire-Atlantique | 371 | 74 | 65 | 53 | 20 | 28 | 17 |
| 45 | Loiret | 201 | 37 | 26 | 27 | 18 | 16 | 12 |
| 46 | Lot | 53 | 5 | 10 | 13 | 4 | 4 | 3 |
| 47 | Lot-et-Garonne | 115 | 19 | 19 | 10 | 10 | 8 | 8 |
| 48 | Lozère | 24 | S | 3 | 7 | | | 3 |
| 49 | Maine-et-Loire | 237 | 43 | 44 | 28 | 19 | 10 | 11 |
| 50 | Manche | 185 | 36 | 31 | 37 | 9 | 10 | 6 |

Tableau 4 (suite et fin)

| | | Nombre de grandes surfaces non alimentaires | | | | | | |
|--------------|-----------------------|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Départements | | Total | Habillement | Meuble | Bricolage | Jardinerie | Sport | Chaussure |
| 51 | Marne | 184 | 34 | 25 | 19 | 13 | 10 | 13 |
| 52 | Haute-Marne | 67 | 11 | 10 | 11 | 8 | 4 | 6 |
| 53 | Mayenne | 108 | 11 | 15 | 18 | 17 | 6 | 6 |
| 54 | Meurthe-et-Moselle | 200 | 37 | 27 | 21 | 14 | 12 | 18 |
| 55 | Meuse | 55 | 9 | 4 | 10 | 5 | 3 | 4 |
| 56 | Morbihan | 260 | 46 | 47 | 26 | 24 | 19 | 10 |
| 57 | Moselle | 345 | 61 | 46 | 33 | 17 | 21 | 26 |
| 58 | Nièvre | 80 | 12 | 10 | 15 | 8 | 6 | 5 |
| 59 | Nord | 584 | 125 | 72 | 53 | 42 | 43 | 49 |
| 60 | Oise | 215 | 47 | 19 | 20 | 28 | 12 | 19 |
| 61 | Orne | 83 | 19 | 9 | 15 | 5 | 4 | S |
| 62 | Pas-de-Calais | 474 | 77 | 77 | 38 | 61 | 23 | 37 |
| 63 | Puy-de-Dôme | 179 | 33 | 22 | 20 | 12 | 16 | 17 |
| 64 | Pyrénées-Atlantiques | 205 | 31 | 31 | 25 | 21 | 14 | 12 |
| 65 | Hautes-Pyrénées | 62 | 8 | 7 | 11 | 4 | 3 | 6 |
| 66 | Pyrénées-Orientales | 128 | 21 | 15 | 15 | 9 | 13 | 9 |
| 67 | Bas - Rhin | 242 | 40 | 37 | 25 | 20 | 19 | 17 |
| 68 | Haut - Rhin | 187 | 30 | 31 | 19 | 13 | 13 | 16 |
| 69 | Rhône | 318 | 69 | 47 | 33 | 18 | 23 | 24 |
| 70 | Haute-Saône | 82 | 13 | 9 | 9 | 10 | 6 | 8 |
| 71 | Saône-et-Loire | 217 | 38 | 28 | 29 | 17 | 14 | 17 |
| 72 | Sarthe | 227 | 50 | 30 | 33 | 12 | 16 | 15 |
| 73 | Savoie | 151 | 19 | 21 | 18 | 11 | 28 | 9 |
| 74 | Haute-Savoie | 255 | 34 | 43 | 26 | 19 | 26 | 13 |
| 75 | Paris | 410 | 204 | 49 | 19 | 5 | 18 | 4 |
| 76 | Seine-Maritime | 324 | 69 | 49 | 38 | 27 | 14 | 18 |
| 77 | Seine-et-Marne | 374 | 95 | 50 | 33 | 27 | 15 | 32 |
| 78 | Yvelines | 284 | 55 | 41 | 23 | 23 | 15 | 21 |
| 79 | Deux-Sèvres | 122 | 18 | 22 | 19 | 9 | 7 | 6 |
| 80 | Somme | 158 | 35 | 13 | 21 | 16 | 6 | 12 |
| 81 | Tarn | 107 | 19 | 14 | 18 | 12 | 9 | 8 |
| 82 | Tarn-et-Garonne | 81 | 11 | 12 | 12 | 7 | S | 6 |
| 83 | Var | 206 | 29 | 25 | 24 | 13 | 20 | 12 |
| 84 | Vaucluse | 167 | 36 | 26 | 17 | 10 | 18 | 7 |
| 85 | Vendée | 225 | 31 | 35 | 30 | 29 | 15 | 12 |
| 86 | Vienne | 124 | 27 | 17 | 12 | 15 | 9 | 7 |
| 87 | Haute-Vienne | 116 | 18 | 16 | 15 | 13 | 9 | 8 |
| 88 | Vosges | 139 | 29 | 19 | 16 | 8 | 7 | 14 |
| 89 | Yonne | 109 | 16 | 12 | 21 | 11 | 7 | 7 |
| 90 | Territoire de Belfort | 51 | 10 | 10 | 4 | 6 | S | 4 |
| 91 | Essonne | 265 | 50 | 29 | 31 | 22 | 21 | 21 |
| 92 | Hauts-de-Seine | 109 | 33 | 7 | 19 | 4 | 5 | 8 |
| 93 | Seine-Saint-Denis | 182 | 58 | 22 | 15 | 5 | 11 | 11 |
| 94 | Val-de-Marne | 218 | 61 | 30 | 16 | 9 | 11 | 16 |
| 95 | Val-d'Oise | 239 | 50 | 36 | 15 | 18 | 14 | 21 |
| 97 | DOM | 232 | 31 | 35 | 50 | 13 | 19 | 4 |
| 2A | Corse-du-Sud | 35 | 5 | 7 | 6 | S | 4 | S |
| 2B | Haute-Corse | 39 | 4 | 4 | 11 | S | S | S |
| Total | | 16 940 | 3 217 | 2 374 | 2 114 | 1 335 | 1 157 | 1 125 |

Sources : répertoire Sirene, enquête d'amélioration du répertoire 2013, Contours de réseaux, Tascam
Calculs Insee

3.2 - Densité en grandes surfaces par département

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

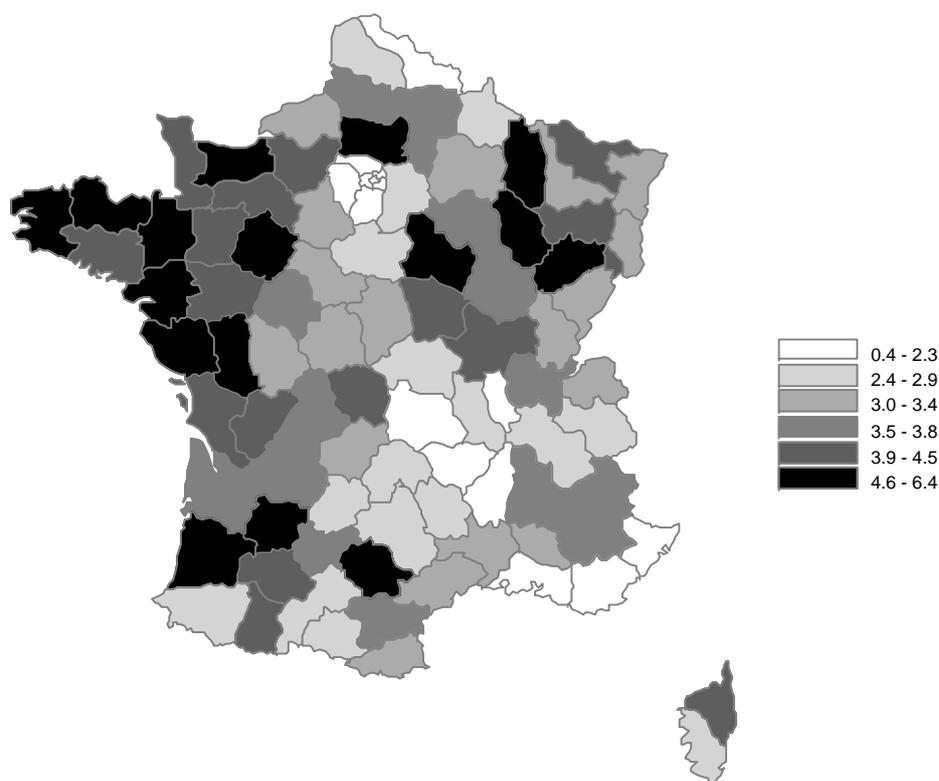
Les cartes suivantes montrent la densité en grandes surfaces par département (en nombre de magasins pour 100 000 habitants).

En regard du nombre total des grandes surfaces alimentaires (GSA) et des grandes surfaces non alimentaires (GSNA) pour 100 000 habitants, sont cartographiés le nombre de salariés des GSA et GSNA pour 100 000 habitants. Ceci permet de prendre en compte l'hétérogénéité de la taille des magasins dans le calcul de la densité en grandes surfaces. Notons ainsi qu'en Ile-de-France, si le nombre de GSNA pour 100 000 habitants est le moins dense, dans cette même région le nombre de salariés de ces grandes surfaces est au contraire le plus élevé pour 100 000 habitants.

Les différentes cartes mettent en évidence des disparités selon les régions. Ainsi, concernant l'alimentaire, les départements de l'ouest restent les plus dotés en hypermarchés par habitant, tandis que le centre de la France concentre davantage les supermarchés. Si on observe globalement une baisse du nombre des hard discount au profit des supermarchés, 10 % environ de cette forme de vente reste localisée dans la région Nord-Pas-de-Calais. N'oublions pas que les premiers magasins Lidl et Aldi, lancés en Allemagne sont tout d'abord apparus dans le nord de la France à la fin des années 80.

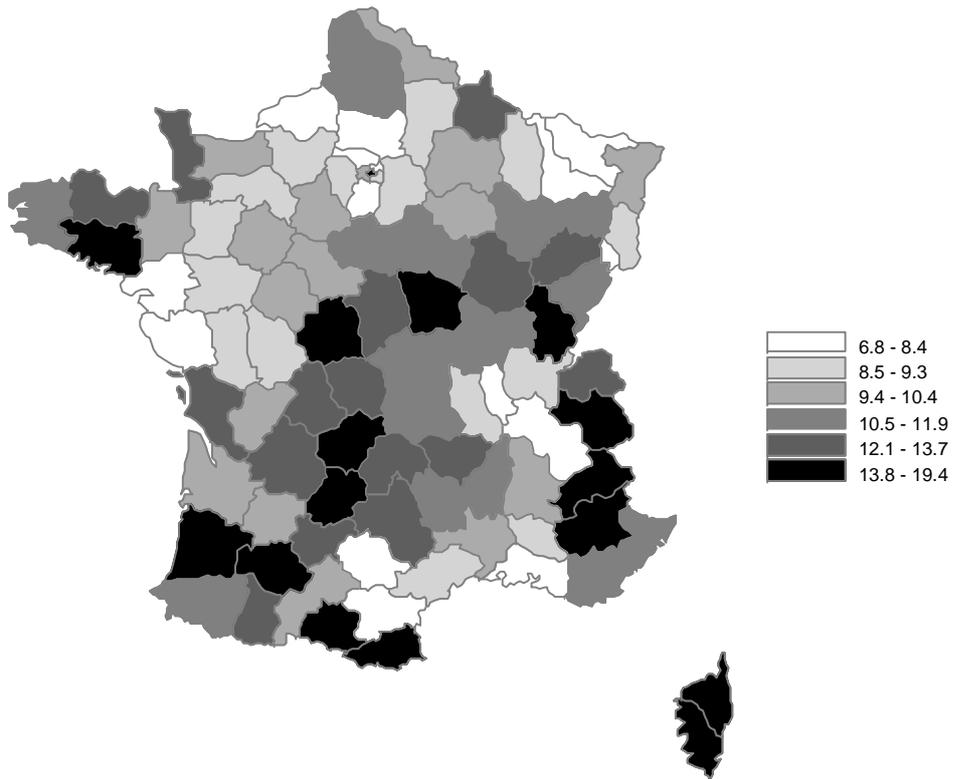
Dans les autres secteurs, d'autres disparités apparaissent. Si les grandes surfaces d'habillement rapportées au nombre d'habitants se concentrent davantage dans le nord-ouest, à l'opposé, dans l'est et au centre-ouest se situent les grandes surfaces de chaussures. Les grandes surfaces de sport restent plus concentrées dans le sud de la France ; leur densité est aussi élevée en Bretagne. Les grandes surfaces de jardinerie sont peu présentes dans le sud, celles de bricolage se trouvent davantage dans le centre et le sud-ouest.

Nombre d'hypermarchés pour 100 000 habitants

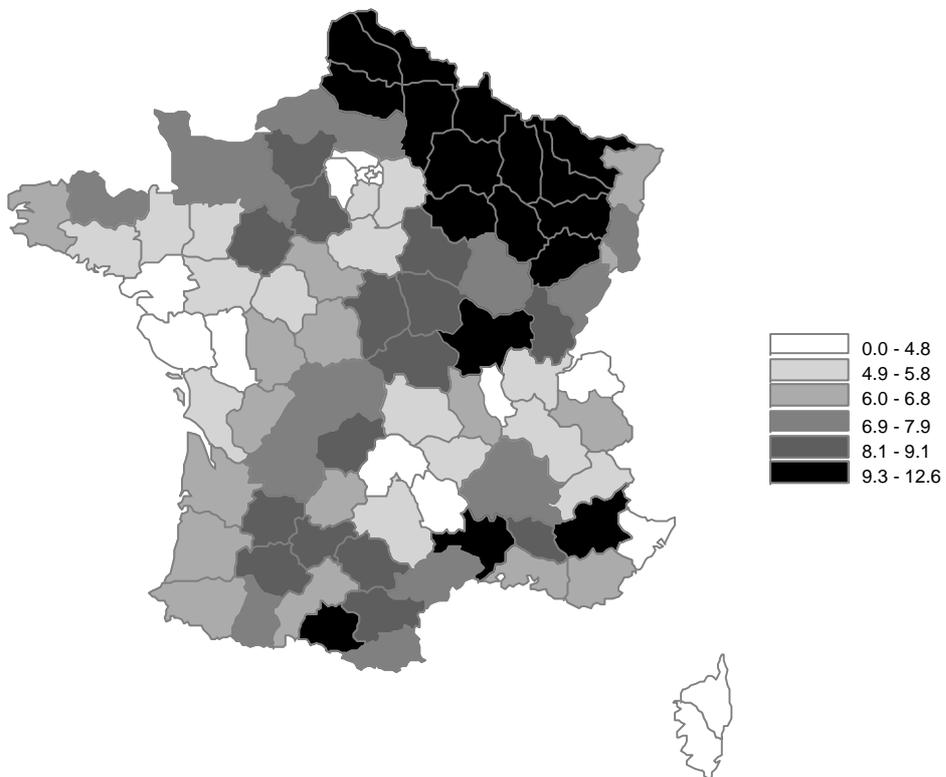


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de supermarchés pour 100 000 habitants

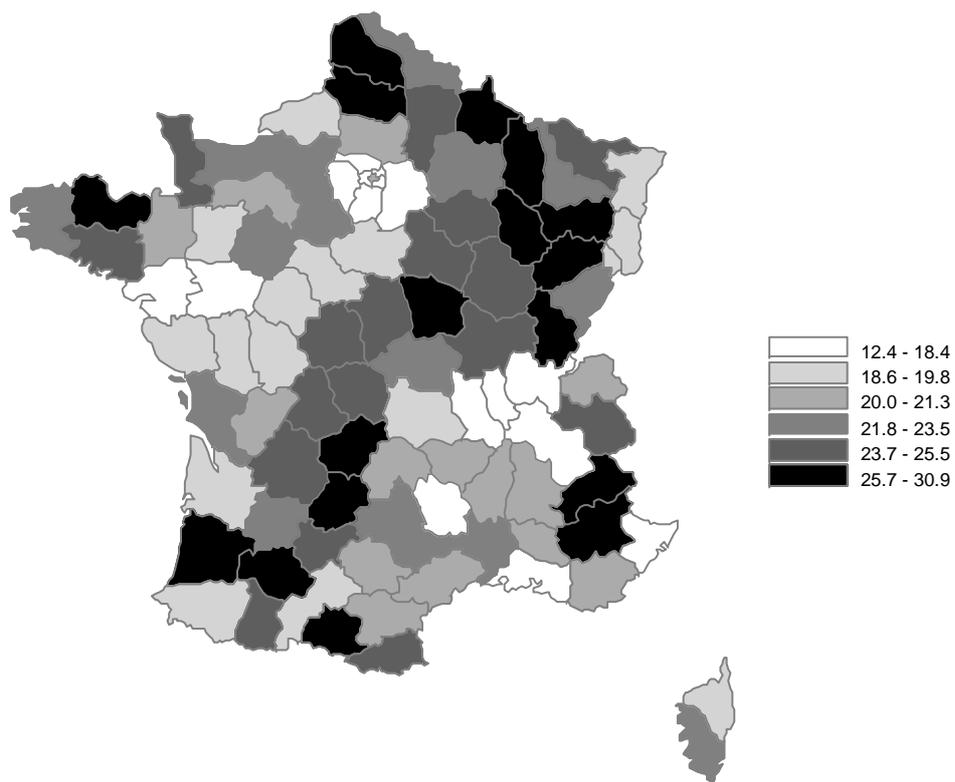


Nombre de Hard Discount pour 100 000 habitants

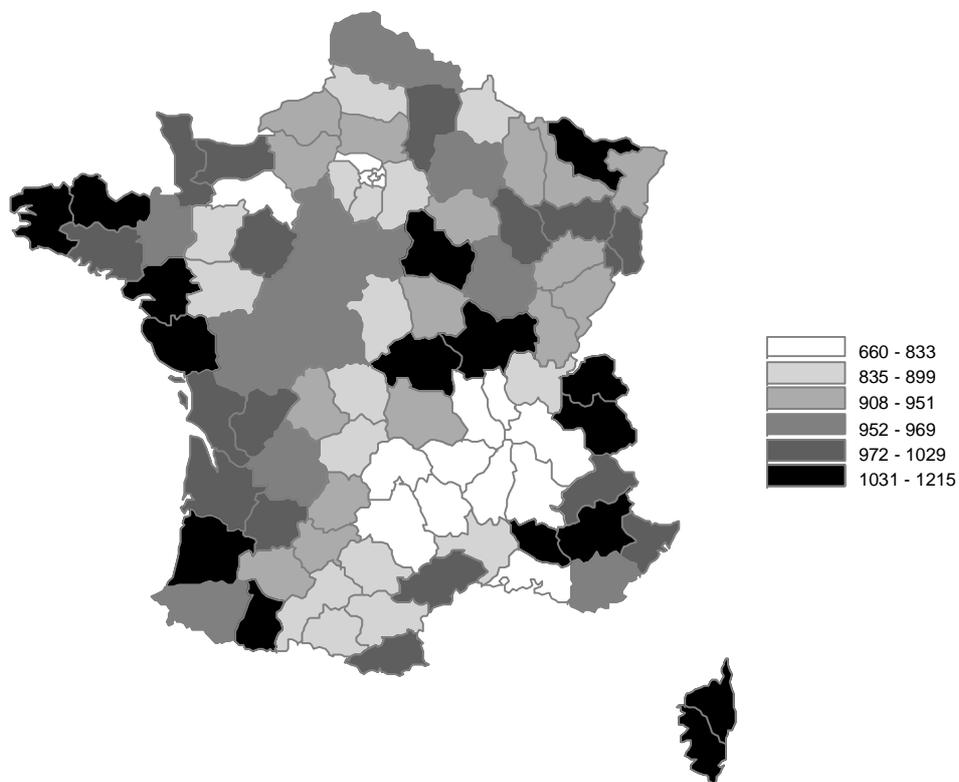


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GSA pour 100 000 habitants

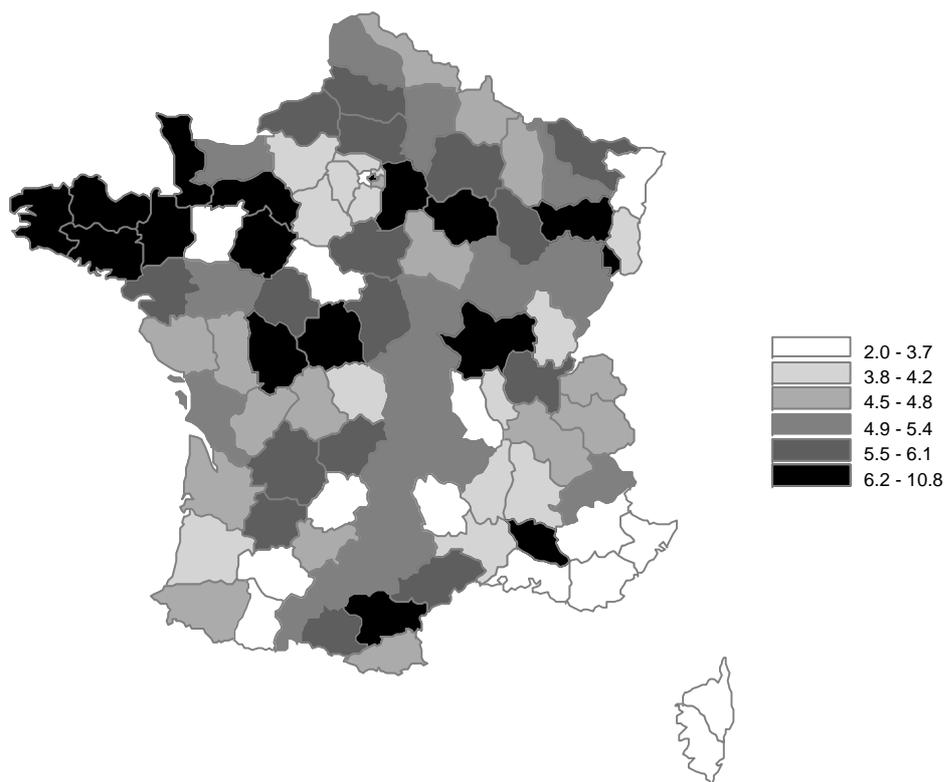


Salariés de GSA pour 100 000 habitants

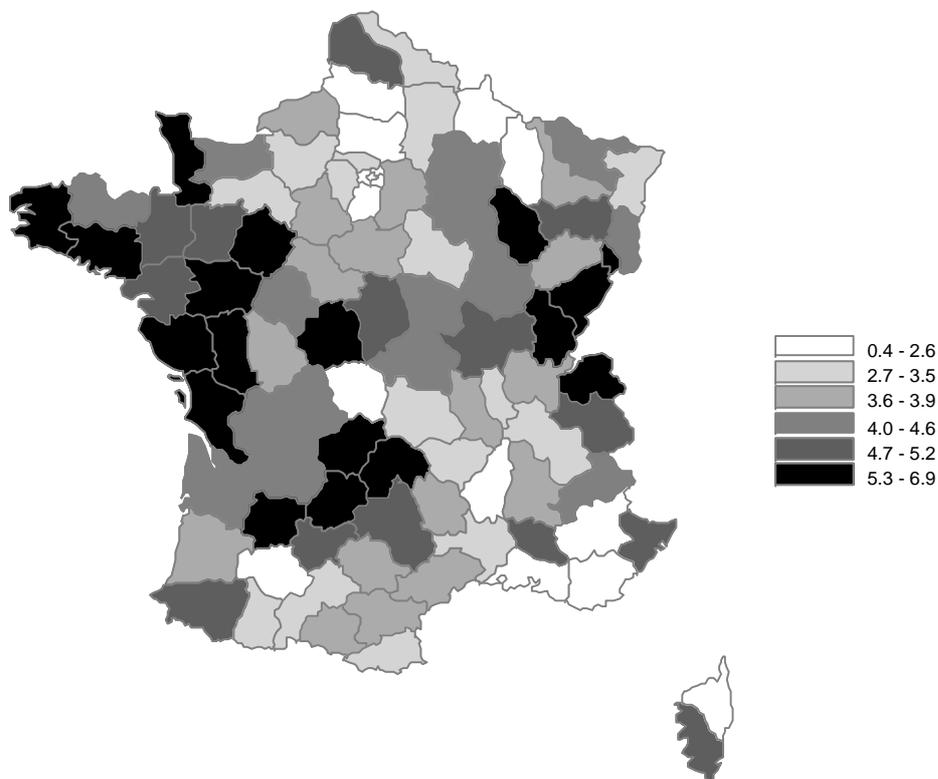


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GS d'habillement pour 100 000 habitants

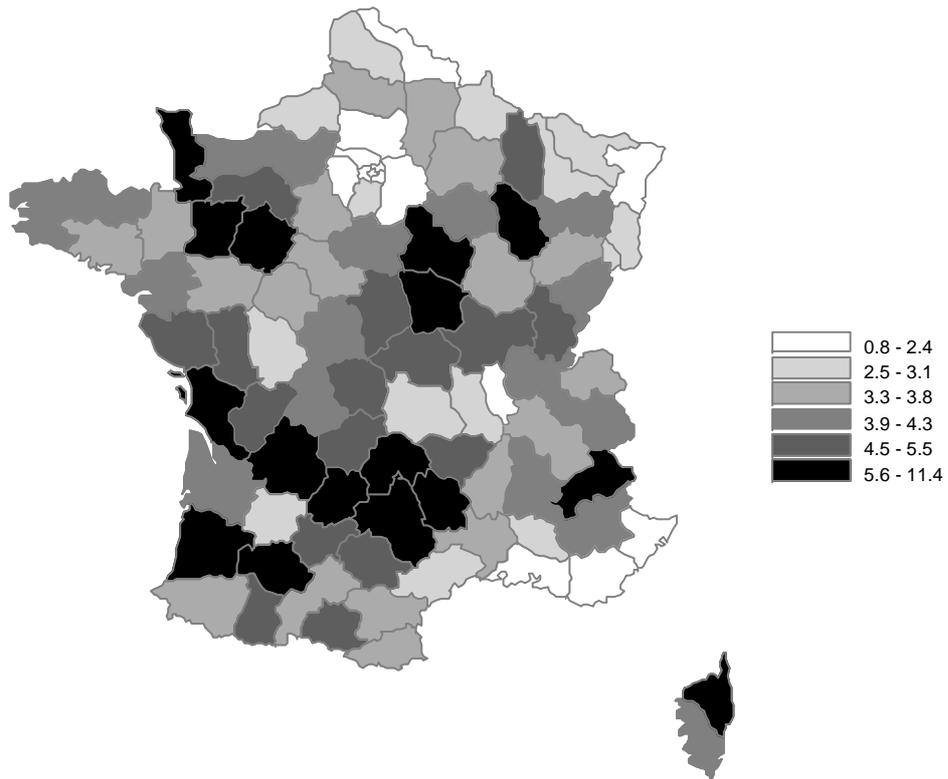


Nombre de GS de meubles pour 100 000 habitants

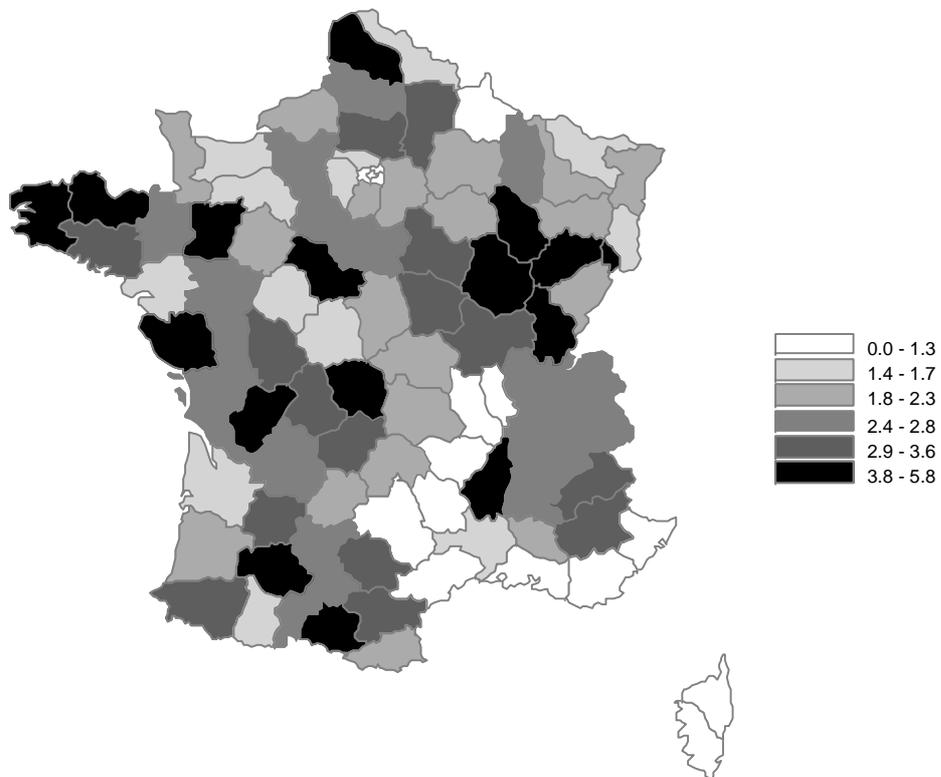


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GS de bricolage pour 100 000 habitants

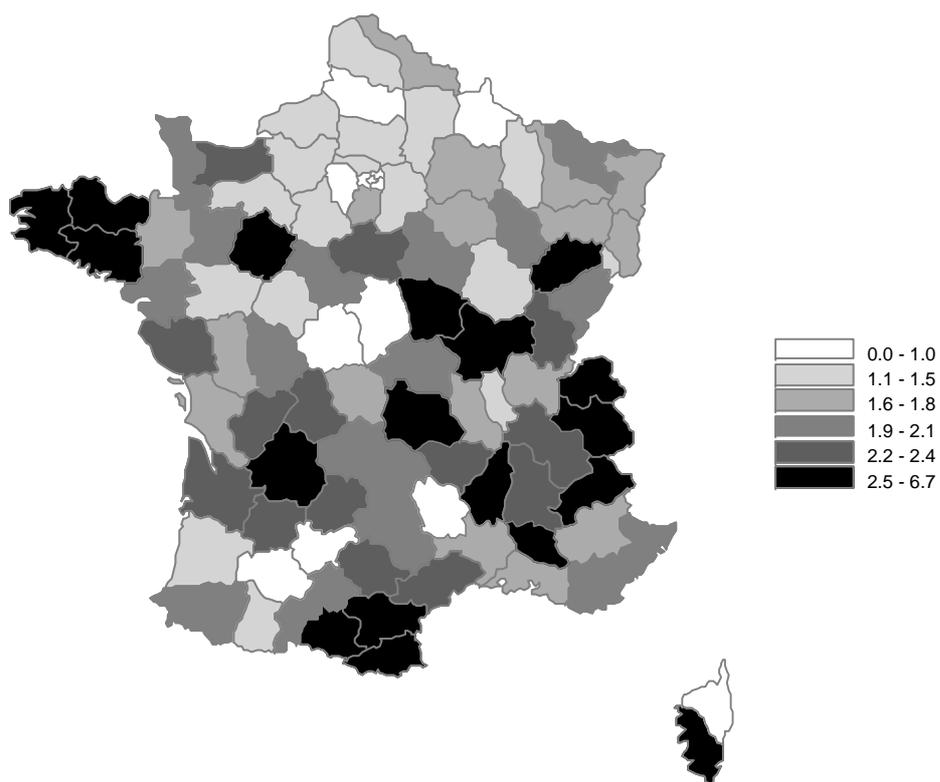


Nombre de GS de jardinerie pour 100 000 habitants

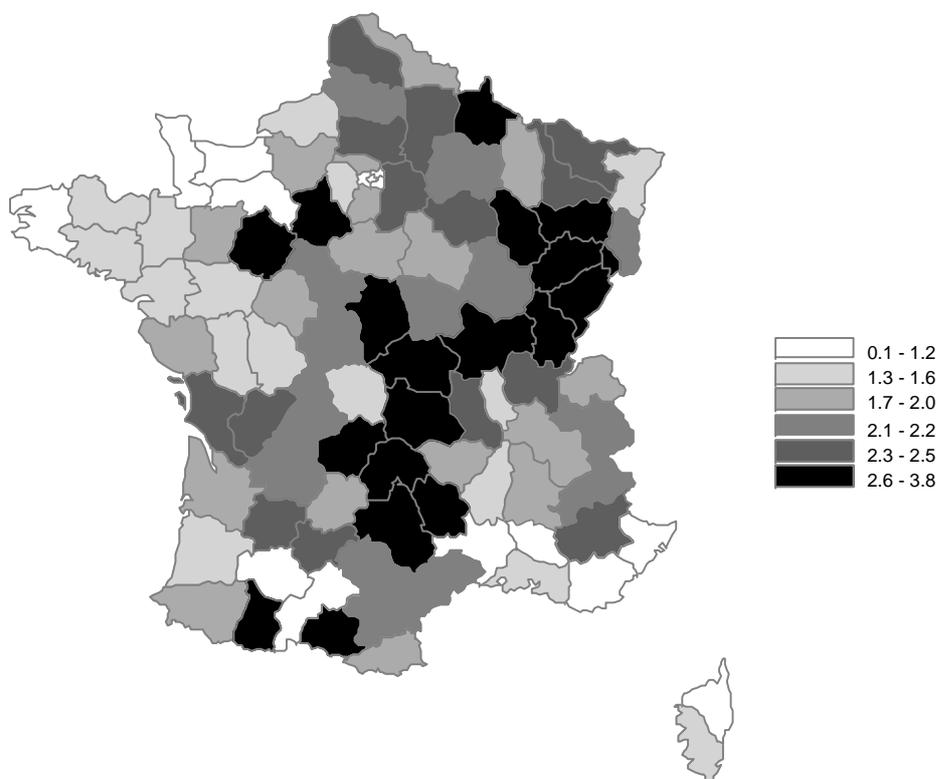


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GS de sport pour 100 000 habitants

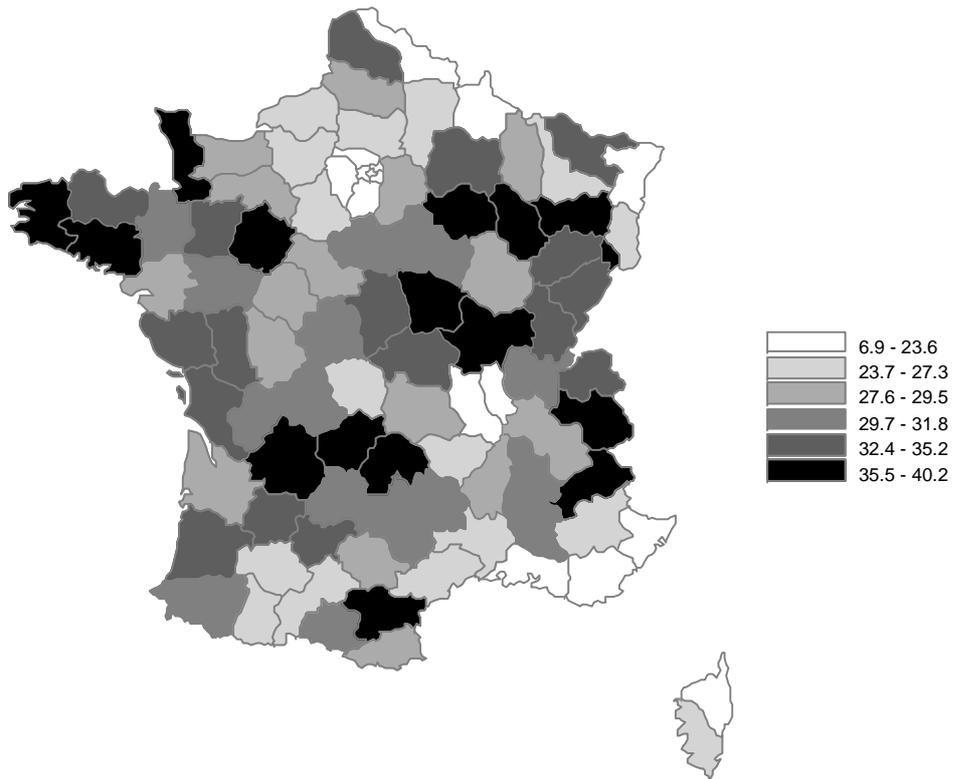


Nombre de GS de chaussures pour 100 000 habitants

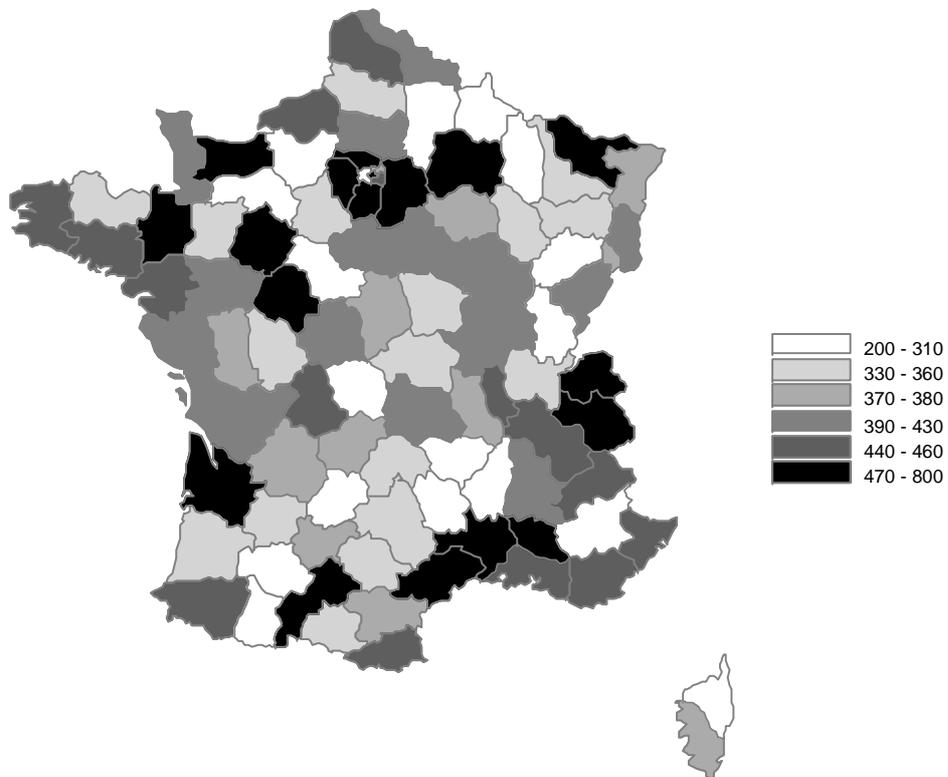


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GSNA pour 100 000 habitants



Salariés de GSNA pour 100 000 habitants



Source : Insee - Comptes du commerce

CHAPITRE V : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES

Après une année 2012 difficile, l'ensemble du commerce et de la réparation d'automobiles⁹³ accuse un nouveau recul en 2013. Les ventes toutes taxes comprises atteignent 103,1 milliards d'euros (tableau 1). Elles diminuent de 3,3 % en volume et de 1,9 % en valeur (tableau 2).

Ces résultats médiocres sont essentiellement imputables au secteur du commerce de véhicules automobiles dont les ventes ont diminué de 4,1 % en volume en 2013 alors qu'elles avaient déjà chuté de 8,2 % en 2012. La morosité de la conjoncture conjuguée à une absence de mesures de soutien du marché comme cela avait été le cas en 2009 et 2010 (dispositif de prime à la casse) s'est répercutée sur le niveau des ventes de véhicules automobiles en 2012 et les effets perdurent en 2013.

L'activité du secteur de l'entretien et réparation de véhicules automobiles se contracte de 1,9 % en volume, et baisse légèrement en valeur. Le commerce de détail d'équipements automobiles apparaît plus dynamique, avec une progression en valeur et en volume des ventes en 2013. C'est le seul secteur qui tire son épingle du jeu en 2013.

Le recul de l'activité dans le commerce et la réparation automobile s'accompagne d'une diminution de l'emploi. Les effectifs salariés du secteur sont en repli de 2,1 % en 2013 après une baisse comparable en 2012 (- 2,2 %).

Dans un contexte pourtant peu favorable, les créations d'entreprises sont en hausse en 2013 (+ 3,1 %).

Tableau 1 : Évolution des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles (en %) en valeur T.T.C.

| Activités | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013p | Valeur 2013p (en G €) |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|--------------------------|
| Commerce de véhicules automobiles | 7,3 | 1,3 | -0,2 | 5,5 | 7,1 | 1,6 | 6,4 | -0,4 | 1,8 | 3,6 | 5,0 | -6,2 | -2,8 | 71,7 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 5,2 | 5,6 | 3,1 | 7,3 | 2,4 | 4,3 | 4,1 | 1,8 | -3,6 | -8,7 | -0,3 | -0,9 | -0,5 | 20,1 |
| Commerce de gros d'équipements automobiles | 1,9 | 6,8 | 5,1 | -0,4 | 7,9 | 6,4 | 4,2 | 0,8 | -5,6 | 13,3 | 11,6 | 2,5 | -1,2 | 1,2 |
| Commerce de détail d'équipements automobiles | 1,0 | 1,6 | 4,1 | -1,2 | 8,4 | 1,5 | 4,6 | 2,0 | 1,3 | -3,0 | 9,6 | 1,1 | 2,8 | 7,3 |
| Commerce et réparation de motocycles | 3,9 | 1,4 | 1,8 | 5,0 | -3,3 | 3,9 | 1,4 | 0,7 | -7,6 | 4,5 | 1,7 | -4,3 | -3,5 | 2,8 |
| ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE | 6,5 | 2,1 | 0,7 | 5,5 | 5,9 | 2,3 | 5,7 | 0,2 | 0,4 | 0,7 | 4,2 | -4,6 | -1,9 | 103,1 |

Source : Insee - Comptes du commerce

Tableau 2 : Évolution des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles (en %) en volume T.T.C.

| Activités | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013p |
|---|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|-------------|
| Commerce de véhicules automobiles | 6,3 | -0,2 | -2,3 | 3,0 | 5,4 | 0,0 | 3,9 | -2,6 | 1,9 | 2,7 | 2,6 | -8,2 | -4,1 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 3,3 | 2,8 | -0,2 | 3,1 | -1,8 | 0,8 | 0,4 | -3,3 | -4,0 | -11,5 | -3,2 | -3,3 | -1,9 |
| Commerce de gros d'équipements automobiles | 0,2 | 4,7 | 3,2 | -4,1 | 5,1 | 3,5 | 0,6 | -2,8 | -7,6 | 12,1 | 11,6 | 0,6 | -2,4 |
| Commerce de détail d'équipements automobiles | -0,1 | 0,0 | 2,6 | -4,9 | 5,5 | -1,4 | 0,7 | -2,2 | -0,2 | -4,5 | 9,0 | -0,7 | 1,7 |
| Commerce et réparation de motocycles | 2,7 | 0,2 | 1,2 | 3,3 | -4,1 | 3,1 | -0,1 | 0,0 | -8,5 | 4,6 | 0,8 | -4,7 | -4,5 |
| ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE | 5,3 | 0,4 | -1,5 | 2,6 | 3,7 | 0,2 | 2,9 | -2,6 | 0,2 | -0,6 | 1,9 | -6,6 | -3,3 |

Source : Insee - Comptes du commerce

⁹³ 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 - Le commerce de véhicules automobiles atteint un point bas

En 2013, le secteur du **commerce de véhicules automobiles** réalise de mauvaises performances pour la deuxième année consécutive. Les ventes diminuent de 4,1 % en volume. Malgré une hausse des prix des voitures, les ventes ne se maintiennent pas en valeur (- 2,8 %).

▪ Forte baisse des immatriculations de véhicules particuliers neufs

Après avoir décroché en 2012, le marché des voitures neuves continue de se replier en 2013. Le nombre d'immatriculations de voitures particulières neuves baisse de 5 % en moyenne annuelle en 2013. Il s'était déjà contracté de 14 % en 2012. Avec 1,8 million d'immatriculations, le marché atteint quasiment le bas niveau de 1997.

Les ventes de véhicules neufs ont accéléré en fin d'année 2013, comme cela avait été le cas en 2012, les consommateurs ayant probablement anticipé leurs achats de véhicules avant le renforcement du malus écologique sur les voitures les plus polluantes au 1er janvier 2014. Ce redressement n'a cependant pas permis de compenser la dégradation des mois précédents⁹⁴.

Le succès des modèles économiques et inférieurs, dont les immatriculations progressent en 2013, contraste avec la morosité observée sur les autres segments. Entre 2012 et 2013, la part des modèles d'entrée de gamme s'est accrue de 3,7 points (52,7 % des immatriculations contre 49,0 % l'année précédente).

Les berlines conservent leur suprématie alors que l'appétence des consommateurs pour les véhicules tous terrains tous chemins se développe au détriment des monospaces et des breaks.

La part des véhicules diesel dans les immatriculations de voitures particulières neuves recule en 2013. En effet, la part des voitures essence bondit en 2013 et retrouve fin 2013 son niveau de 2003.

En 2013, dans un mouvement inverse à celui observé l'année précédente, les ventes de voitures neuves de marques françaises sont moins pénalisées que celles de marques étrangères (respectivement - 4 % contre - 7 %). Les marques de groupes français sont majoritaires dans les immatriculations neuves ; leur part s'élève à 53,4 % en 2013.

Les voitures particulières neuves sont de moins en moins polluantes : fin 2013, leurs émissions moyennes de CO₂ s'élèvent à 117 g/km contre 124 g/km en 2012. En 2007, année précédant la mise en place du bonus malus, elles s'élevaient à 149 g/km.

▪ Voitures d'occasion : un marché atone

La demande en véhicules d'occasion est moins sensible à la conjoncture que la demande en voitures neuves. Aussi, le marché des voitures d'occasion ne subit pas la forte baisse enregistrée sur le marché des voitures neuves. Cependant, le nombre des immatriculations de voitures particulières d'occasion (5,4 millions) diminue de 1,0 % en 2013 comme en 2012, après deux années de hausse (+ 0,7 % en 2011 et + 2,8 % en 2010)⁹⁵.

⁹⁴ Le dispositif de bonus-malus, créé par le Grenelle de l'environnement (lancé en juillet 2007), vise à réduire les émissions de CO₂ : il récompense les acquéreurs de voitures neuves émettant le moins de CO₂ 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^{er} janvier 2009, les propriétaires de véhicules neufs émettant plus de 250 g de CO₂/km doivent payer une taxe annuelle en plus du malus).

⁹⁵ Chiffres et statistiques n° 493, février 2013 – Commissariat général au développement durable

2 - Activité en baisse dans l'entretien-réparation, en hausse dans l'équipement automobile de détail

Les ventes du secteur de **l'entretien et réparation** de véhicules automobiles continuent de diminuer en volume (- 1,9 % en 2013 après - 3,3 % en 2012).

Depuis 2008, ce secteur subit chaque année une contraction de son activité. La fiabilité croissante des véhicules et l'évolution des comportements des automobilistes (éco-conduite et moindre usage du véhicule) ainsi que le mouvement de baisse continue du nombre d'accidents corporels de la route⁹⁶ (- 6,6 % en 2013) engendrent une diminution tendancielle des ventes de réparation et d'entretien.

La diminution des interventions s'accompagne toutefois d'un coût unitaire plus élevé et l'activité du secteur se maintient presque en valeur (- 0,5 % en 2013).

S'agissant du commerce d'**équipements automobile**, les ventes diminuent en volume dans les secteurs du commerce de gros (- 2,4 %) alors qu'elles progressent dans le commerce de détail (+ 1,7 %).

Les professionnels classés dans le **commerce de détail d'équipements automobiles** (centres-autos) sont souvent au croisement de la distribution de pièces et de la pose et l'entretien des véhicules les plus anciens, alors que l'entretien-réparation des véhicules de moins de 2 ans est essentiellement réalisé par les entreprises des réseaux constructeurs, classés plus souvent dans le secteur du commerce de véhicules automobiles selon l'observatoire de l'Association Nationale pour la Formation Automobile.

L'activité des professionnels de ce secteur augmente avec le vieillissement du parc automobile. Elle est en outre soutenue par l'attrait pour les accessoires (coffres de toits, porte-vélos, électronique embarqué, tuning) qui ne se dément pas.

3 – La situation reste difficile dans le commerce et réparation de motocycles

Le commerce et réparation de motocycles (motos et scooters de plus de 50 CC) en expansion jusqu'en 2008, a particulièrement souffert en 2009 et peine à se redresser, en particulier sur le marché des scooters.

Le climat conjoncturel n'incite pas aux achats de motocycles. En outre, la mise en place en 2009 d'une formation de 3 h, qui a été étendue à 7h en 2011, obligatoire pour les primo acheteurs de véhicules de 125 m³ a pu détourné une partie des consommateurs de l'achat d'un deux-roues. En valeur les ventes du secteur diminuent de 3,5 % après 4,9 % en 2012.

⁹⁶ Observatoire national interministériel de la sécurité routière

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

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 2012 et 2013 sont **provisoires** (p). Elles sont issues de la version semi-définitive ou 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 de 2011 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 (ESA).

Entre le rapport publié en décembre 2013 et celui de juin 2014, une révision importante des séries intervient en raison du changement de base.

| | | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
|---|-----------|-------|-------------|------------|-----------|
| Rapport de juin 2014 (base 2010) | en valeur | + 0,7 | + 4,2 (def) | - 4,6 (sd) | - 1,9 (p) |
| | en volume | - 0,6 | + 1,9 (def) | - 6,6 (sd) | - 3,3 (p) |

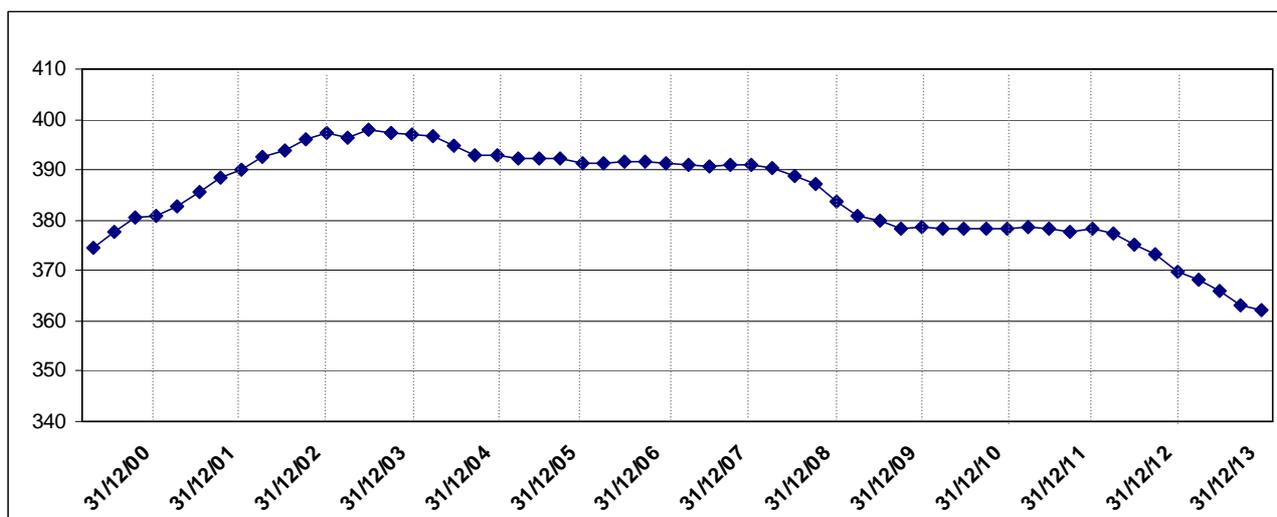
| | | | | |
|--|-----------|-------------|-------------|-----------|
| Rapport de décembre 2013 (base 2005) | en valeur | + 1,0 | + 5,0 (def) | - 3,8 (p) |
| | en volume | - 0,6 | + 2,5 (def) | - 5,7 (p) |
| Rapport de juin 2013 (base 2005) | en valeur | + 1,0 | + 4,1 (p) | - 3,9 (p) |
| | en volume | - 0,6 | + 1,7 (p) | - 5,8 (p) |
| Rapport de déc.2012 (base 2005) | en valeur | + 1,0 (def) | + 3,8 (p) | |
| | en volume | - 0,6 (def) | + 1,2 (p) | |
| Rapport de juin 2012 (base 2005) | en valeur | + 2,7 (r) | + 3,7 (p) | |
| | en volume | + 0,9 (r) | + 1,0 (p) | |
| Rapports de juin et déc. 2011 (base 2005) | en valeur | + 2,9 (p) | | |
| | en volume | + 1,2 (p) | | |

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

4 - La baisse de l'emploi salarié dans le commerce et la réparation automobile continue

Au 31 décembre 2013, 362 300 salariés travaillent dans le secteur du commerce et de la réparation automobile. Ils représentent 12 % 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 (- 1,4 %).. En 2012, la baisse a repris (- 2,2 %) après une quasi stabilité en 2010 et 2011. 2013 est dans la même tendance : le commerce automobile perd 7 600 salariés (- 2,1 %). En glissement annuel, entre décembre 2002 et décembre 2013, le secteur a perdu 35 100 salariés.

Graphique 1 : Évolution de l'emploi salarié trimestriel 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 actifs occupés sont des ouvriers (38 %), et parmi eux, la majorité (80 %) sont des ouvriers qualifiés.

Le temps partiel est peu répandu dans le commerce et la réparation automobile : il concerne 10,7 % des salariés en 2011. Comme dans les autres secteurs, il touche plus les femmes (26,1 %) que les hommes (7,3 %). Ce sont des temps partiels relativement courts : en moyenne, le nombre d'heures d'un salarié à temps partiel représente 54,9 % d'un temps plein. Le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel⁹⁷ représente 6,2 % du volume d'emploi salarié. Si l'emploi était réparti uniformément sur l'ensemble des emplois salariés, il reviendrait à ce que chaque emploi salarié représente en moyenne 95,2 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

⁹⁷ Cf. Annexe méthodologique n° VI : Méthodes et sources sur l'emploi.

5 - Les créations d'entreprises du commerce et de la réparation automobile continue de croître en 2013

Après les très fortes augmentations engendrées par l'instauration du régime de l'auto-entrepreneur en 2009 et 2010, la baisse observée en 2011 et la forte hausse de 2012 (+ 12,8 %), le nombre de créations d'entreprises augmente à nouveau en 2013 dans le secteur du commerce et de la réparation automobile (+ 3,1 %).

Tableau 3 : Nombre de créations de sociétés et d'entreprises individuelles et leur évolution en % entre 2010 et 2013

| SECTEURS D'ACTIVITE | Nombre de créations | | | | Evolution en % | | |
|--|---------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------|------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2011/2010 | 2012/2011 | 2013/2012 |
| Commerce de véhicules automobiles | 5 828 | 6 179 | 7 331 | 7 717 | 6,0 | 18,6 | 5,3 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 6 861 | 5 857 | 6 566 | 6 564 | -14,6 | 12,1 | 0,0 |
| Commerce d'équipements automobiles | 1 115 | 1 155 | 1 154 | 1 310 | 3,6 | -0,1 | 13,5 |
| Commerce et réparation de motocycles | 884 | 758 | 679 | 634 | -14,3 | -10,4 | -6,6 |
| COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE | 14 688 | 13 949 | 15 730 | 16 225 | -5,0 | 12,8 | 3,1 |

Source : Insee - Sirène (France Entière)

Les cessations de l'année 2013 ne sont pas encore entièrement connues pour estimer le nombre d'entreprises au 1^{er} janvier 2014. Début 2013, le secteur du commerce et de la réparation automobile compte 93 500 entreprises, soit 5,5 % de plus qu'en 2011. Cette forte augmentation est due au régime d'auto-entrepreneur qui a stimulé les créations d'entreprises depuis 2009. Cette progression concerne tous les sous-secteurs du commerce et de la réparation automobile.

Tableau 4 : Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles* en milliers au 1^{er} janvier et évolution en % entre début 2010 et début 2013

| SECTEURS D'ACTIVITE | Nombre d'entreprises | | | | Evolution en % | | |
|--|----------------------|-------------|-------------|-------------|----------------|------------|------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 (sd) | 2011/2010 | 2012/2011 | 2013/2012 |
| Commerce de véhicules automobiles | 28,0 | 28,9 | 29,9 | 31,8 | 3,3 | 3,5 | 6,5 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 40,5 | 43,2 | 44,6 | 47,1 | 6,6 | 3,1 | 5,7 |
| Commerce d'équipements automobiles | 7,4 | 7,8 | 8,1 | 8,5 | 4,5 | 4,2 | 4,4 |
| Commerce et réparation de motocycles | 5,8 | 6,0 | 6,1 | 6,2 | 3,5 | 2,0 | 1,4 |
| COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE | 81,7 | 85,8 | 88,6 | 93,5 | 5,0 | 3,3 | 5,5 |

Source : Insee - Sirène (France Entière)

* Les auto-entreprises non-actives ont été exclues des stocks d'entreprises au 1^{er} janvier 2010, 2011, 2012 et 2013.

ANNEXES - MÉTHODES ET DÉFINITIONS

ANNEXE I - Les comptes du commerce en base 2010

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 publiés en « base 2010 » depuis mai 2014. Les séries du commerce reflètent les modifications induites par ce changement de base.

Le passage à la base 2010 des comptes nationaux se caractérise par des changements conceptuels avec l'adoption des règles du système européen des comptes (SEC) 2010 ainsi que par des changements de méthodes.

Le PIB est révisé à la hausse en base 2010 car un certain nombre de dépenses qui étaient comptabilisées en consommation intermédiaire (dépenses de recherche et développement, achat ou production de bases de données, acquisitions de matériel d'armement) ne viennent plus en déduction dans le calcul de la Valeur ajoutée et sont désormais classées en investissements.

La plupart de ces changements conceptuels n'affectent pas le commerce. Néanmoins en base 2010, le négoce international est isolé dans les transactions commerciales. En outre, les méthodes de chiffrage de la consommation commercialisable ont été révisées, grâce à un examen détaillé, produit par produit, des sources d'écart entre les données de consommation et les données de ventes des entreprises.

Le changement de base 2010 a été également l'occasion d'expertiser la méthode d'estimation des évolutions sectorielles au niveau le plus fin de la nomenclature. En base 2005, les chiffres d'affaires et ventes de marchandises sectoriels provenaient des estimateurs issus d'Esane, qui s'appuient sur une mise en cohérence des données de l'enquête structurelle annuelle (ESA) et des données fiscales exhaustives. La méthode combinant des données d'enquêtes fournissant une information fiable sur l'activité économique, et des données fiscales exhaustives, permet d'obtenir des estimations tirant parti de l'information contenue dans ces dernières, tout en corrigeant le biais lié à l'évolution dans le temps de l'activité des entreprises, laquelle est imparfaitement retracée dans les données administratives. En revanche, cette méthode peut induire une fragilité de l'estimation des évolutions dans les secteurs pour lesquels la taille des échantillons des enquêtes est relativement faible. L'expertise menée a conduit à affiner la méthode d'estimation des évolutions des ventes (en tout état de cause, ces estimations font ensuite toujours l'objet de retraitements propres aux comptes nationaux).

En base 2010, la méthode retenue consiste à conserver les estimateurs Esane au niveau des groupes de la NAF (3 positions), où cette méthode d'estimation produit des résultats globalement robustes. Au niveau le plus fin des sous-classes, en revanche, la méthode retenue ventile les agrégats estimés au niveau des groupes entre les sous-classes qui les constituent, à partir des données fiscales individuelles exhaustives (y compris pour les unités qui n'ont pas répondu à l'enquête) plutôt qu'en privilégiant les données des entreprises participant à l'enquête structurelle annuelle⁹⁸. Ces estimations sectorielles en niveau par sous-classe sont ensuite utilisées pour calculer des évolutions. Dit autrement, l'indice d'évolution des ventes au niveau des sous-classes est calculé à partir de l'indice d'évolution des données fiscales exhaustives, en

⁹⁸ En réalité cette méthode ne s'éloigne pas beaucoup de la méthode retenue actuellement par Esane pour la diffusion au niveau des sous-classes : En effet, Esane retient une clé de répartition infra-groupe et non les agrégats composites directement. Le changement repose ici sur l'utilisation d'une clé qui repose sur les données exhaustives plutôt que sur les données pondérées.

corrigeant celui-ci d'un terme qui tient compte du biais d'évolution au niveau du groupe entre les évolutions individuelles issues des données fiscales et celles d'Esane (lesquelles prennent mieux en compte les changements d'APE)⁹⁹.

Les niveaux des années 2009, 2010 et 2011 ont été recalculés conformément à ces principes et les séries ont été rétopolées, en conservant l'évolution d'ensemble de la base 2005 pour le commerce de détail, le commerce de gros et le commerce et la réparation d'automobiles et en conservant les contributions sectorielles.

Un nouvel indice de prix a été calculé dans le commerce de gros, en se fondant sur les nouvelles séries sur les prix par produits et une ventilation actualisée des ventes de produits par secteur fin.

⁹⁹ Soit le rapport au niveau du groupe entre l'indice d'évolution ESANE et l'indice d'évolution issu du FARE (données fiscales exhaustives)

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

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^{er} 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^{er} 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 d'automobiles : la division 45 associe le commerce de gros ou de détail de véhicules automobiles ou de motos 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 affectent 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'entreprise 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 D'AUTOMOBILES

| 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 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 |
|----------|----------|---|---|---|---------------------------------------|--|
| 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 spécialisé . 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% | |
| 526E | 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 - 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 m²)
- 47.52B Quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m² 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 commercialisable des ménages (41 produits)
- l'activité des 61 secteurs commerciaux, mesurée par leurs chiffres d'affaires

La notion de consommation commercialisable

La consommation commercialisable représente une partie de la consommation effective des ménages (35,9 % en 2013). Elle comprend les produits susceptibles d'être vendus aux ménages par le commerce. Sont exclus de la consommation commercialisable les dépenses d'eau, de gaz et d'électricité et également les services consommés par les ménages tels que les transports, la location immobilière, les services financiers, la santé, l'éducation...

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 recalage.

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.

Deuxième séquence : le traitement des chiffres d'affaires comporte deux étapes.

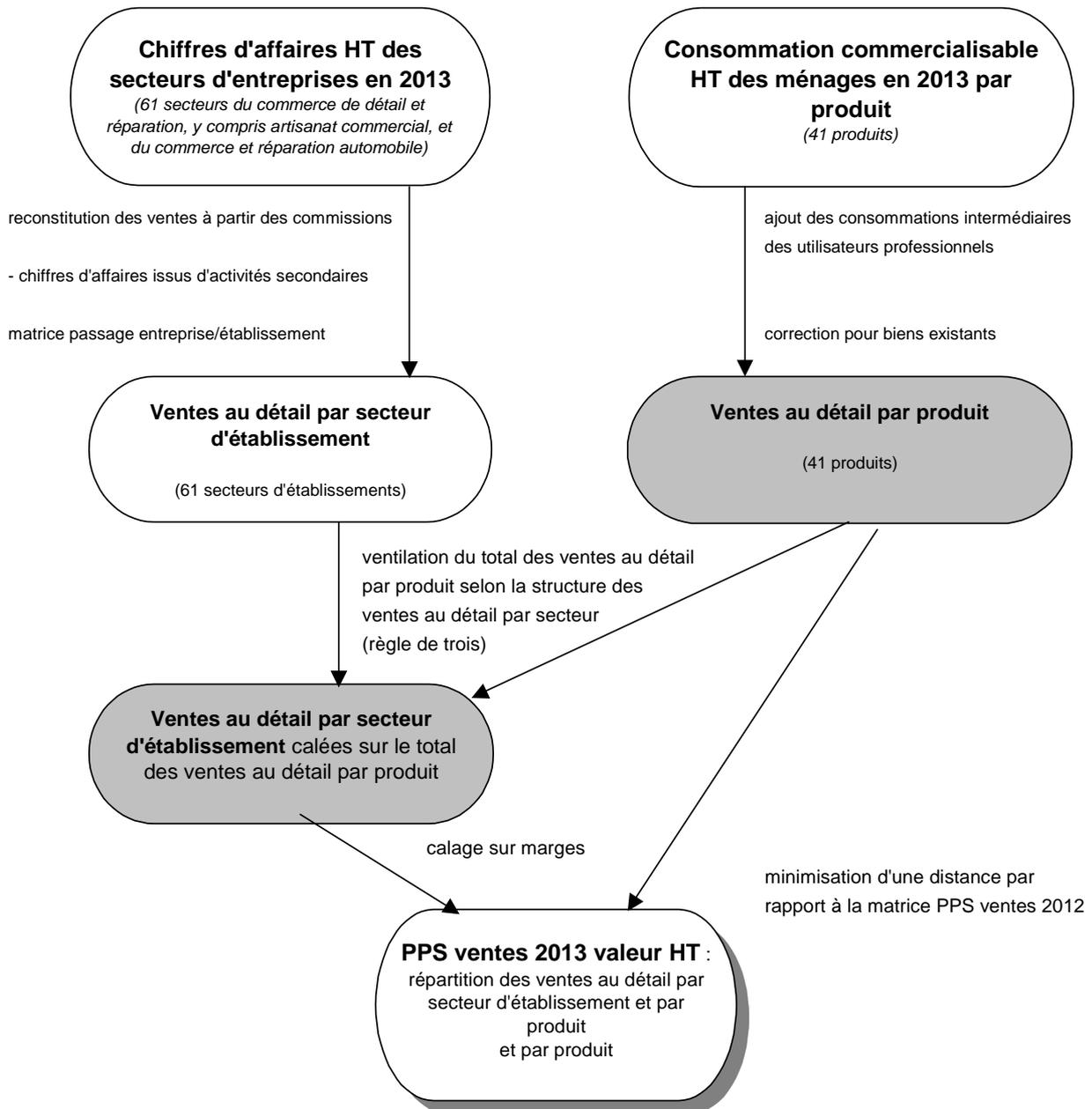
La première étape consiste à effectuer un *passage secteur d'entreprise* → *forme de vente*, c'est-à-dire à estimer les chiffres d'affaires des formes de ventes à partir des chiffres d'affaires des secteurs d'entreprises.

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 vente¹⁰⁰) 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 → forme de vente 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. 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.

¹⁰⁰ 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'établissement¹ 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 retient des indices de prix France entière et toutes formes de ventes confondues. Ces indices, disponibles pour 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 stable et celui des supermarchés augmenterait de 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 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.

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 mesurent donc l'évolution des prix d'un panier commun de consommation, sans tenir compte de la composition des ventes par produits, différente selon la forme de vente.

ANNEXE V - Les indicateurs de la démographie des entreprises

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. Par ailleurs, le classement des entreprises dans les secteurs d'activité venant de Sirene peut différer de celui qui est tiré de l'enquête statistique annuelle (ESA) et qui figure sur le site insee.fr. La source Sirene a été préférée ici car elle permet la publication de séries plus longues.

1. Les stocks d'entreprises :

Les bases de stock d'entreprises et d'établissements regroupent les entreprises et les établissements actifs au 1er janvier 2011 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.

Les bases de stock d'entreprises et d'établissements intègrent le statut d'auto-entrepreneur à partir du 1er janvier 2010. Ce nouveau régime explique l'augmentation importante, entre les stocks d'entreprises au 1er janvier 2009 et au 1er janvier 2010.

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

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 :

Le département de l'emploi et des revenus d'activité de l'Insee réalise des **estimations trimestrielles**.

Une estimation provisoire à 45 jours dite « estimation Flash » est publiée au deuxième mois suivant la fin du trimestre (T+45 jours). Elle s'appuie sur la seule source disponible à ce moment-là, à savoir l'enquête Acemo de la Dares (Ministère du travail) qui ne couvre que les établissements de 10 salariés et plus. Pour pallier cette limite, le recours à la modélisation permet d'extrapoler à l'ensemble des entreprises des secteurs marchands les résultats d'Acemo.

Au troisième mois suivant la fin du trimestre (T+70 jours), une nouvelle estimation est réalisée à partir d'une exploitation des données administratives issues des Urssaf (Epure). Contrairement à Acemo, cette source est quasi-exhaustive et couvre aussi les établissements de moins de 10 salariés. Les données issues de la source Urssaf sont utilisées par l'Insee depuis le 4^{ème} trimestre 1999 pour les estimations d'emploi. Pour réaliser l'estimation à T+70 jours, l'Insee interroge également directement certaines grandes entreprises nationales sur l'évolution de leurs effectifs : La Poste, France Télécom, EDF, GDF, SNCF, RATP. Pour l'intérim, c'est la source Pôle emploi qui est utilisée : il s'agit des fichiers mensuels des missions recensées par les entreprises de travail temporaire exploités par Pôle emploi et la Dares.

Pour les trimestres de l'année en cours, les estimations trimestrielles sont fondées sur les évolutions de l'emploi dans les sources décrites ci-dessus. Les estimations au niveau détaillé (A38) sont calées sur le total agrégé correspondant (A17). Les séries sont corrigées des variations saisonnières. Les coefficients de correction des variations saisonnières sont révisés chaque trimestre pour la publication à T+70 jours.

Pour les années écoulées, les séries trimestrielles sont calées sur les estimations annuelles : on s'assure que le niveau d'emploi au 31 décembre est bien égal à celui de ces estimations annuelles. Ces dernières sont en effet par nature plus fiables puisqu'elles couvrent un champ plus large, bénéficiant d'un temps de traitement des données plus long, et font l'objet d'une expertise locale approfondie dans les directions régionales de l'Insee.

L'emploi salarié de l'artisanat commercial est estimé par la division Commerce depuis décembre 2013. Le nombre d'emplois salariés de l'artisanat commercial est calculé en multipliant l'estimation annuelle Insee de l'emploi salarié de la division « Industries alimentaires » de la NAF rév. 2 par le rapport entre le nombre d'emploi salarié de l'artisanat commercial estimé à partir des DADS et le nombre d'emploi salarié de la division « Industries alimentaires » estimé à partir des DADS. Ces deux dernières estimations se font selon la logique des estimations d'emploi annuelles de l'Insee. Ces dernières sont calculées à partir du dispositif Estel (Estimations d'emploi localisées) qui prend en compte la multi-activité et mesure l'emploi selon un concept « BIT répertorié » : l'emploi est mesuré sur la dernière semaine de l'année et tout emploi déclaré est comptabilisé. Nota bene : la DADS (Déclaration Annuelle de Données Sociales) est une formalité administrative obligatoire que doit accomplir toute entreprise employant des salariés. Les employeurs - y compris les administrations publiques - sont tenus de communiquer la masse des traitements qu'ils ont versés au cours de l'année, les effectifs employés et une liste nominative de leurs salariés en indiquant pour chacun le montant des rémunérations salariales perçues.

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.

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)

Données sur la précarité et le sous-emploi

Les données sont tirées de l'Enquête Emploi en continu. 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 emplois d'avenir, les contrats d'accès à l'emploi dans les départements d'outre-mer, les contrats d'accompagnement dans l'emploi, les contrats initiative emploi), 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 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 m² (NAF 4719A) 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 4791A et 4791B).

Grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé

Ensemble des entreprises du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé (NAF 474, 475, 476, 477 hors commerces de produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion) satisfaisant à une des conditions suivantes :

- employer 100 salariés ou plus ;
- employer 50 salariés ou plus, et :
 - > soit exploiter 10 magasins ou plus ;
 - > soit exploiter au moins un magasin de 2 500 m² 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 (4711A, 4711B, 4711C et 472).

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 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 |
| 10.13B | Charcuterie |
| 10.71 | Fabrication de pain et de pâtisserie fraîche : |
| 10.71A | Fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche |
| 10.71B | Cuisson de produits de boulangerie |
| 10.71C | Boulangerie et boulangerie- pâtisserie |
| 10.71D | Pâtisserie |

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

| | | | |
|-----------------------------------|------------------------------|---|---|
| 2 500 m ² | GRANDS MAGASINS 47.19A | HYPERMARCHÉS 47.11F | |
| | 400 m ² | AUTRES MAGASINS NON ALIMENTAIRES NON SPÉCIALISÉS 47.19B | MAGASINS MULTI- COMMERCES 47.11E |
| | | | <i>maxidiscomptes</i> |
| SUPERETTES 47.11C | | | |
| ALIMENTATIONS GÉNÉRALES 47.11B | | | |
| 120 m ² | | | |
| | 1/3 | 2/3 | 1 Part des ventes alimentaires |

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 m² ;

- les autres magasins non alimentaires non spécialisés (bazars...), dont la surface de vente est inférieure à 2 500 m².

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 m² ;

* les « supermarchés », dont la surface est comprise entre 400 m² et 2 500 m² 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 m² et 400 m² ;

* les « alimentations générales », dont la surface de vente est inférieure à 120 m².

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 m².

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 m² à 1 000 m². 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^{er} 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^{er} 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 m² 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

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 D'AUTOMOBILES

Le commerce et réparation d'automobiles (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 m²) :
 - * hypermarchés (NAF 47.11F) : au moins 2 500 m² ;
 - * supermarchés (NAF 47.11D) : de 400 à 2 500 m², réalisant plus de 2/3 du chiffre d'affaires en alimentaire ;
 - * magasins multi-commerces (NAF 47.11E) : de 400 à 2 500 m², réalisant entre 1/3 et 2/3 du chiffre d'affaires en alimentaire ;
- produits surgelés et petites surfaces (moins de 400 m²) :
 - * commerces de produits surgelés, en magasin ou par livraison à domicile (NAF 47.11A) ;
 - * alimentations générales (NAF 47.11B) : moins de 120 m² ;
 - * supérettes (NAF 47.11C) : entre 120 et 400 m².

COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE, EN MAGASIN SPÉCIALISÉ

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 m², et les autres commerces de détail en magasin non spécialisé (NAF 47.19B), dont la surface de vente est inférieure à 2 500 m².

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 ÉXISTANTS

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 m² 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 : $CA = \text{Ventes de marchandises} + \text{production vendue de biens et services}$.

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 % | | | | | |
|--|-------------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p |
| C.G. de produits agricoles bruts | 17,6 | 8,3 | -17,7 | 10,6 | -3,0 | 6,9 |
| - céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail | 23,6 | 11,7 | -21,2 | 13,2 | -3,3 | 9,6 |
| - autres produits (1) | 1,9 | -2,3 | -7,4 | 3,0 | -2,2 | -2,0 |
| C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac | -0,3 | -10,9 | 3,9 | 5,3 | -2,4 | 0,0 |
| - produits frais (2) | 0,1 | -11,7 | 2,4 | 3,9 | -1,7 | -0,4 |
| - boissons (alcoolisées ou non) | -0,4 | -6,3 | 0,7 | 9,3 | -1,0 | -0,3 |
| - autres produits (3) | -0,7 | -12,4 | 8,0 | 4,9 | -4,3 | 0,7 |
| C.G. de biens domestiques | 2,2 | -0,6 | 3,0 | 5,9 | 1,0 | -0,5 |
| - produits pharmaceutiques | 4,7 | 3,0 | 5,1 | 6,2 | 3,2 | 1,0 |
| - autres produits (4) | 0,5 | -3,1 | 1,5 | 5,7 | -0,6 | -1,6 |
| C.G. d'équipements de l'information et de la communication | 4,7 | -10,3 | 8,6 | 1,3 | 2,4 | -3,6 |
| - ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels | 9,6 | -12,7 | 12,2 | -3,6 | 0,7 | -9,2 |
| - composants et équipements électroniques et télécommunication | -5,8 | -4,7 | 1,3 | 11,1 | 5,5 | 5,8 |
| C.G. d'autres équipements industriels | 0,4 | -13,1 | 3,5 | 7,3 | 0,6 | -1,2 |
| - équipements de bureau (5) | -6,8 | -11,9 | 11,4 | -1,8 | -3,7 | -5,1 |
| - matériel électrique | 1,2 | 14,2 | 15,2 | 5,5 | -1,6 | -1,2 |
| - autres équipements (6) | 0,8 | -18,4 | -0,2 | 8,6 | 1,6 | -0,8 |
| Autres C.G. spécialisés | -1,7 | -13,5 | -1,1 | -1,3 | -1,2 | -0,7 |
| - combustibles et produits annexes | -3,6 | -11,3 | -5,1 | -5,9 | -0,3 | -1,1 |
| - produits pour l'installation de habitat et la construction (7) | -0,8 | -13,1 | 0,7 | 1,6 | -1,7 | -2,2 |
| - autres produits (8) | -0,6 | -16,8 | 0,8 | 0,4 | -1,8 | 1,6 |
| Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce) | 1,9 | -6,8 | 1,6 | 4,1 | -0,7 | 0,1 |
| Intermédiaires du commerce dont centrales d'achats | -1,0 | -0,2 | -5,1 | 2,2 | 1,4 | 1,5 |
| | 0,1 | 3,3 | -5,6 | 1,9 | 2,1 | 1,9 |
| Commerce de gros et intermédiaires | 1,5 | -5,8 | 0,6 | 3,8 | -0,4 | 0,4 |

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 2013p |
|--|-------------------------|------------|-------------|------------|-------------|--------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012sd | 2013p | |
| C.G. de produits agricoles bruts | 0,6 | 0,8 | -0,3 | 4,3 | 23,8 | -10,8 | -9,8 | 28,2 | 2,7 | 1,7 | 62,7 |
| - céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail | 0,5 | -0,6 | -2,3 | 7,8 | 30,0 | -11,8 | -11,0 | 34,5 | 2,1 | 1,7 | 48,3 |
| - autres produits (1) | 0,6 | 4,5 | 4,7 | -3,8 | 7,7 | -7,7 | -6,1 | 10,5 | 4,9 | 1,6 | 14,4 |
| C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac | 0,7 | 3,4 | 3,1 | 3,8 | 4,2 | -14,7 | 5,2 | 7,9 | 2,3 | 2,4 | 127,0 |
| - produits frais (2) | -0,5 | 2,1 | 1,4 | 4,1 | 5,5 | -17,9 | 5,8 | 5,2 | 3,0 | 3,0 | 58,4 |
| - boissons (alcoolisées ou non) | 9,1 | 4,9 | 2,6 | 4,8 | 3,6 | -4,1 | 0,3 | 11,6 | 2,5 | 2,6 | 26,8 |
| - autres produits (3) | -1,9 | 4,5 | 5,8 | 2,7 | 2,8 | -16,1 | 7,5 | 9,5 | 1,1 | 1,4 | 41,8 |
| C.G. de biens domestiques | 1,5 | 9,3 | 5,6 | 3,3 | 1,3 | -1,8 | 2,8 | 5,1 | 0,6 | -0,6 | 142,5 |
| - produits pharmaceutiques | 2,2 | 14,2 | 7,2 | 3,8 | 2,7 | 1,2 | 3,3 | 2,8 | -0,2 | -0,3 | 58,6 |
| - autres produits (4) | 1,1 | 6,3 | 4,5 | 3,0 | 0,4 | -3,8 | 2,5 | 6,8 | 1,1 | -0,8 | 84,0 |
| C.G. d'équipements de l'information et de la communication | 11,1 | 7,1 | 7,5 | 3,8 | -3,5 | -15,3 | 4,2 | 0,4 | 0,7 | -2,5 | 39,2 |
| - ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels | 17,9 | 6,4 | 5,8 | 3,7 | -1,3 | -18,5 | 4,2 | -3,9 | -2,0 | -5,4 | 23,7 |
| - composants et équipements électroniques et télécommunication | -1,8 | 8,7 | 11,2 | 4,0 | -8,0 | -8,3 | 4,2 | 9,1 | 5,5 | 2,4 | 15,5 |
| C.G. d'autres équipements industriels | 4,7 | 5,7 | -4,2 | 8,0 | 2,7 | -12,2 | 3,0 | 9,6 | 2,4 | -0,2 | 83,8 |
| - équipements de bureau (5) | 17,9 | 6,4 | 5,8 | 3,7 | -4,8 | -12,6 | 4,6 | 1,5 | 0,0 | -2,8 | 4,5 |
| - matériel électrique | -1,4 | 6,9 | 10,4 | 5,1 | 1,9 | 13,6 | 17,5 | 8,2 | -1,0 | -2,1 | 17,6 |
| - autres équipements (6) | 5,0 | 5,5 | -7,4 | 9,0 | 3,5 | -17,1 | -0,9 | 10,7 | 3,7 | 0,6 | 61,6 |
| Autres C.G. spécialisés | 9,0 | 3,7 | 7,3 | 5,4 | 5,3 | 7,9 | 8,6 | 8,9 | 1,8 | -2,8 | 142,8 |
| - combustibles et produits annexes | 12,8 | 11,8 | 6,5 | 2,8 | 17,9 | 16,5 | 16,2 | 12,4 | 7,6 | -4,4 | 52,7 |
| - produits pour l'installation de l'habitat et la construction | 8,0 | 4,3 | 8,5 | 6,8 | 2,5 | -13,2 | 1,0 | 4,0 | -0,8 | -1,6 | 49,5 |
| - autres produits (8) | 6,6 | -5,0 | 7,0 | 6,6 | 4,9 | 5,0 | 10,6 | 10,9 | -2,1 | -2,3 | 40,6 |
| Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce) | 4,4 | 5,4 | 3,8 | 4,7 | 5,4 | -12,6 | 4,5 | 8,7 | 1,7 | -0,2 | 620,7 |
| Intermédiaires du commerce | 5,2 | 4,7 | 3,7 | 5,1 | 7,7 | -10,4 | 2,0 | 11,1 | 6,5 | 1,3 | 122,3 |
| dont centrales d'achats | 4,3 | 5,7 | 3,1 | 5,5 | 9,5 | -7,6 | 1,8 | 11,1 | 7,5 | 1,8 | 105,8 |
| Commerce de gros et intermédiaires | 4,5 | 5,3 | 3,8 | 4,8 | 5,7 | -12,3 | 4,1 | 9,1 | 2,5 | 0,0 | 743,0 |

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 2012sd

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | 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 | Consommations intermédiaires et correction pour biens existants | CONSOMMATION COMMERCIALISABLE |
|---|--------------------|-----------------------|-----------------------------------|--|--------------------------------------|------------------|---|-------------------------------|
| PRODUITS | | | | | | | | |
| Pain, pâtisserie | 5 645 | 11 978 | 0 | 1 | 230 | 17 855 | 2 259 | 15 597 |
| Fruits et légumes | 22 833 | 2 | 0 | 83 | 15 | 22 934 | 0 | 22 934 |
| Viandes et produits dérivés | 36 992 | 1 487 | 0 | 124 | 433 | 39 035 | 5 087 | 33 948 |
| Poissons, crustacés, coquillages | 8 181 | 0 | 0 | 56 | 2 | 8 238 | 0 | 8 238 |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 73 652 | 13 466 | 0 | 264 | 680 | 88 063 | 7 346 | 80 717 |
| Chocolaterie, confiserie | 7 704 | 202 | 1 | 23 | 11 | 7 942 | 0 | 7 942 |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 20 267 | 114 | 1 | 252 | 255 | 20 888 | 5 587 | 15 301 |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 12 854 | 75 | 0 | 170 | 344 | 13 444 | 640 | 12 803 |
| Epicerie, produits alimentaires divers | 49 346 | 122 | 1 | 182 | 730 | 50 382 | 0 | 50 382 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 90 171 | 513 | 3 | 627 | 1 341 | 92 656 | 6 227 | 86 428 |
| Tabac et cigarettes | 16 203 | 0 | 0 | 1 | 3 736 | 19 940 | 0 | 19 940 |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 180 026 | 13 979 | 4 | 892 | 5 757 | 200 658 | 13 573 | 187 085 |
| Pneumatiques | 22 | 0 | 3 263 | 11 | 10 | 3 306 | 884 | 2 422 |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 715 | 0 | 21 050 | 231 | 286 | 22 282 | 4 640 | 17 642 |
| Vente et réparation de motocycles | 8 | 0 | 2 748 | 1 | 1 | 2 757 | 151 | 2 606 |
| Carburants et lubrifiants | 41 957 | 0 | 2 551 | 1 521 | 1 131 | 47 160 | 5 053 | 42 108 |
| TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE | 42 702 | 0 | 29 613 | 1 763 | 1 428 | 75 506 | 10 728 | 64 778 |
| Produits pharmaceutiques | 36 721 | 0 | 0 | 2 | 409 | 37 132 | 0 | 37 132 |
| Matériels médicaux et orthopédiques | 2 699 | 0 | 0 | 60 | 1 196 | 3 955 | 0 | 3 955 |
| TOTAL PHARMACIE | 39 420 | 0 | 0 | 61 | 1 605 | 41 087 | 0 | 41 087 |
| Habillement | 38 633 | 0 | 0 | 944 | 581 | 40 159 | 6 353 | 33 806 |
| Chaussures | 9 013 | 0 | 0 | 7 | 79 | 9 098 | 231 | 8 868 |
| Maroquinerie, articles de voyage | 3 405 | 0 | 0 | 0 | 157 | 3 563 | 170 | 3 394 |
| Parfumerie et produits de beauté | 18 762 | 0 | 0 | 290 | 1 131 | 20 182 | 337 | 19 845 |
| Optique et photographie | 8 387 | 0 | 0 | 0 | 102 | 8 489 | 1 384 | 7 105 |
| Horlogerie, bijouterie | 5 246 | 0 | 0 | 21 | 50 | 5 318 | 0 | 5 318 |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 83 446 | 0 | 0 | 1 262 | 2 101 | 86 809 | 8 474 | 78 335 |
| Meubles, literie | 16 344 | 0 | 0 | 18 | 251 | 16 612 | 2 833 | 13 779 |
| Equipement du foyer | 10 398 | 0 | 0 | 121 | 96 | 10 615 | 2 341 | 8 274 |
| Electroménager | 11 694 | 0 | 0 | 143 | 805 | 12 641 | 2 534 | 10 107 |
| Produits bruns | 5 864 | 0 | 0 | 39 | 103 | 6 006 | 959 | 5 047 |
| Micro-informatique et téléphones | 12 723 | 0 | 9 | 288 | 5 652 | 18 672 | 5 943 | 12 728 |
| Produits d'entretien ménager | 7 244 | 0 | 0 | 3 | 12 | 7 259 | 2 147 | 5 112 |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 4 368 | 0 | 0 | 33 | 53 | 4 455 | 1 014 | 3 440 |
| Revêtements sols et murs | 2 227 | 0 | 0 | 396 | 128 | 2 751 | 1 354 | 1 397 |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 16 006 | 0 | 39 | 1 260 | 709 | 18 014 | 7 188 | 10 826 |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie... | 7 953 | 0 | 0 | 199 | 350 | 8 501 | 405 | 8 097 |
| Livres, journaux, papeterie | 10 340 | 7 | 0 | 166 | 2 843 | 13 356 | 189 | 13 167 |
| Vente et réparation de cycles | 992 | 0 | 131 | 2 | 6 | 1 131 | 127 | 1 003 |
| Sports et loisirs | 10 194 | 0 | 1 | 31 | 293 | 10 518 | 1 749 | 8 769 |
| Jeux et jouets | 3 763 | 0 | 0 | 9 | 10 | 3 782 | 0 | 3 782 |
| Autres produits non alimentaires | 7 407 | 2 | 0 | 9 | 1 130 | 8 547 | 4 852 | 3 695 |
| Charbons et combustibles | 4 684 | 0 | 8 | 6 107 | 78 | 10 877 | 1 243 | 9 634 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 132 199 | 9 | 188 | 8 825 | 12 516 | 153 738 | 34 880 | 118 858 |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 297 767 | 10 | 29 800 | 11 912 | 17 651 | 357 139 | 54 082 | 303 058 |
| Voitures particulières d'occasion | 22 | 0 | 30 545 | 671 | 616 | 31 854 | 20 701 | 11 153 |
| Voitures particulières neuves | 0 | 0 | 31 916 | 698 | 705 | 33 320 | 8 250 | 25 070 |
| Caravanes, remorques | 5 | 0 | 1 804 | 257 | 39 | 2 106 | 351 | 1 755 |
| Entretien et réparation automobile | 34 | 0 | 11 104 | 76 | 973 | 12 187 | 412 | 11 775 |
| TOTAL AUTOMOBILE | 61 | 0 | 75 370 | 1 703 | 2 333 | 79 467 | 29 714 | 49 753 |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 477 854 | 13 989 | 105 174 | 14 507 | 25 741 | 637 265 | 97 369 | 539 896 |

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 B

Ventes au détail par produit : ensemble du commerce de détail et activités artisanales

Année 2012sd

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | 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 de surgelés | | TOTAL | Non alimentaire non spécialisé | Magasins non alimentaires spécialisés hors pharmacie et carburant | Carbu- rant | Phar-macies | TOTAL | Vente à distance | Autres formes de ventes hors magasin | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PRODUITS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pain, pâtisserie | 17 623 | 12 324 | 12 177 | 146 | 5 247 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 51 | 34 | 17 | | | | | |
| Fruits et légumes | 22 835 | 5 118 | 3 019 | 2 098 | 16 056 | 45 | 5 | 38 | 1 | 0 | 1 617 | 131 | 1 486 | | | | | |
| Viandes et produits dérivés | 38 479 | 10 420 | 8 636 | 1 783 | 26 655 | 22 | 15 | 7 | 0 | 0 | 1 383 | 235 | 1 148 | | | | | |
| Poissons, crustacés, coquillages | 8 181 | 1 177 | 826 | 350 | 6 434 | 5 | 1 | 3 | 0 | 1 | 566 | 43 | 523 | | | | | |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 87 118 | 29 038 | 24 659 | 4 378 | 54 391 | 73 | 23 | 48 | 1 | 2 | 3 616 | 442 | 3 174 | | | | | |
| Chocolaterie, confiserie | 7 906 | 2 273 | 1 507 | 766 | 4 877 | 329 | 0 | 161 | 168 | 0 | 428 | 26 | 402 | | | | | |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 20 381 | 4 376 | 3 083 | 1 293 | 14 178 | 401 | 4 | 300 | 94 | 3 | 1 426 | 541 | 886 | | | | | |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 12 928 | 1 416 | 606 | 810 | 10 462 | 119 | 3 | 59 | 56 | 1 | 931 | 402 | 529 | | | | | |
| Épicerie, produits alimentaires divers | 49 468 | 8 876 | 2 684 | 6 192 | 35 125 | 1 481 | 221 | 507 | 73 | 680 | 3 986 | 2 521 | 1 465 | | | | | |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 90 684 | 16 940 | 7 880 | 9 060 | 64 642 | 2 330 | 228 | 1 026 | 391 | 684 | 6 772 | 3 490 | 3 282 | | | | | |
| Tabac et cigarettes | 16 203 | 8 655 | 8 439 | 217 | 287 | 7 178 | 0 | 7 159 | 18 | 0 | 82 | 76 | 7 | | | | | |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 194 005 | 54 633 | 40 978 | 13 655 | 119 321 | 9 581 | 251 | 8 233 | 411 | 696 | 10 470 | 4 007 | 6 463 | | | | | |
| Pneumatiques | 22 | 1 | 0 | 0 | 0 | 22 | 0 | 1 | 21 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | | |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 715 | 16 | 6 | 10 | 467 | 218 | 12 | 119 | 87 | 0 | 15 | 14 | 1 | | | | | |
| Vente et réparation de motocycles | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 5 | 5 | 0 | | | | | |
| Carburants et lubrifiants | 41 957 | 745 | 187 | 558 | 25 030 | 16 044 | 7 | 1 316 | 14 719 | 2 | 138 | 94 | 44 | | | | | |
| TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE | 42 702 | 761 | 193 | 569 | 25 497 | 16 286 | 19 | 1 438 | 14 827 | 2 | 158 | 113 | 45 | | | | | |
| Produits pharmaceutiques | 36 721 | 1 | 0 | 0 | 27 | 36 661 | 0 | 652 | 0 | 36 009 | 33 | 32 | 1 | | | | | |
| Matériels médicaux et orthopédiques | 2 699 | 1 | 1 | 0 | 5 | 2 522 | 0 | 80 | 0 | 2 442 | 170 | 90 | 80 | | | | | |
| TOTAL PHARMACIE | 39 420 | 1 | 1 | 0 | 32 | 39 183 | 0 | 733 | 0 | 38 450 | 204 | 123 | 81 | | | | | |
| Habillement | 38 633 | 59 | 16 | 43 | 2 938 | 32 241 | 3 172 | 29 020 | 0 | 49 | 3 396 | 2 879 | 516 | | | | | |
| Chaussures | 9 013 | 12 | 2 | 10 | 706 | 7 527 | 213 | 7 301 | 0 | 12 | 767 | 641 | 126 | | | | | |
| Maroquinerie, articles de voyage | 3 405 | 2 | 0 | 1 | 53 | 3 120 | 339 | 2 778 | 0 | 3 | 231 | 111 | 120 | | | | | |
| Parfumerie et produits d'hygiène | 18 762 | 725 | 389 | 336 | 8 942 | 8 017 | 521 | 5 321 | 0 | 2 175 | 1 078 | 868 | 210 | | | | | |
| Optique et photographie | 8 387 | 11 | 3 | 7 | 554 | 7 501 | 4 | 7 480 | 0 | 17 | 322 | 311 | 11 | | | | | |
| Horlogerie, bijouterie | 5 246 | 7 | 4 | 4 | 290 | 4 771 | 416 | 4 349 | 0 | 5 | 179 | 162 | 16 | | | | | |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 83 446 | 816 | 414 | 402 | 13 482 | 63 175 | 4 665 | 56 249 | 0 | 2 261 | 5 973 | 4 973 | 999 | | | | | |
| Meubles, literie | 16 344 | 8 | 1 | 7 | 541 | 14 528 | 405 | 14 122 | 0 | 1 | 1 265 | 1 181 | 84 | | | | | |
| Équipement du foyer | 10 398 | 77 | 11 | 66 | 2 981 | 6 367 | 973 | 5 385 | 3 | 5 | 974 | 646 | 327 | | | | | |
| Électroménager | 11 694 | 49 | 14 | 36 | 2 151 | 8 116 | 26 | 8 085 | 2 | 3 | 1 377 | 1 174 | 203 | | | | | |
| Produits bruns | 5 864 | 14 | 0 | 14 | 1 171 | 3 805 | 1 | 3 803 | 0 | 0 | 874 | 769 | 105 | | | | | |
| Micro-informatique et téléphones | 12 723 | 82 | 48 | 34 | 2 770 | 8 021 | 17 | 8 004 | 0 | 1 | 1 849 | 1 792 | 58 | | | | | |
| Produits d'entretien ménage | 7 244 | 247 | 3 | 244 | 5 216 | 1 577 | 221 | 1 354 | 0 | 2 | 203 | 38 | 166 | | | | | |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 4 368 | 16 | 1 | 15 | 1 023 | 2 529 | 680 | 1 849 | 0 | 0 | 799 | 746 | 53 | | | | | |
| Revêtements sols et murs | 2 227 | 3 | 0 | 3 | 133 | 2 003 | 83 | 1 920 | 0 | 0 | 88 | 55 | 33 | | | | | |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 16 006 | 29 | 1 | 28 | 1 904 | 13 294 | 144 | 13 145 | 1 | 4 | 779 | 314 | 465 | | | | | |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie... | 7 953 | 27 | 1 | 26 | 1 310 | 6 224 | 46 | 6 158 | 0 | 19 | 392 | 189 | 203 | | | | | |
| Livres, journaux, papeterie | 10 347 | 758 | 598 | 160 | 2 597 | 6 448 | 90 | 6 342 | 15 | 1 | 545 | 459 | 86 | | | | | |
| Vente et réparation de cycles | 992 | 0 | 0 | 0 | 36 | 935 | 0 | 935 | 0 | 0 | 19 | 16 | 3 | | | | | |
| Sports et loisirs | 10 194 | 75 | 60 | 15 | 1 565 | 7 895 | 15 | 7 880 | 0 | 0 | 658 | 628 | 31 | | | | | |
| Jeux et jouets | 3 763 | 11 | 1 | 11 | 1 013 | 2 326 | 174 | 2 151 | 0 | 0 | 413 | 405 | 8 | | | | | |
| Autres produits non alimentaires | 7 409 | 67 | 53 | 14 | 214 | 5 815 | 272 | 5 521 | 15 | 7 | 1 312 | 518 | 794 | | | | | |
| Charbons et combustibles | 4 684 | 86 | 50 | 36 | 635 | 3 871 | 64 | 3 666 | 128 | 13 | 92 | 18 | 73 | | | | | |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 132 209 | 1 550 | 842 | 708 | 25 261 | 93 755 | 3 213 | 90 322 | 164 | 56 | 11 641 | 8 949 | 2 693 | | | | | |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 297 777 | 3 129 | 1 449 | 1 680 | 64 272 | 212 401 | 7 897 | 148 742 | 14 991 | 40 770 | 17 975 | 14 157 | 3 818 | | | | | |
| Voitures particulières d'occasion | 22 | 0 | 0 | 0 | 0 | 22 | 0 | 21 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | | |
| Voitures particulières neuves | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | | |
| Caravanes, remorques | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | | |
| Entretien et réparation automobile | 35 | 2 | 2 | 0 | 15 | 18 | 0 | 9 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | | |
| TOTAL AUTOMOBILE | 61 | 2 | 2 | 0 | 15 | 44 | 0 | 35 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | | |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 491 843 | 57 764 | 42 429 | 15 335 | 183 607 | 222 026 | 8 148 | 157 011 | 15 410 | 41 456 | 28 446 | 18 164 | 10 281 | | | | | |

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 C

Ventes au détail par produit : commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et activités artisanales

Année 2012sd

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | 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 ALIMEN-TAIRE SPECIA-LISE | | |
| PRODUITS | | | | | | | | | | |
| Pain, pâtisserie | 12 058 | 1 | 4 | 0 | 2 | 0 | 112 | 12 177 | 146 | 12 324 |
| Fruits et légumes | 7 | 68 | 2 336 | 51 | 18 | 0 | 540 | 3 019 | 2 098 | 5 118 |
| Viandes et produits dérivés | 29 | 8 192 | 79 | 5 | 12 | 0 | 319 | 8 636 | 1 783 | 10 420 |
| Poissons, crustacés, coquillages | 0 | 6 | 44 | 691 | 2 | 0 | 83 | 826 | 350 | 1 177 |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 12 094 | 8 266 | 2 463 | 747 | 34 | 0 | 1 055 | 24 659 | 4 378 | 29 038 |
| Chocolaterie, confiserie | 1 144 | 1 | 4 | 0 | 54 | 187 | 116 | 1 507 | 766 | 2 273 |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 126 | 53 | 26 | 6 | 2 556 | 71 | 245 | 3 083 | 1 293 | 4 376 |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 81 | 30 | 9 | 1 | 265 | 3 | 218 | 606 | 810 | 1 416 |
| Epicerie, produits alimentaires divers | 119 | 486 | 130 | 37 | 52 | 65 | 1 796 | 2 684 | 6 192 | 8 876 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 1 470 | 570 | 168 | 44 | 2 928 | 325 | 2 374 | 7 880 | 9 060 | 16 940 |
| Tabac et cigarettes | 108 | 0 | 1 | 0 | 156 | 8 170 | 5 | 8 439 | 217 | 8 655 |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 13 672 | 8 837 | 2 632 | 791 | 3 118 | 8 495 | 3 434 | 40 978 | 13 655 | 54 633 |
| Pneumatiques | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 | 6 | 10 | 16 |
| Vente et réparation de motocycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Carburants et lubrifiants | 85 | 0 | 0 | 0 | 49 | 13 | 39 | 187 | 558 | 745 |
| TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE | 87 | 0 | 0 | 0 | 51 | 14 | 40 | 193 | 569 | 761 |
| Produits pharmaceutiques | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Matériels médicaux et orthopédiques | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| TOTAL PHARMACIE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| Habillement | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 11 | 1 | 16 | 43 | 59 |
| Chaussures | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 | 10 | 12 |
| Maroquinerie, articles de voyage | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 |
| Parfumerie et produits d'hygiène | 1 | 0 | 1 | 0 | 83 | 190 | 113 | 389 | 336 | 725 |
| Optique et photographie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 | 7 | 11 |
| Horlogerie, bijouterie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 4 | 4 | 7 |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2 | 0 | 1 | 0 | 87 | 208 | 116 | 414 | 402 | 816 |
| Meubles, literie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 7 | 8 |
| Equipement du foyer | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 9 | 11 | 66 | 77 |
| Electroménager | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 13 | 0 | 14 | 36 | 49 |
| Produits bruns | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 14 | 14 |
| Micro-informatique et téléphones | 1 | 0 | 1 | 0 | 3 | 43 | 1 | 48 | 34 | 82 |
| Produits d'entretien ménager | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3 | 244 | 247 |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 15 | 16 |
| Revêtements sols et murs | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 3 |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 28 | 29 |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie... | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 26 | 27 |
| Livres, journaux, papeterie | 18 | 0 | 0 | 0 | 11 | 567 | 2 | 598 | 160 | 758 |
| Vente et réparation de cycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sports et loisirs | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 58 | 0 | 60 | 15 | 75 |
| Jeux et jouets | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 11 | 11 |
| Autres produits non alimentaires | 3 | 5 | 0 | 0 | 3 | 39 | 3 | 53 | 14 | 67 |
| Charbons et combustibles | 0 | 0 | 0 | 0 | 47 | 1 | 2 | 50 | 36 | 86 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 22 | 6 | 4 | 0 | 68 | 721 | 21 | 842 | 708 | 1 550 |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 111 | 6 | 5 | 0 | 206 | 943 | 177 | 1 449 | 1 680 | 3 129 |
| 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 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 0 | 2 |
| TOTAL AUTOMOBILE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 0 | 2 |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 13 783 | 8 843 | 2 637 | 792 | 3 324 | 9 439 | 3 612 | 42 429 | 15 335 | 57 764 |

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 D

Ventes au détail par produit : établissements du commerce de l'alimentation générale

Année 2012sd

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | 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'alimentation générale | Supérettes | TOTAL |
| PRODUITS | | | | | | | | |
| Pain, pâtisserie | 2 911 | 1 599 | 736 | 5 247 | 0 | 29 | 118 | 146 |
| Fruits et légumes | 8 458 | 7 560 | 37 | 16 056 | 351 | 996 | 752 | 2 098 |
| Viandes et produits dérivés | 15 206 | 11 390 | 59 | 26 655 | 213 | 441 | 1 130 | 1 783 |
| Poissons, crustacés, coquillages | 3 864 | 2 383 | 187 | 6 434 | 254 | 32 | 63 | 350 |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 30 439 | 22 932 | 1 020 | 54 391 | 817 | 1 498 | 2 062 | 4 378 |
| Chocolaterie, confiserie | 2 588 | 2 288 | 1 | 4 877 | 0 | 456 | 309 | 766 |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 7 323 | 6 846 | 9 | 14 178 | 0 | 685 | 608 | 1 293 |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 5 993 | 4 382 | 86 | 10 462 | 0 | 417 | 393 | 810 |
| Epicerie, produits alimentaires divers | 18 297 | 16 236 | 592 | 35 125 | 1 011 | 2 466 | 2 714 | 6 192 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 34 202 | 29 753 | 688 | 64 642 | 1 011 | 4 025 | 4 024 | 9 060 |
| Tabac et cigarettes | 12 | 264 | 12 | 287 | 0 | 205 | 11 | 217 |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 64 653 | 52 948 | 1 720 | 119 321 | 1 829 | 5 728 | 6 098 | 13 655 |
| Pneumatiques | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 392 | 74 | 0 | 467 | 0 | 4 | 6 | 10 |
| Vente et réparation de motocycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Carburants et lubrifiants | 13 387 | 11 568 | 75 | 25 030 | 0 | 101 | 457 | 558 |
| TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE | 13 780 | 11 642 | 75 | 25 497 | 0 | 106 | 463 | 569 |
| Produits pharmaceutiques | 24 | 2 | 0 | 27 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Matériels médicaux et orthopédiques | 3 | 1 | 1 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL PHARMACIE | 27 | 3 | 1 | 32 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Habillement | 2 355 | 577 | 6 | 2 938 | 0 | 14 | 29 | 43 |
| Chaussures | 547 | 159 | 0 | 706 | 0 | 3 | 7 | 10 |
| Maroquinerie, articles de voyage | 42 | 10 | 1 | 53 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| Parfumerie et produits d'hygiène | 5 813 | 3 115 | 13 | 8 942 | 0 | 118 | 218 | 336 |
| Optique et photographie | 487 | 66 | 0 | 554 | 0 | 2 | 6 | 7 |
| Horlogerie, bijouterie | 270 | 19 | 0 | 290 | 0 | 1 | 2 | 4 |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 9 515 | 3 947 | 21 | 13 482 | 0 | 139 | 263 | 402 |
| Meubles, literie | 443 | 97 | 1 | 541 | 0 | 2 | 5 | 7 |
| Equipelement du foyer | 1 693 | 1 063 | 224 | 2 981 | 0 | 11 | 55 | 66 |
| Electroménager | 1 809 | 341 | 2 | 2 151 | 0 | 14 | 22 | 36 |
| Produits bruns | 1 077 | 93 | 0 | 1 171 | 0 | 4 | 10 | 14 |
| Micro-informatique et téléphones | 2 480 | 267 | 23 | 2 770 | 0 | 10 | 24 | 34 |
| Produits d'entretien ménager | 2 552 | 2 660 | 3 | 5 216 | 0 | 95 | 148 | 244 |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 719 | 181 | 124 | 1 023 | 0 | 4 | 10 | 15 |
| Revêtements sols et murs | 68 | 65 | 0 | 133 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 1 349 | 339 | 216 | 1 904 | 0 | 11 | 17 | 28 |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie... | 791 | 519 | 1 | 1 310 | 0 | 6 | 20 | 26 |
| Livres, journaux, papeterie | 1 852 | 477 | 267 | 2 597 | 0 | 130 | 30 | 160 |
| Vente et réparation de cycles | 28 | 8 | 0 | 36 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sports et loisirs | 1 150 | 174 | 241 | 1 565 | 0 | 4 | 11 | 15 |
| Jeux et jouets | 799 | 105 | 109 | 1 013 | 0 | 3 | 8 | 11 |
| Autres produits non alimentaires | 110 | 96 | 8 | 214 | 0 | 7 | 7 | 14 |
| Charbons et combustibles | 360 | 275 | 0 | 635 | 0 | 21 | 15 | 36 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 17 281 | 6 760 | 1 220 | 25 261 | 1 | 324 | 384 | 708 |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 40 603 | 22 352 | 1 317 | 64 272 | 1 | 569 | 1 110 | 1 680 |
| 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 | 5 | 2 | 15 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL AUTOMOBILE | 8 | 5 | 2 | 15 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 105 263 | 75 305 | 3 039 | 183 607 | 1 830 | 6 297 | 7 208 | 15 335 |

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 E
Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(carburant, technologie de l'information et de la communication, équipement du foyer)

Année 2012sd

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | Carburant | Technologie de l'information et de la communication | | | | Équipement 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 |
| PRODUITS | | | | | | | | | | | | |
| Pain, pâtisserie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Fruits et légumes | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Viandes et produits dérivés | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Poissons, crustacés, coquillages | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 |
| Chocolaterie, confiserie | 168 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 94 | 1 | 0 | 2 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 6 |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 56 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 5 |
| Épicerie, produits alimentaires divers | 73 | 4 | 0 | 8 | 12 | 2 | 4 | 0 | 1 | 0 | 27 | 33 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 391 | 6 | 0 | 10 | 16 | 2 | 5 | 0 | 1 | 0 | 36 | 45 |
| Tabac et cigarettes | 18 | 2 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 411 | 8 | 0 | 11 | 19 | 2 | 7 | 0 | 1 | 0 | 37 | 48 |
| Pneumatiques | 21 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 87 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 71 | 0 | 4 | 0 | 1 | 76 |
| Vente et réparation de motocycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Carburants et lubrifiants | 14 719 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 0 | 1 | 6 |
| TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE | 14 827 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 76 | 0 | 4 | 0 | 3 | 82 |
| 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 | 1 | 2 |
| TOTAL PHARMACIE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| Habillement | 0 | 3 | 0 | 13 | 16 | 250 | 40 | 12 | 1 | 10 | 108 | 420 |
| Chaussures | 0 | 0 | 0 | 3 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 4 |
| Maroquinerie, articles de voyage | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Parfumerie et produits d'hygiène | 0 | 1 | 0 | 3 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 8 | 9 |
| Optique et photographie | 0 | 981 | 11 | 4 | 997 | 0 | 0 | 0 | 18 | 1 | 2 | 21 |
| Horlogerie, bijouterie | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 3 | 7 |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 0 | 986 | 11 | 25 | 1 022 | 251 | 41 | 12 | 19 | 14 | 124 | 461 |
| Meubles, literie | 0 | 20 | 0 | 32 | 51 | 32 | 1 285 | 5 | 162 | 11 653 | 551 | 13 689 |
| Équipement du foyer | 3 | 3 | 6 | 42 | 51 | 28 | 1 290 | 10 | 75 | 726 | 2 389 | 4 518 |
| Electroménager | 2 | 26 | 13 | 610 | 650 | 11 | 1 883 | 4 | 4 000 | 1 384 | 105 | 7 386 |
| Produits bruns | 0 | 236 | 40 | 539 | 815 | 3 | 317 | 1 | 1 476 | 346 | 24 | 2 167 |
| Micro-informatique et téléphones | 0 | 4 340 | 989 | 148 | 5 477 | 3 | 393 | 1 | 1 737 | 199 | 29 | 2 362 |
| Produits d'entretien ménage | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 006 | 91 | 3 | 31 | 214 | 1 347 |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 0 | 1 | 0 | 4 | 5 | 755 | 178 | 19 | 6 | 363 | 159 | 1 479 |
| Revêtements sols et murs | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 30 | 1 123 | 567 | 5 | 131 | 33 | 1 889 |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 1 | 1 | 0 | 3 | 4 | 12 | 11 905 | 81 | 50 | 219 | 125 | 12 392 |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie | 0 | 4 | 0 | 0 | 4 | 0 | 530 | 1 | 2 | 33 | 5 | 570 |
| Livres, journaux, papeterie | 15 | 504 | 5 | 5 | 514 | 1 | 2 | 0 | 1 | 1 | 10 | 15 |
| Vente et réparation de cycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sports et loisirs | 0 | 40 | 3 | 6 | 50 | 0 | 2 | 0 | 16 | 0 | 3 | 21 |
| Jeux et jouets | 0 | 219 | 2 | 2 | 224 | 0 | 0 | 0 | 1 | 27 | 4 | 32 |
| Autres produits non alimentaires | 15 | 2 | 0 | 2 | 3 | 7 | 152 | 1 | 15 | 16 | 94 | 284 |
| Charbons et combustibles | 128 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 35 | 0 | 0 | 0 | 4 | 39 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 164 | 5 396 | 1 060 | 1 395 | 7 851 | 885 | 20 101 | 780 | 7 548 | 15 129 | 3 746 | 48 189 |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 14 991 | 6 383 | 1 071 | 1 420 | 8 874 | 1 136 | 20 218 | 792 | 7 571 | 15 143 | 3 874 | 48 734 |
| Voitures particulières d'occasion | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Voitures particulières neuves | 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 |
| Entretien et réparation automobile | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL AUTOMOBILE | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 15 410 | 6 390 | 1 071 | 1 431 | 8 892 | 1 139 | 20 225 | 792 | 7 572 | 15 144 | 3 911 | 48 782 |

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 F
Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(culture-loisirs, habillement-chaussures, autres équipements de la personne)

Année 2012sd

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | 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 |
| PRODUITS | | | | | | | | | | | | | |
| Pain, pâtisserie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Fruits et légumes | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Viandes et produits dérivés | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Poissons, crustacés, coquillages | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Chocolaterie, confiserie | 155 | 0 | 0 | 0 | 156 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 | 7 | 0 | 7 | 1 | 123 | 3 | 0 | 126 |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 6 | 0 | 6 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| Epicerie, produits alimentaires divers | 98 | 0 | 1 | 0 | 99 | 30 | 0 | 30 | 0 | 73 | 12 | 0 | 86 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 256 | 0 | 2 | 1 | 259 | 42 | 0 | 42 | 1 | 196 | 17 | 0 | 214 |
| Tabac et cigarettes | 7 010 | 2 | 7 | 12 | 7 031 | 0 | 0 | 0 | 1 | 92 | 0 | 0 | 92 |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 7 265 | 3 | 9 | 13 | 7 290 | 43 | 0 | 43 | 2 | 288 | 18 | 0 | 307 |
| Pneumatiques | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 0 | 0 | 26 | 0 | 26 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Vente et réparation de motocycles | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Carburants et lubrifiants | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 13 | 0 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE | 0 | 0 | 29 | 0 | 29 | 13 | 0 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Produits pharmaceutiques | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 74 | 19 | 93 | 0 | 489 | 10 | 7 | 507 |
| Matériels médicaux et orthopédiques | 0 | 0 | 10 | 0 | 10 | 10 | 1 | 11 | 0 | 20 | 3 | 28 | 51 |
| TOTAL PHARMACIE | 0 | 0 | 10 | 0 | 10 | 83 | 20 | 103 | 0 | 509 | 12 | 36 | 558 |
| Habillement | 12 | 0 | 1 406 | 10 | 1 428 | 26 091 | 325 | 26 416 | 195 | 3 | 17 | 3 | 217 |
| Chaussures | 0 | 0 | 11 | 0 | 12 | 1 992 | 5 127 | 7 119 | 125 | 1 | 9 | 1 | 135 |
| Maroquinerie, articles de voyage | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 430 | 331 | 761 | 1 999 | 0 | 10 | 0 | 2 010 |
| Parfumerie et produits d'hygiène | 2 | 0 | 1 | 0 | 3 | 146 | 2 | 147 | 35 | 5 014 | 9 | 1 | 5 060 |
| Optique et photographie | 8 | 0 | 0 | 0 | 9 | 30 | 2 | 32 | 0 | 1 | 5 | 6 129 | 6 135 |
| Horlogerie, bijouterie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 23 | 0 | 24 | 17 | 0 | 4 181 | 62 | 4 260 |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 23 | 1 | 1 419 | 10 | 1 452 | 28 712 | 5 788 | 34 500 | 2 371 | 5 020 | 4 230 | 6 196 | 17 818 |
| Meubles, literie | 2 | 0 | 1 | 0 | 3 | 24 | 0 | 24 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Equipelement du foyer | 3 | 0 | 0 | 3 | 6 | 11 | 1 | 12 | 7 | 0 | 6 | 0 | 14 |
| Electroménager | 8 | 0 | 0 | 0 | 9 | 4 | 0 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Produits bruns | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Micro-informatique et téléphones | 3 | 74 | 1 | 6 | 84 | 17 | 0 | 17 | 0 | 0 | 7 | 0 | 7 |
| Produits d'entretien ménager | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 | 290 | 1 | 290 | 17 | 0 | 3 | 0 | 20 |
| Revêtements sols et murs | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 0 | 0 | 7 | 0 | 7 | 7 | 0 | 7 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie... | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 | 49 | 3 | 53 | 0 | 2 | 13 | 2 | 17 |
| Livres, journaux, papeterie | 4 779 | 169 | 14 | 58 | 5 019 | 4 | 0 | 4 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| Vente et réparation de cycles | 2 | 0 | 930 | 1 | 933 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sports et loisirs | 150 | 298 | 7 269 | 12 | 7 729 | 14 | 1 | 15 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 |
| Jeux et jouets | 44 | 2 | 23 | 1 625 | 1 694 | 65 | 0 | 65 | 2 | 0 | 2 | 0 | 3 |
| Autres produits non alimentaires | 166 | 1 | 11 | 13 | 192 | 24 | 0 | 24 | 3 | 23 | 293 | 12 | 331 |
| Charbons et combustibles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 33 | 2 | 35 | 0 | 1 | 5 | 1 | 7 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 5 159 | 544 | 8 262 | 1 718 | 15 683 | 547 | 8 | 555 | 29 | 28 | 336 | 17 | 410 |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 5 183 | 545 | 9 720 | 1 728 | 17 175 | 29 356 | 5 816 | 35 171 | 2 401 | 5 558 | 4 579 | 6 249 | 18 786 |
| Voitures particulières d'occasion | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 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 |
| TOTAL AUTOMOBILE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 12 448 | 547 | 9 729 | 1 741 | 24 465 | 29 399 | 5 816 | 35 215 | 2 402 | 5 845 | 4 597 | 6 249 | 19 093 |

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 G
**Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(pharmacie et commerce d'articles médicaux, autres magasins spécialisés)**
Année 2012sd

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | 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 | |
| PRODUITS | | | | | | |
| Pain, pâtisserie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Fruits et légumes | 0 | 34 | 0 | 3 | 0 | 36 |
| Viandes et produits dérivés | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 4 |
| Poissons, crustacés, coquillages | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 2 | 34 | 0 | 8 | 0 | 42 |
| Chocolaterie, confiserie | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 4 |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 3 | 0 | 121 | 34 | 0 | 156 |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 1 | 0 | 22 | 20 | 0 | 43 |
| Epicerie, produits alimentaires divers | 680 | 110 | 2 | 134 | 2 | 247 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 684 | 110 | 148 | 189 | 2 | 450 |
| Tabac et cigarettes | 0 | 0 | 2 | 32 | 0 | 34 |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 686 | 145 | 150 | 229 | 3 | 526 |
| Pneumatiques | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 0 | 0 | 14 | 2 | 1 | 17 |
| Vente et réparation de motocycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Carburants et lubrifiants | 2 | 42 | 1 233 | 19 | 0 | 1 295 |
| TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE | 2 | 42 | 1 248 | 21 | 1 | 1 313 |
| Produits pharmaceutiques | 36 009 | 7 | 20 | 19 | 7 | 52 |
| Matériels médicaux et orthopédiques | 2 442 | 1 | 1 | 5 | 1 | 7 |
| TOTAL PHARMACIE | 38 450 | 8 | 20 | 24 | 7 | 60 |
| Habillement | 49 | 127 | 2 | 343 | 51 | 523 |
| Chaussures | 12 | 7 | 1 | 18 | 1 | 27 |
| Maroquinerie, articles de voyage | 3 | 1 | 0 | 4 | 0 | 5 |
| Parfumerie et produits d'hygiène | 2 175 | 2 | 1 | 93 | 2 | 98 |
| Optique et photographie | 17 | 1 | 1 | 282 | 2 | 286 |
| Horlogerie, bijouterie | 5 | 1 | 0 | 56 | 1 | 58 |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2 261 | 139 | 6 | 795 | 57 | 997 |
| Meubles, literie | 1 | 160 | 0 | 30 | 163 | 353 |
| Equipelement du foyer | 5 | 515 | 2 | 265 | 2 | 784 |
| Electroménager | 3 | 7 | 1 | 23 | 5 | 35 |
| Produits bruns | 0 | 1 | 0 | 16 | 799 | 816 |
| Micro-informatique et téléphones | 1 | 1 | 0 | 45 | 12 | 57 |
| Produits d'entretien ménager | 2 | 4 | 0 | 2 | 1 | 6 |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 0 | 20 | 0 | 32 | 1 | 54 |
| Revêtements sols et murs | 0 | 7 | 0 | 13 | 10 | 30 |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 4 | 488 | 33 | 103 | 107 | 731 |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie... | 19 | 5 211 | 3 | 290 | 6 | 5 510 |
| Livres, journaux, papeterie | 1 | 19 | 1 | 708 | 59 | 787 |
| Vente et réparation de cycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Sports et loisirs | 0 | 52 | 0 | 8 | 5 | 64 |
| Jeux et jouets | 0 | 1 | 0 | 131 | 0 | 132 |
| Autres produits non alimentaires | 7 | 162 | 1 | 3 596 | 928 | 4 687 |
| Charbons et combustibles | 13 | 13 | 3 430 | 141 | 2 | 3 585 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 56 | 6 659 | 3 471 | 5 403 | 2 100 | 17 633 |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 40 770 | 6 848 | 4 745 | 6 243 | 2 166 | 20 002 |
| Voitures particulières d'occasion | 0 | 0 | 19 | 1 | 0 | 21 |
| Voitures particulières neuves | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Caravanes, remorques | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 |
| Entretien et réparation automobile | 0 | 0 | 9 | 0 | 0 | 9 |
| TOTAL AUTOMOBILE | 0 | 0 | 29 | 6 | 0 | 35 |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 41 456 | 6 993 | 4 924 | 6 478 | 2 169 | 20 564 |

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 A

Ventes au détail par produit : commerce de détail et autres opérateurs

Année 2013p

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | 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 | Consommations intermédiaires et correction pour biens existants | CONSOMMATION COMMERCIALISABLE |
|---|--------------------|-----------------------|-----------------------------------|--|--------------------------------------|------------------|---|-------------------------------|
| PRODUITS | | | | | | | | |
| Pain, pâtisserie | 5 907 | 12 151 | 0 | 2 | 310 | 18 370 | 2 324 | 16 046 |
| Fruits et légumes | 24 178 | 2 | 0 | 123 | 23 | 24 325 | 0 | 24 325 |
| Viandes et produits dérivés | 37 480 | 1 511 | 0 | 148 | 497 | 39 637 | 5 166 | 34 471 |
| Poissons, crustacés, coquillages | 8 172 | 0 | 0 | 64 | 2 | 8 239 | 0 | 8 239 |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 75 738 | 13 664 | 0 | 337 | 833 | 90 571 | 7 489 | 83 081 |
| Chocolaterie, confiserie | 7 831 | 173 | 2 | 27 | 13 | 8 047 | 0 | 8 047 |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 20 390 | 94 | 1 | 283 | 274 | 21 042 | 5 628 | 15 414 |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 13 294 | 70 | 0 | 219 | 422 | 14 005 | 667 | 13 338 |
| Epicerie, produits alimentaires divers | 49 495 | 108 | 2 | 208 | 839 | 50 651 | 0 | 50 651 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 91 010 | 445 | 5 | 737 | 1 548 | 93 745 | 6 295 | 87 450 |
| Tabac et cigarettes | 15 820 | 0 | 0 | 1 | 4 231 | 20 052 | 0 | 20 052 |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 182 568 | 14 108 | 5 | 1 075 | 6 611 | 204 368 | 13 785 | 190 583 |
| Pneumatiques | 17 | 0 | 3 326 | 9 | 8 | 3 361 | 899 | 2 462 |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 519 | 0 | 21 458 | 188 | 225 | 22 389 | 4 662 | 17 727 |
| Vente et réparation de motocycles | 4 | 0 | 2 505 | 0 | 0 | 2 510 | 138 | 2 372 |
| Carburants et lubrifiants | 39 957 | 0 | 3 126 | 1 511 | 1 077 | 45 671 | 4 893 | 40 778 |
| TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE | 40 497 | 0 | 30 415 | 1 708 | 1 311 | 73 931 | 10 592 | 63 339 |
| Produits pharmaceutiques | 36 577 | 0 | 0 | 2 | 429 | 37 007 | 0 | 37 007 |
| Matériels médicaux et orthopédiques | 2 782 | 0 | 0 | 67 | 1 369 | 4 218 | 0 | 4 218 |
| TOTAL PHARMACIE | 39 359 | 0 | 0 | 69 | 1 798 | 41 226 | 0 | 41 226 |
| Habillement | 38 286 | 0 | 0 | 1 012 | 608 | 39 906 | 6 313 | 33 593 |
| Chaussures | 9 078 | 0 | 0 | 8 | 86 | 9 172 | 232 | 8 939 |
| Maroquinerie, articles de voyage | 3 560 | 0 | 0 | 1 | 185 | 3 746 | 178 | 3 567 |
| Parfumerie et produits de beauté | 18 767 | 0 | 0 | 328 | 1 296 | 20 391 | 340 | 20 051 |
| Optique et photographie | 8 367 | 0 | 0 | 0 | 114 | 8 481 | 1 383 | 7 098 |
| Horlogerie, bijouterie | 4 993 | 0 | 0 | 24 | 57 | 5 073 | 0 | 5 073 |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 83 051 | 0 | 0 | 1 372 | 2 346 | 86 769 | 8 447 | 78 322 |
| Meubles, literie | 15 862 | 0 | 0 | 19 | 264 | 16 146 | 2 754 | 13 392 |
| Equipelement du foyer | 10 351 | 0 | 0 | 135 | 103 | 10 589 | 2 336 | 8 253 |
| Electroménager | 11 546 | 0 | 0 | 152 | 829 | 12 527 | 2 511 | 10 015 |
| Produits bruns | 5 118 | 0 | 0 | 36 | 97 | 5 252 | 839 | 4 413 |
| Micro-informatique et téléphones | 12 547 | 0 | 12 | 309 | 6 148 | 19 015 | 6 053 | 12 963 |
| Produits d'entretien ménager | 7 260 | 0 | 0 | 4 | 14 | 7 278 | 2 153 | 5 125 |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 4 241 | 0 | 0 | 36 | 57 | 4 334 | 987 | 3 347 |
| Revêtements sols et murs | 2 154 | 0 | 1 | 425 | 131 | 2 711 | 1 334 | 1 376 |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 15 794 | 0 | 69 | 1 368 | 745 | 17 977 | 7 173 | 10 804 |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie... | 7 870 | 0 | 0 | 227 | 389 | 8 485 | 404 | 8 081 |
| Livres, journaux, papeterie | 9 918 | 6 | 0 | 180 | 2 985 | 13 088 | 185 | 12 903 |
| Vente et réparation de cycles | 936 | 0 | 210 | 2 | 6 | 1 154 | 130 | 1 024 |
| Sports et loisirs | 9 899 | 0 | 1 | 32 | 296 | 10 228 | 1 701 | 8 527 |
| Jeux et jouets | 3 809 | 0 | 0 | 10 | 11 | 3 830 | 0 | 3 830 |
| Autres produits non alimentaires | 7 344 | 2 | 0 | 10 | 1 271 | 8 627 | 4 897 | 3 730 |
| Charbons et combustibles | 4 686 | 0 | 10 | 6 040 | 74 | 10 809 | 1 235 | 9 574 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 129 335 | 8 | 302 | 8 986 | 13 419 | 152 049 | 34 691 | 117 358 |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 292 242 | 8 | 30 717 | 12 135 | 18 873 | 353 975 | 53 729 | 300 246 |
| Voitures particulières d'occasion | 17 | 0 | 29 638 | 509 | 444 | 30 607 | 19 891 | 10 717 |
| Voitures particulières neuves | 0 | 0 | 29 742 | 506 | 486 | 30 734 | 7 610 | 23 124 |
| Caravanes, remorques | 3 | 0 | 1 742 | 167 | 24 | 1 937 | 323 | 1 614 |
| Entretien et réparation automobile | 27 | 0 | 11 282 | 62 | 787 | 12 158 | 411 | 11 747 |
| TOTAL AUTOMOBILE | 46 | 0 | 72 404 | 1 244 | 1 742 | 75 436 | 28 234 | 47 202 |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 474 856 | 14 116 | 103 127 | 14 453 | 27 226 | 633 778 | 95 748 | 538 030 |

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 B

Ventes au détail par produit : ensemble du commerce de détail et activités artisanales

Année 2013p

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | TOTAL commerce de détail et 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 | Carbu-rant | Phar-macies | TOTAL | Vente à distance | Autres formes de ventes hors magasin | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| PRODUITS | | | | | | | | | | | | | | |
| Pain, pâtisserie | 18 058 | 12 568 | 12 394 | 174 | 5 425 | 3 | 2 | 0 | 0 | 0 | 62 | 43 | 19 | |
| Fruits et légumes | 24 179 | 5 950 | 3 375 | 2 575 | 16 263 | 57 | 7 | 48 | 2 | 1 | 1 909 | 173 | 1 737 | |
| Viandes et produits dérivés | 38 991 | 10 608 | 8 817 | 1 791 | 26 998 | 24 | 17 | 7 | 0 | 0 | 1 362 | 251 | 1 110 | |
| Poissons, crustacés, coquillages | 8 172 | 1 132 | 802 | 330 | 6 507 | 5 | 1 | 3 | 0 | 1 | 529 | 44 | 484 | |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 89 401 | 30 258 | 25 388 | 4 870 | 55 192 | 89 | 27 | 59 | 2 | 2 | 3 862 | 511 | 3 351 | |
| Chocolaterie, confiserie | 8 005 | 2 275 | 1 512 | 763 | 4 938 | 363 | 0 | 170 | 192 | 0 | 429 | 28 | 402 | |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 20 484 | 4 289 | 3 064 | 1 225 | 14 352 | 434 | 5 | 324 | 102 | 3 | 1 409 | 554 | 855 | |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 13 364 | 1 542 | 669 | 874 | 10 629 | 146 | 3 | 72 | 69 | 1 | 1 046 | 470 | 576 | |
| Épicerie, produits alimentaires divers | 49 603 | 8 525 | 2 622 | 5 903 | 35 519 | 1 528 | 232 | 513 | 80 | 703 | 4 030 | 2 612 | 1 418 | |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 91 455 | 16 631 | 7 867 | 8 764 | 65 439 | 2 471 | 240 | 1 079 | 444 | 708 | 6 915 | 3 664 | 3 251 | |
| Tabac et cigarettes | 15 820 | 8 335 | 8 133 | 202 | 278 | 7 125 | 0 | 7 106 | 20 | 0 | 82 | 75 | 7 | |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 196 676 | 55 224 | 41 387 | 13 836 | 120 908 | 9 685 | 267 | 8 243 | 465 | 710 | 10 859 | 4 250 | 6 609 | |
| Pneumatiques | 17 | 0 | 0 | 0 | 0 | 17 | 0 | 1 | 16 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 519 | 11 | 4 | 7 | 329 | 168 | 9 | 91 | 68 | 0 | 11 | 10 | 1 | |
| Vente et réparation de motocycles | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 2 | 0 | |
| Carburants et lubrifiants | 39 957 | 630 | 162 | 468 | 23 723 | 15 485 | 7 | 1 367 | 14 109 | 2 | 119 | 83 | 35 | |
| TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE | 40 497 | 641 | 166 | 475 | 24 052 | 15 672 | 15 | 1 461 | 14 193 | 2 | 132 | 96 | 36 | |
| Produits pharmaceutiques | 36 577 | 1 | 0 | 0 | 25 | 36 518 | 0 | 646 | 0 | 35 872 | 33 | 32 | 1 | |
| Matériels médicaux et orthopédiques | 2 782 | 1 | 1 | 0 | 5 | 2 602 | 0 | 82 | 0 | 2 519 | 175 | 94 | 81 | |
| TOTAL PHARMACIE | 39 359 | 1 | 1 | 1 | 30 | 39 120 | 0 | 728 | 0 | 38 392 | 208 | 126 | 82 | |
| Habillement | 38 286 | 54 | 15 | 39 | 2 736 | 32 219 | 3 128 | 29 043 | 0 | 48 | 3 277 | 2 793 | 485 | |
| Chaussures | 9 078 | 12 | 2 | 10 | 685 | 7 612 | 219 | 7 381 | 0 | 13 | 769 | 646 | 123 | |
| Maroquinerie, articles de voyage | 3 560 | 2 | 0 | 1 | 56 | 3 249 | 384 | 2 862 | 0 | 3 | 253 | 123 | 130 | |
| Parfumerie et produits d'hygiène | 18 767 | 705 | 384 | 321 | 8 799 | 8 160 | 543 | 5 383 | 0 | 2 234 | 1 104 | 893 | 211 | |
| Optique et photographie | 8 367 | 10 | 3 | 7 | 532 | 7 504 | 4 | 7 483 | 0 | 17 | 320 | 310 | 10 | |
| Horlogerie, bijouterie | 4 993 | 7 | 4 | 3 | 288 | 4 513 | 438 | 4 070 | 0 | 5 | 185 | 169 | 17 | |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 83 051 | 789 | 408 | 381 | 13 097 | 63 257 | 4 715 | 56 221 | 0 | 2 321 | 5 908 | 4 933 | 975 | |
| Meubles, literie | 15 862 | 8 | 1 | 7 | 503 | 14 142 | 400 | 13 741 | 0 | 1 | 1 209 | 1 130 | 79 | |
| Équipement du foyer | 10 351 | 72 | 10 | 62 | 2 872 | 6 433 | 1 000 | 5 425 | 3 | 6 | 974 | 651 | 324 | |
| Électroménager | 11 546 | 44 | 13 | 32 | 1 983 | 8 208 | 26 | 8 178 | 2 | 3 | 1 310 | 1 118 | 192 | |
| Produits bruns | 5 118 | 11 | 0 | 11 | 958 | 3 411 | 1 | 3 410 | 0 | 0 | 737 | 650 | 87 | |
| Micro-informatique et téléphones | 12 547 | 75 | 45 | 31 | 2 578 | 8 099 | 17 | 8 082 | 0 | 1 | 1 794 | 1 740 | 55 | |
| Produits d'entretien ménager | 7 260 | 237 | 3 | 234 | 5 169 | 1 648 | 233 | 1 412 | 0 | 3 | 206 | 39 | 167 | |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 4 241 | 15 | 1 | 14 | 955 | 2 489 | 676 | 1 813 | 0 | 0 | 782 | 732 | 50 | |
| Revêtements sols et murs | 2 154 | 2 | 0 | 2 | 124 | 1 944 | 82 | 1 862 | 0 | 0 | 84 | 53 | 31 | |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 15 795 | 27 | 1 | 26 | 1 786 | 13 230 | 145 | 13 080 | 2 | 4 | 753 | 307 | 445 | |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie... | 7 870 | 26 | 1 | 25 | 1 297 | 6 147 | 49 | 6 078 | 0 | 20 | 400 | 198 | 202 | |
| Livres, journaux, papeterie | 9 923 | 706 | 560 | 146 | 2 437 | 6 246 | 90 | 6 139 | 16 | 1 | 535 | 452 | 83 | |
| Vente et réparation de cycles | 936 | 0 | 0 | 0 | 31 | 888 | 0 | 888 | 0 | 0 | 17 | 14 | 3 | |
| Sports et loisirs | 9 899 | 67 | 54 | 13 | 1 397 | 7 821 | 14 | 7 807 | 0 | 0 | 614 | 586 | 28 | |
| Jeux et jouets | 3 809 | 11 | 1 | 10 | 1 007 | 2 361 | 185 | 2 176 | 0 | 0 | 430 | 422 | 8 | |
| Autres produits non alimentaires | 7 345 | 64 | 51 | 13 | 207 | 5 774 | 280 | 5 470 | 16 | 7 | 1 301 | 526 | 774 | |
| Charbons et combustibles | 4 686 | 74 | 44 | 30 | 546 | 3 985 | 59 | 3 793 | 122 | 11 | 81 | 17 | 64 | |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 129 342 | 1 440 | 784 | 656 | 23 850 | 92 827 | 3 256 | 89 354 | 160 | 56 | 11 226 | 8 634 | 2 592 | |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 292 250 | 2 871 | 1 359 | 1 513 | 61 029 | 210 876 | 7 986 | 147 765 | 14 354 | 40 770 | 17 474 | 13 789 | 3 685 | |
| Voitures particulières d'occasion | 17 | 0 | 0 | 0 | 0 | 17 | 0 | 17 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Voitures particulières neuves | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Caravanes, remorques | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Entretien et réparation automobile | 27 | 1 | 1 | 0 | 10 | 15 | 0 | 8 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| TOTAL AUTOMOBILE | 47 | 1 | 1 | 0 | 10 | 35 | 0 | 28 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 488 973 | 58 096 | 42 747 | 15 349 | 181 948 | 220 596 | 8 254 | 156 036 | 14 826 | 41 480 | 28 333 | 18 039 | 10 294 | |

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 C

Ventes au détail par produit : commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et activités artisanales

Année 2013p

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | 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 | 12 248 | 1 | 4 | 0 | 3 | 0 | 138 | 12 394 | 174 | 12 568 |
| Fruits et légumes | 9 | 85 | 2 504 | 63 | 24 | 0 | 691 | 3 375 | 2 575 | 5 950 |
| Viandes et produits dérivés | 26 | 8 371 | 69 | 5 | 13 | 0 | 333 | 8 817 | 1 791 | 10 608 |
| Poissons, crustacés, coquillages | 0 | 6 | 37 | 673 | 3 | 0 | 83 | 802 | 330 | 1 132 |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 12 283 | 8 463 | 2 614 | 742 | 42 | 0 | 1 245 | 25 388 | 4 870 | 30 258 |
| Chocolaterie, confiserie | 1 138 | 1 | 4 | 0 | 57 | 192 | 120 | 1 512 | 763 | 2 275 |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 106 | 51 | 21 | 6 | 2 572 | 69 | 240 | 3 064 | 1 225 | 4 289 |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 77 | 33 | 8 | 1 | 304 | 3 | 243 | 669 | 874 | 1 542 |
| Epicerie, produits alimentaires divers | 106 | 473 | 108 | 35 | 53 | 64 | 1 783 | 2 622 | 5 903 | 8 525 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 1 427 | 558 | 141 | 43 | 2 986 | 327 | 2 385 | 7 867 | 8 764 | 16 631 |
| Tabac et cigarettes | 104 | 0 | 0 | 0 | 155 | 7 868 | 5 | 8 133 | 202 | 8 335 |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 13 814 | 9 021 | 2 755 | 785 | 3 182 | 8 195 | 3 635 | 41 387 | 13 836 | 55 224 |
| Pneumatiques | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 | 4 | 7 | 11 |
| Vente et réparation de motocycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Carburants et lubrifiants | 73 | 0 | 0 | 0 | 43 | 11 | 33 | 162 | 468 | 630 |
| TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE | 74 | 0 | 0 | 0 | 45 | 12 | 34 | 166 | 475 | 641 |
| Produits pharmaceutiques | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Matériels médicaux et orthopédiques | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| TOTAL PHARMACIE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| Habillement | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 11 | 1 | 15 | 39 | 54 |
| Chaussures | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 | 10 | 12 |
| Maroquinerie, articles de voyage | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 |
| Parfumerie et produits d'hygiène | 1 | 0 | 1 | 0 | 84 | 186 | 112 | 384 | 321 | 705 |
| Optique et photographie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 | 7 | 10 |
| Horlogerie, bijouterie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 4 | 3 | 7 |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2 | 0 | 1 | 0 | 88 | 203 | 114 | 408 | 381 | 789 |
| Meubles, literie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 7 | 8 |
| Equipement du foyer | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 8 | 10 | 62 | 72 |
| Electroménager | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 | 0 | 13 | 32 | 44 |
| Produits bruns | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 | 11 |
| Micro-informatique et téléphones | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 | 40 | 1 | 45 | 31 | 75 |
| Produits d'entretien ménager | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3 | 234 | 237 |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 14 | 15 |
| Revêtements sols et murs | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 26 | 27 |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie... | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 25 | 26 |
| Livres, journaux, papeterie | 16 | 0 | 0 | 0 | 10 | 532 | 2 | 560 | 146 | 706 |
| Vente et réparation de cycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sports et loisirs | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 52 | 0 | 54 | 13 | 67 |
| Jeux et jouets | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 10 | 11 |
| Autres produits non alimentaires | 2 | 5 | 0 | 0 | 3 | 38 | 3 | 51 | 13 | 64 |
| Charbons et combustibles | 0 | 0 | 0 | 0 | 41 | 1 | 2 | 44 | 30 | 74 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 20 | 5 | 3 | 0 | 62 | 674 | 20 | 784 | 656 | 1 440 |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 96 | 6 | 4 | 0 | 195 | 889 | 168 | 1 359 | 1 513 | 2 871 |
| 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 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| TOTAL AUTOMOBILE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 13 910 | 9 027 | 2 759 | 785 | 3 377 | 9 085 | 3 803 | 42 747 | 15 349 | 58 096 |

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 D

Ventes au détail par produit : établissements du commerce de l'alimentation générale

Année 2013p

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | 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'alimentation générale | Supérettes | TOTAL |
| PRODUITS | | | | | | | | |
| Pain, pâtisserie | 2 961 | 1 610 | 853 | 5 425 | 0 | 34 | 140 | 174 |
| Fruits et légumes | 8 603 | 7 615 | 45 | 16 263 | 416 | 1 226 | 933 | 2 575 |
| Viandes et produits dérivés | 15 467 | 11 472 | 58 | 26 998 | 206 | 442 | 1 143 | 1 791 |
| Poissons, crustacés, coquillages | 3 930 | 2 400 | 177 | 6 507 | 237 | 31 | 62 | 330 |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 30 961 | 23 097 | 1 133 | 55 192 | 858 | 1 734 | 2 278 | 4 870 |
| Chocolaterie, confiserie | 2 633 | 2 305 | 1 | 4 938 | 0 | 453 | 310 | 763 |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 7 449 | 6 896 | 8 | 14 352 | 0 | 646 | 579 | 1 225 |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 6 113 | 4 426 | 91 | 10 629 | 0 | 448 | 425 | 874 |
| Epicerie, produits alimentaires divers | 18 611 | 16 354 | 554 | 35 519 | 931 | 2 357 | 2 615 | 5 903 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 34 805 | 29 980 | 654 | 65 439 | 931 | 3 904 | 3 929 | 8 764 |
| Tabac et cigarettes | 11 | 255 | 11 | 278 | 0 | 192 | 11 | 202 |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 65 778 | 53 332 | 1 798 | 120 908 | 1 789 | 5 829 | 6 218 | 13 836 |
| Pneumatiques | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 277 | 52 | 0 | 329 | 0 | 3 | 4 | 7 |
| Vente et réparation de motocycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Carburants et lubrifiants | 12 714 | 10 948 | 61 | 23 723 | 0 | 84 | 384 | 468 |
| TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE | 12 990 | 11 000 | 61 | 24 052 | 0 | 87 | 388 | 475 |
| Produits pharmaceutiques | 23 | 2 | 0 | 25 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Matériels médicaux et orthopédiques | 3 | 1 | 1 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL PHARMACIE | 26 | 3 | 1 | 30 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Habillement | 2 194 | 537 | 5 | 2 736 | 0 | 12 | 27 | 39 |
| Chaussures | 531 | 154 | 0 | 685 | 0 | 3 | 7 | 10 |
| Maroquinerie, articles de voyage | 45 | 10 | 1 | 56 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| Parfumerie et produits d'hygiène | 5 725 | 3 062 | 12 | 8 799 | 0 | 112 | 208 | 321 |
| Optique et photographie | 468 | 64 | 0 | 532 | 0 | 2 | 5 | 7 |
| Horlogerie, bijouterie | 269 | 19 | 0 | 288 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 9 232 | 3 846 | 19 | 13 097 | 0 | 131 | 250 | 381 |
| Meubles, literie | 412 | 90 | 1 | 503 | 0 | 2 | 5 | 7 |
| Equipelement du foyer | 1 639 | 1 027 | 205 | 2 872 | 0 | 10 | 51 | 62 |
| Electroménager | 1 668 | 314 | 1 | 1 983 | 0 | 12 | 19 | 32 |
| Produits bruns | 882 | 76 | 0 | 958 | 0 | 3 | 8 | 11 |
| Micro-informatique et téléphones | 2 309 | 248 | 20 | 2 578 | 0 | 9 | 22 | 31 |
| Produits d'entretien ménager | 2 532 | 2 634 | 3 | 5 169 | 0 | 91 | 143 | 234 |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 675 | 169 | 110 | 955 | 0 | 4 | 10 | 14 |
| Revêtements sols et murs | 63 | 61 | 0 | 124 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 1 274 | 319 | 193 | 1 786 | 0 | 10 | 15 | 26 |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie... | 783 | 513 | 1 | 1 297 | 0 | 6 | 19 | 25 |
| Livres, journaux, papeterie | 1 749 | 450 | 238 | 2 437 | 0 | 118 | 27 | 146 |
| Vente et réparation de cycles | 24 | 7 | 0 | 31 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sports et loisirs | 1 036 | 156 | 205 | 1 397 | 0 | 3 | 10 | 13 |
| Jeux et jouets | 800 | 105 | 103 | 1 007 | 0 | 3 | 7 | 10 |
| Autres produits non alimentaires | 107 | 93 | 7 | 207 | 0 | 6 | 7 | 13 |
| Charbons et combustibles | 309 | 236 | 0 | 546 | 0 | 17 | 13 | 30 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 16 263 | 6 499 | 1 088 | 23 850 | 0 | 298 | 358 | 656 |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 38 511 | 21 348 | 1 170 | 61 029 | 1 | 516 | 996 | 1 513 |
| 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 | 5 | 3 | 1 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL AUTOMOBILE | 5 | 3 | 1 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 104 294 | 74 684 | 2 970 | 181 948 | 1 790 | 6 345 | 7 214 | 15 349 |

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 E
Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(carburant, technologie de l'information et de la communication, équipement du foyer)

Année 2013p

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | 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 |
| PRODUITS | | | | | | | | | | | | |
| Pain, pâtisserie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Fruits et légumes | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Viandes et produits dérivés | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Poissons, crustacés, coquillages | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 |
| Chocolaterie, confiserie | 192 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 102 | 1 | 0 | 2 | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 7 |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 69 | 1 | 0 | 1 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 | 6 |
| Epicerie, produits alimentaires divers | 80 | 4 | 0 | 9 | 13 | 2 | 4 | 0 | 1 | 0 | 28 | 34 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 444 | 6 | 0 | 11 | 18 | 2 | 5 | 0 | 1 | 0 | 38 | 47 |
| Tabac et cigarettes | 20 | 2 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 465 | 8 | 0 | 12 | 21 | 3 | 7 | 0 | 1 | 0 | 39 | 51 |
| Pneumatiques | 16 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 68 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 53 | 0 | 3 | 0 | 1 | 57 |
| Vente et réparation de motocycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Carburants et lubrifiants | 14 109 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 0 | 1 | 6 |
| TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE | 14 193 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 57 | 0 | 3 | 0 | 2 | 62 |
| 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 | 1 | 2 |
| TOTAL PHARMACIE | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| Habillement | 0 | 3 | 0 | 13 | 16 | 241 | 39 | 11 | 1 | 9 | 104 | 405 |
| Chaussures | 0 | 0 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 4 |
| Maroquinerie, articles de voyage | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Parfumerie et produits d'hygiène | 0 | 1 | 0 | 3 | 5 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 8 | 9 |
| Optique et photographie | 0 | 1 016 | 11 | 5 | 1 032 | 0 | 0 | 0 | 19 | 1 | 2 | 22 |
| Horlogerie, bijouterie | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 3 | 7 |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 0 | 1 021 | 11 | 26 | 1 058 | 242 | 40 | 11 | 21 | 14 | 121 | 449 |
| Meubles, literie | 0 | 20 | 0 | 33 | 53 | 31 | 1 265 | 5 | 170 | 11 319 | 533 | 13 324 |
| Equipelement du foyer | 3 | 3 | 7 | 46 | 55 | 28 | 1 319 | 10 | 83 | 734 | 2 407 | 4 581 |
| Electroménager | 2 | 26 | 13 | 628 | 667 | 10 | 1 836 | 3 | 4 182 | 1 333 | 100 | 7 464 |
| Produits bruns | 0 | 208 | 35 | 493 | 735 | 2 | 274 | 1 | 1 371 | 296 | 21 | 1 965 |
| Micro-informatique et téléphones | 0 | 4 350 | 978 | 153 | 5 482 | 3 | 388 | 1 | 1 834 | 193 | 28 | 2 447 |
| Produits d'entretien ménager | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 056 | 91 | 4 | 32 | 221 | 1 406 |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 0 | 1 | 0 | 4 | 5 | 732 | 177 | 18 | 7 | 356 | 155 | 1 444 |
| Revêtements sols et murs | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 28 | 1 106 | 533 | 6 | 127 | 32 | 1 832 |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 2 | 1 | 0 | 4 | 5 | 12 | 11 879 | 77 | 53 | 216 | 122 | 12 360 |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie | 0 | 4 | 0 | 0 | 4 | 0 | 554 | 1 | 2 | 35 | 5 | 597 |
| Livres, journaux, papeterie | 16 | 512 | 5 | 6 | 523 | 1 | 2 | 0 | 1 | 1 | 10 | 15 |
| Vente et réparation de cycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sports et loisirs | 0 | 39 | 3 | 6 | 48 | 0 | 2 | 0 | 16 | 0 | 2 | 21 |
| Jeux et jouets | 0 | 236 | 3 | 3 | 242 | 0 | 0 | 0 | 1 | 28 | 4 | 34 |
| Autres produits non alimentaires | 16 | 2 | 0 | 2 | 4 | 7 | 156 | 1 | 16 | 16 | 95 | 290 |
| Charbons et combustibles | 122 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 32 | 0 | 0 | 0 | 4 | 36 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 160 | 5 403 | 1 044 | 1 377 | 7 824 | 859 | 20 046 | 740 | 7 745 | 14 686 | 3 738 | 47 815 |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 14 354 | 6 424 | 1 055 | 1 404 | 8 882 | 1 101 | 20 144 | 751 | 7 769 | 14 701 | 3 863 | 48 329 |
| Voitures particulières d'occasion | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Voitures particulières neuves | 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 |
| Entretien et réparation automobile | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL AUTOMOBILE | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 14 826 | 6 432 | 1 055 | 1 416 | 8 903 | 1 103 | 20 151 | 751 | 7 770 | 14 701 | 3 902 | 48 379 |

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 F
Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(culture-loisirs, habillement-chaussures, autres équipements de la personne)

Année 2013p

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | 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 |
| PRODUITS | | | | | | | | | | | | | |
| Pain, pâtisserie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Fruits et légumes | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Viandes et produits dérivés | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Poissons, crustacés, coquillages | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Chocolaterie, confiserie | 164 | 0 | 0 | 0 | 165 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 | 7 | 0 | 7 | 1 | 123 | 2 | 0 | 126 |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 7 | 0 | 7 | 0 | 0 | 2 | 0 | 3 |
| Epicierie, produits alimentaires divers | 99 | 0 | 1 | 0 | 101 | 32 | 0 | 32 | 0 | 75 | 11 | 0 | 86 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 266 | 0 | 2 | 1 | 269 | 46 | 0 | 46 | 1 | 198 | 16 | 0 | 215 |
| Tabac et cigarettes | 6 957 | 2 | 7 | 12 | 6 978 | 0 | 0 | 0 | 1 | 91 | 0 | 0 | 92 |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 7 223 | 2 | 10 | 12 | 7 247 | 47 | 0 | 47 | 2 | 289 | 17 | 0 | 307 |
| Pneumatiques | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 0 | 0 | 20 | 0 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Vente et réparation de motocycles | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Carburants et lubrifiants | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 12 | 0 | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE | 0 | 0 | 22 | 0 | 23 | 12 | 0 | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Produits pharmaceutiques | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 76 | 19 | 94 | 0 | 480 | 9 | 7 | 496 |
| Matériels médicaux et orthopédiques | 0 | 0 | 10 | 0 | 11 | 10 | 1 | 11 | 0 | 20 | 2 | 29 | 51 |
| TOTAL PHARMACIE | 0 | 0 | 11 | 0 | 11 | 86 | 20 | 106 | 0 | 500 | 11 | 36 | 547 |
| Habillement | 11 | 0 | 1 453 | 9 | 1 474 | 26 153 | 312 | 26 465 | 169 | 3 | 15 | 2 | 188 |
| Chaussures | 0 | 0 | 12 | 0 | 13 | 2 080 | 5 131 | 7 211 | 112 | 1 | 8 | 1 | 122 |
| Maroquinerie, articles de voyage | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 495 | 365 | 860 | 1 984 | 1 | 10 | 0 | 1 994 |
| Parfumerie et produits d'hygiène | 2 | 0 | 1 | 0 | 3 | 154 | 2 | 156 | 32 | 5 070 | 8 | 1 | 5 111 |
| Optique et photographie | 8 | 0 | 0 | 0 | 9 | 31 | 2 | 33 | 0 | 1 | 5 | 6 101 | 6 107 |
| Horlogerie, bijouterie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 25 | 1 | 25 | 15 | 0 | 3 898 | 64 | 3 978 |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 22 | 0 | 1 467 | 9 | 1 499 | 28 938 | 5 813 | 34 750 | 2 312 | 5 076 | 3 944 | 6 170 | 17 502 |
| Meubles, literie | 2 | 0 | 1 | 0 | 3 | 24 | 0 | 24 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Equipement du foyer | 3 | 0 | 0 | 3 | 6 | 12 | 1 | 12 | 7 | 0 | 5 | 0 | 13 |
| Electroménager | 8 | 0 | 0 | 0 | 9 | 4 | 0 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Produits bruns | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Micro-informatique et téléphones | 3 | 66 | 1 | 6 | 75 | 17 | 0 | 17 | 0 | 0 | 6 | 0 | 6 |
| Produits d'entretien ménager | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 293 | 1 | 294 | 15 | 0 | 3 | 0 | 18 |
| Revêtements sols et murs | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 0 | 0 | 8 | 0 | 8 | 7 | 0 | 7 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie... | 0 | 0 | 3 | 0 | 4 | 53 | 3 | 56 | 0 | 2 | 12 | 3 | 17 |
| Livres, journaux, papeterie | 4 617 | 152 | 15 | 54 | 4 837 | 5 | 0 | 5 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| Vente et réparation de cycles | 2 | 0 | 883 | 1 | 885 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sports et loisirs | 138 | 256 | 7 261 | 11 | 7 664 | 14 | 1 | 15 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Jeux et jouets | 45 | 2 | 26 | 1 620 | 1 693 | 70 | 0 | 70 | 1 | 0 | 1 | 0 | 3 |
| Autres produits non alimentaires | 165 | 1 | 12 | 13 | 191 | 25 | 0 | 25 | 2 | 23 | 267 | 12 | 305 |
| Charbons et combustibles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 30 | 2 | 32 | 0 | 1 | 4 | 1 | 6 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 4 984 | 476 | 8 211 | 1 707 | 15 378 | 557 | 8 | 565 | 25 | 28 | 305 | 17 | 375 |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 5 007 | 476 | 9 711 | 1 716 | 16 910 | 29 592 | 5 840 | 35 433 | 2 338 | 5 603 | 4 260 | 6 223 | 18 425 |
| Voitures particulières d'occasion | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 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 |
| TOTAL AUTOMOBILE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 12 229 | 479 | 9 720 | 1 728 | 24 157 | 29 640 | 5 840 | 35 480 | 2 340 | 5 893 | 4 277 | 6 223 | 18 732 |

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 G
**Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(pharmacie et commerce d'articles médicaux, autres magasins spécialisés)**

Année 2013p

Millions d'euros courants

| FORMES DE VENTE | 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 | |
| PRODUITS | | | | | | |
| Pain, pâtisserie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Fruits et légumes | 1 | 42 | 0 | 3 | 0 | 46 |
| Viandes et produits dérivés | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 4 |
| Poissons, crustacés, coquillages | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS | 2 | 43 | 1 | 9 | 0 | 52 |
| Chocolaterie, confiserie | 0 | 0 | 4 | 1 | 0 | 5 |
| Vins, liqueurs et apéritifs | 3 | 0 | 144 | 34 | 0 | 179 |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 1 | 0 | 30 | 23 | 0 | 54 |
| Epicerie, produits alimentaires divers | 703 | 107 | 2 | 135 | 2 | 246 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES | 708 | 108 | 180 | 193 | 3 | 484 |
| Tabac et cigarettes | 0 | 0 | 2 | 32 | 0 | 34 |
| TOTAL ALIMENTAIRE | 710 | 151 | 183 | 233 | 3 | 570 |
| Pneumatiques | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 0 | 0 | 12 | 1 | 1 | 14 |
| Vente et réparation de motocycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Carburants et lubrifiants | 2 | 36 | 1 295 | 17 | 0 | 1 348 |
| TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE | 2 | 36 | 1 308 | 18 | 1 | 1 363 |
| Produits pharmaceutiques | 35 872 | 7 | 23 | 18 | 7 | 55 |
| Matériels médicaux et orthopédiques | 2 519 | 1 | 1 | 5 | 1 | 7 |
| TOTAL PHARMACIE | 38 392 | 8 | 24 | 23 | 7 | 62 |
| Habillement | 48 | 117 | 3 | 325 | 50 | 494 |
| Chaussures | 13 | 7 | 1 | 17 | 1 | 27 |
| Maroquinerie, articles de voyage | 3 | 1 | 0 | 4 | 0 | 5 |
| Parfumerie et produits d'hygiène | 2 234 | 2 | 2 | 93 | 2 | 99 |
| Optique et photographie | 17 | 1 | 2 | 276 | 2 | 281 |
| Horlogerie, bijouterie | 5 | 1 | 0 | 56 | 1 | 58 |
| TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE | 2 321 | 128 | 7 | 772 | 56 | 964 |
| Meubles, literie | 1 | 147 | 0 | 28 | 160 | 336 |
| Equipement du foyer | 6 | 492 | 3 | 261 | 2 | 758 |
| Electroménager | 3 | 6 | 1 | 22 | 5 | 33 |
| Produits bruns | 0 | 0 | 0 | 14 | 691 | 705 |
| Micro-informatique et téléphones | 1 | 1 | 0 | 42 | 12 | 55 |
| Produits d'entretien ménager | 3 | 3 | 0 | 2 | 1 | 6 |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 0 | 19 | 0 | 31 | 1 | 51 |
| Revêtements sols et murs | 0 | 6 | 0 | 12 | 10 | 29 |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 4 | 455 | 38 | 99 | 107 | 698 |
| Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie... | 20 | 5 099 | 4 | 293 | 6 | 5 401 |
| Livres, journaux, papeterie | 1 | 18 | 1 | 681 | 59 | 758 |
| Vente et réparation de cycles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Sports et loisirs | 0 | 46 | 0 | 7 | 4 | 58 |
| Jeux et jouets | 0 | 1 | 0 | 134 | 0 | 135 |
| Autres produits non alimentaires | 7 | 155 | 1 | 3 549 | 951 | 4 656 |
| Charbons et combustibles | 11 | 11 | 3 583 | 124 | 1 | 3 719 |
| TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES | 56 | 6 460 | 3 631 | 5 297 | 2 011 | 17 398 |
| TOTAL NON ALIMENTAIRE | 40 770 | 6 631 | 4 969 | 6 111 | 2 076 | 19 786 |
| Voitures particulières d'occasion | 0 | 0 | 16 | 1 | 0 | 17 |
| Voitures particulières neuves | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Caravanes, remorques | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 |
| Entretien et réparation automobile | 0 | 0 | 8 | 0 | 0 | 8 |
| TOTAL AUTOMOBILE | 0 | 0 | 24 | 4 | 0 | 27 |
| TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE | 41 480 | 6 783 | 5 176 | 6 347 | 2 078 | 20 384 |

Source : Insee, comptes du commerce

ANNEXE III - La consommation commercialisable des ménages

Tableau III-1

Évolution de la consommation commercialisable en volume (en %)

| Produits | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013p | Valeur 2013 (en milliards d'euros) |
|--|-------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|--|
| Pain, pâtisserie | 1,2 | 1,1 | 1,2 | 1,2 | 0,7 | 1,5 | 1,7 | 1,3 | 4,3 | 3,3 | 1,6 | 16,0 |
| Viandes et produits dérivés | 1,6 | -1,0 | 0,9 | -0,1 | 0,2 | -1,9 | -1,5 | 3,1 | 0,4 | 0,0 | -1,2 | 34,5 |
| Autres produits frais (a) | 0,6 | 4,1 | 0,5 | -0,1 | 1,2 | -1,0 | 1,3 | 0,7 | -2,3 | -0,6 | 1,4 | 32,6 |
| Boissons, épicerie, produits alimentaires divers (b) | 1,1 | 1,1 | 1,8 | 1,5 | 2,4 | 0,4 | 0,4 | 2,5 | 2,0 | 0,4 | 0,8 | 87,4 |
| Tabac et allumettes | -12,7 | -17,3 | -0,6 | 1,4 | -1,8 | -2,3 | 1,8 | 0,1 | 0,1 | -3,6 | -5,8 | 20,1 |
| Produits alimentaires (1) | -0,4 | -0,7 | 1,1 | 0,9 | 1,2 | -0,5 | 0,4 | 1,9 | 0,9 | 0,0 | -0,1 | 190,6 |
| <i>dont produits alimentaires hors tabac</i> | <i>1,1</i> | <i>1,3</i> | <i>1,3</i> | <i>0,8</i> | <i>1,6</i> | <i>-0,2</i> | <i>0,3</i> | <i>2,1</i> | <i>1,0</i> | <i>0,4</i> | <i>0,6</i> | <i>170,5</i> |
| Accessoires automobiles, motocycles | 4,4 | 2,2 | 3,2 | 1,6 | 2,1 | 0,1 | -8,2 | -1,5 | -0,9 | -3,3 | -1,7 | 22,6 |
| Carburants et lubrifiants | -0,2 | -1,7 | -3,0 | -2,1 | 0,2 | -2,6 | -2,0 | -1,4 | -2,1 | -2,4 | -1,2 | 40,8 |
| Produits pharmaceutiques | 5,5 | 7,2 | 5,1 | 6,5 | 6,7 | 4,5 | 4,2 | 3,7 | 2,3 | 2,6 | 4,2 | 41,2 |
| Habillement-chaussures | 3,5 | 1,3 | 0,7 | 1,3 | 2,2 | -2,2 | -4,0 | 0,0 | -1,1 | -2,9 | -1,2 | 42,5 |
| Autres équipements de la personne © | 0,8 | 1,4 | 1,2 | 2,0 | 4,4 | -0,2 | -0,1 | 3,4 | 2,8 | 0,6 | 0,3 | 35,8 |
| Culture, loisirs | 2,1 | 2,8 | 3,0 | 1,0 | -0,9 | -2,2 | -4,7 | -0,4 | -0,6 | -3,7 | -2,4 | 26,3 |
| Équipement du foyer et aménagement de l'habitat | 3,7 | 6,4 | 6,3 | 6,5 | 7,9 | 0,9 | -0,2 | 4,0 | 1,9 | -2,1 | -1,9 | 56,7 |
| Micro-informatique et téléphones | 22,4 | 29,4 | 18,2 | 21,1 | 21,1 | 7,9 | 4,5 | 4,3 | 7,5 | 11,9 | 12,2 | 13,0 |
| Autres produits non alimentaires | 2,8 | 2,0 | 3,1 | 2,4 | 1,6 | 3,3 | -1,3 | -1,2 | -1,3 | -1,4 | 0,3 | 21,4 |
| Produits non alimentaires hors vente et réparation auto.(2) | 3,8 | 4,2 | 3,4 | 3,6 | 4,4 | 0,5 | -1,3 | 1,5 | 0,7 | -0,9 | 0,1 | 300,2 |
| <i>dont produits non alimentaires hors carburant et hors pharmacie</i> | <i>4,1</i> | <i>4,6</i> | <i>4,1</i> | <i>4,1</i> | <i>4,7</i> | <i>0,3</i> | <i>-2,2</i> | <i>1,5</i> | <i>0,9</i> | <i>-1,3</i> | <i>-0,4</i> | <i>218,2</i> |
| Vente et réparation automobile (3) | -4,6 | 2,5 | 2,8 | -1,3 | 3,5 | -5,7 | 3,5 | -1,8 | 0,4 | -9,1 | -6,9 | 47,2 |
| Consommation commercialisable (1)+(2)+(3) | 1,5 | 2,4 | 2,5 | 2,2 | 3,3 | -0,5 | -0,3 | 1,3 | 0,7 | -1,4 | -0,6 | 538,0 |
| <i>dont consommation commercialisable hors automobile</i> | <i>2,2</i> | <i>2,4</i> | <i>2,5</i> | <i>2,6</i> | <i>3,3</i> | <i>0,1</i> | <i>-0,7</i> | <i>1,7</i> | <i>0,8</i> | <i>-0,6</i> | <i>0,0</i> | <i>490,8</i> |

Source : Insee - Comptes nationaux

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 détaillée de la consommation commercialisable en volume (en %)

| Produits | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013p |
|--|-------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|
| Pain, pâtisserie | 1,2 | 1,1 | 1,2 | 1,2 | 0,7 | 1,5 | 1,7 | 1,3 | 4,3 | 3,3 | 1,6 |
| Fruits et légumes | -0,2 | 5,9 | 1,3 | -0,2 | 1,4 | -0,8 | 0,9 | 0,4 | -2,1 | -0,1 | 2,5 |
| Viandes et produits dérivés | 1,6 | -1,0 | 0,9 | -0,1 | 0,2 | -1,9 | -1,5 | 3,1 | 0,4 | 0,0 | -1,2 |
| Poissons et crustacés | 2,8 | -0,7 | -1,8 | 0,4 | 0,7 | -1,4 | 2,4 | 1,4 | -2,9 | -1,7 | -1,8 |
| Chocolaterie, confiserie | -1,5 | 2,6 | 2,5 | 0,0 | 3,2 | 4,6 | -1,7 | 1,0 | 2,9 | 1,7 | 1,7 |
| Vins, liqueurs et apéritifs | -2,4 | 0,9 | -0,3 | 1,1 | 1,6 | -1,5 | -0,5 | 2,3 | 0,9 | -2,5 | -1,3 |
| Boissons non alcoolisées, cidres et bières | 7,3 | -0,6 | 3,6 | 1,1 | 1,4 | -3,0 | 3,1 | 2,7 | 2,6 | -0,2 | 1,4 |
| Épicerie, produits alimentaires divers | 1,3 | 1,3 | 1,9 | 1,9 | 2,9 | 1,2 | 0,4 | 2,7 | 2,0 | 1,2 | 1,2 |
| Tabac et allumettes | -12,7 | -17,3 | -0,6 | 1,4 | -1,8 | -2,3 | 1,8 | 0,1 | 0,1 | -3,6 | -5,8 |
| Pneumatiques | 5,7 | -1,1 | 5,8 | 0,9 | 3,3 | -4,0 | -1,8 | 13,8 | 6,1 | -3,8 | 1,9 |
| Pièces détachées et équipements automobiles | 4,7 | 2,3 | 2,9 | 0,9 | 1,6 | 0,4 | -8,2 | -3,7 | -1,1 | -2,7 | -1,0 |
| Vente et réparation de motocycles | 1,7 | 4,1 | 2,8 | 5,8 | 4,3 | 1,6 | -12,8 | -0,3 | -5,4 | -6,3 | -10,1 |
| Carburants et lubrifiants | -0,2 | -1,7 | -3,0 | -2,1 | 0,2 | -2,6 | -2,0 | -1,4 | -2,1 | -2,4 | -1,2 |
| Produits pharmaceutiques | 5,6 | 7,4 | 5,2 | 6,8 | 6,7 | 4,4 | 4,4 | 3,6 | 2,1 | 2,0 | 3,9 |
| Matériels orthopédiques | 4,3 | 5,2 | 4,4 | 2,7 | 6,8 | 5,3 | 1,9 | 4,2 | 3,7 | 9,2 | 6,3 |
| Habillement | 3,8 | 1,7 | 0,7 | 0,6 | 2,3 | -2,7 | -4,5 | -0,3 | -1,5 | -3,1 | -1,2 |
| Chaussures | 2,4 | -0,4 | 1,1 | 4,1 | 1,7 | 0,0 | -1,8 | 1,2 | 0,5 | -2,3 | -1,1 |
| Maroquinerie, articles de voyage | -1,0 | 3,1 | 5,8 | 6,0 | 8,3 | 6,1 | 0,6 | 8,5 | 9,0 | 5,3 | 3,3 |
| Meubles, literie | 0,2 | 4,2 | 5,3 | 1,8 | 5,1 | -2,6 | -3,7 | 2,4 | 1,1 | -3,8 | -3,9 |
| Équipement du foyer | 2,7 | 3,0 | 1,0 | 3,9 | 3,9 | -1,5 | -6,6 | -0,5 | 1,4 | -0,1 | -0,9 |
| Électroménager | 7,5 | 6,4 | 5,9 | 6,7 | 5,8 | 4,4 | 0,7 | 4,6 | 3,2 | 4,1 | 1,6 |
| Produits bruns | 11,0 | 23,5 | 24,9 | 28,7 | 30,4 | 13,9 | 19,6 | 17,7 | 3,3 | -7,9 | -4,2 |
| Micro-informatique et téléphones | 22,4 | 29,4 | 18,2 | 21,1 | 21,1 | 7,9 | 4,5 | 4,3 | 7,5 | 11,9 | 12,2 |
| Produits d'entretien ménager | 1,0 | 0,3 | 3,7 | 2,0 | 3,6 | -1,1 | -0,6 | 4,7 | 4,2 | -0,1 | -1,1 |
| Textiles d'ameublement et linge pour la maison | 0,2 | 2,7 | 0,9 | 2,3 | 5,1 | -2,7 | -4,6 | 2,5 | -1,3 | -7,4 | -6,0 |
| Revêtements sols et murs, rideaux et voilages | 1,5 | 3,7 | 1,5 | 1,2 | 6,9 | -7,6 | -6,5 | -4,2 | -0,4 | -8,5 | -2,0 |
| Quincaillerie, bricolage, peinture | 4,4 | 6,4 | 4,8 | 4,4 | 3,8 | -1,3 | -2,0 | 1,0 | 1,4 | -2,0 | -1,3 |
| Fleurs, plantes, graines, engrais... | 3,2 | 4,1 | 3,3 | 2,4 | 1,5 | 0,5 | 1,4 | 0,6 | 1,3 | -4,5 | -2,0 |
| Parfumerie et produits d'hygiène | 0,6 | 0,4 | 0,6 | 2,1 | 3,8 | 0,0 | -0,4 | 4,1 | 3,2 | 2,0 | 1,0 |
| Livres, journaux | -1,5 | -0,6 | -0,7 | 0,5 | 0,7 | -2,4 | -6,4 | -3,9 | -3,4 | -4,2 | -4,0 |
| Optique, photographie | 4,8 | 4,2 | 1,7 | 4,2 | 7,2 | 3,7 | 6,6 | 3,7 | 7,0 | 4,1 | 2,2 |
| Vente et réparation de cycles | 10,1 | 7,9 | 5,1 | 4,1 | 4,6 | 0,4 | -4,9 | -5,0 | 5,5 | -5,4 | 1,6 |
| Sport et loisirs | 5,8 | 7,4 | 7,1 | 1,0 | 0,7 | -3,1 | -4,0 | 3,3 | -0,2 | -3,3 | -1,7 |
| Horlogerie, bijouterie | -3,3 | 0,5 | 0,8 | -3,1 | 1,0 | -9,1 | -7,9 | -1,9 | -7,3 | -11,8 | -6,6 |
| Jeux et jouets | 4,7 | 2,0 | 4,9 | 1,8 | -13,0 | 0,5 | 0,6 | 5,5 | 7,6 | -2,6 | 0,3 |
| Autres produits non alimentaires | 3,1 | 2,5 | 12,7 | 16,3 | 16,5 | 1,5 | -4,3 | 1,6 | 1,6 | -1,0 | 0,2 |
| Charbons et combustibles | 2,1 | -1,0 | -1,8 | -3,6 | -5,3 | 7,4 | -2,3 | -4,9 | -5,3 | 1,4 | 2,3 |
| Voitures particulières d'occasion | -0,2 | 2,6 | 2,3 | 2,6 | 6,1 | -9,7 | -12,5 | -1,7 | 7,4 | 1,3 | -4,4 |
| Voitures particulières neuves | -7,8 | 3,5 | 3,4 | -4,2 | 3,3 | -4,9 | 17,4 | -1,2 | -1,3 | -15,1 | -9,7 |
| Caravanes, remorques | 4,8 | 4,2 | 11,9 | 6,9 | 6,3 | -6,6 | -2,9 | -0,7 | 6,0 | -8,6 | -9,6 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | -2,5 | -0,1 | 0,7 | -0,1 | 0,7 | -3,0 | -7,6 | -3,6 | -2,5 | -4,2 | -3,0 |
| Total consommation commercialisable | 1,5 | 2,4 | 2,5 | 2,2 | 3,3 | -0,5 | -0,3 | 1,3 | 0,7 | -1,4 | -0,6 |
| Total automobile | -4,6 | 2,5 | 2,8 | -1,3 | 3,5 | -5,7 | 3,5 | -1,8 | 0,4 | -9,1 | -6,9 |
| Total consommation hors automobile | 2,2 | 2,4 | 2,5 | 2,6 | 3,3 | 0,1 | -0,7 | 1,7 | 0,8 | -0,6 | 0,0 |

Source : Insee, comptes nationaux

Tableau III-3

**Structure de la consommation commercialisable des ménages par groupes de produits (en valeur T.T.C.)
En %**

| Produits | 2000 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Pain, pâtisserie | 2,5 | 2,6 | 2,7 | 2,7 | 2,8 | 2,9 | 3,0 |
| Viandes et produits dérivés | 6,2 | 6,0 | 6,1 | 6,1 | 6,1 | 6,3 | 6,4 |
| Autres produits frais (a) | 5,6 | 5,6 | 5,7 | 5,9 | 5,6 | 5,8 | 6,1 |
| Boissons, épicerie, produits alimentaires divers (b) | 14,8 | 14,9 | 15,4 | 15,4 | 15,6 | 16,0 | 16,3 |
| Tabac et allumettes | 3,5 | 3,2 | 3,4 | 3,5 | 3,6 | 3,7 | 3,7 |
| Produits alimentaires (1) | 32,5 | 32,3 | 33,3 | 33,6 | 33,7 | 34,7 | 35,4 |
| Accessoires automobiles, motocycles | 4,0 | 4,6 | 4,5 | 4,4 | 4,3 | 4,2 | 4,2 |
| Carburants et lubrifiants | 7,8 | 7,8 | 6,6 | 7,1 | 7,7 | 7,8 | 7,6 |
| Produits pharmaceutiques | 6,7 | 7,6 | 7,9 | 7,8 | 7,7 | 7,6 | 7,7 |
| Habillement-chaussures | 9,7 | 8,6 | 8,5 | 8,3 | 8,0 | 7,9 | 7,9 |
| Autres équipements de la personne © | 5,9 | 6,0 | 6,2 | 6,3 | 6,5 | 6,6 | 6,7 |
| Culture, loisirs | 6,0 | 5,4 | 5,4 | 5,3 | 5,1 | 4,9 | 4,9 |
| Équipement du foyer et aménagement de l'habitat | 11,0 | 11,3 | 11,3 | 11,2 | 11,0 | 10,7 | 10,5 |
| Micro-informatique et téléphones | 2,7 | 2,7 | 2,6 | 2,4 | 2,3 | 2,4 | 2,4 |
| Autres produits non alimentaires | 3,2 | 4,1 | 3,6 | 3,7 | 3,8 | 4,0 | 4,0 |
| Produits non alimentaires hors vente et réparation auto (2) | 56,9 | 58,0 | 56,4 | 56,5 | 56,3 | 56,1 | 55,8 |
| Vente et réparation automobile (3) | 10,6 | 9,7 | 10,3 | 9,9 | 9,9 | 9,2 | 8,8 |
| Consommation commercialisable = (1)+(2)+(3) | 100,0 |
| Part de la consommation commercialisable dans la consommation effective des ménages (en %) (d) | 40,1 | 37,3 | 36,4 | 36,3 | 36,4 | 36,0 | 35,9 |

Source : Insee - Comptes nationaux

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

Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles commerciales, en milliers, immatriculées au 1^{er} janvier et leur évolution entre début 2010 et début 2013

| SECTEURS D'ACTIVITE | Nombre d'entreprises | | | | Evolution en % | | |
|---|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------|------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 (sd) | 2011/2010 | 2012/2011 | 2013/2012 |
| Intermédiaires du commerce de gros | 52,3 | 54,8 | 54,5 | 55,7 | 4,7 | -0,4 | 2,2 |
| CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants | 6,3 | 6,2 | 6,1 | 6,2 | -2,0 | -0,7 | 0,5 |
| CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac | 20,4 | 20,6 | 20,7 | 21,2 | 1,0 | 0,7 | 2,1 |
| CG de biens domestiques | 36,7 | 36,2 | 36,1 | 36,4 | -1,3 | -0,5 | 0,9 |
| CG d'équipements de l'info et de la communication | 9,2 | 9,1 | 9,1 | 9,2 | -1,1 | 0,1 | 0,8 |
| CG d'autres équipements industriels | 24,1 | 24,4 | 24,4 | 24,7 | 0,9 | 0,2 | 1,1 |
| Autres commerces de gros spécialisés | 19,5 | 19,9 | 20,2 | 20,6 | 2,0 | 1,3 | 1,9 |
| Commerce de gros non spécialisé | 14,9 | 15,7 | 16,3 | 16,9 | 5,2 | 3,8 | 4,0 |
| COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires) | 183,5 | 186,8 | 187,4 | 190,7 | 1,8 | 0,3 | 1,8 |
| Commerce de détail en magasin non spécialisé | 34,2 | 35,0 | 37,3 | 38,3 | 2,4 | 6,6 | 2,5 |
| CD alimentaire en magasin spécialisé | 46,5 | 47,2 | 47,4 | 48,2 | 1,3 | 0,6 | 1,6 |
| CD non alimentaire en magasins spécialisés | 234,8 | 236,3 | 236,3 | 238,9 | 0,6 | 0,0 | 1,1 |
| <i>CD de carburants en magasin spécialisé</i> | 4,2 | 4,0 | 4,0 | 3,9 | -4,5 | -1,9 | -0,5 |
| <i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag</i> | 8,0 | 8,3 | 8,4 | 8,8 | 4,2 | 1,3 | 4,1 |
| <i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i> | 39,7 | 39,3 | 38,8 | 38,6 | -1,0 | -1,2 | -0,5 |
| <i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i> | 27,6 | 27,3 | 26,8 | 26,6 | -1,2 | -1,7 | -0,9 |
| <i>Autres commerces de détail en mag spé</i> | 155,3 | 157,4 | 158,2 | 161,0 | 1,3 | 0,6 | 1,7 |
| Commerce de détail sur éventaires et marchés | 97,7 | 98,3 | 96,4 | 99,5 | 0,6 | -2,0 | 3,2 |
| Commerce de détail hors magasin, éventaires ou mar | 28,3 | 36,0 | 38,4 | 44,1 | 27,4 | 6,8 | 14,9 |
| COMMERCE DE DETAIL | 441,5 | 452,8 | 455,8 | 469,0 | 2,5 | 0,7 | 2,9 |
| Commerce de véhicules automobiles | 28,0 | 28,9 | 29,9 | 31,8 | 3,3 | 3,5 | 6,5 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 40,5 | 43,2 | 44,6 | 47,1 | 6,6 | 3,1 | 5,7 |
| Commerce d'équipements automobiles | 7,4 | 7,8 | 8,1 | 8,5 | 4,5 | 4,2 | 4,4 |
| Commerce et réparation de motocycles | 5,8 | 6,0 | 6,1 | 6,2 | 3,5 | 2,0 | 1,4 |
| COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE | 81,7 | 85,8 | 88,6 | 93,5 | 5,0 | 3,3 | 5,5 |
| TOTAL COMMERCE | 706,7 | 725,4 | 731,9 | 753,2 | 2,6 | 0,9 | 2,9 |
| ARTISANAT COMMERCIAL | 44,6 | 44,1 | 43,5 | 43,6 | -1,2 | -1,3 | 0,1 |
| TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL | 751,3 | 769,5 | 775,4 | 796,8 | 2,4 | 0,8 | 2,8 |
| <i>Ensemble de l'économie française</i> | <i>3 319,0</i> | <i>3 511,5</i> | <i>3 596,6</i> | <i>3 752,5</i> | <i>5,8</i> | <i>2,4</i> | <i>4,3</i> |

Source : INSEE - Sirene (France entière)

Tableau IV-2
Les différentes formes d'entreprises commerciales au 01.01.2013

| SECTEURS D'ACTIVITE (nomenclature NAF) | Entreprises individuelles | Sociétés | | | | | TOTAL |
|--|------------------------------|--------------------------|-----------------|-----------------|-------------------------|--------------------|-----------------|
| | | Sociétés de personnes | S.A.R.L. | | Sociétés de capitaux | Autres sociétés | |
| | | | Unipersonnelles | Autres | | | |
| Intermédiaires du commerce de gros | 35 263 | 124 | 4 170 | 12 296 | 462 | 3 420 | 55 735 |
| CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants | 1 347 | 52 | 653 | 2 668 | 179 | 1 264 | 6 163 |
| CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac | 2 001 | 141 | 2 455 | 11 534 | 797 | 4 244 | 21 172 |
| CG de biens domestiques | 2 762 | 145 | 3 859 | 23 363 | 893 | 5 342 | 36 364 |
| CG d'équipements de l'info et de la communication | 520 | 30 | 955 | 5 608 | 329 | 1 731 | 9 173 |
| CG d'autres équipements industriels | 1 507 | 121 | 2 972 | 13 688 | 982 | 5 392 | 24 662 |
| Autres commerces de gros spécialisés | 1 963 | 76 | 2 399 | 10 668 | 846 | 4 600 | 20 552 |
| Commerce de gros non spécialisé | 1 737 | 33 | 2 473 | 10 571 | 80 | 2 029 | 16 923 |
| COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires) | 47 100 | 722 | 19 936 | 90 396 | 4 568 | 28 022 | 190 744 |
| Commerce de détail en magasin non spécialisé <i>dont grandes surfaces alimentaires (supermarchés, hypermarchés)</i> | 14 876 28 | 438 242 | 3 119 495 | 14 290 2 177 | 709 589 | 4 818 3 444 | 38 250 6 975 |
| CD alimentaire en magasin spécialisé | 20 864 | 1 754 | 5 381 | 18 312 | 164 | 1 710 | 48 185 |
| CD non alimentaire en magasins spécialisés | 81 955 | 5 479 | 29 725 | 107 480 | 1 826 | 12 478 | 238 943 |
| <i>CD de carburants en magasin spécialisé</i> | 602 | 27 | 331 | 2 827 | 24 | 135 | 3 946 |
| <i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i> | 1 960 | 21 | 1 459 | 4 821 | 30 | 499 | 8 790 |
| <i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i> | 9 133 | 131 | 5 200 | 20 567 | 573 | 2 991 | 38 595 |
| <i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i> | 10 296 | 1 249 | 2 784 | 10 781 | 203 | 1 299 | 26 612 |
| <i>Autres CD en mag spé</i> | 59 964 | 4 051 | 19 951 | 68 484 | 996 | 7 554 | 161 000 |
| Commerce de détail sur éventaires et marchés | 91 490 | 39 | 1 543 | 5 930 | 12 | 437 | 99 451 |
| Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés | 29 970 | 30 | 3 109 | 8 657 | 121 | 2 249 | 44 136 |
| COMMERCE DE DETAIL | 239 155 | 7 740 | 42 877 | 154 669 | 2 832 | 21 692 | 468 965 |
| Commerce de véhicules automobiles | 8 867 | 66 | 4 379 | 14 071 | 628 | 3 829 | 31 840 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 18 431 | 95 | 6 742 | 19 879 | 193 | 1 730 | 47 070 |
| Commerce d'équipements automobiles | 1 853 | 17 | 1 090 | 4 297 | 162 | 1 032 | 8 451 |
| Commerce et réparation de motocycles | 2 170 | 6 | 844 | 2 803 | 26 | 321 | 6 170 |
| COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE | 31 321 | 184 | 13 055 | 41 050 | 1 009 | 6 912 | 93 531 |
| TOTAL COMMERCE | 317 576 | 8 646 | 75 868 | 286 115 | 8 409 | 56 626 | 753 240 |
| Boulangerie - pâtisserie | 18 910 | 226 | 3 541 | 15 479 | 54 | 1 115 | 39 325 |
| Charcuterie | 2 281 | 16 | 321 | 1 474 | 24 | 119 | 4 235 |
| ARTISANAT COMMERCIAL | 21 191 | 242 | 3 862 | 16 953 | 78 | 1 234 | 43 560 |
| TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL | 338 767 | 8 888 | 79 730 | 303 068 | 8 487 | 57 860 | 796 800 |

Source : INSEE - Sirene (France entière)

Tableau IV-3
Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles commerciales de 2010 à 2013 en France entière

| SECTEURS D'ACTIVITE | Nombre de créations | | | | Evolution en % | | |
|---|---------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------|-------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2011/2010 | 2012/2011 | 2013/2012 |
| Intermédiaires du commerce de gros | 14 827 | 13 150 | 12 662 | 12 321 | -11,3 | -3,7 | -2,7 |
| CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants | 306 | 297 | 304 | 240 | -2,9 | 2,4 | -21,1 |
| CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac | 1 894 | 1 712 | 1 796 | 1 884 | -9,6 | 4,9 | 4,9 |
| CG de biens domestiques | 3 185 | 2 961 | 2 870 | 2 643 | -7,0 | -3,1 | -7,9 |
| CG d'équipements de l'info et de la communication | 670 | 625 | 631 | 639 | -6,7 | 1,0 | 1,3 |
| CG d'autres équipements industriels | 1 534 | 1 337 | 1 395 | 1 317 | -12,8 | 4,3 | -5,6 |
| Autres commerces de gros spécialisés | 2 033 | 1 866 | 1 851 | 1 729 | -8,2 | -0,8 | -6,6 |
| Commerce de gros non spécialisé | 2 870 | 2 654 | 2 198 | 2 294 | -7,5 | -17,2 | 4,4 |
| COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires) | 27 319 | 24 602 | 23 707 | 23 067 | -9,9 | -3,6 | -2,7 |
| Commerce de détail en magasin non spécialisé | 4 001 | 3 925 | 3 790 | 4 135 | -1,9 | -3,4 | 9,1 |
| CD alimentaire en magasin spécialisé | 4 907 | 4 538 | 4 325 | 4 449 | -7,5 | -4,7 | 2,9 |
| CD non alimentaire en magasins spécialisés | 25 822 | 23 475 | 22 189 | 22 818 | -9,1 | -5,5 | 2,8 |
| <i>CD de carburants en magasin spécialisé</i> | 132 | 121 | 122 | 99 | -8,3 | 0,8 | -18,9 |
| <i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i> | 1 569 | 1 255 | 1 121 | 1 195 | -20,0 | -10,7 | 6,6 |
| <i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i> | 4 005 | 3 514 | 3 228 | 3 190 | -12,3 | -8,1 | -1,2 |
| <i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i> | 2 172 | 1 930 | 1 763 | 1 659 | -11,1 | -8,7 | -5,9 |
| <i>Autres commerces de détail en mag spé</i> | 17 944 | 16 655 | 15 955 | 16 675 | -7,2 | -4,2 | 4,5 |
| Commerce de détail sur éventaires et marchés | 29 165 | 24 621 | 23 461 | 21 808 | -15,6 | -4,7 | -7,0 |
| Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés | 24 749 | 20 578 | 19 291 | 17 188 | -16,9 | -6,3 | -10,9 |
| COMMERCE DE DETAIL | 88 644 | 77 137 | 73 056 | 70 398 | -13,0 | -5,3 | -3,6 |
| Commerce de véhicules automobiles | 5 828 | 6 179 | 7 331 | 7 717 | 6,0 | 18,6 | 5,3 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 6 861 | 5 857 | 6 566 | 6 564 | -14,6 | 12,1 | 0,0 |
| Commerce d'équipements automobiles | 1 115 | 1 155 | 1 154 | 1 310 | 3,6 | -0,1 | 13,5 |
| Commerce et réparation de motocycles | 884 | 758 | 679 | 634 | -14,3 | -10,4 | -6,6 |
| COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE | 14 688 | 13 949 | 15 730 | 16 225 | -5,0 | 12,8 | 3,1 |
| TOTAL COMMERCE | 130 651 | 115 688 | 112 493 | 109 690 | -11,5 | -2,8 | -2,5 |
| ARTISANAT COMMERCIAL | 2 207 | 2 089 | 2 083 | 2 208 | -5,3 | -0,3 | 6,0 |
| TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL | 132 858 | 117 777 | 114 576 | 111 898 | -11,4 | -2,7 | -2,3 |
| Ensemble de l'économie française (1) | 622 036 | 549 788 | 549 967 | 538 182 | -11,6 | 0,0 | -2,1 |

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.

Tableau IV-4
Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles commerciales de 2010 à 2013 sans les auto-entrepreneurs

| SECTEURS D'ACTIVITE | Nombre de créations | | | | Evolution en % | | |
|--|---------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|-------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2011/2010 | 2012/2011 | 2013/2012 |
| Intermédiaires du commerce de gros | 10 341 | 9 162 | 9 132 | 9 333 | -11,4 | -0,3 | 2,2 |
| CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants | 240 | 243 | 256 | 196 | 1,3 | 5,3 | -23,4 |
| CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac | 1 537 | 1 444 | 1 463 | 1 531 | -6,1 | 1,3 | 4,6 |
| CG de biens domestiques | 2 591 | 2 484 | 2 341 | 2 229 | -4,1 | -5,8 | -4,8 |
| CG d'équipements de l'info et de la communication | 530 | 540 | 503 | 527 | 1,9 | -6,9 | 4,8 |
| CG d'autres équipements industriels | 1 290 | 1 151 | 1 178 | 1 131 | -10,8 | 2,3 | -4,0 |
| Autres commerces de gros spécialisés | 1 543 | 1 437 | 1 356 | 1 308 | -6,9 | -5,6 | -3,5 |
| Commerce de gros non spécialisé | 2 163 | 2 107 | 1 793 | 1 709 | -2,6 | -14,9 | -4,7 |
| COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires) | 20 235 | 18 568 | 18 022 | 17 964 | -8,2 | -2,9 | -0,3 |
| Commerce de détail en magasin non spécialisé | 3 236 | 3 259 | 2 948 | 3 019 | 0,7 | -9,5 | 2,4 |
| CD alimentaire en magasin spécialisé | 3 705 | 3 659 | 3 417 | 3 505 | -1,2 | -6,6 | 2,6 |
| CD non alimentaire en magasins spécialisés | 16 095 | 15 724 | 13 907 | 14 149 | -2,3 | -11,6 | 1,7 |
| CD de carburants en magasin spécialisé | 129 | 120 | 121 | 97 | -7,0 | 0,8 | -19,8 |
| CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé | 1 001 | 846 | 725 | 754 | -15,5 | -14,3 | 4,0 |
| CD d'autres équipements du foyer en mag spé | 2 870 | 2 708 | 2 329 | 2 286 | -5,6 | -14,0 | -1,8 |
| CD de biens culturels et de loisirs en mag spé | 1 549 | 1 515 | 1 410 | 1 262 | -2,2 | -6,9 | -10,5 |
| Autres commerces de détail en mag spé | 10 546 | 10 535 | 9 322 | 9 750 | -0,1 | -11,5 | 4,6 |
| Commerce de détail sur éventaires et marchés | 5 261 | 3 880 | 2 973 | 2 691 | -26,2 | -23,4 | -9,5 |
| Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés | 3 756 | 4 056 | 3 805 | 3 947 | 8,0 | -6,2 | 3,7 |
| COMMERCE DE DETAIL | 32 053 | 30 578 | 27 050 | 27 311 | -4,6 | -11,5 | 1,0 |
| Commerce de véhicules automobiles | 2 993 | 3 007 | 3 034 | 3 214 | 0,5 | 0,9 | 5,9 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 2 746 | 2 668 | 2 698 | 3 426 | -2,8 | 1,1 | 27,0 |
| Commerce d'équipements automobiles | 575 | 648 | 583 | 611 | 12,7 | -10,0 | 4,8 |
| Commerce et réparation de motocycles | 431 | 427 | 317 | 358 | -0,9 | -25,8 | 12,9 |
| COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE | 6 745 | 6 750 | 6 632 | 7 609 | 0,1 | -1,7 | 14,7 |
| TOTAL COMMERCE | 59 033 | 55 896 | 51 704 | 52 884 | -5,3 | -7,5 | 2,3 |
| ARTISANAT COMMERCIAL | 1 733 | 1 686 | 1 627 | 1 753 | -2,7 | -3,5 | 7,7 |
| TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL | 60 766 | 57 582 | 53 331 | 54 637 | -5,2 | -7,4 | 2,4 |
| <i>Ensemble de l'économie française (1)</i> | <i>262 337</i> | <i>258 067</i> | <i>242 489</i> | <i>263 240</i> | <i>-1,6</i> | <i>-6,0</i> | <i>8,6</i> |

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.

ANNEXE V - Emploi

Tableau V-1

Effectifs salariés du commerce entre 2002 et 2013 (en milliers)

| | Commerce et réparation d'automobiles | Commerce de gros | Commerce de détail | Ensemble du commerce |
|------------|--------------------------------------|------------------|--------------------|----------------------|
| 31/03/2002 | 392,7 | 1001,2 | 1557,0 | 2950,9 |
| 30/06/2002 | 393,7 | 997,3 | 1557,6 | 2948,7 |
| 30/09/2002 | 396,1 | 999,7 | 1564,9 | 2960,7 |
| 31/12/2002 | 397,4 | 998,9 | 1567,7 | 2964,0 |
| 31/03/2003 | 396,5 | 997,5 | 1570,5 | 2964,5 |
| 30/06/2003 | 398,1 | 995,8 | 1576,8 | 2970,7 |
| 30/09/2003 | 397,4 | 995,8 | 1577,0 | 2970,2 |
| 31/12/2003 | 397,1 | 996,5 | 1587,2 | 2980,8 |
| 31/03/2004 | 396,7 | 996,1 | 1590,2 | 2982,9 |
| 30/06/2004 | 394,7 | 993,7 | 1596,9 | 2985,3 |
| 30/09/2004 | 392,8 | 990,9 | 1598,0 | 2981,7 |
| 31/12/2004 | 393,0 | 990,7 | 1601,5 | 2985,3 |
| 31/03/2005 | 392,3 | 992,2 | 1604,2 | 2988,7 |
| 30/06/2005 | 392,4 | 998,4 | 1602,6 | 2993,4 |
| 30/09/2005 | 392,4 | 998,1 | 1605,4 | 2995,8 |
| 31/12/2005 | 391,4 | 997,9 | 1607,4 | 2996,7 |
| 31/03/2006 | 391,4 | 996,3 | 1610,9 | 2998,6 |
| 30/06/2006 | 391,6 | 994,9 | 1617,5 | 3004,0 |
| 30/09/2006 | 391,5 | 994,7 | 1631,6 | 3017,7 |
| 31/12/2006 | 391,3 | 993,9 | 1630,0 | 3015,2 |
| 31/03/2007 | 391,0 | 994,2 | 1647,1 | 3032,2 |
| 30/06/2007 | 390,7 | 996,2 | 1652,5 | 3039,5 |
| 30/09/2007 | 391,0 | 997,4 | 1663,3 | 3051,7 |
| 31/12/2007 | 391,0 | 1001,8 | 1661,8 | 3054,6 |
| 31/03/2008 | 390,4 | 1002,8 | 1659,5 | 3052,6 |
| 30/06/2008 | 388,7 | 1002,6 | 1661,8 | 3053,1 |
| 30/09/2008 | 387,2 | 1002,2 | 1656,6 | 3046,0 |
| 31/12/2008 | 383,8 | 996,5 | 1655,9 | 3036,2 |
| 31/03/2009 | 380,8 | 988,6 | 1653,1 | 3022,6 |
| 30/06/2009 | 380,0 | 979,8 | 1648,7 | 3008,5 |
| 30/09/2009 | 378,4 | 970,9 | 1647,8 | 2997,1 |
| 31/12/2009 | 378,6 | 966,4 | 1655,6 | 3000,6 |
| 31/03/2010 | 378,3 | 964,3 | 1659,5 | 3002,1 |
| 30/06/2010 | 378,3 | 962,9 | 1661,1 | 3002,4 |
| 30/09/2010 | 378,3 | 963,0 | 1664,0 | 3005,3 |
| 31/12/2010 | 378,2 | 962,5 | 1665,9 | 3006,6 |
| 31/03/2011 | 378,8 | 965,5 | 1672,5 | 3016,7 |
| 30/06/2011 | 378,4 | 967,9 | 1683,1 | 3029,4 |
| 30/09/2011 | 377,6 | 967,0 | 1679,4 | 3024,0 |
| 31/12/2011 | 378,2 | 968,4 | 1682,8 | 3029,4 |
| 31/03/2012 | 377,4 | 968,1 | 1683,9 | 3029,4 |
| 30/06/2012 | 375,2 | 967,8 | 1691,6 | 3034,6 |
| 30/09/2012 | 373,3 | 966,8 | 1691,7 | 3031,8 |
| 31/12/2012 | 369,9 | 962,8 | 1684,5 | 3017,3 |
| 31/03/2013 | 368,1 | 959,9 | 1684,9 | 3012,9 |
| 30/06/2013 | 366,1 | 956,1 | 1680,2 | 3002,4 |
| 30/09/2013 | 363,2 | 952,8 | 1682,1 | 2998,1 |
| 31/12/2013 | 362,3 | 952,3 | 1690,4 | 3005,1 |

Source : INSEE, estimations d'emploi

Tableau V-2

Actifs occupés du commerce en 2013

| SECTEURS D'ACTIVITE | % Hommes | % Femmes | % ouvriers | % employés | % autres (*) | % 15-24 ans | % 25-49 ans | % 50 ans et + |
|-----------------------------------|----------|----------|------------|------------|--------------|-------------|-------------|---------------|
| Commerce de détail | 39,9 | 60,1 | 10,2 | 47,5 | 42,2 | 13,8 | 63,8 | 22,4 |
| Commerce et réparation automobile | 81,9 | 18,1 | 37,6 | 13,9 | 48,5 | 12,0 | 62,8 | 25,2 |
| Commerce de gros | 66,7 | 33,3 | 24,6 | 16,5 | 58,9 | 4,0 | 67,2 | 28,8 |
| Artisanat commercial | 51,8 | 48,3 | 38,6 | 32,8 | 28,6 | 23,7 | 57,9 | 18,4 |
| Commerce (hors artisanat) | 53,3 | 46,7 | 18,0 | 33,9 | 48,1 | 10,6 | 64,7 | 24,7 |
| Ensemble de l'économie | 52,1 | 47,9 | 21,5 | 28,4 | 50,1 | 8,2 | 62,8 | 29,1 |

(*) cadres, professions intermédiaires, chefs d'entreprises

Source : INSEE - enquête emploi en 2013

Tableau V-3
Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés totaux dans les DADS en 2011

| 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 | 58,9 | 17,4 | 11,0 | 92,8 |
| CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants | 60,5 | 13,1 | 8,3 | 94,8 |
| CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac | 61,6 | 14,3 | 9,3 | 94,5 |
| CG de biens domestiques | 60,9 | 17,7 | 11,6 | 93,1 |
| CG d'équipements de l'information et de la communication | 64,0 | 10,4 | 6,9 | 96,3 |
| CG d'autres équipements industriels | 61,7 | 10,1 | 6,5 | 96,1 |
| Autres CG spécialisés | 66,0 | 11,7 | 8,1 | 96,0 |
| CG non spécialisé | 56,8 | 18,8 | 11,6 | 91,9 |
| Commerce de gros | 61,8 | 13,6 | 8,8 | 94,8 |
| CD petites surfaces à prédominance alimentaire | 64,2 | 39,6 | 29,6 | 85,8 |
| CD grandes surfaces à prédominance alimentaire | 72,3 | 44,1 | 36,4 | 87,8 |
| CD alimentaire en magasin spécialisé | 57,3 | 28,9 | 18,9 | 87,7 |
| CD non alimentaire en magasin non spécialisé | 68,8 | 31,9 | 24,4 | 90,0 |
| Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques | 62,3 | 37,7 | 27,4 | 85,8 |
| CD d'habillement et de chaussures | 66,8 | 44,0 | 34,4 | 85,4 |
| CD d'autres équipements de la personne | 60,5 | 22,8 | 15,2 | 91,0 |
| CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé | 62,4 | 32,6 | 23,2 | 87,7 |
| CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat | 62,7 | 22,4 | 15,4 | 91,6 |
| CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé | 63,1 | 21,4 | 14,6 | 92,1 |
| CD de carburants en magasin spécialisé | 61,5 | 31,7 | 22,2 | 87,8 |
| Autres CD en magasin spécialisé | 56,4 | 23,5 | 14,8 | 89,8 |
| CD sur éventaires ou marchés | 54,8 | 50,8 | 36,1 | 77,0 |
| CD hors magasin, éventaires ou marchés | 53,5 | 26,5 | 16,2 | 87,7 |
| Commerce de détail | 66,6 | 35,9 | 27,1 | 88,0 |
| Commerce de véhicules automobiles | 54,9 | 9,0 | 5,2 | 95,9 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 53,9 | 13,7 | 7,9 | 93,7 |
| Commerce d'équipements automobiles | 57,7 | 9,2 | 5,6 | 96,1 |
| Commerce et réparation de motocycles | 53,8 | 14,7 | 8,5 | 93,2 |
| Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles | 54,9 | 10,7 | 6,2 | 95,2 |
| Ensemble du commerce | 64,9 | 26,2 | 18,7 | 90,8 |
| Charcuterie | 55,4 | 25,1 | 15,7 | 88,8 |
| Boulangerie-Pâtisserie | 59,8 | 24,6 | 16,4 | 90,1 |
| Artisanat Commercial | 59,5 | 24,7 | 16,3 | 90,0 |

Résultats obtenus sur l'échantillon au 1/12 du fichier DADS

(*) : ETP est l'équivalent temps plein.

(1) : voir encadré "Les indicateurs de mesure de l'emploi salarié à temps partiel".

Source : Insee - DADS 2011 (1/12)

Tableau V-4
Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés masculins dans les DADS en 2011

| 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 | 55,0 | 11,8 | 6,9 | 94,7 |
| CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants | 57,8 | 9,2 | 5,5 | 96,1 |
| CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac | 59,9 | 10,6 | 6,6 | 95,7 |
| CG de biens domestiques | 57,7 | 12,1 | 7,3 | 94,9 |
| CG d'équipements de l'information et de la communication | 61,5 | 6,8 | 4,3 | 97,4 |
| CG d'autres équipements industriels | 59,9 | 6,7 | 4,1 | 97,3 |
| Autres CG spécialisés | 65,9 | 8,3 | 5,6 | 97,2 |
| CG non spécialisé | 53,9 | 16,2 | 9,4 | 92,5 |
| Commerce de gros | 60,0 | 9,2 | 5,7 | 96,3 |
| CD petites surfaces à prédominance alimentaire | 60,8 | 30,0 | 20,7 | 88,2 |
| CD grandes surfaces à prédominance alimentaire | 70,4 | 25,2 | 19,2 | 92,5 |
| CD alimentaire en magasin spécialisé | 53,9 | 19,2 | 11,4 | 91,1 |
| CD non alimentaire en magasin non spécialisé | 62,8 | 21,5 | 14,6 | 92,0 |
| Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques | 54,7 | 22,5 | 13,7 | 89,8 |
| CD d'habillement et de chaussures | 62,0 | 31,8 | 22,4 | 87,9 |
| CD d'autres équipements de la personne | 56,5 | 13,0 | 7,8 | 94,3 |
| CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé | 61,3 | 24,9 | 16,9 | 90,4 |
| CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat | 59,0 | 13,1 | 8,2 | 94,6 |
| CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé | 61,0 | 17,3 | 11,3 | 93,3 |
| CD de carburants en magasin spécialisé | 60,2 | 28,4 | 19,2 | 88,7 |
| Autres CD en magasin spécialisé | 56,0 | 16,0 | 9,6 | 93,0 |
| CD sur éventaires ou marchés | 53,3 | 44,7 | 30,1 | 79,1 |
| CD hors magasin, éventaires ou marchés | 55,9 | 17,0 | 10,3 | 92,5 |
| Commerce de détail | 63,2 | 21,9 | 15,1 | 91,9 |
| Commerce de véhicules automobiles | 52,4 | 6,6 | 3,6 | 96,9 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 51,5 | 8,8 | 4,7 | 95,7 |
| Commerce d'équipements automobiles | 54,0 | 6,2 | 3,5 | 97,1 |
| Commerce et réparation de motocycles | 52,2 | 10,1 | 5,6 | 95,2 |
| Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles | 52,3 | 7,3 | 4,0 | 96,5 |
| Ensemble du commerce | 61,1 | 14,2 | 9,2 | 94,5 |
| Charcuterie | 51,5 | 14,1 | 7,8 | 93,2 |
| Boulangerie-Pâtisserie | 54,4 | 11,0 | 6,3 | 95,0 |
| Artisanat Commercial | 54,2 | 11,3 | 6,4 | 94,8 |

Résultats obtenus sur l'échantillon au 1/12 du fichier DADS

(*) : ETP est l'équivalent temps plein.

(1) : voir encadré " Les indicateurs de mesure de l'emploi salarié à temps partiel ".

Source : Insee - DADS 2011 (1/12)

Tableau V-5
Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés féminins dans les DADS en 2011

| 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 | 61,8 | 24,6 | 16,8 | 90,6 |
| CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants | 63,7 | 22,1 | 15,3 | 92,0 |
| CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac | 63,7 | 20,9 | 14,4 | 92,4 |
| CG de biens domestiques | 62,7 | 22,7 | 15,6 | 91,5 |
| CG d'équipements de l'information et de la communication | 66,7 | 18,0 | 12,7 | 94,0 |
| CG d'autres équipements industriels | 64,2 | 19,8 | 13,7 | 92,9 |
| Autres CG spécialisés | 66,7 | 20,7 | 14,8 | 93,1 |
| CG non spécialisé | 60,3 | 23,0 | 15,2 | 90,9 |
| Commerce de gros | 63,8 | 21,5 | 14,9 | 92,2 |
| CD petites surfaces à prédominance alimentaire | 66,1 | 47,2 | 37,1 | 84,0 |
| CD grandes surfaces à prédominance alimentaire | 73,3 | 54,7 | 47,0 | 85,4 |
| CD alimentaire en magasin spécialisé | 59,6 | 39,1 | 27,7 | 84,2 |
| CD non alimentaire en magasin non spécialisé | 70,7 | 36,8 | 29,1 | 89,2 |
| Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques | 63,3 | 40,6 | 30,2 | 85,1 |
| CD d'habillement et de chaussures | 67,7 | 46,5 | 37,1 | 85,0 |
| CD d'autres équipements de la personne | 61,4 | 25,7 | 17,5 | 90,1 |
| CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé | 63,2 | 38,8 | 28,6 | 85,7 |
| CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat | 64,6 | 31,9 | 23,2 | 88,7 |
| CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé | 65,4 | 27,6 | 19,9 | 90,5 |
| CD de carburants en magasin spécialisé | 62,8 | 35,3 | 25,6 | 86,9 |
| Autres CD en magasin spécialisé | 57,2 | 35,3 | 23,8 | 84,9 |
| CD sur éventaies ou marchés | 56,3 | 57,3 | 43,0 | 75,0 |
| CD hors magasin, éventaies ou marchés | 52,7 | 35,2 | 22,2 | 83,4 |
| Commerce de détail | 68,0 | 44,0 | 34,8 | 85,9 |
| Commerce de véhicules automobiles | 59,1 | 19,7 | 12,7 | 91,9 |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles | 57,2 | 38,2 | 26,1 | 83,7 |
| Commerce d'équipements automobiles | 62,9 | 22,1 | 15,1 | 91,8 |
| Commerce et réparation de motocycles | 56,1 | 34,2 | 22,6 | 85,0 |
| Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles | 58,7 | 26,1 | 17,2 | 89,2 |
| Ensemble du commerce | 67,0 | 38,3 | 29,4 | 87,4 |
| Charcuterie | 57,7 | 37,9 | 26,0 | 84,0 |
| Boulangerie-Pâtisserie | 62,6 | 38,4 | 28,0 | 85,6 |
| Artisanat Commercial | 62,2 | 38,3 | 27,9 | 85,5 |

Résultats obtenus sur l'échantillon au 1/12 du fichier DADS

(*) : ETP est l'équivalent temps plein.

(1) : voir encadré " Les indicateurs de mesure de l'emploi salarié à temps partiel ".

Source : Insee - DADS 2011 (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

BIBLIOGRAPHIE

1. LES COMPTES DU COMMERCE (publication annuelle)

Collection « **Comptes nationaux** » :

Le commerce en 2012, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2011, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2010, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2009, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr).
Le commerce en 2008, Rapport sur la situation du commerce - Insee (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°1457 « Le commerce en 2012. Le secteur n'échappe pas à la crise », juillet 2013
N°1407 « Le commerce en 2011. Les ventes ont continué de se redresser », juillet 2012
N°1363 « Le commerce en 2010, retour contrasté à la croissance », août 2011
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

- Principales caractéristiques des entreprises en 2008, 2009, 2010 et 2011
- 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

• Les Enquêtes Thématiques

- Insee Résultats - Enquête sur les réseaux du commerce de détail en 2009
- Insee Résultats - Enquête sur les technologies de l'information et de la communication et le commerce électronique en 2012
- 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

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°1489 « Le commerce électronique en 2012 : Les pure-players dominent les ventes web du commerce de détail », fév. 2014
- N°1459 « Le commerce spécialisé d'habillement-chaussures : des petites entreprises dynamiques dans un secteur qui se concentre », juillet 2013
- N° 1453 « En 2012, plus d'une personne sur deux a déjà acheté sur Internet », juin 2013
- N° 1404 « Grandes surfaces et réseaux d'enseignes dominent le commerce de détail », juin 2012
- N° 1386 « Le commerce de bricolage : sur un marché dynamique, des acteurs toujours plus costauds », janvier 2012
- N° 1373 « Le commerce d'articles de sport et loisir : avant la crise, un secteur en forte expansion », octobre 2011
- N°1359 « Le commerce alimentaire spécialisé : déclin enrayé ? », juin 2011
- N°1358 « Travailler dans le commerce de détail ou l'artisanat commercial », juin 2011
- 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 », sept. 1996
- N° 465 « Le commerce de gros non alimentaire : ouverture internationale », juin 1996

Collection Insee-Analyses :

- N°16 « Les réformes des relations commerciales des années 2000 ont-elles restauré la concurrence par les prix ? », fév. 2014.

Collection Références :

- Les entreprises en France – Insee Références édition 2013 (dossier « La productivité dans le commerce : l'impact du renouvellement des entreprises, de l'innovation et de l'appartenance à un réseau »)
- Le commerce en France - Insee Références édition 2011 .

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 Insee-Résultats :

- N°141 soc - Les salaires dans l'industrie, le commerce et les services en 2010
- N°60 éco - Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2009, sept 2012
- N° 57 éco - Créations et créateurs d'entreprises sous le régime de l'auto-entrepreneur - Enquête auto-entrepreneurs 2010
- N° 43 éco - Les déchets non dangereux des grands établissements commerciaux en 2006, juillet 2009
- N°32 éco - Enquête sur les réseaux du commerce de détail en 2006, sept. 2007

N°29 éco - 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 :

Réglementer ou libéraliser : les relations commerciales en France des années 1990 aux années 2000, N°E2014/02
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.