

**Direction des Statistiques d'Entreprises**

**E2014/08**

**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](http://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 19 décembre 2014.

Ce rapport est une version actualisée du rapport sur les comptes commerciaux établi en juin 2014. Virginie ANDRIEUX, Catherine BOURDEAUX, Sonia LE FAUCHEUR, Florent ROYER, Rémi SEGRETO et Benoît TRINQUIER à la division « commerce » de l'Insee ont rédigé la vue d'ensemble et les cinq premiers chapitres, sous la direction de Sabine BESSIERE, rapporteur général de la commission. Le chapitre VI, consacré aux opérations internationales du commerce, a été réalisé conjointement par Chloé BERTIN, Laurent GASNIER (direction générale des douanes et droits indirects), Jean-Luc CAYSSIALS (Banque de France) et Florent ROYER (Insee).

Institut National de la Statistique et des Études Économiques

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

**E 2014/08**

**La situation du commerce en 2013**

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

*Division Commerce*

*Décembre 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 (- 0,6 % 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 (- 0.6 %). 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

<b>Avertissement</b> .....	<b>4</b>
<b>DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE</b> .....	<b>6</b>
<b>VUE D'ENSEMBLE</b> .....	<b>8</b>
<b>1 - Une année 2013 en demi-teinte pour les secteurs commerciaux</b> .....	<b>9</b>
1.1 - Commerce de gros : hausse des volumes, ralentissement des valeurs .....	10
1.2 - Commerce de détail : pas d'amélioration en 2013 .....	13
1.3 - Nouveau recul pour le commerce et la réparation d'automobiles .....	16
<b>2 – Baisse de l'emploi salarié</b> .....	<b>18</b>
2.1 - Le commerce perd 10 800 salariés en 2013 .....	18
2.2 - L'emploi non salarié est en légère hausse en 2011 .....	21
2.3 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros .....	22
<b>3 – Moins de créations d'entreprises en 2013</b> .....	<b>23</b>
3.1 - Le nombre d'entreprises commerciales a continué d'augmenter entre début 2012 et début 2013 --	23
3.2 - Baisse du nombre de créations d'entreprises en 2013 dans le commerce .....	24
3.3 - Hausse du nombre de défaillances dans le commerce de détail .....	27
<b>CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS</b> .....	<b>30</b>
<b>1 - Produits agricoles bruts : hausse des ventes, prix en repli</b> .....	<b>31</b>
<b>2 - Produits alimentaires : stabilité des ventes, hausse des prix</b> .....	<b>33</b>
<b>3 - Biens domestiques : ventes en légère baisse</b> .....	<b>35</b>
<b>4 - Équipements de l'information et de la communication : ventes en baisse</b> .....	<b>36</b>
<b>5 - Léger recul pour les autres équipements industriels</b> .....	<b>37</b>
<b>6 - Le recul des prix des matières premières amplifie la baisse des ventes des combustibles</b> .....	<b>38</b>
<b>7 - Ralentissement des ventes en valeur dans les centrales d'achat</b> .....	<b>39</b>
<b>8 - La clientèle intérieure du commerce de gros</b> .....	<b>40</b>
<b>9 - Le poids du commerce international dans l'activité du commerce de gros en 2012</b> .....	<b>41</b>
<b>10 - Baisse de l'emploi salarié dans le commerce de gros en 2013</b> .....	<b>44</b>
<b>11 - Les créations d'entreprises diminuent dans le commerce de gros</b> .....	<b>45</b>
<b>CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL</b> .....	<b>46</b>
<b>1 - Diminution des ventes du commerce de détail</b> .....	<b>47</b>
1.1 - Petit commerce alimentaire : recul des ventes .....	50
1.2 - Baisse d'activité pour les grandes surfaces à prédominance alimentaire .....	51
1.3 - Les ventes du commerce non alimentaire non spécialisé en recul .....	51
1.4 - Peu ou pas de croissance pour le commerce non alimentaire spécialisé .....	52
1.5 - Commerce hors magasin en berne .....	57
<b>2 - Les parts de marché par forme de vente</b> .....	<b>58</b>
2.1 - Produits alimentaires .....	60
2.2 - Produits non alimentaires .....	61
<b>3 - La consommation commercialisable des ménages diminue à nouveau</b> .....	<b>62</b>
<b>4 - Légère hausse des effectifs salariés dans le commerce de détail</b> .....	<b>65</b>
4.1 - En 2013, l'emploi salarié augmente légèrement en glissement annuel .....	65
4.2 - Un secteur jeune et féminisé, et une part élevée de temps partiel .....	65
4.3 - 22 % des actifs du commerce de détail travaillent le dimanche en 2013 .....	66
4.4 - Hausse du taux de sous-emploi et du temps partiel subi entre 2012 et 2013 dans le commerce de détail .....	66
<b>5 - Les créations d'entreprises du commerce de détail diminuent mais restent à un niveau élevé</b> .....	<b>68</b>
<b>CHAPITRE III : LE « GRAND COMMERCE » NON ALIMENTAIRE SPÉCIALISÉ</b> .....	<b>70</b>
<b>1 – Le grand commerce non alimentaire spécialisé ralentit fortement</b> .....	<b>70</b>
<b>2 - Une définition élargie du grand commerce ?</b> .....	<b>74</b>
2.1 - Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés .....	74
2.2 - Grands magasins et autres commerces de détail en magasin spécialisé .....	75
<b>3 - L'emploi dans le grand commerce en 2012</b> .....	<b>76</b>
<b>CHAPITRE IV : L'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL</b> .....	<b>78</b>
<b>1 - La structure de l'équipement commercial du commerce de détail : 94 % des entreprises n'ont qu'un seul magasin</b> .....	<b>78</b>

1.1 - Le nombre de stations-service diminue toujours -----	80
1.2 - La construction de locaux du commerce -----	80
<b>2 - L'équipement commercial dans le grand commerce -----</b>	<b>82</b>
<b>3 - L'équipement en grandes surfaces -----</b>	<b>83</b>
3.1 - Le nombre de grandes surfaces par département en 2013-----	83
3.2 - Densité en grandes surfaces par département -----	88
CHAPITRE V : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES-----	96
<b>1 - Le commerce de véhicules automobiles atteint un point bas-----</b>	<b>97</b>
<b>2 - Activité en baisse dans l'entretien-réparation, en hausse dans l'équipement automobile de détail</b>	<b>98</b>
<b>3 - La situation reste difficile dans le commerce et réparation de motocycles -----</b>	<b>98</b>
<b>4 - La baisse de l'emploi salarié dans le commerce et la réparation automobile continue -----</b>	<b>100</b>
<b>5 - Les créations d'entreprises du commerce et de la réparation d'automobiles continuent de croître en 2013 -----</b>	<b>101</b>
CHAPITRE VI : Les opérations internationales-----	102
<b>1 - Les échanges internationaux de marchandises des sociétés commerciales -----</b>	<b>102</b>
1.1 - Stagnation des échanges du commerce en 2013-----	102
1.2 - Repli des échanges du commerce de gros -----	103
1.3 - Poursuite de la baisse des échanges du commerce et de la réparation automobiles-----	104
1.4 - Des échanges du commerce de détail toujours dynamiques-----	105
1.5 - Nouvelle hausse du nombre d'exportateurs du commerce -----	106
<b>2 - Les stocks d'investissements directs des entreprises commerciales -----</b>	<b>108</b>
2.1 - La position créditrice nette du commerce en investissements directs se contracte en 2013 -----	108
2.2 - Investissements français à l'étranger en 2013 : une faible reprise tirée par le commerce de détail en magasins non spécialisés-----	110
2.3 - En 2013, les investissements étrangers en France continuent de progresser pour la quatrième année consécutive-----	111
2.4 - Une prédominance de l'Union européenne -----	113
2.5 - L'origine ultime des IDE dans les entreprises commerciales résidentes -----	114
<b>3 - Un quart du chiffre d'affaires des sociétés commerciales est réalisé par des groupes étrangers--</b>	<b>120</b>
ANNEXES - MÉTHODES ET DÉFINITIONS-----	124
<b>ANNEXE I - Les comptes du commerce en base 2010 -----</b>	<b>125</b>
<b>ANNEXE II - Le changement de nomenclature dans les secteurs du commerce-----</b>	<b>127</b>
<b>ANNEXE III - Champ du commerce et des activités artisanales à caractère commercial-----</b>	<b>134</b>
<b>ANNEXE IV - Réconciliation des ventes au détail et de la consommation commercialisable des ménages-----</b>	<b>138</b>
<b>ANNEXE V - Les indicateurs de la démographie des entreprises -----</b>	<b>141</b>
<b>ANNEXE VI - Méthodes et sources sur l'emploi-----</b>	<b>143</b>
<b>ANNEXE VII - Les comptes du grand commerce non alimentaire-----</b>	<b>145</b>
<b>ANNEXE VIII - Les indices de prix utilisés dans le commerce de gros -----</b>	<b>146</b>
<b>ANNEXE IX - Le prix du service commercial ou de la marge commerciale -----</b>	<b>147</b>
<b>ANNEXE X - Les formes du commerce par taille-----</b>	<b>148</b>
<b>ANNEXE XI - Définition de l'artisanat commercial retenu pour les comptes du commerce -----</b>	<b>149</b>
<b>ANNEXE XII - Typologie des magasins non spécialisés-----</b>	<b>150</b>
<b>ANNEXE XIII - La réglementation du commerce -----</b>	<b>152</b>
<b>ANNEXE XIV - Définitions pour l'analyse du commerce de détail-----</b>	<b>156</b>
ANNEXES STATISTIQUES -----	162
<b>ANNEXE I - Les ventes de marchandises du commerce de gros.-----</b>	<b>163</b>
<b>ANNEXE II - Les ventes du commerce de détail-----</b>	<b>165</b>
<b>ANNEXE III - La consommation commercialisable des ménages -----</b>	<b>179</b>
<b>ANNEXE IV - Démographie des entreprises commerciales -----</b>	<b>182</b>
<b>ANNEXE V - Emploi-----</b>	<b>186</b>
<b>ANNEXE VI - Comptes des secteurs commerciaux -----</b>	<b>190</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE -----</b>	<b>200</b>

Institut national de la statistique  
et des études économiques

Directeur de la publication  
Jean-Luc TAVERNIER

© Insee 2014

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

## 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.

**Ces comptes sont élaborés en "base 2010"<sup>1</sup>.** 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 rétrolées 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 milliards d'euros)	192,1	192,5
Poids des secteurs commerciaux dans la VA totale en 2011 (en %)	10,7	10,4

Les résultats des années 2010, 2011 et 2012, définitifs, sont issus des statistiques structurelles d'entreprises. Les résultats 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 comptables 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, permet d'intégrer à ces comptes dits **semi-définitifs (sd) ou révisés (r)**, un ensemble sensiblement plus complet de données d'entreprises, mettant en cohérence les liasses fiscales et les données de l'enquête sectorielle sur le commerce.
- En **décembre  $n+2$**  sont arrêtés les comptes **définitifs** ; ceux-ci s'appuient sur une exploitation d'Ésane permettant d'affiner les premiers résultats fournis en juin.

<sup>1</sup> Cf annexe I (annexes définitions et méthodes)



# DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE

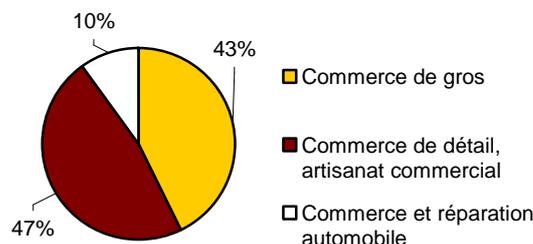
Sauf mention contraire, l'artisanat commercial est compté avec le commerce dans les données ci-dessous

Valeur ajoutée en 2012	Commerce	Part dans l'économie (1)
Valeur ajoutée (en milliards d'euros)	191,8	10,2%

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 2012



Source : Insee, comptes du commerce

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

	2011	2012	2013(p)
Commerce de gros	768,9	790,5	790,6
Com. détail, artis. com.	453,8	464,8	465,4
Commerce, répar. auto.	163,9	157,8	155,3
Ensemble commerce	1 386,6	1 413,1	1 411,3

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.

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

	2011	2012	2013(p)
Effectif salarié	3 029,4	3 017,3	3 006,3
Effectif non salarié	389,1	nd	nd

Source : Insee - estimations d'emploi

## Taux de marge commerciale

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

hors artisanat commercial	2012
Commerce de gros	18,8%
Commerce de détail	28,9%
Commerce, répar. auto.	14,1%

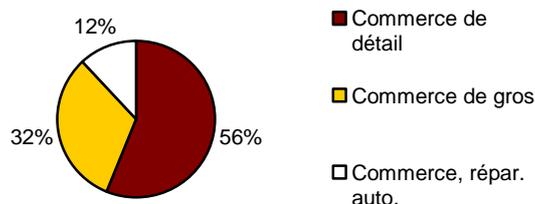
Source : Insee, comptes du commerce

## 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	1690,2	10,6%
Commerce de gros	953,4	6,0%
Commerce, répar. auto.	362,8	2,3%
Ensemble commerce	3006,3	18,9%

Source : Insee - estimations d'emploi

## Répartition de l'emploi salarié du commerce en 2013



Source : Insee - estimations d'emploi

## Démographie d'entreprise (unités légales) 2013

	Commerce	Ensemble de l'économie (*)	Part du commerce
Nombre d'entreprises (en milliers)	790	3 727	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 %)	14,2%	14,4%	///
Taux de créations (hors auto-entrepreneurs, en %)	7,0%	7,1%	///
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** enregistrent une très 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 (- 0,6 % en volume après 0,0 % 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 (- 1,3 %). En valeur, les ventes sont en retrait dans les deux types de magasins car l'inflation est plus faible 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 2013 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 4,2 % en volume en 2013 alors qu'elle avait déjà diminué très fortement en 2012.

La **consommation commercialisable** qui avait diminué en volume de 1,3 % en 2012, recule encore de 0,7 % en 2013, alors que la consommation effective<sup>2</sup> 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...)<sup>3</sup> 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.

---

<sup>2</sup> 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...

<sup>3</sup> 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 du ralentissement marqué des prix. Pour les professionnels du commerce de détail, la situation est encore moins favorable car les détaillants font face à une baisse ou un ralentissement des volumes conjugué au ralentissement 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 des prix. Au final les ventes en valeur stagnent (+ 0,0% contre + 2,5 % l'année précédente).

Le bilan est encore plus mitigé pour les **détaillants**. Globalement, l'activité est en repli (- 0,6 % après avoir stagné en 2012). 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 diminuent légèrement.

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	2012def	2013p
Commerce de gros et intermédiaires <sup>1</sup>	1,5	2,4	1,5	-5,8	0,6	3,8	-0,3	0,4
Commerce de détail et artisanat commercial <sup>2</sup>	2,7	3,5	0,5	-1,0	1,7	1,6	0,0	-0,6
Commerce et réparation d'automobiles <sup>2</sup>	0,2	2,9	-2,6	0,2	-0,6	1,9	-6,3	-3,3

<sup>1</sup> ventes hors taxes ; <sup>2</sup> 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 stagnent 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 625 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	2012	2013p	
<b>C.G. de produits agricoles bruts</b>	<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>-0,3</b>	<b>4,3</b>	<b>23,8</b>	<b>-10,8</b>	<b>-9,8</b>	<b>28,2</b>	<b>8,9</b>	<b>1,7</b>	<b>66,4</b>
- 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	10,2	1,7	52,1
- autres produits (1)	0,6	4,5	4,7	-3,8	7,7	-7,7	-6,1	10,5	4,4	1,7	14,3
<b>C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac</b>	<b>0,7</b>	<b>3,4</b>	<b>3,1</b>	<b>3,8</b>	<b>4,2</b>	<b>-14,7</b>	<b>5,2</b>	<b>7,9</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	<b>127,7</b>
- produits frais (2)	-0,5	2,1	1,4	4,1	5,5	-17,9	5,8	5,2	2,4	3,3	58,2
- boissons (alcoolisées ou non)	9,1	4,9	2,6	4,8	3,6	-4,1	0,3	11,6	0,4	2,6	26,2
- autres produits (3)	-1,9	4,5	5,8	2,7	2,8	-16,1	7,5	9,5	4,6	1,6	43,3
<b>C.G. de biens domestiques</b>	<b>1,5</b>	<b>9,3</b>	<b>5,6</b>	<b>3,3</b>	<b>1,3</b>	<b>-1,8</b>	<b>2,8</b>	<b>5,1</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,6</b>	<b>140,3</b>
- produits pharmaceutiques	2,2	14,2	7,2	3,8	2,7	1,2	3,3	2,8	-0,4	-0,3	58,4
- autres produits (4)	1,1	6,3	4,5	3,0	0,4	-3,8	2,5	6,8	-1,4	-0,8	81,9
<b>C.G. d'équipements de l'information et de la communication</b>	<b>11,1</b>	<b>7,1</b>	<b>7,5</b>	<b>3,8</b>	<b>-3,5</b>	<b>-15,3</b>	<b>4,2</b>	<b>0,4</b>	<b>9,7</b>	<b>-2,6</b>	<b>42,7</b>
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	17,9	6,4	5,8	3,7	-1,3	-18,5	4,2	-3,9	9,8	-5,4	26,6
- composants et équipements électroniques et télécommunication	-1,8	8,7	11,2	4,0	-8,0	-8,3	4,2	9,1	9,5	2,4	16,1
<b>C.G. d'autres équipements industriels</b>	<b>4,7</b>	<b>5,7</b>	<b>-4,2</b>	<b>8,0</b>	<b>2,7</b>	<b>-12,2</b>	<b>3,0</b>	<b>9,6</b>	<b>3,4</b>	<b>-0,1</b>	<b>84,6</b>
- équipements de bureau (5)	17,9	6,4	5,8	3,7	-4,8	-12,6	4,6	1,5	-7,6	-2,8	4,2
- matériel électrique	-1,4	6,9	10,4	5,1	1,9	13,6	17,5	8,2	-0,2	-2,1	17,8
- autres équipements (6)	5,0	5,5	-7,4	9,0	3,5	-17,1	-0,9	10,7	5,3	0,6	62,6
<b>Autres C.G. spécialisés</b>	<b>9,0</b>	<b>3,7</b>	<b>7,3</b>	<b>5,4</b>	<b>8,4</b>	<b>-24,1</b>	<b>8,6</b>	<b>8,9</b>	<b>2,4</b>	<b>-2,9</b>	<b>143,5</b>
- combustibles et produits annexes	12,8	11,8	6,5	2,8	17,9	-32,7	16,2	12,4	11,2	-4,4	54,5
- 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	-2,0	-1,6	48,8
- autres produits (8)	6,6	-5,0	7,0	6,6	4,9	-26,4	10,6	10,9	-3,0	-2,4	40,2
<b>Commerce de gros total :</b> (hors intermédiaires du commerce)	<b>4,4</b>	<b>5,4</b>	<b>3,8</b>	<b>4,7</b>	<b>5,4</b>	<b>-12,6</b>	<b>4,5</b>	<b>8,7</b>	<b>2,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>624,9</b>
<b>Intermédiaires du commerce</b>	<b>5,2</b>	<b>4,7</b>	<b>3,7</b>	<b>5,1</b>	<b>7,7</b>	<b>-10,4</b>	<b>2,0</b>	<b>11,1</b>	<b>2,7</b>	<b>1,2</b>	<b>117,8</b>
dont centrales d'achats	4,3	5,7	3,1	5,5	9,5	-7,6	1,8	11,1	4,3	1,6	102,5
<b>Commerce de gros et intermédiaires</b>	<b>4,5</b>	<b>5,3</b>	<b>3,8</b>	<b>4,8</b>	<b>5,7</b>	<b>-12,3</b>	<b>4,1</b>	<b>9,1</b>	<b>2,5</b>	<b>0,0</b>	<b>742,7</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

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

(4) textile, habillement, chaussures, électroménager, vaisselle, verrerie, parfumerie,

meubles, tapis, appareils d'éclairage, horlogerie, bijouterie...

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

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

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

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

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013p
<b>Commerce de gros de :</b>						
- produits agricoles bruts et animaux vivants	17,6	8,3	-17,7	10,6	2,9	7,2
- produits alimentaires, boissons et tabac	-0,3	-10,9	3,9	5,3	-1,9	0,3
- biens domestiques	2,2	-0,6	3,0	5,9	-0,6	-0,5
- équipements de l'information et de la communication	4,7	-10,3	8,6	1,3	11,7	-3,9
- autres équipements industriels	0,4	-13,1	3,5	7,3	1,5	-1,1
- autres commerces de gros spécialisés	-1,7	-13,5	-1,1	-1,3	-0,8	-0,8
<b>Commerce de gros total :</b>						
(hors intermédiaires du commerce)	<b>1,9</b>	<b>-6,8</b>	<b>1,6</b>	<b>4,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>
<b>Intermédiaires du commerce</b>	-1,0	-0,2	-5,1	2,2	-2,2	1,3
<b>Commerce de gros et intermédiaires</b>	<b>1,5</b>	<b>-5,8</b>	<b>0,6</b>	<b>3,8</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,4</b>

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 (+ 7,2 %).

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 augmentent légèrement 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.

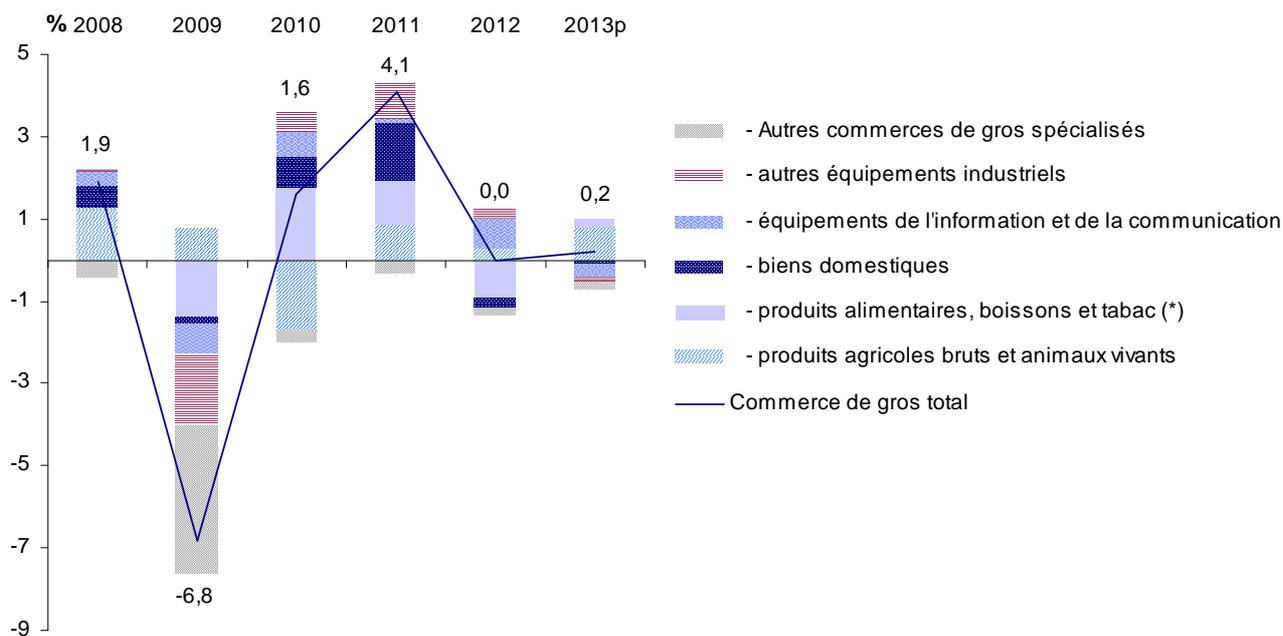
Les ventes des **biens domestiques** diminuent encore en 2013 en volume (- 0,5 % après - 0,6 %). Le dynamisme des échanges extérieurs, notamment pour les ventes de produits pharmaceutiques et celles de certains produits de l'industrie du luxe (joaillerie, parfums et cosmétiques, horlogerie, habillement) s'essouffle un peu et ne parvient pas à compenser l'atonie de la demande intérieure. 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 augmenté modérément 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. Leurs ventes en volume se redressent après avoir diminué assez fortement en 2012.

**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	2012	2013p	Poids en 2013
<b>Commerce de gros de :</b>							
- produits agricoles bruts et animaux vivants	1,3	0,8	-1,7	0,9	0,3	0,8	11,1%
- produits alimentaires, boissons et tabac (*)	0,0	-1,4	1,8	1,1	-0,9	0,2	23,0%
- biens domestiques	0,5	-0,1	0,7	1,4	-0,2	-0,1	22,4%
- équipements de l'information et de la communication	0,4	-0,8	0,6	0,1	0,8	-0,3	6,7%
- autres équipements industriels	0,1	-1,7	0,5	0,9	0,2	-0,2	13,4%
- Autres commerces de gros spécialisés	-0,4	-3,6	-0,3	-0,3	-0,2	-0,2	23,4%
<b>Commerce de gros total :</b> (hors intermédiaires du commerce)	<b>1,9</b>	<b>-6,8</b>	<b>1,6</b>	<b>4,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>	<b>100,0%</b>

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.

(\*\*) : 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 0,8 point à la hausse des ventes de marchandises du commerce de gros en volume (0,2 % 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 (+ 0,2 % 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 0,8 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 (+ 0,2 points) à l'augmentation du commerce de gros, en raison de sa très faible croissance. Chacun des autres secteurs du commerce de gros apporte 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 492 milliards d'euros. Après avoir stagné en 2012, les dépenses en volume sont orientées à la baisse en 2013. 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	2012	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	1,5	0,6	43,0
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	0,0	0,2	15,1
Grandes surfaces d'alimentation générale	3,8	1,7	1,2	2,0	3,2	3,8	-2,9	2,3	4,8	1,2	-0,5	181,9
<b>Commerce alimentaire en magasin</b>	<b>3,5</b>	<b>1,9</b>	<b>1,0</b>	<b>1,9</b>	<b>3,0</b>	<b>3,4</b>	<b>-2,3</b>	<b>2,4</b>	<b>4,4</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,3</b>	<b>240,0</b>
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,3	5,0	2,0	0,5	4,7	1,0	-1,8	2,6	5,0	5,4	1,3	8,4
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	3,6	4,7	5,3	4,8	4,4	3,2	-3,4	3,8	2,6	1,3	-0,8	212,7
carburant	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	18,6	12,2	11,8	-3,8	16,0
pharmacie	6,2	6,5	5,1	4,4	3,1	2,2	3,0	2,3	2,0	-0,6	0,0	41,3
autres	3,0	4,4	4,7	4,9	5,0	2,2	-2,4	3,1	1,9	1,2	-0,6	155,3
<b>Commerce non alimentaire en magasin</b>	<b>3,6</b>	<b>4,6</b>	<b>5,1</b>	<b>4,7</b>	<b>4,4</b>	<b>3,2</b>	<b>-3,4</b>	<b>3,8</b>	<b>2,7</b>	<b>1,4</b>	<b>-0,7</b>	<b>221,0</b>
<b>Commerce hors magasin</b>	<b>3,8</b>	<b>5,7</b>	<b>0,9</b>	<b>2,1</b>	<b>2,0</b>	<b>0,1</b>	<b>-3,7</b>	<b>-2,7</b>	<b>0,5</b>	<b>11,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>31,2</b>
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>3,6</b>	<b>3,3</b>	<b>2,9</b>	<b>3,2</b>	<b>3,6</b>	<b>3,1</b>	<b>-2,9</b>	<b>2,7</b>	<b>3,4</b>	<b>1,9</b>	<b>-0,5</b>	<b>492,2</b>

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. Les prix des produits alimentaires continuent de croître, mais à un rythme plus faible, et soutiennent encore les ventes en valeur.

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 volume des **grandes surfaces alimentaires** se replient 2012 et en 2013. L'érosion des ventes de produits non-alimentaires, à l'œuvre depuis 2009 se poursuit. A l'inverse, les ventes de produits alimentaires résistent dans cette forme de vente. En valeur, les ventes diminuent en 2013 alors qu'elles augmentaient encore en 2012, du fait du reflux des prix du carburant.

- **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 en 2013. En valeur, les ventes s'inscrivent également en baisse.

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.

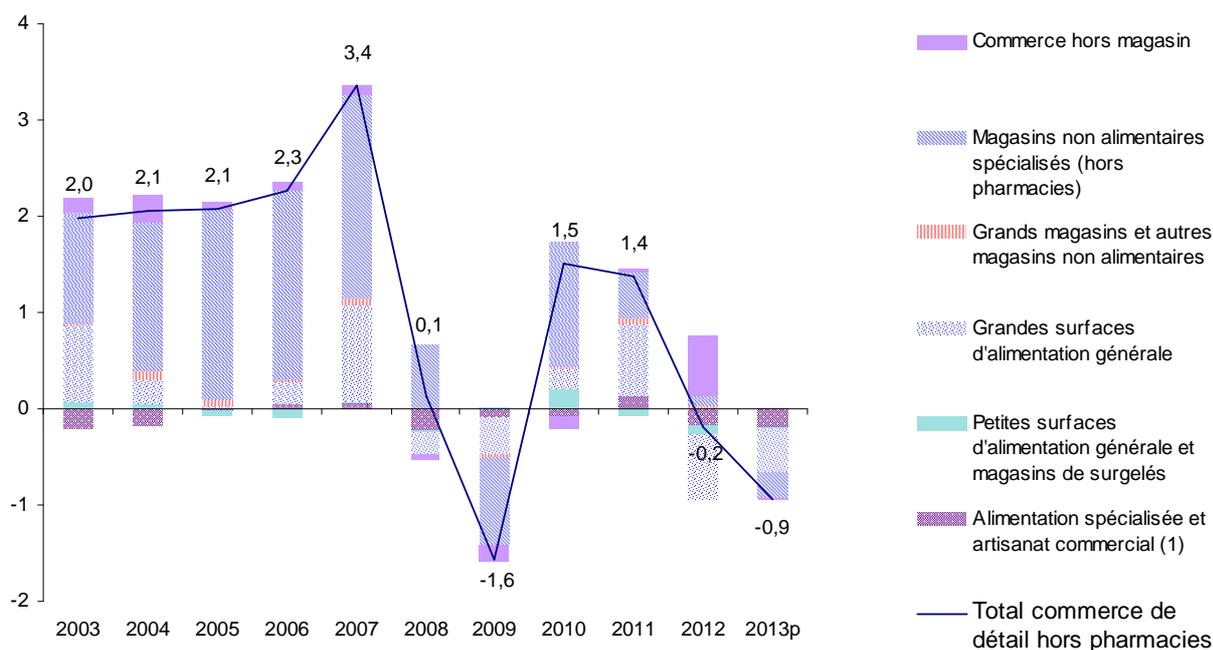
**Tableau 6** : Évolution des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial en *volume T.T.C.* (en %)

Formes de vente	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	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	-1,8	-2,0
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	1,7	1,3	-1,4	-2,3	0,6	-0,5	0,6	6,4	-2,2	-3,0	-0,8
Grandes surfaces d'alimentation générale	1,9	0,6	0,1	0,5	2,4	-0,5	-0,9	0,5	1,9	-1,7	-1,1
<b>Commerce alimentaire en magasin</b>	<b>1,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>2,0</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>1,5</b>	<b>-1,8</b>	<b>-1,3</b>
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,1	5,1	2,6	0,5	4,7	-0,4	-2,3	1,8	3,2	2,4	0,3
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	3,6	4,7	5,4	5,5	5,3	2,1	-0,8	3,5	1,7	0,6	0,1
carburant	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	6,1	-1,3	6,6	-2,0
pharmacie	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	4,1	3,6	2,0	3,7
autres	3,1	4,7	5,5	5,5	5,8	1,6	-0,9	3,2	1,4	-0,4	-0,6
<b>Commerce non alimentaire en magasin</b>	<b>3,5</b>	<b>4,7</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>	<b>2,0</b>	<b>-0,9</b>	<b>3,5</b>	<b>1,7</b>	<b>0,6</b>	<b>0,2</b>
<b>Commerce hors magasin</b>	<b>3,0</b>	<b>5,9</b>	<b>1,4</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>	<b>-0,9</b>	<b>-3,0</b>	<b>-2,0</b>	<b>0,6</b>	<b>10,0</b>	<b>-0,1</b>
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>2,3</b>	<b>2,5</b>	<b>2,4</b>	<b>2,7</b>	<b>3,5</b>	<b>0,5</b>	<b>-1,0</b>	<b>1,7</b>	<b>1,6</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,6</b>

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 commercial<sup>4</sup> hors pharmacies (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

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

Contributions en points	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013p	poids 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	9,3
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	-0,1	0,0	3,3
Grandes surfaces d'alimentation générale	0,8	0,3	0,0	0,2	1,0	-0,2	-0,4	0,2	0,8	-0,7	-0,5	40,1
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	0,1	-0,3	38,5
Commerce hors magasin	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	-0,1	-0,2	-0,1	0,0	0,6	0,0	7,0
<b>Total commerce de détail hors pharmacies</b>	<b>2,0</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>2,3</b>	<b>3,4</b>	<b>0,1</b>	<b>-1,6</b>	<b>1,5</b>	<b>1,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,9</b>	<b>100,0</b>

Source : Insee – Comptes du commerce

(1) : Boulangeries, pâtisseries, charcuteries

**Lecture** : Les grandes surfaces d'alimentation générale ont une contribution négative (à hauteur de -0,5 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 dépendent de l'évolution des secteurs et de leur poids dans l'ensemble du commerce de détail.

<sup>4</sup> 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 »<sup>5</sup>. 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	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013p	Valeur 2013p (en G €)
Commerce de véhicules automobiles	-0,2	5,5	7,1	1,6	6,4	-0,4	1,8	3,6	5,0	-6,0	-2,8	71,8
Entretien et réparation de véhicules automobiles	3,1	7,3	2,4	4,3	4,1	1,8	-3,6	-8,7	-0,3	-1,1	-0,5	20,0
Commerce de gros d'équipements automobiles	5,1	-0,4	7,9	6,4	4,2	0,8	-5,6	13,3	11,6	3,7	-1,3	1,2
Commerce de détail d'équipements automobiles	4,1	-1,2	8,4	1,5	4,6	2,0	1,3	-3,0	9,6	6,4	2,7	7,7
Commerce et réparation de motocycles	1,8	5,0	-3,3	3,9	1,4	0,7	-7,6	4,5	1,7	-7,4	-3,5	2,7
<b>ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION D'AUTOMOBILES</b>	<b>0,7</b>	<b>5,5</b>	<b>5,9</b>	<b>2,3</b>	<b>5,7</b>	<b>0,2</b>	<b>0,4</b>	<b>0,7</b>	<b>4,2</b>	<b>-4,3</b>	<b>-2,0</b>	<b>103,4</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

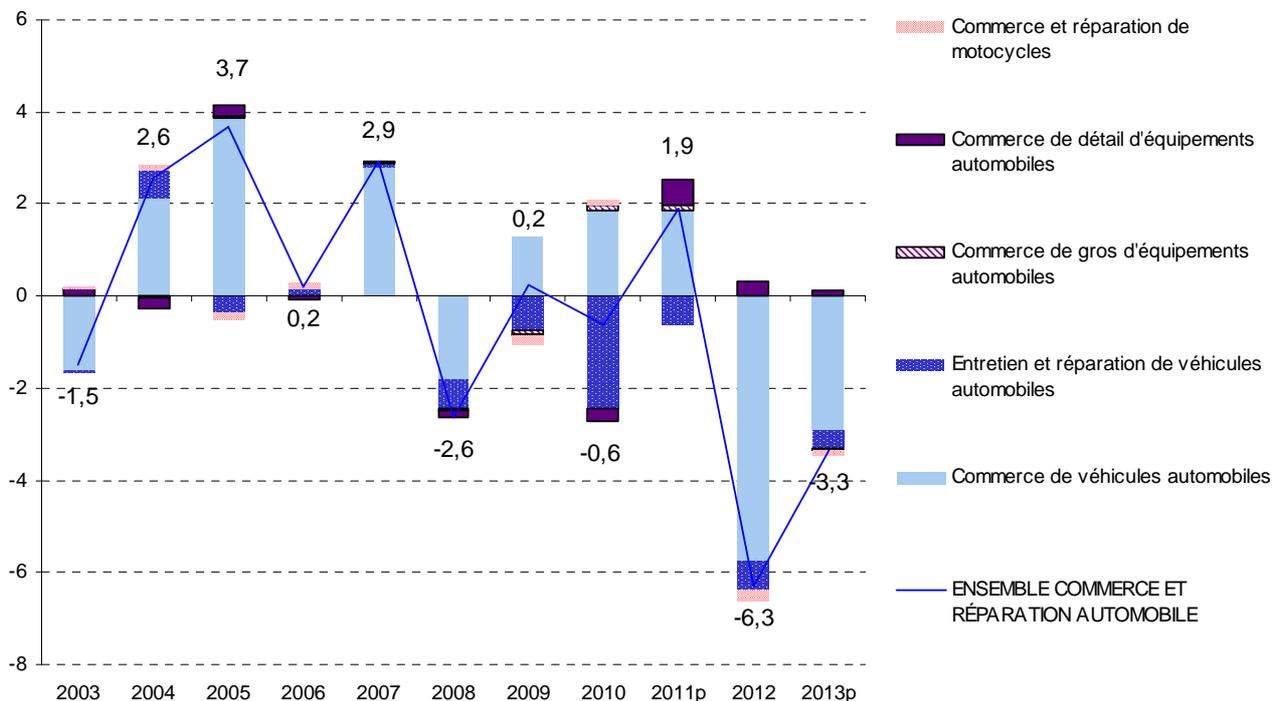
**Tableau 9** : Évolution des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles - en volume T.T.C. (en %)

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

Source : Insee - Comptes du commerce

<sup>5</sup> 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	2012	2013p	pois 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	-5,7	-2,9	71,3
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	18,3
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	0,3	0,1	6,5
Commerce et réparation de motocycles	0,0	0,1	-0,1	0,1	0,0	0,0	-0,2	0,1	0,0	-0,2	-0,1	2,8
<b>ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>-1,5</b>	<b>2,6</b>	<b>3,7</b>	<b>0,2</b>	<b>2,9</b>	<b>-2,6</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,6</b>	<b>1,9</b>	<b>-6,3</b>	<b>-3,3</b>	<b>100,0</b>

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 agricoles<sup>6</sup>.

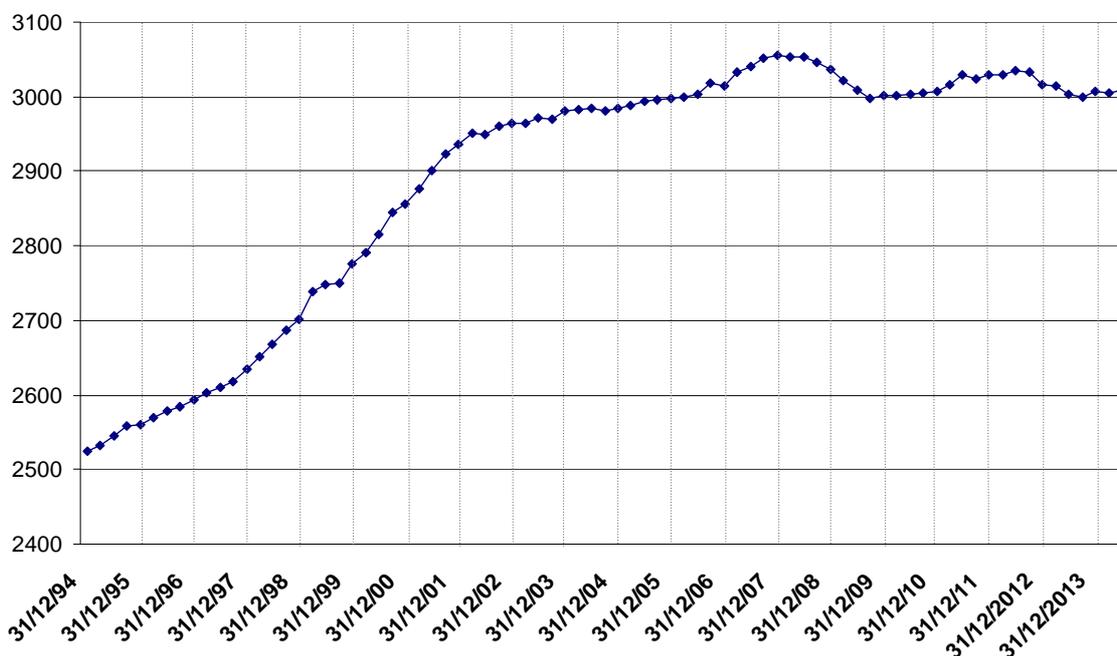
Plus de la moitié d'entre eux exercent dans le commerce de détail, et près d'un tiers dans le commerce de gros. Les non-salariés représentaient 389 100 emplois dans le commerce fin 2011, soit 11 % de l'emploi total.

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 2012<sup>7</sup>). En 2012, dans l'ensemble du commerce, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein de l'emploi à temps partiel) a représenté 65 % d'un temps plein<sup>8</sup>. Le volume<sup>9</sup> de l'emploi salarié à temps partiel du commerce représente 19 % de l'ensemble du volume de l'emploi salarié.

### 2.1 - Le commerce perd 10 800 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) Fin 2013, il est à peu près au même niveau (graphique 4). Après une année en 2009 difficile<sup>10</sup> (- 1,2 % en glissement annuel), une année de transition puis une année de reprise en 2011 (+ 0,8 %), 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 10 800 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 commercial<sup>11</sup> de 1994 à 2013 (en milliers, données CVS)



Source : Insee, estimations d'emploi

<sup>6</sup> 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).

<sup>7</sup> Données DADS 2012

<sup>8</sup> Cf. annexe méthodologique VI

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

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> 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) <sup>12</sup>

SECTEURS D'ACTIVITE	2008	2009	2010	2011	2012	2013(p)
Commerce de détail	1656	1656	1666	1683	1684	1690
Commerce de gros	997	966	963	969	963	953
Commerce et réparation d'automobiles	384	379	378	378	370	363
<b>Total Commerce</b>	<b>3036</b>	<b>3001</b>	<b>3007</b>	<b>3029</b>	<b>3017</b>	<b>3006</b>
Artisanat commercial	162	166	165	167	167	nd
<b>Secteurs principalement marchands</b>	<b>16208</b>	<b>15947</b>	<b>16004</b>	<b>16062</b>	<b>15955</b>	<b>15887</b>

Source : Insee, estimations d'emploi ; estimations à partir des DADS<sup>13</sup>

(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	1,6	0,1	5,8	0,3
Commerce de gros	5,9	0,6	-5,6	-0,6	-9,5	-1,0
Commerce et réparation d'automobiles	-0,1	0,0	-8,4	-2,2	-6,9	-1,9
<b>Total Commerce</b>	<b>22,7</b>	<b>0,8</b>	<b>-12,2</b>	<b>-0,4</b>	<b>-10,8</b>	<b>-0,4</b>
Artisanat commercial	2,3	1,4	0,5	0,3	nd	nd
<b>Secteurs principalement marchands</b>	<b>58,4</b>	<b>0,4</b>	<b>-107,0</b>	<b>-0,7</b>	<b>-68,1</b>	<b>-0,4</b>

Source : Insee, estimations d'emploi

(p) : données provisoires

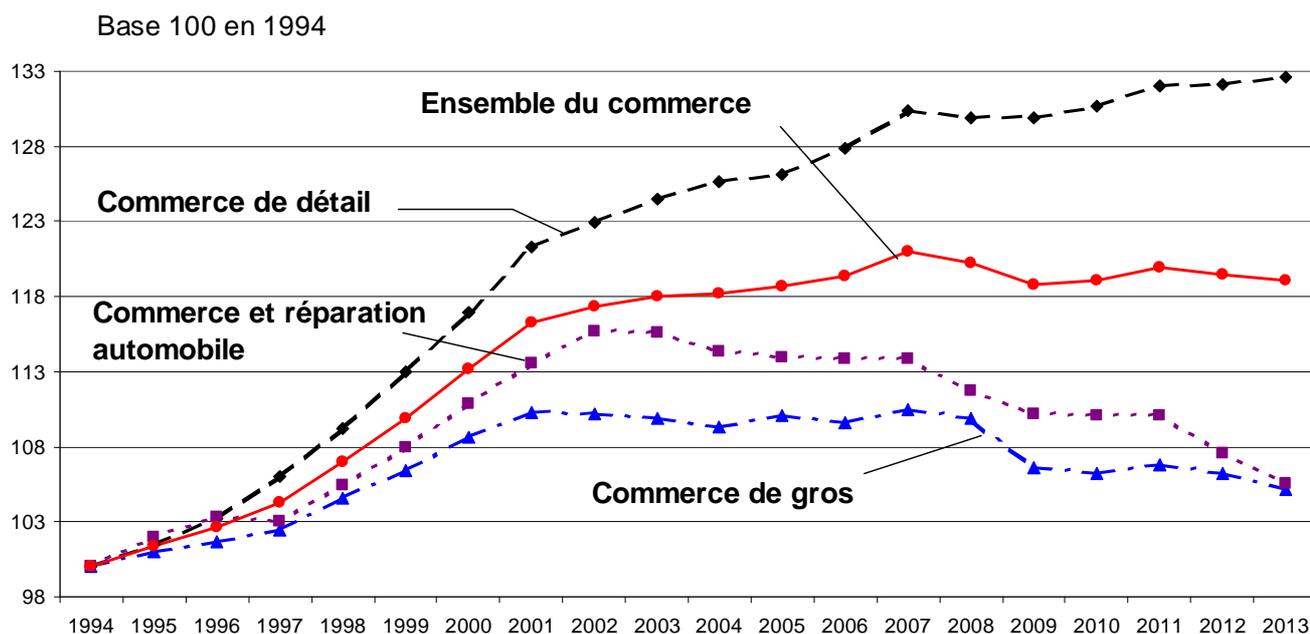
Après avoir augmenté en 2011 (+ 1,0 %) et s'être stabilisé en 2012 (+ 0,1 %), l'emploi salarié du commerce de détail augmente en 2013 de 0,3 %, soit une hausse de 5 800 salariés. Dans le commerce de gros, après une hausse en 2011 (+ 0,6 %), une baisse en 2012 (- 0,6 %), l'emploi salarié baisse à nouveau de -1,0 %, soit une perte de 9 500 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 (- 1,9 %). Cette perte équivaut à 6 900 salariés en 2013. L'emploi de ce secteur est en baisse depuis la fin de 2002.

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

<sup>13</sup> 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 salarié<sup>14</sup> 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 23 200 salariés sur l'année 2013, après la hausse de 2012 (8 300 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 (- 1,0 %) 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	1 677,2	1 688,2	+ 10,9	+ 0,7 %	1 684,1	- 4,1	- 0,2 %
Commerce de gros	966,5	967,1	+ 0,7	+ 0,1 %	957,0	- 10,1	- 1,0 %
Commerce et réparation d'automobiles	378,2	374,9	- 3,3	- 0,9 %	365,9	- 9,0	- 2,4 %
<b>Total Commerce</b>	<b>3 022,0</b>	<b>3 030,3</b>	<b>+ 8,3</b>	<b>+ 0,3 %</b>	<b>3 007,0</b>	<b>- 23,2</b>	<b>- 0,8 %</b>

Source : Insee, estimations d'emploi

(p) : données provisoires

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

## 2.2 - L'emploi non salarié est en légère hausse en 2011<sup>15</sup>

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%
<b>Emploi non salarié total</b>	<b>2 376,6</b>	<b>2 467,5</b>	<b>2 521,6</b>	<b>3,8%</b>	<b>2,2%</b>

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%
<b>Total Commerce</b>	<b>373,2</b>	<b>380,7</b>	<b>389,1</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,2%</b>

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

<sup>15</sup> 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 17 euros de l'heure en 2012. Le salaire brut<sup>16</sup> 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 et de jeunes salariés<sup>17</sup> 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 2012 (€/h)

Secteur d'activité	Temps complet	Temps partiel	Ensemble
Commerce de gros	20,53	19,19	<b>20,42</b>
Commerce de détail	14,52	13,20	<b>14,19</b>
Commerce et réparation automobiles	15,79	14,89	<b>15,74</b>
<b>Total commerce</b>	<b>17,01</b>	<b>14,25</b>	<b>16,56</b>
Industrie	20,03	21,56	<b>20,14</b>
Construction	17,26	17,32	<b>17,26</b>
Services	21,82	17,28	<b>21,02</b>

Source : Insee - DADS 2012

**Tableau 17** : Salaires bruts horaires moyens des salariés du commerce selon la catégorie socioprofessionnelle et le sexe en 2012 (en euros)

Secteur d'activité	(€/h)			
	Cadres	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers
<b>Hommes</b>				
Commerce de gros	37,49	19,96	15,82	14,24
Commerce de détail	29,21	17,19	12,78	13,13
Commerce et réparation automobiles	31,73	19,78	15,10	13,22
<b>Femmes</b>				
Commerce de gros	32,03	19,42	14,79	12,69
Commerce de détail	24,95	15,35	11,98	12,05
Commerce et réparation automobiles	26,38	17,66	12,91	12,42

Source : Insee - DADS 2012

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 2012. Dans tous les secteurs et quelle que soit la catégorie socioprofessionnelle, les hommes ont un salaire horaire moyen brut supérieur à celui des femmes.

<sup>16</sup> Le salaire brut correspond à l'intégralité des sommes perçues par le salarié au titre de son contrat de travail, avant la déduction des cotisations salariales obligatoires.

<sup>17</sup> Emploi et salaires - Insee Références - Édition 2014 - septembre 2014

### 3 – Moins de créations d'entreprises 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. En moyenne sur les deux dernières années, l'écart global est de 5 %, dont 21 % pour le commerce de gros, 1 % pour le commerce de détail et 2 % 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 21,2 % 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 production<sup>18</sup>. 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 747 000 entreprises commerciales au 1er janvier 2013, auxquelles s'ajoutent 43 300 entreprises de l'artisanat commercial (boulangeries-pâtisseries, charcuteries). Le nombre total d'entreprises tous secteurs confondus<sup>19</sup> étant d'un peu plus de 3,7 millions, les entreprises commerciales (hors artisanat commercial) représentent 20,0 % des entreprises de l'ensemble de l'économie.

**Tableau 18** : Évolution du nombre de sociétés et d'entreprises individuelles du commerce en France (nombre au 1<sup>er</sup> janvier en milliers)

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2010	2011	2012	2013	2011/2010	2012/2011	2013/2012
Commerce de gros	183,5	186,8	187,4	189,1	1,8	0,3	0,9
Commerce de détail	441,5	452,8	455,8	464,9	2,5	0,7	2,0
Commerce et réparation automobile	81,7	85,8	88,6	93,0	5,0	3,3	4,9
<b>Total commerce</b>	<b>706,7</b>	<b>725,4</b>	<b>731,9</b>	<b>747,0</b>	<b>2,6</b>	<b>0,9</b>	<b>2,1</b>
Artisanat commercial	44,6	44,1	43,5	43,3	-1,2	-1,3	-0,5
<b>Total commerce et artisanat commercial</b>	<b>751,3</b>	<b>769,5</b>	<b>775,4</b>	<b>790,3</b>	<b>2,4</b>	<b>0,8</b>	<b>1,9</b>

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)

Ces 790 300 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.

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

<sup>19</sup> Dans le cadre de la nouvelle démographie d'entreprises, le champ est désormais élargi à l'ensemble du secteur marchand non agricole. La notion d'entreprise retenue ici correspond aux unités légales du répertoire Sirene dans lequel des entités comme Carrefour ou Leclerc peuvent être enregistrées différemment selon le statut juridique des magasins (les magasins Leclerc sont des unités légales indépendantes alors que les magasins Carrefour sont des établissements d'une seule unité légale Carrefour).

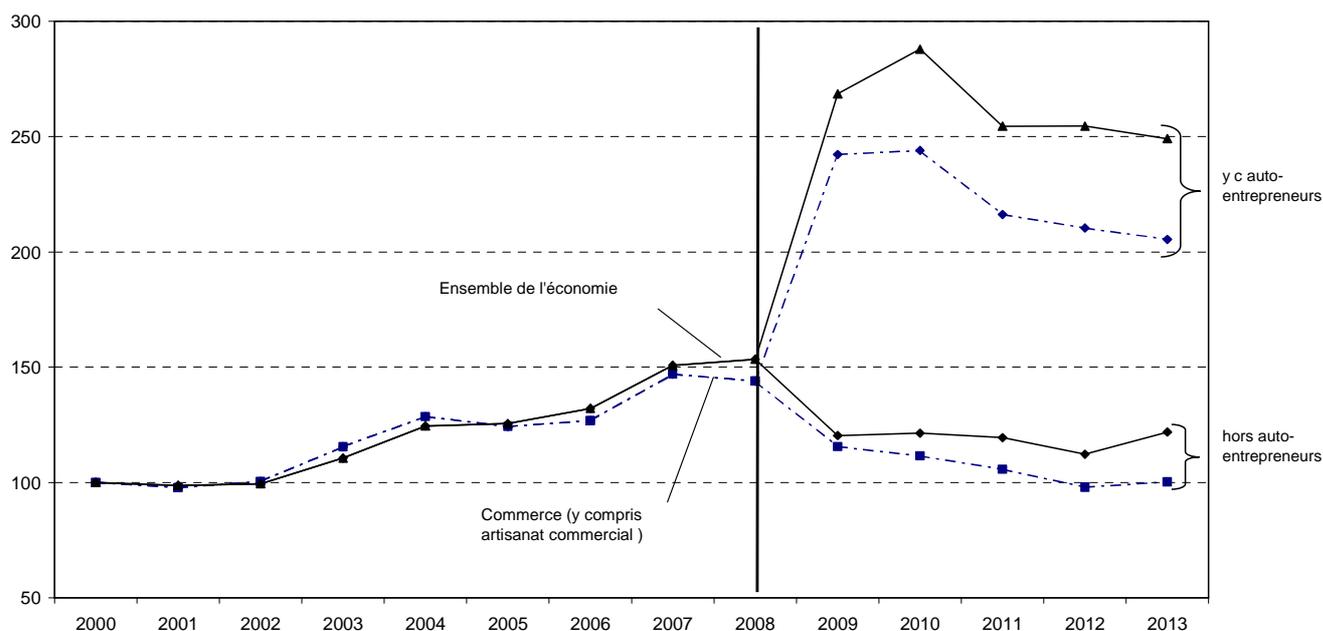
Le nombre d'entreprises commerciales a augmenté de 2,1 % entre début 2012 et début 2013 (tableau 19). Cette hausse du nombre d'entreprises concerne les trois secteurs du commerce : + 0,9 % dans le commerce de gros, + 2,0 % dans le commerce de détail et + 4,9 % dans le commerce et la réparation d'automobiles. 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) qui s'est nettement atténuée en 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 %). 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 seraient 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.

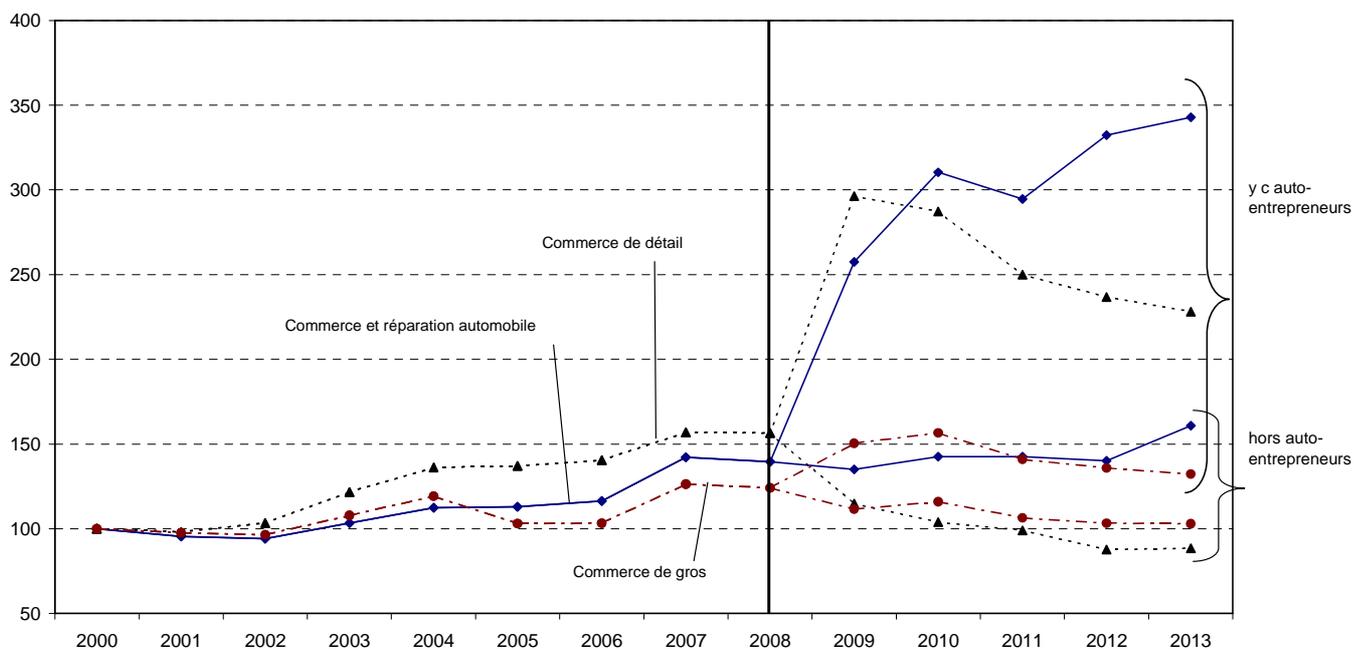
C'est dans le secteur du commerce de détail que la baisse globale est la plus forte (- 3,6 % en 2013). Les créations de ce secteur sont en recul pour la quatrième année de suite (- 3,0 % en 2010, - 13,0 % en 2011 puis - 5,3 % en 2012).

Dans le commerce et la réparation d'automobiles, 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

hausse des créations d'entreprises (+ 84,7 % en 2009 et + 20,5 % en 2010). Sans les auto-entrepreneurs, les créations augmenteraient de 14,7 %.

Le commerce de gros est le secteur du commerce le moins impacté par le phénomène des « auto-entrepreneurs » (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

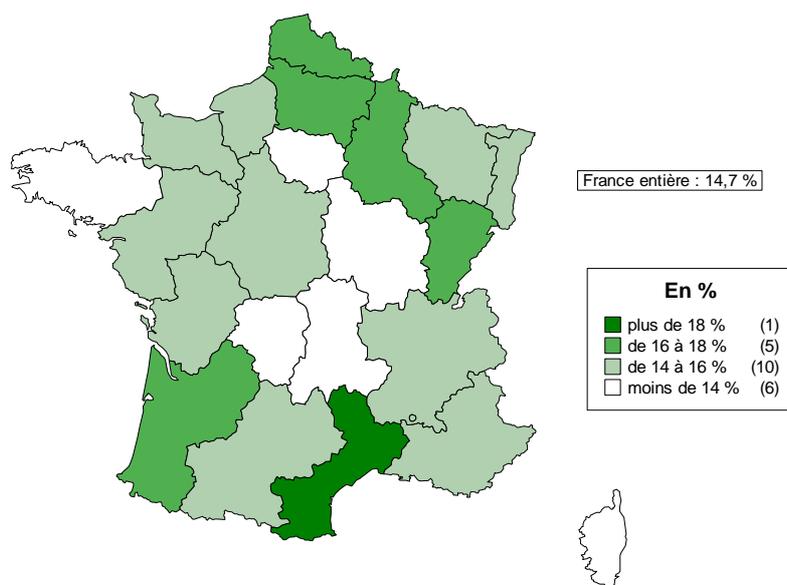
**Tableau 19** : Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles dans le commerce entre 2010 et 2013 - France entière

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 d'automobiles	14 688	13 949	15 730	16 225	-5,0	12,8	3,1
<b>TOTAL COMMERCE</b>	<b>130 651</b>	<b>115 688</b>	<b>112 493</b>	<b>109 690</b>	<b>-11,5</b>	<b>-2,8</b>	<b>-2,5</b>
Artisanat commercial	2 207	2 089	2 083	2 208	-5,3	-0,3	6,0
<b>TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>132 858</b>	<b>117 777</b>	<b>114 576</b>	<b>111 898</b>	<b>-11,4</b>	<b>-2,7</b>	<b>-2,3</b>
<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 création<sup>20</sup> 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 notamment 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

<sup>20</sup> 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

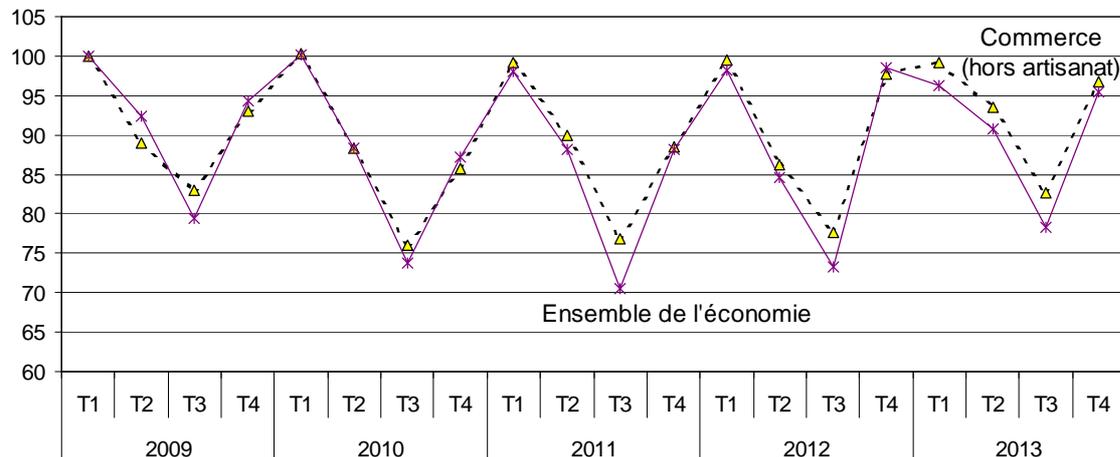
La notion de défaillance ne doit pas être confondue avec la notion plus large de cessation (arrêt total de l'activité économique de l'entreprise). Les liquidations qui font suite à une défaillance ne représentent qu'une partie (entre 10 et 20 %), variable avec le temps et le secteur d'activité, de l'ensemble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

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<sup>er</sup> 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 2013). 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
<b>COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)</b>	<b>3 543</b>	<b>3 344</b>	<b>3 299</b>	<b>3 286</b>	<b>-5,6</b>	<b>-1,3</b>	<b>-0,4</b>
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
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	82	57	62	59	-30,5	8,8	-4,8
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	273	265	275	323	-2,9	3,8	17,5
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	1 301	1 283	1 251	1 325	-1,4	-2,5	5,9
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	657	603	612	670	-8,2	1,5	9,5
<i>Autres CD en mag spé</i>	2 834	2 876	3 011	3 227	1,5	4,7	7,2
CD sur éventaires et marchés	691	647	581	545	-6,4	-10,2	-6,2
CD hors magasin, éventaires ou marchés	509	542	562	568	6,5	3,7	1,1
<b>COMMERCE DE DETAIL</b>	<b>8 015</b>	<b>8 167</b>	<b>8 259</b>	<b>8 643</b>	<b>1,9</b>	<b>1,1</b>	<b>4,6</b>
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
<b>COMMERCE ET REPARATION D'AUTOMOBILES</b>	<b>1 707</b>	<b>1 913</b>	<b>2 107</b>	<b>2 158</b>	<b>12,1</b>	<b>10,1</b>	<b>2,4</b>
<b>TOTAL COMMERCE</b>	<b>13 265</b>	<b>13 424</b>	<b>13 665</b>	<b>14 087</b>	<b>1,2</b>	<b>1,8</b>	<b>3,1</b>
<i>Ensemble de l'économie française</i>	<b>60 330</b>	<b>59 493</b>	<b>61 201</b>	<b>62 258</b>	<b>-1,4</b>	<b>2,9</b>	<b>1,7</b>

Source : Banque de France



# CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS

L'activité repart timidement en 2013 dans le commerce de gros. Principalement 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 de 0,3 % en 2012. Après trois années de hausse, les prix amorcent un léger recul (- 0,4 %), 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 11,1 % du total. Les ventes de ce secteur progressent en effet de 7,2 % 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 alors qu'il diminuait en 2012

Les autres grossistes enregistrent une baisse de leurs ventes. Ainsi, les ventes en biens domestiques marquent le pas en 2012 et en 2013, le marché des biens pharmaceutiques ralentit notamment très 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. Le secteur des équipements de l'information et de la communication connaît la baisse la plus importante (- 3,9 %). L'impact de cette baisse est toutefois limitée car le secteur ne représente que 6,7 % des ventes de l'ensemble. Les ventes des autres commerces de gros spécialisés restent en léger repli. Dans ce dernier secteur, le retournement des prix des combustibles induit cependant un repli plus marqué 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 15,1 % des ventes des grossistes et les importations 28,9 % de leurs achats<sup>21</sup>.

Le commerce de gros emploie 953 400 salariés en 2013, soit près du tiers des effectifs du commerce. Leur nombre a reculé de 1,0 % entre décembre 2012 et décembre 2013

Au 1<sup>er</sup> janvier 2013, le nombre d'entreprises du commerce de gros (hors auto-entrepreneurs non actifs) s'élève à 189 100 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	2012	2013p
<b>Commerce de gros de :</b>						
- produits agricoles bruts et animaux vivants	17,6	8,3	-17,7	10,6	2,9	7,2
- produits alimentaires, boissons et tabac	-0,3	-10,9	3,9	5,3	-1,9	0,3
- biens domestiques	2,2	-0,6	3,0	5,9	-0,6	-0,5
- équipements de l'information et de la communication	4,7	-10,3	8,6	1,3	11,7	-3,9
- autres équipements industriels	0,4	-13,1	3,5	7,3	1,5	-1,1
- autres commerces de gros spécialisés	-1,7	-13,5	-1,1	-1,3	-0,8	-0,8
<b>Commerce de gros total :</b>						
(hors intermédiaires du commerce)	<b>1,9</b>	<b>-6,8</b>	<b>1,6</b>	<b>4,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>
Intermédiaires du commerce	-1,0	-0,2	-5,1	2,2	-2,2	1,3
<b>Commerce de gros et intermédiaires</b>	<b>1,5</b>	<b>-5,8</b>	<b>0,6</b>	<b>3,8</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,4</b>

Source : Insee – Comptes du commerce

<sup>21</sup> 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 accélèrent en 2013 (+ 7,2 %), après avoir ralenti en 2012 (+ 2,9 %). Ce dynamisme est porté par les ventes des grossistes en céréales (+ 9,7 %). 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 %<sup>22</sup>.

**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	2012	2013p	
EN VALEUR											
<b>C.G. de produits agricoles bruts</b>	0,6	0,8	-0,3	4,3	23,8	-10,8	-9,8	28,2	8,9	1,7	66,4
- 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	10,2	1,7	52,1
- autres produits (*)	0,6	4,5	4,7	-3,8	7,7	-7,7	-6,1	10,5	4,4	1,7	14,3
EN VOLUME											
<b>C.G. de produits agricoles bruts</b>			-7,2	-11,3	17,6	8,3	-17,7	10,6	2,9	7,2	
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail			-10,3	-14,4	23,6	11,7	-21,2	13,2	4,4	9,7	
- autres produits (*)			0,6	-4,3	2,0	-2,3	-7,4	3,0	-2,6	-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 accélération de leurs ventes en volume (+ 9,7 %, après + 4,4 % en 2012).

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 abondante<sup>23</sup>.

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 mondial<sup>24</sup>.

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 %)<sup>24</sup>.

<sup>22</sup> Agreste, Bilan conjoncturel 2013, octobre-novembre 2013

<sup>23</sup> Agreste, Panorama au 4 mars 2014

<sup>24</sup> 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 - 2,6 % en 2012). En revanche, les ventes en valeur restent en augmentation (+ 1,7 %, après + 4,4 % 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 Turquie<sup>25</sup>.

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 %)<sup>26</sup>.

Les ventes en volume des grossistes en **peaux et cuirs** se redressent en 2013 (+ 3,3 %). Le maintien de la hausse des prix (+ 7,0 %) 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.

<sup>25</sup> Agreste, Panorama au 4 mars 2014

<sup>26</sup> 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 quasi stables en 2013 (+ 0,3 %), après s'être contractées en 2012. La croissance des ventes en valeur se maintient (+ 2,6 %) 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 (+ 9,8 %) 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 produits alimentaires est marqué par un recul des exportations de boisson qui pénalise l'excédent des échanges. Au 3<sup>e</sup> trimestre 2013, le montant des échanges sur ce marché s'est dégradé de 8 % en glissement annuel<sup>27</sup>. La consommation des ménages en produits alimentaires augmente par ailleurs légèrement en 2013 (+ 0,1 %)<sup>28</sup>.

**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	2012	2013p	
EN VALEUR											
<b>C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac</b>	0,7	3,4	3,1	3,8	4,2	-14,7	5,2	7,9	2,7	2,6	127,7
- produits frais (*)	-0,5	2,1	1,4	4,1	5,5	-17,9	5,8	5,2	2,4	3,3	58,2
- boissons (alcoolisées ou non)	9,1	4,9	2,6	4,8	3,6	-4,1	0,3	11,6	0,4	2,6	26,2
- autres produits (**)	-1,9	4,5	5,8	2,7	2,8	-16,1	7,5	9,5	4,6	1,6	43,3
EN VOLUME											
<b>C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac</b>			0,6	0,8	-0,3	-10,9	3,9	5,3	-1,9	0,3	
- produits frais (*)			-1,9	0,0	0,1	-11,7	2,4	3,9	-2,0	0,0	
- boissons (alcoolisées ou non)			1,9	3,2	-0,4	-6,3	0,7	9,3	-3,0	-0,3	
- autres produits (**)			3,5	0,6	-0,7	-12,4	8,0	4,9	-1,2	1,2	

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

La contraction des ventes en volume des grossistes en *fruits et légumes* se poursuit en 2013 (- 5,1 %), en particulier pour les récoltes des fruits à noyau. Les ventes en valeur augmentent de 4,2 %, les prix restant en hausse (+ 9,8 %). 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'été<sup>29</sup>.

La baisse des ventes en volume des grossistes en *viandes de boucherie* est moins forte qu'en 2012 (- 2,0 % en 2013, après - 7,6 %). L'augmentation des prix pour la troisième année consécutive (+ 3,1 %) permet aux ventes en valeur de rebondir légèrement (+ 1,0 %, après - 1,4 % 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 %)<sup>30</sup>.

Le recul du volume des ventes des grossistes de *volailles et gibiers* se confirme en 2013 (- 4,6 %, après - 0,9 % en 2012) mais la hausse des prix dans ce secteur (+ 4,1 %) 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

<sup>27</sup> Agreste Conjoncture Industries agroalimentaires, janvier 2014

<sup>28</sup> Insee, Dépenses de consommation des ménages en biens, janvier 2014

<sup>29</sup> Agreste Conjoncture, Fruits, octobre 2013

<sup>30</sup> 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 poulet<sup>31</sup>.

Les ventes en volume du commerce de gros de *produits laitiers et œufs* se redressent (+ 4,0 %, après - 1,5 % en 2012). La croissance des ventes en valeur dans ce secteur (+ 3,5 %), 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 hausse<sup>32</sup>. 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 précédentes<sup>29</sup>.

Les ventes en volume des grossistes en *poissons et crustacés* repartent à la hausse (+ 1,4 %, après - 2,2 % en 2012), tout comme les ventes en valeur (+ 2,8 %, après - 0,1 % en 2012). 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 marée<sup>33</sup>.

#### ▪ **Boissons**

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

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 Asie<sup>34</sup>.

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

Les ventes en volume des grossistes des autres produits alimentaires progressent en 2013 (+ 1,2 %, après - 1,2 % en 2012). Les prix dans ces secteurs augmentent très modérément (+ 0,4 % 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 baisse en volume de 2012 (- 6,1 %), les grossistes en sucre, chocolat et confiserie (environ 20 % des ventes de ce groupe) enregistrent un rebond de leurs ventes (+ 4,5 %). 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'extérieur<sup>32</sup>.

Enfin, le recul des ventes des grossistes en produits surgelés se confirme également en 2013 en volume (- 2,9 %) et en valeur (- 2,5 %).

<sup>31</sup> Agreste Conjoncture, Aviculture, mars 2014

<sup>32</sup> Agreste Conjoncture, Lait, février 2014

<sup>33</sup> FranceAgriMer, Données et bilans, Les filières terrestres et aquatiques, février 2014

<sup>34</sup> 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	2012	2013p	
EN VALEUR											
<b>C.G. de biens domestiques</b>	1,5	9,3	5,6	3,3	1,3	-1,8	2,8	5,1	-1,0	-0,6	140,3
- produits pharmaceutiques	2,2	14,2	7,2	3,8	2,7	1,2	3,3	2,8	-0,4	-0,3	58,4
- autres produits (*)	1,1	6,3	4,5	3,0	0,4	-3,8	2,5	6,8	-1,4	-0,8	81,9
EN VOLUME											
<b>C.G. de biens domestiques</b>			7,7	4,0	2,2	-0,6	3,0	5,9	-0,6	-0,5	
- produits pharmaceutiques			11,5	5,4	4,7	3,0	5,1	6,2	3,0	1,0	
- autres produits (*)			5,1	3,0	0,5	-3,1	1,5	5,7	-3,1	-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 + 3,0 % 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 »<sup>35</sup>, 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'euros<sup>36</sup>.

#### ▪ Autres biens domestiques

Chez les grossistes des autres biens domestiques, les ventes en volume diminuent légèrement (- 1,6 %, après - 3,1 %). 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 %)<sup>37</sup>. En conséquence, les grossistes d'habillement et de chaussures connaissent une baisse de leurs ventes en volume (- 2,6 %), 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 luxe<sup>36</sup>.

L'activité dans l'équipement du foyer se replie en 2013, en particulier dans le commerce de gros de meubles, tapis et appareils d'éclairage où les ventes diminuent après trois années d'augmentation (- 5,1 % en volume, après + 1,4 % en 2012). La baisse dans l'électroménager est moins forte (- 2,0 % en volume, après - 5,8 % en 2012). 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 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

<sup>35</sup> AFIPA, Communiqué de presse du 27 janvier 2014

<sup>36</sup> Le chiffre du commerce extérieur, Année 2013

<sup>37</sup> IFM, Distribilan, décembre 2013

nettement, restent dynamiques<sup>38</sup>. 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)<sup>39</sup>.

A l'inverse, le commerce de gros dans la *parfumerie-produits de beauté* est en 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	2012	2013p	
EN VALEUR											
<b>C.G. d'équipements de l'information et de la communication</b>	11,1	7,1	7,5	3,8	-3,5	-15,3	4,2	0,4	9,7	-2,6	42,7
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	17,9	6,4	5,8	3,7	-1,3	-18,5	4,2	-3,9	9,8	-5,4	26,6
- composants et équipements électroniques et télécommunication	-1,8	8,7	11,2	4,0	-8,0	-8,3	4,2	9,1	9,5	2,4	16,1
EN VOLUME											
<b>C.G. d'équipements de l'information et de la communication</b>			13,4	13,2	4,7	-10,3	8,6	1,3	11,7	-3,9	
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels			12,0	15,9	9,6	-12,7	12,2	-3,6	12,9	-9,2	
- composants et équipements électroniques et télécommunication			16,3	7,6	-5,8	-4,7	1,3	11,1	9,5	5,8	

Source : Insee – Comptes du commerce

Après une croissance ralentie en 2011 et dynamique en 2012, les ventes de l'ensemble du secteur se replient en volume (- 3,9 %) et en valeur (- 2,6 %) 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 (+ 4,3 %).

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 2013<sup>40</sup>.

En outre, la hausse des achats d'appareils de communication, principalement en provenance de Chine, limite la baisse des importations de produits informatiques et électroniques<sup>41</sup>.

<sup>38</sup> Ecostat, Les ventes d'horlogerie-bijouterie en France en 2013

<sup>39</sup> Ecostat, Le commerce extérieur HBJO de la France en 2013

<sup>40</sup> GFK, Communiqué de presse du 12 février 2014

<sup>41</sup> 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 (- 0,1 %, contre - 1,1 % 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	2012	2013p	
EN VALEUR											
<b>C.G. d'autres équipements industriels</b>	4,7	5,7	-4,2	8,0	2,7	-12,2	3,0	9,6	3,4	-0,1	84,6
- équipements de bureau (*)	17,9	6,4	5,8	3,7	-4,8	-12,6	4,6	1,5	-7,6	-2,8	4,2
- matériel électrique	-1,4	6,9	10,4	5,1	1,9	13,6	17,5	8,2	-0,2	-2,1	17,8
- autres équipements (**)	5,0	5,5	-7,4	9,0	3,5	-17,1	-0,9	10,7	5,3	0,6	62,6
EN VOLUME											
<b>C.G. d'autres équipements industriels</b>			-5,7	5,1	0,4	-13,1	3,5	7,3	1,5	-1,1	
- équipements de bureau (*)			4,7	2,1	-6,8	-11,9	11,4	-1,8	-11,1	-4,9	
- matériel électrique			5,1	1,1	1,2	14,2	15,2	5,5	-0,7	-1,3	
- autres équipements (**)			-8,4	6,1	0,8	-18,4	-0,2	8,6	3,2	-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 forte baisse en 2012, perdent 4,9 % en volume et 2,8 % en valeur en 2013. La conjoncture est en particulier défavorable au mobilier de bureau (- 8,5 % en volume).

### ▪ Le matériel électrique

Comme en 2012, les ventes en volume des grossistes *en matériel électrique* diminuent légèrement en 2013 (- 1,3 %). Contrairement à l'ensemble du secteur, les prix marquent un léger repli (- 0,8 %). Les exportations d'équipements électriques reculent, quant à elles, nettement vers l'Afrique<sup>42</sup>.

### ▪ Les autres équipements

Les ventes en volume des *autres biens 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 asiatique<sup>40</sup>.

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 %)<sup>43</sup>.

Les ventes du commerce de gros de machines pour l'extraction, la construction et le génie civil diminuent en volume (- 4,7 %) et en valeur (- 3,8 %). Le nombre de logements mis en chantier perd 4,2 % par rapport à

<sup>42</sup> Le chiffre du commerce extérieur, Année 2013

<sup>43</sup> AXEMA, Rapport économique 2013

2012<sup>44</sup>. La conjoncture est plus favorable aux locaux non résidentiels, dont les mises en chantier progressent de 1,6 % en 2013<sup>45</sup>.

## 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 (- 0,8 %). La contraction est plus importante en valeur (- 2,9 %), 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	2012	2013p	
EN VALEUR											
<b>Autres C.G. spécialisés</b>	9,0	3,7	7,3	5,4	8,4	-24,1	8,6	8,9	2,4	-2,9	143,5
- combustibles et produits annexes	12,8	11,8	6,5	2,8	17,9	-32,7	16,2	12,4	11,2	-4,4	54,5
- 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	-2,0	-1,6	48,8
- autres produits (**)	6,6	-5,0	7,0	6,6	5,0	-26,4	10,6	10,9	-3,0	-2,4	40,2
EN VOLUME											
<b>Autres C.G. spécialisés</b>			0,7	0,9	-1,7	-13,5	-1,1	-1,3	-0,8	-0,8	
- combustibles et produits annexes			-3,0	1,3	-3,6	-11,3	-5,1	-5,9	3,0	-1,1	
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (*)			4,7	1,0	-0,8	-13,1	0,7	1,6	-3,0	-2,2	
- autres produits (**)			0,4	0,3	-0,6	-16,8	0,8	0,4	-2,7	1,4	

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* diminuent 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 beaucoup 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 2013<sup>46</sup>.

### ▪ 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

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

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

<sup>46</sup> 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 stable<sup>47</sup>.

#### ▪ Les autres produits intermédiaires

Les ventes en volume des autres grossistes en biens intermédiaires repartent à la hausse en 2013 (+ 1,4 %, contre - 2,7 % en 2012). Toutefois, la diminution des prix dans ce secteur (- 3,8 %) entraîne une baisse des ventes en valeur (- 2,4 %).

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

Les ventes en volume des intermédiaires du commerce se redressent en 2013 (+ 1,3 %, contre - 2,2 % en 2012), tandis que la progression de leurs ventes en valeur s'atténue une nouvelle fois (+ 1,2 %, contre + 2,7 % 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	2012	2013p	
EN VALEUR											
<b>Intermédiaires du commerce</b>	5,2	4,7	3,7	5,1	7,6	-10,4	2,0	11,1	2,7	1,2	117,8
dont :											
- centrales d'achats	4,3	5,7	3,1	5,5	9,3	-7,6	1,8	11,1	4,3	1,6	102,5
<i>alimentaires</i>	-1,2	-0,1	1,4	4,2	9,7	-6,0	0,1	6,1	1,4	5,3	47,6
<i>non alimentaires</i>	11,1	12,0	4,8	6,8	9,0	-9,1	3,5	15,7	6,9	-1,4	54,9
- autres intermédiaires du commerce	9,1	0,5	6,4	3,2	-0,2	-23,8	3,3	11,1	-6,6	-1,9	15,3
EN VOLUME											
<b>Intermédiaires du commerce</b>			-0,6	3,2	-1,0	-0,2	-5,1	2,2	-2,2	1,3	
dont :											
- centrales d'achats			-1,4	3,8	-0,1	3,3	-5,6	1,9	-0,9	1,8	
<i>alimentaires</i>			-1,0	2,0	5,4	-3,0	-1,1	1,8	-2,9	2,9	
<i>non alimentaires</i>			-1,8	5,5	-5,3	9,2	-9,9	2,0	0,8	0,9	
- autres intermédiaires du commerce			3,0	0,6	-5,5	-17,0	-2,1	4,1	-9,8	-1,7	

Source : Insee – Comptes du commerce

En 2013, les *centrales d'achat* alimentaires retrouvent une évolution favorable en volume (+ 2,9 %, après - 2,9 % en 2012). L'augmentation de leurs ventes en valeur reste cependant 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 %.

<sup>47</sup> Commissariat général au développement durable, Comptes du logement 2012, Premiers Résultats 2013

A l'inverse, les prix pratiqués par les autres centrales d'achat non alimentaires sont stables et les ventes y progressent en volume (+ 1,9 %) et en valeur (+ 1,8 %).

#### **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 (- 1,7 %, contre - 9,8 %). Les prix se maintiennent dans les sous-secteurs de l'intermédiation, sauf pour les intermédiaires en matières premières agricoles, textiles et en combustibles. Globalement, le recul des ventes en valeur est également moins prononcé qu'en 2012 (- 1,9 %, contre - 6,6 %).

## **8 - La clientèle intérieure du commerce de gros**

En 2012, l'activité des grossistes (hors intermédiaires du commerce) sur le marché intérieur, est orientée principalement vers l'approvisionnement des producteurs (industrie et artisanat, pour 32 % de leur chiffre d'affaires) et du commerce de détail (27 %). La redistribution des marchandises vers les centrales d'achat (12 %) 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 3 %.

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 68 % des

achats directs des agriculteurs et de leurs coopératives. Outre le secteur de la construction (59 %), les grossistes spécialisés dans l'équipement pour la construction sont tributaires pour plus de 11 % des ventes aux particuliers, et également des prestataires de services (ingénierie...) et des administrations (10 %).

Les entreprises du commerce de gros qui vendent leurs produits à d'autres grossistes ou à des centrales d'achat sont principalement spécialisées dans les biens de consommation (produits alimentaires, boissons, tabac et biens domestiques) ainsi que dans l'équipement de l'information et de la communication. 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 43 % des ventes intérieures des grossistes en produits pharmaceutiques, dont l'autre clientèle importante est celle des centrales d'achat et autres grossistes (29 %). Les autres clients sont les services de santé publics et privés (23 %) et enfin l'approvisionnement des producteurs et des particuliers (5 %).

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 : 26 % aux autres grossistes et centrales d'achat, 21 % aux revendeurs au détail, 21 % de revente directe à l'industrie, 17 % à des prestataires de services, 13 % 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 2012**

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

Ainsi, si les ventes à l'étranger constituent 25 % des ventes totales des grossistes en céréales, elles ne représentent que 8 % 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 (15 % de leurs achats), est très important pour ceux en composants et équipements électroniques et télécommunications (77 %). 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 du matériel électrique représentent 89 % 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.

Activités	Ensemble des entreprises du commerce de gros		En %	
	Ventes	Achats	Poids dans le CA du secteur des entreprises	
	à l'exportation [A]	à l'importation [B]	exportatrices	importatrices
<b>CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants</b>	<b>22,9</b>	<b>7,5</b>	<b>74,9</b>	<b>42,9</b>
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	24,7	7,9	79,6	48,8
- autres produits (1)	14,8	5,5	54,0	16,9
<b>CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac (a)</b>	<b>15,3</b>	<b>23,4</b>	<b>66,8</b>	<b>55,3</b>
- produits frais (2)	11,4	15,2	68,2	45,7
- boissons (alcoolisées ou non)	25,8	14,9	75,0	44,1
- autres produits (3)	14,9	38,4	61,8	69,8
<b>CG de biens domestiques (a)</b>	<b>17,9</b>	<b>37,2</b>	<b>79,7</b>	<b>59,5</b>
- produits pharmaceutiques	8,2	28,1	72,8	48,2
- autres produits (4)	26,0	46,8	85,5	68,9
<b>CG d'équipements de l'information et de la communication</b>	<b>21,5</b>	<b>59,2</b>	<b>89,9</b>	<b>72,8</b>
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	24,7	44,8	87,2	61,6
- composants et équipements électroniques et télécommunication	17,6	77,3	93,1	86,2
<b>CG d'autres équipements industriels</b>	<b>17,4</b>	<b>36,5</b>	<b>81,8</b>	<b>68,2</b>
- équipements de bureau (5)	5,4	53,1	74,1	73,8
- matériel électrique	33,5	17,3	88,9	49,1
- autres produits (6)	13,0	42,0	80,1	74,1
<b>Autres commerces de gros spécialisés</b>	<b>10,9</b>	<b>34,9</b>	<b>60,6</b>	<b>64,9</b>
- combustibles et produits annexes (a)	8,2	40,0	40,5	60,8
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	2,7	21,4	70,7	67,2
- autres produits (8)	24,9	40,4	78,6	68,4
<b>CG non spécialisé</b>	<b>8,6</b>	<b>17,5</b>	<b>79,1</b>	<b>59,0</b>
<b>Intermédiaires du commerce</b>	<b>8,7</b>	<b>17,6</b>	<b>28,9</b>	<b>53,3</b>
- centrales d'achats (b)	1,0	1,8	14,3	53,6
- autres intermédiaires	44,0	44,8	76,7	52,9
<b>Ensemble du commerce de gros (y compris intermédiaires)</b>	<b>15,1</b>	<b>28,9</b>	<b>65,3</b>	<b>59,0</b>

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2012

[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** : 11,4 % 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 2012, définitifs, sont basés sur l'exploitation du nouveau système d'information sur la statistique d'entreprise Esane. Ceux de 2013, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2012 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee.

Les évolutions présentées sur l'année 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.

#### Évolution des ventes de marchandises des secteurs du commerce de gros (hors intermédiaires) (données provisoires et révisées)

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

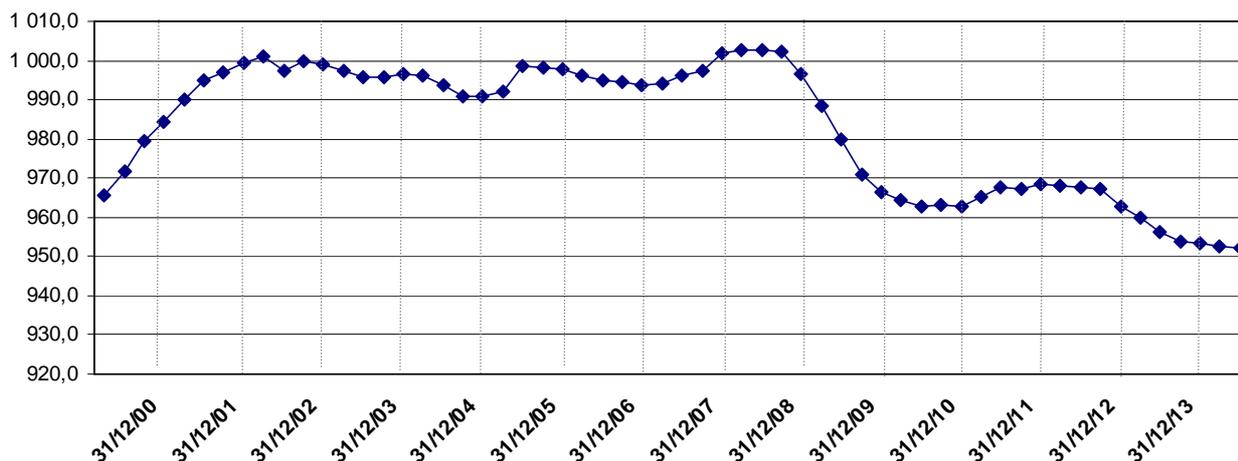
Source Insee - Comptes du commerce

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

Au 31 décembre 2013, le commerce de gros emploie 953 400 salariés, soit près du tiers (32 %) des salariés du commerce.

En glissement annuel, le nombre de salariés du commerce de gros est en repli (- 1,0 %) 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 %) <sup>48</sup>.

D'après « l'enquête emploi » de 2013, 25 % 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, 13,2 % 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 2012, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein du temps partiel) représente 61,6 % d'un temps plein dans le commerce de gros <sup>49</sup>, et le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel <sup>50</sup> équivaut à 8,6 % du volume d'emploi salarié. Si l'emploi à temps partiel était réparti sur l'ensemble des emplois salariés, chaque emploi salarié représenterait 94,9 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

<sup>48</sup> Cf. tableau V-2 en annexe statistique

<sup>49</sup> Cf. tableau V-3 en annexe statistique

<sup>50</sup> Cf. Annexe méthodologique n° VI : Méthodes et sources sur l'emploi

## 11 - Les créations d'entreprises<sup>51</sup> diminuent dans le commerce de gros

En 2013, le nombre de créations d'entreprises dans le commerce de gros<sup>52</sup> diminue (- 2,7 % par rapport à 2012). Cette baisse fait suite au repli marqué des créations d'entreprises 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
<b>COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)</b>	<b>27 319</b>	<b>24 602</b>	<b>23 707</b>	<b>23 067</b>	<b>-9,9</b>	<b>-3,6</b>	<b>-2,7</b>

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<sup>er</sup> janvier 2014. Au 1<sup>er</sup> janvier 2013, le commerce de gros comprend 189 100 entreprises, soit 0,9 % de plus qu'au 1<sup>er</sup> 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 (+ 3,4 % entre début 2012 et début 2013).

**Tableau 10** : Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles\* (milliers) au 1<sup>er</sup> janvier et évolution entre début 2010 et début 2013

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2010	2011	2012	2013	2011/2010	2012/2011	2013/2012
Intermédiaires du commerce de gros	52,3	54,8	54,5	54,6	4,7	-0,4	0,0
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	6,3	6,2	6,1	6,1	-2,0	-0,7	0,1
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	20,4	20,6	20,7	21,1	1,0	0,7	1,8
CG de biens domestiques	36,7	36,2	36,1	36,2	-1,3	-0,5	0,5
CG d'équipements de l'info et de la communication	9,2	9,1	9,1	9,1	-1,1	0,1	0,4
CG d'autres équipements industriels	24,1	24,4	24,4	24,6	0,9	0,2	0,8
Autres commerces de gros spécialisés	19,5	19,9	20,2	20,5	2,0	1,3	1,5
Commerce de gros non spécialisé	14,9	15,7	16,3	16,8	5,2	3,8	3,4
<b>COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)</b>	<b>183,5</b>	<b>186,8</b>	<b>187,4</b>	<b>189,1</b>	<b>1,8</b>	<b>0,3</b>	<b>0,9</b>

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

<sup>51</sup> 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.

<sup>52</sup> Y compris auto-entrepreneurs

## CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL

En 2013, l'activité dans le **commerce de détail** est en retrait (- 0,6 % en volume). Comme en 2012, l'activité se contracte dans les formes de vente à dominante alimentaire avec une baisse de 1,3 % 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 (+ 0,3 % 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.

L'évolution des ventes est d'abord présentée par *forme de vente* (alimentation spécialisée, grandes surfaces d'alimentation générale...) <sup>53</sup>. 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	2012	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	-1,8	-2,0
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	1,7	1,3	-1,4	-2,3	0,6	-0,5	0,6	6,4	-2,2	-3,0	-0,8
Grandes surfaces d'alimentation générale	1,9	0,6	0,1	0,5	2,4	-0,5	-0,9	0,5	1,9	-1,7	-1,1
<b>Commerce alimentaire en magasin</b>	<b>1,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>2,0</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>1,5</b>	<b>-1,8</b>	<b>-1,3</b>
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,1	5,1	2,6	0,5	4,7	-0,4	-2,3	1,8	3,2	2,4	0,3
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	3,6	4,7	5,4	5,5	5,3	2,1	-0,8	3,5	1,7	0,6	0,1
carburant	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	6,1	-1,3	6,6	-2,0
pharmacie	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	4,1	3,6	2,0	3,7
autres	3,1	4,7	5,5	5,5	5,8	1,6	-0,9	3,2	1,4	-0,4	-0,6
<b>Commerce non alimentaire en magasin</b>	<b>3,5</b>	<b>4,7</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>	<b>2,0</b>	<b>-0,9</b>	<b>3,5</b>	<b>1,7</b>	<b>0,6</b>	<b>0,2</b>
<b>Commerce hors magasin</b>	<b>3,0</b>	<b>5,9</b>	<b>1,4</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>	<b>-0,9</b>	<b>-3,0</b>	<b>-2,0</b>	<b>0,6</b>	<b>10,0</b>	<b>-0,1</b>
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>2,3</b>	<b>2,5</b>	<b>2,4</b>	<b>2,7</b>	<b>3,5</b>	<b>0,5</b>	<b>-1,0</b>	<b>1,7</b>	<b>1,6</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,6</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

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

<sup>53</sup> Les formes de ventes correspondent à des établissements et non à des entreprises. Par ailleurs, les résultats des ventes au détail par forme de vente sont présentés ici de façon à assurer la cohérence avec la consommation commercialisable des ménages. Les montants présentés ne correspondent donc pas exactement à ceux qui sont présentés dans les comptes des secteurs commerciaux, ces derniers étant établis en secteur d'entreprise et couvrant l'ensemble de l'activité des détaillants. La réconciliation entre ventes au détail et consommation commercialisable des ménages est présentée en annexe IV méthodes et définitions.

## 1 - 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 492 milliards d'euros (tableaux 1 et 1b). Comparées à leur niveau de 2012, elles diminuent de 0,5 % en valeur.

L'activité commerciale souffre du peu de ressort de la demande intérieure : les ventes diminuent en volume (- 0,6 %) après avoir stagné en 2012. Les deux années précédentes, qui ont suivi la crise de 2009, l'activité était plus dynamique (+ 1,7 % en 2010 et + 1,6 % en 2011). 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 1,3 % en volume ; en valeur, elles ne diminuent que de 0,3 % 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 (+ 0,2 %) en volume, elles sont soutenues par le dynamisme des ventes du secteur des technologies de l'information et de la communication (+ 7,4 % 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	2012	2013p	Valeur 2013p
<b>Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)</b>	<b>1,8</b>	<b>2,9</b>	<b>0,7</b>	<b>2,1</b>	<b>2,5</b>	<b>1,7</b>	<b>-0,8</b>	<b>1,2</b>	<b>4,1</b>	<b>1,5</b>	<b>0,6</b>	<b>43,0</b>
Boulangeries-pâtisseries	2,6	5,8	1,6	1,7	2,3	2,8	0,9	5,7	2,6	1,5	0,7	12,6
Boucheries-charcuteries	-1,5	0,8	-0,5	-0,3	1,1	3,0	0,5	-11,1	3,9	0,4	2,0	9,0
Autres magasins d'alimentation spécialisée	3,3	2,3	0,7	3,8	3,5	0,5	-2,6	4,5	5,1	2,0	0,0	21,4
<b>Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés</b>	<b>4,4</b>	<b>1,6</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,5</b>	<b>1,9</b>	<b>4,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>8,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>	<b>15,1</b>
<b>Grandes surfaces d'alimentation générale</b>	<b>3,8</b>	<b>1,7</b>	<b>1,2</b>	<b>2,0</b>	<b>3,2</b>	<b>3,8</b>	<b>-2,9</b>	<b>2,3</b>	<b>4,8</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,5</b>	<b>181,9</b>
<b>Ensemble commerce alimentaire en magasin</b>	<b>3,5</b>	<b>1,9</b>	<b>1,0</b>	<b>1,9</b>	<b>3,0</b>	<b>3,4</b>	<b>-2,3</b>	<b>2,4</b>	<b>4,4</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,3</b>	<b>240,0</b>
<b>Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés</b>	<b>1,3</b>	<b>5,0</b>	<b>2,0</b>	<b>0,5</b>	<b>4,7</b>	<b>1,0</b>	<b>-1,8</b>	<b>2,6</b>	<b>5,0</b>	<b>5,4</b>	<b>1,3</b>	<b>8,4</b>
<b>Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacie)</b>	<b>3,6</b>	<b>4,7</b>	<b>5,3</b>	<b>4,8</b>	<b>4,4</b>	<b>3,2</b>	<b>-3,4</b>	<b>3,8</b>	<b>2,6</b>	<b>1,3</b>	<b>-0,8</b>	<b>212,7</b>
Carburants	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	18,6	12,2	11,8	-3,8	16,0
Technologie de l'information et de la communication	3,0	6,0	5,1	5,0	5,4	1,4	-6,1	-7,1	3,5	-3,5	0,0	8,9
Équipement du foyer	4,1	6,2	4,7	5,3	6,7	2,3	-1,2	1,6	-1,7	0,8	-0,9	49,0
Culture, loisirs	2,1	4,9	3,0	2,5	3,6	-1,1	-4,7	3,3	3,5	-4,2	-1,3	23,0
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	3,8	4,0	5,3	5,3	3,9	3,0	-0,1	4,4	3,1	1,7	-0,3	115,8
Habillement-chaussures	2,8	0,0	4,7	5,4	4,5	0,6	0,6	4,5	2,1	2,5	0,7	35,5
Autres équip. de la personne	0,6	6,0	3,3	6,5	6,2	2,8	1,1	6,9	5,6	4,5	-1,9	18,7
Pharmacies, articles médic. et orthop	6,2	6,5	5,1	4,4	3,1	2,2	3,0	2,3	2,0	-0,6	0,0	41,3
Autres magasins spécialisés	3,9	4,2	8,1	5,9	2,8	9,2	-8,7	6,7	5,0	2,8	-0,9	20,2
<b>Ensemble commerce non alimentaire en magasin</b>	<b>3,6</b>	<b>4,6</b>	<b>5,1</b>	<b>4,7</b>	<b>4,4</b>	<b>3,2</b>	<b>-3,4</b>	<b>3,8</b>	<b>2,7</b>	<b>1,4</b>	<b>-0,7</b>	<b>221,0</b>
<b>Commerce hors magasin</b>	<b>3,8</b>	<b>5,7</b>	<b>0,9</b>	<b>2,1</b>	<b>2,0</b>	<b>0,1</b>	<b>-3,7</b>	<b>-2,7</b>	<b>0,5</b>	<b>11,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>31,2</b>
Commerce sur éventaire ou marché	2,2	0,1	1,6	-0,5	1,8	-0,1	-0,9	-12,1	-3,1	9,8	-0,2	6,6
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,5	8,2	0,6	3,2	2,1	0,1	-4,7	0,4	1,5	11,9	-0,3	24,6
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>3,6</b>	<b>3,3</b>	<b>2,9</b>	<b>3,2</b>	<b>3,6</b>	<b>3,1</b>	<b>-2,9</b>	<b>2,7</b>	<b>3,4</b>	<b>1,9</b>	<b>-0,5</b>	<b>492,2</b>
dont : activités artisanales	1,3	5,5	0,8	0,5	2,1	2,8	1,1	-0,5	0,7	2,2	0,8	14,3
dont : commerce de détail (hors pharmacies) et artisanat commercial (2)	3,4	3,1	2,7	3,0	3,6	3,2	-3,5	2,8	3,5	2,1	-0,5	450,9

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	2012	2013p
<b>Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)</b>	<b>-2,4</b>	<b>-2,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,7</b>	<b>0,6</b>	<b>-2,6</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,8</b>	<b>1,4</b>	<b>-1,8</b>	<b>-2,0</b>
Boulangeries-pâtisseries	-0,3	2,9	0,5	0,5	0,5	-1,4	0,4	5,4	0,6	0,0	-0,5
Boucheries-charcuteries	-2,6	-1,4	-1,8	-2,3	-0,8	-1,7	-0,7	-11,3	1,3	-2,5	-0,5
Autres magasins d'alimentation spécialisée	-3,7	-5,7	0,3	2,5	1,6	-3,8	-2,3	0,7	2,0	-2,5	-3,5
<b>Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés</b>	<b>1,7</b>	<b>1,3</b>	<b>-1,4</b>	<b>-2,3</b>	<b>0,6</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,6</b>	<b>6,4</b>	<b>-2,2</b>	<b>-3,0</b>	<b>-0,8</b>
<b>Grandes surfaces d'alimentation générale</b>	<b>1,9</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>	<b>0,5</b>	<b>2,4</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,9</b>	<b>0,5</b>	<b>1,9</b>	<b>-1,7</b>	<b>-1,1</b>
<b>ENSEMBLE Commerce alimentaire en magasin</b>	<b>1,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>2,0</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>1,5</b>	<b>-1,8</b>	<b>-1,3</b>
<b>Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés</b>	<b>1,1</b>	<b>5,1</b>	<b>2,6</b>	<b>0,5</b>	<b>4,7</b>	<b>-0,4</b>	<b>-2,3</b>	<b>1,8</b>	<b>3,2</b>	<b>2,4</b>	<b>0,3</b>
<b>Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacie)</b>	<b>3,6</b>	<b>4,7</b>	<b>5,4</b>	<b>5,5</b>	<b>5,3</b>	<b>2,1</b>	<b>-0,8</b>	<b>3,5</b>	<b>1,7</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>
Carburants	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	6,1	-1,3	6,6	-2,0
Technologie de l'information et de la communication	7,6	12,1	12,3	11,3	12,7	11,8	3,7	0,5	11,5	2,0	7,4
Équipement du foyer	4,3	7,1	6,3	6,4	8,0	2,6	-0,2	2,9	-1,1	0,4	-0,4
Culture, loisirs	1,7	3,9	4,2	3,7	4,6	-2,2	-6,0	1,4	1,6	-6,2	-3,2
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	3,8	4,2	5,2	6,0	4,3	2,0	1,8	4,3	2,5	1,2	0,8
Habillage-chaussures	3,3	-0,1	4,5	5,3	3,9	0,0	-0,3	4,0	1,4	0,4	-0,2
Autres équipements de la personne	-1,2	4,8	2,6	3,8	4,1	1,2	0,3	5,7	3,2	2,3	-1,8
Pharmacies, articles médic et orthop	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	4,1	3,6	2,0	3,7
Autres magasins spécialisés	3,9	4,5	6,5	5,1	3,3	1,9	-0,2	3,7	1,6	0,0	-0,7
<b>ENSEMBLE Commerce non alimentaire en magasin</b>	<b>3,5</b>	<b>4,7</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>	<b>2,0</b>	<b>-0,9</b>	<b>3,5</b>	<b>1,7</b>	<b>0,6</b>	<b>0,2</b>
<b>Commerce hors magasin</b>	<b>3,0</b>	<b>5,9</b>	<b>1,4</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>	<b>-0,9</b>	<b>-3,0</b>	<b>-2,0</b>	<b>0,6</b>	<b>10,0</b>	<b>-0,1</b>
Commerce sur éventaire ou marché	0,5	0,5	1,0	-2,3	0,3	-2,7	-1,1	-13,3	-3,9	6,8	-1,8
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,2	8,4	1,6	3,5	2,4	-0,2	-3,7	1,8	1,8	10,9	0,3
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>2,3</b>	<b>2,5</b>	<b>2,4</b>	<b>2,7</b>	<b>3,5</b>	<b>0,5</b>	<b>-1,0</b>	<b>1,7</b>	<b>1,6</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,6</b>
dont : activités artisanales	-1,3	2,7	-0,3	-0,8	0,3	-1,5	0,4	-0,8	-1,3	0,5	-0,6
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	-0,2	-0,9

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.*

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

Source : Insee - Comptes du commerce

### ▪ L'activité continue de se replier 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 2,0 % en volume, mais augmentent très légèrement en valeur (+ 0,6 %).

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 boucherie<sup>54</sup>

Dans le secteur des autres **magasins d'alimentation spécialisée**, l'activité est orientée à la baisse (- 3,5 % en volume). Les ventes de tabac se replient en volume de 9,2 % 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 (- 2,7 % après - 4,4 % 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 poursuit<sup>54</sup>.

Dans le **commerce de détail de fruits et légumes**, les ventes progressent de 1,3 % 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 légumes<sup>55</sup>.

### ▪ 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 (- 0,8 %) et progressent très légèrement en valeur.

Les ventes en **commerce de détail de produits surgelés** diminuent fortement en 2013 (- 3,1 % en volume) En revanche, la baisse des ventes en volume, dans les **commerces d'alimentation générale et les supérettes**, observée les deux années précédentes s'atténue nettement en 2013 (respectivement - 0,3 % et - 0,6 % en volume)

<sup>54</sup> France Agrimer : Données et bilans « Les filières terrestres et aquatiques » Bilan 2013.

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

En 2013, les ventes en volume des grandes surfaces d'alimentation générale (hypermarchés, supermarchés, magasins multi-commerces)<sup>55</sup> ou GSA fléchissent pour la deuxième année consécutive. La baisse des ventes en volume s'établit à - 1,1 % 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)<sup>55</sup>. 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 % de l'ensemble des GSA, celles des supermarchés 41 % (la part des ventes des magasins multi-commerce est de 2 %)<sup>56</sup>.

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

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

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 permet de maintenir les ventes en valeur (+ 0,2 %). La situation est encore plus difficile pour les **supermarchés**. Le niveau des ventes en volume diminue de 2,2 % 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 »).

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

Évolution des ventes	En %										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013p
<b>En valeur</b>											
Commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé	1,3	5,0	2,0	0,5	4,7	1,0	-1,8	2,6	5,0	5,4	1,3
Grands magasins	-0,8	6,5	1,3	1,0	5,1	-0,3	-2,1	2,9	6,7	5,3	1,0
Autres commerces non alimentaires spécialisés	7,4	0,9	3,9	-1,0	3,6	4,9	-0,9	1,9	1,0	5,7	2,0
<b>En volume</b>											
Commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé	1,1	5,1	2,6	0,5	4,7	-0,4	-2,3	1,8	3,2	2,4	0,3
Grands magasins	-0,7	6,9	2,1	1,2	5,5	-2,0	-2,6	1,9	4,6	2,0	-0,1
Autres commerces non alimentaires spécialisés	6,5	0,5	3,9	-1,5	2,7	4,3	-1,4	1,4	-0,2	3,5	1,3

Source : Insee - Comptes du commerce

<sup>55</sup> Enquête EMAGSA

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

Les **grands magasins**, implantés à Paris et dans les grandes villes, pâtissent de la morosité du climat économique malgré l'affluence d'une clientèle internationale à fort pouvoir d'achat, recherchant des produits de luxe. Les ventes stagnent en volume alors qu'elle étaient encore assez dynamiques en 2012 (+ 2,0 %). 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 + 3,5 % 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 (0,1 % en 2013 après 0,6 % 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, amorcé en 2011, se confirme en 2013 (- 2,0 % 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	2012	2013p
<b>En valeur</b>											
<b>Magasins non alimentaires spécialisés (y c. pharmacies)</b>	<b>3,6</b>	<b>4,7</b>	<b>5,3</b>	<b>4,8</b>	<b>4,4</b>	<b>3,2</b>	<b>-3,4</b>	<b>3,8</b>	<b>2,6</b>	<b>1,3</b>	<b>-0,8</b>
- carburant	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	18,6	12,2	11,8	-3,8
- technologie de l'information et de la communication	3,0	6,0	5,1	5,0	5,4	1,4	-6,1	-7,1	3,5	-3,5	0,0
- équipement du foyer	4,1	6,2	4,7	5,3	6,7	2,3	-1,2	1,6	-1,7	0,8	-0,9
- culture et loisirs	2,1	4,9	3,0	2,5	3,6	-1,1	-4,7	3,3	3,5	-4,2	-1,3
- autres magasins spécialisés (y c. pharmacies)	3,8	4,0	5,3	5,3	3,9	3,0	-0,1	4,4	3,1	1,7	-0,3
<b>En volume</b>											
<b>Magasins non alimentaires spécialisés (y c. pharmacies)</b>	<b>3,6</b>	<b>4,7</b>	<b>5,4</b>	<b>5,5</b>	<b>5,3</b>	<b>2,1</b>	<b>-0,8</b>	<b>3,5</b>	<b>1,7</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>
- carburant	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	6,1	-1,3	6,6	-2,0
- technologie de l'information et de la communication	7,6	12,1	12,3	11,3	12,7	11,8	3,7	0,5	11,5	2,0	7,4
- équipement du foyer	4,3	7,1	6,3	6,4	8,0	2,6	-0,2	2,9	-1,1	0,4	-0,4
- culture et loisirs	1,7	3,9	4,2	3,7	4,6	-2,2	-6,0	1,4	1,6	-6,2	-3,2
- autres magasins spécialisés (y c. pharmacies)	3,8	4,2	5,2	6,0	4,3	2,0	1,8	4,3	2,5	1,2	0,8

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 7,4 % 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.

En %

Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013p
<b>En valeur</b>											
<b>Technologie de l'information et de la communication</b>	<b>3,0</b>	<b>6,0</b>	<b>5,1</b>	<b>5,0</b>	<b>5,4</b>	<b>1,4</b>	<b>-6,1</b>	<b>-7,1</b>	<b>3,5</b>	<b>-3,5</b>	<b>0,0</b>
Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	5,7	8,2	7,6	5,8	6,1	1,5	-7,5	-7,8	3,9	-7,0	0,6
Matériel de télécommunication	5,7	8,2	7,6	5,8	6,1	4,0	3,6	-2,4	13,1	25,8	-1,6
Matériel audio et vidéo	0,9	4,2	2,9	4,3	4,7	0,2	-5,1	-7,3	-3,8	-9,2	-1,0
<b>En volume</b>											
<b>Technologie de l'information et de la communication</b>	<b>7,6</b>	<b>12,1</b>	<b>12,3</b>	<b>11,3</b>	<b>12,7</b>	<b>11,8</b>	<b>3,7</b>	<b>0,5</b>	<b>11,5</b>	<b>2,0</b>	<b>7,4</b>
Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	9,8	13,4	13,1	9,4	9,4	11,2	0,6	-0,7	11,7	-2,2	8,0
Matériel de télécommunication	9,8	13,4	13,1	9,4	9,4	11,4	10,2	7,1	23,6	34,4	8,0
Matériel audio et vidéo	5,8	11,1	11,7	12,9	15,7	13,6	10,9	1,1	4,1	-3,4	4,4

Source : Insee - Comptes du commerce

Les ventes des commerces d'**ordinateurs** progressent nettement en 2013 (+ 8,0 % en volume après - 2,2 % 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 diminuent<sup>57</sup>. 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 8,0 % 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'année<sup>59</sup>. Malgré ces bonnes performances en volume, les ventes du secteur du matériel de télécommunication diminuent de 1,6 % 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 4,4 % en volume. Le recul du marché des téléviseurs 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 son<sup>58</sup>.

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.

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-linges<sup>59</sup>.

<sup>57</sup> GFK « Le marché français des biens d'équipement – février 2014 »

<sup>58</sup> GFK « Bilan 2013 des marchés des biens techniques en France – février 2014 »

<sup>59</sup> GFK « Le marché français des biens d'équipement – février 2014 »

Le prix moyen des appareils de gros électroménager est en baisse régulière depuis plusieurs années mais, la forte présence des marques, dans le petit électroménager<sup>60</sup> 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	2012	2013p
<b>En valeur</b>											
<b>Équipement du foyer</b>	<b>4,1</b>	<b>6,2</b>	<b>4,7</b>	<b>5,3</b>	<b>6,7</b>	<b>2,3</b>	<b>-1,2</b>	<b>1,6</b>	<b>-1,7</b>	<b>0,8</b>	<b>-0,9</b>
Commerce de détail de textile	-3,7	9,3	2,4	-1,3	2,6	3,6	-2,1	-5,2	-3,1	0,8	-3,2
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (petites surfaces)	0,9	10,7	4,5	6,2	6,3	2,7	-2,3	13,4	0,1	-0,9	-0,6
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (grandes surfaces)	10,3	8,2	7,2	6,5	8,2	4,2	-0,4	-0,5	0,2	1,2	-0,4
Commerce de détail de tapis, moquette et revêtements de murs et de sols	-0,9	3,0	-4,7	-0,1	7,0	-2,4	-6,9	-4,9	-3,8	-4,6	-5,2
Commerce de détail d'appareils électroménagers	0,9	4,2	2,9	4,3	4,7	0,9	0,6	2,2	-3,7	-0,7	2,6
Commerce de détail de meubles	1,7	4,0	14,2	4,6	6,1	1,3	-2,4	3,5	-2,4	1,0	-2,9
Commerce de détail autres équipements du foyer	5,2	5,6	-30,0	10,5	9,2	1,5	-1,9	0,1	-3,6	2,6	-0,3
<b>En volume</b>											
<b>Équipement du foyer</b>	<b>4,3</b>	<b>7,1</b>	<b>6,3</b>	<b>6,4</b>	<b>8,0</b>	<b>2,6</b>	<b>-0,2</b>	<b>2,9</b>	<b>-1,1</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,4</b>
Commerce de détail de textile	-4,7	8,9	3,2	-1,9	2,7	3,3	-2,7	-3,7	-4,4	-5,2	-5,4
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (petites surfaces)	-0,7	9,6	3,6	4,9	4,5	1,4	-3,0	14,9	0,9	-1,3	-0,1
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (grandes surfaces)	9,2	7,7	7,0	6,0	7,2	2,1	-2,0	-0,9	-0,6	-0,6	-0,9
Commerce de détail de tapis, moquette et revêtements de murs et de sols	-1,7	2,3	-4,6	-1,0	5,3	-4,6	-6,7	-4,5	-5,0	-9,9	-5,9
Commerce de détail d'appareils électroménagers	5,8	11,1	11,7	12,9	15,7	9,8	10,3	9,6	2,5	4,5	8,1
Commerce de détail de meubles	1,5	4,2	15,5	5,1	6,9	0,4	-2,4	3,9	-2,6	0,4	-3,3
Commerce de détail autres équipements du foyer	4,9	5,8	-28,9	11,8	10,7	0,6	-1,9	-0,1	-4,5	0,9	-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** (- 5,9 %).

En 2013, le marché des **meubles est toujours en retrait**. Les ventes ont diminué de 3,3 % 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 déménagement<sup>61</sup>. 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 loisirs 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 1,3 % en valeur.

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

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 5,1 % 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 dizaines de points de vente affecte les circuits des librairies de 1<sup>er</sup> niveau et les grandes surfaces spécialisées culturelles<sup>62</sup>. 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 an<sup>63</sup>.

<sup>60</sup> GIFAM « Groupement Interprofessionnel des Fabricants d'Appareils d'Équipement Ménager »

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

<sup>62</sup> Bilan GFK : le marché du livre prépare sa mutation – mars 2014

<sup>63</sup> Bilan GFK : le marché du livre prépare sa mutation – mars 2014

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 sur les plateformes de téléchargements (internet et téléphonie mobile) représentent 17 % (en valeur) du marché de détail de la musique enregistrée<sup>64</sup>.

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).

**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	2012	2013p
<b>En valeur</b>											
<b>Culture-loisirs</b>	2,1	4,9	3,0	2,5	3,6	-1,1	-4,7	3,3	3,5	-4,2	-1,3
Commerce de détail de livres	-2,7	3,3	-0,6	-1,0	1,5	0,1	0,7	5,7	2,7	-3,0	-3,5
Commerce de détail de journaux et papeterie	-2,7	3,3	-0,6	-1,0	1,5	0,2	-4,6	1,2	3,1	-5,3	-1,3
Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo	0,9	4,2	2,9	4,3	4,7	-0,9	-3,4	-3,4	-5,0	-18,5	-12,5
Commerce de détail d'articles de sport	8,2	6,5	6,4	5,1	4,8	-2,8	-6,4	5,2	4,5	-2,2	-0,1
Commerce de jeux et jouets	5,7	8,2	7,6	5,8	6,1	3,6	0,1	5,1	4,4	-4,9	-0,8
<b>En volume</b>											
<b>Culture-loisirs</b>	1,7	3,9	4,2	3,7	4,6	-2,2	-6,0	1,4	1,6	-6,2	-3,2
Commerce de détail de livres	-5,9	-2,2	-1,5	-1,6	-0,1	-1,6	-2,5	3,4	1,5	-5,1	-5,4
Commerce de détail de journaux et papeterie	-5,9	-2,2	-1,5	-1,6	-0,1	-2,2	-7,3	-3,2	-1,0	-9,8	-6,2
Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo	5,8	11,1	11,7	12,9	15,7	0,6	-2,6	-2,7	-4,4	-18,1	-11,4
Commerce de détail d'articles de sport	8,4	6,7	6,4	4,9	4,6	-3,0	-6,5	5,4	4,0	-2,1	0,6
Commerce de jeux et jouets	9,8	13,4	13,1	9,4	9,4	1,7	-2,4	7,1	6,0	-5,6	-1,7

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 du commerce électronique (dont Amazon). Les jouets technologiques et les classiques voient leur succès confirmé : tablettes, jeux de construction et de société en tête<sup>65</sup>.

<sup>64</sup> SNEP « Syndicat National de l'Édition Phonographique – le marché de la musique enregistrée, bilan 2013, chiffre GFK Music »

<sup>65</sup> 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	2012	2013p
<b>En valeur</b>											
<b>Habillement-chaussures</b>	<b>2,8</b>	<b>0,0</b>	<b>4,7</b>	<b>5,4</b>	<b>4,5</b>	<b>0,6</b>	<b>0,6</b>	<b>4,5</b>	<b>2,1</b>	<b>2,5</b>	<b>0,7</b>
Commerce de détail d'habillement	3,4	-1,7	6,5	4,9	4,3	0,5	0,5	4,2	2,3	2,9	0,7
Commerce de détail de la chaussure	0,1	8,0	-2,9	7,4	5,3	0,9	1,4	5,8	1,2	0,6	0,3
<b>Autres équipements de la personne</b>	<b>0,6</b>	<b>6,0</b>	<b>3,3</b>	<b>6,5</b>	<b>6,2</b>	<b>2,8</b>	<b>1,1</b>	<b>6,9</b>	<b>5,6</b>	<b>4,5</b>	<b>-1,9</b>
Commerce de détail de la maroquinerie et d'articles de voyage	-3,7	5,4	6,7	9,5	8,3	3,4	4,8	17,6	13,7	8,4	-2,7
Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté	-1,2	9,6	3,1	3,7	8,1	3,6	0,6	5,5	6,1	4,2	0,8
Commerce de détail d'horlogerie et de bijouterie	-3,3	-0,7	1,5	5,9	7,0	2,8	-1,2	12,4	12,9	7,5	-7,0
Commerce de détail d'optique	6,9	8,1	3,7	8,6	3,6	1,8	2,2	2,3	-1,8	1,2	-0,5
<b>Pharmacies et commerce articles médicaux et orthop.</b>	<b>6,2</b>	<b>6,5</b>	<b>5,1</b>	<b>4,4</b>	<b>3,1</b>	<b>2,2</b>	<b>3,0</b>	<b>2,3</b>	<b>2,0</b>	<b>-0,6</b>	<b>0,0</b>
<b>Autres commerce en magasin spécialisés (1)</b>	<b>3,9</b>	<b>4,2</b>	<b>8,1</b>	<b>5,9</b>	<b>2,8</b>	<b>9,2</b>	<b>-8,7</b>	<b>6,7</b>	<b>5,0</b>	<b>2,8</b>	<b>-0,9</b>
<b>En volume</b>											
<b>Habillement-chaussures</b>	<b>3,3</b>	<b>-0,1</b>	<b>4,5</b>	<b>5,3</b>	<b>3,9</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,3</b>	<b>4,0</b>	<b>1,4</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,2</b>
Commerce de détail d'habillement	4,0	-1,6	6,4	4,8	3,9	0,0	-0,4	3,9	1,7	0,6	0,1
Commerce de détail de la chaussure	0,3	7,2	-3,6	7,4	4,0	0,0	0,3	4,5	0,0	-1,0	-1,5
<b>Autres équipements de la personne</b>	<b>-1,2</b>	<b>4,8</b>	<b>2,6</b>	<b>3,8</b>	<b>4,1</b>	<b>1,2</b>	<b>0,3</b>	<b>5,7</b>	<b>3,2</b>	<b>2,3</b>	<b>-1,8</b>
Commerce de détail de la maroquinerie et d'articles de voyage	-3,3	5,5	5,9	8,8	7,3	2,1	3,8	16,5	10,3	4,9	-4,3
Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté	-4,5	8,2	3,4	2,5	7,1	1,1	-0,8	5,0	5,2	2,9	1,0
Commerce de détail d'horlogerie et de bijouterie	-4,6	-1,7	0,3	-3,4	0,4	-4,2	-6,9	2,6	0,3	-0,8	-8,8
Commerce de détail d'optique	5,5	6,8	2,6	8,7	3,0	4,9	5,6	5,3	1,2	3,0	1,8
<b>Pharmacies et commerce articles médicaux et orthop.</b>	<b>6,4</b>	<b>7,6</b>	<b>6,2</b>	<b>7,9</b>	<b>5,4</b>	<b>3,9</b>	<b>5,1</b>	<b>4,1</b>	<b>3,6</b>	<b>2,0</b>	<b>3,7</b>
<b>Autres commerce en magasin spécialisés (1)</b>	<b>3,9</b>	<b>4,5</b>	<b>6,5</b>	<b>5,1</b>	<b>3,3</b>	<b>1,9</b>	<b>-0,2</b>	<b>3,7</b>	<b>1,6</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,7</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

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

En 2013, les ventes des magasins d'habillement-chaussures se stabilisent (- 0,2 % en volume et + 0,7 % en valeur).

Pour les détaillants de l'**habillement** (grandes enseignes d'habillement et boutiques indépendantes), l'activité affiche une croissance nulle en volume (+ 0,1 %). Les ventes en magasin sont concurrencées par les ventes de vêtements en ligne sur des sites internet spécialisés, qui 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 (- 1,5 % en volume) L'augmentation des prix soutient l'évolution en valeur (+ 0,3 %).

- **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 (- 1,8 % 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 (- 4,3 % en volume et - 2,7 % en valeur). Ce secteur bénéficiait d'un fort dynamisme au cours des neuf années précédentes.

Le secteur du commerce d'**horlogerie et de bijouterie** s'effondre : en 2013, les ventes diminuent 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. Les détaillants en bijouterie - joaillerie sont confrontés à une baisse des ventes, en particulier sur le segment des bijoux d'entrée de gamme. Ils sont concurrencés par les bijouteries fantaisies, qui sont classées 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.<sup>66</sup>

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.

<sup>66</sup> Comité Francéclat et Xerfi

Malgré un ralentissement, l'activité du secteur de l'**optique** continue de résister en 2013. Les ventes du commerce d'optique progressent de 1,8 % en volume et baissent de 0,5 % 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 bleue<sup>67</sup>, 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 (+ 0,0 %), 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. A l'exception de l'année 2012, l'activité est très ralentie pour le commerce hors magasin depuis 2009. En 2013, les ventes sont stables 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	2012	2013p
<i>En valeur</i>											
Commerce hors magasin	3,8	5,7	0,9	2,1	2,0	0,1	-3,7	-2,7	0,5	11,4	-0,3
Commerce sur éventaire ou marché	2,2	0,1	1,6	-0,5	1,8	-0,1	-0,9	-12,1	-3,1	9,8	-0,2
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,5	8,2	0,6	3,2	2,1	0,1	-4,7	0,4	1,5	11,9	-0,3
<i>En volume</i>											
Commerce hors magasin	3,0	5,9	1,4	1,8	1,8	-0,9	-3,0	-2,0	0,6	10,0	-0,1
Commerce sur éventaire ou marché	0,5	0,5	1,0	-2,3	0,3	-2,7	-1,1	-13,3	-3,9	6,8	-1,8
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,2	8,4	1,6	3,5	2,4	-0,2	-3,7	1,8	1,8	10,9	0,3

Source : Insee - Comptes du commerce

L'activité du **commerce sur éventaire ou marché** diminue. En 2013, les ventes de ce secteur diminuent de 1,8 % en volume alors qu'en valeur, elles restent stables (- 0,2 %).

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 3,4 % en volume alors que celles sur catalogue général diminuent de 1,3 %. En valeur, les ventes varient respectivement de + 2,5 % et - 2,3 %.

La progression du e-commerce ( sur catalogue général ou spécialisé) est compensée par le déclin des formes traditionnelles de vente à distance. L'année 2013 a été particulièrement défavorable pour les grandes enseignes de vente par correspondance.

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'achats<sup>68</sup>.

Pour les autres formes de vente à distance, les résultats apparaissent mitigés (+ 0,9 % pour les ventes à domicile et - 1,7 % pour les ventes par automate et autres formes de vente, en volume).

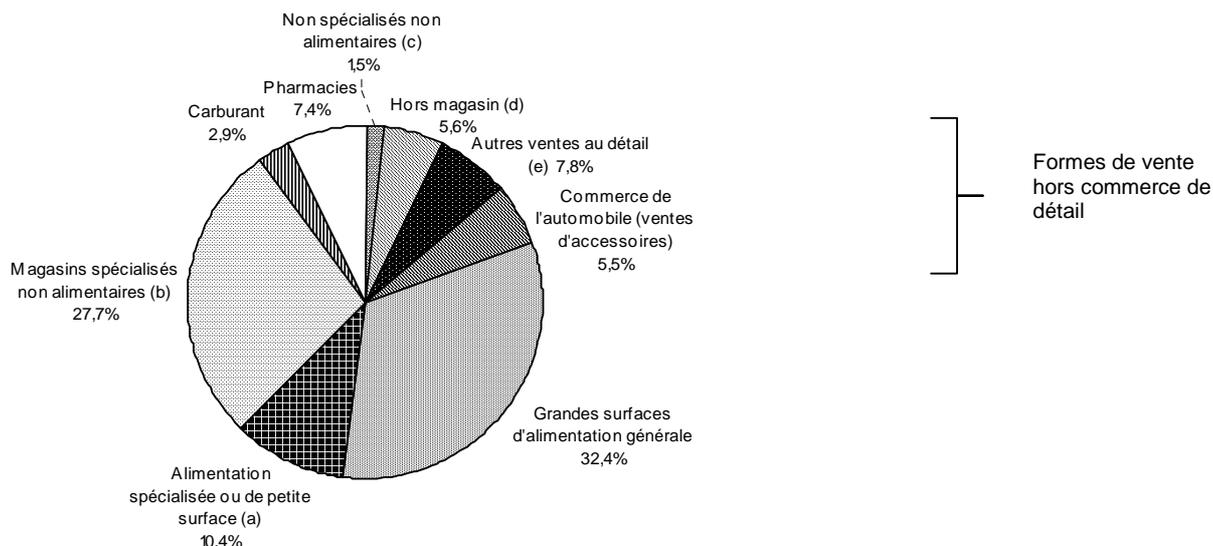
<sup>67</sup> GFK « Dépenses d'optique en 2013 – mars 2014 »

<sup>68</sup> 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 87,8 % des ventes de produits commercialisables hors ventes d'automobiles<sup>69</sup> (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 (7,8 % 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 maxidiscompte ne constituent pas une catégorie particulière dans les nomenclatures : ils sont classés selon leur superficie en supérettes (moins de 1/3 d'entre eux) ou en supermarchés.

### 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 annuelle (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.

<sup>69</sup> Par convention, l'analyse des parts de marché porte sur les ventes au détail TTC de produits commercialisables hors ventes de véhicules, caravanes, remorques, neufs ou d'occasion, et hors entretien et réparation de véhicules, mais y compris produits liés à l'automobile. Les produits liés à l'automobile comprennent les pièces détachées et les pneumatiques, même dans le cas où ils sont montés par les réparateurs, ainsi que les carburants et lubrifiants.

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

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

Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

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

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

Pour l'ensemble des produits commercialisables (hors véhicules automobiles), la part de marché des grandes surfaces d'alimentation générale s'élève à 32,4 % 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 atteint 37,9 %. 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 générale<sup>70</sup> commercialisent près des deux tiers des produits alimentaires (hors tabac) (tableau 3). En 2013, leur part de marché sur ces produits s'élève à 66,2 %, en recul de 1,7 point par rapport à 2010 mais en hausse de 0,5 point par rapport à 2012.

La part des **petites surfaces alimentaires** (supérettes, alimentations générales, commerces de surgelés) diminue légèrement à 7,1 % en 2013. La part des **commerces alimentaires spécialisés**, y compris l'artisanat commercial s'élève à 17,8 % en 2013, en baisse de 0,1 point par rapport à 2012.

Les **ventes hors magasin** de produits alimentaires représentent 6,1 % des ventes totales de produits alimentaires en 2013, elles sont en augmentation de 1,3 point par rapport à 2010 mais diminuent légèrement par rapport à leur niveau de 2012.

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

Formes de vente *	2009	2010	2011	2012	2013p
<b>Alimentation spécialisée et artisanat commercial</b>	<b>18,4</b>	<b>18,1</b>	<b>18,2</b>	<b>17,9</b>	<b>17,8</b>
Boulangeries-pâtisseries	7,1	7,1	7,1	6,9	6,8
Boucheries-charcuteries	5,1	5,0	5,0	4,8	4,8
Autres magasins d'alimentation spécialisée	6,3	6,1	6,2	6,1	6,2
<b>Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés</b>	<b>7,2</b>	<b>7,2</b>	<b>7,3</b>	<b>7,3</b>	<b>7,1</b>
<b>Grandes surfaces d'alimentation générale</b>	<b>66,6</b>	<b>67,9</b>	<b>66,7</b>	<b>65,7</b>	<b>66,2</b>
Supermarchés	29,1	30,8	30,0	29,1	28,8
Hypermarchés	36,3	36,5	35,8	35,7	36,5
<b>Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>
<b>Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)</b>	<b>0,8</b>	<b>0,7</b>	<b>1,0</b>	<b>1,2</b>	<b>1,1</b>
Carburant	0,2	0,1	0,2	0,3	0,2
Pharmacies (1)	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3
Autres	0,7	0,4	0,5	0,6	0,5
<b>Commerce hors magasin</b>	<b>5,2</b>	<b>4,8</b>	<b>5,3</b>	<b>6,3</b>	<b>6,1</b>
Eventaire et marché	2,8	2,1	2,1	2,3	2,3
Vente à distance	1,2	1,4	1,8	2,3	2,2
Autres formes	1,2	1,2	1,4	1,7	1,6
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DETAIL ET ARTISANAT A CARACTERE COMMERCIAL</b>	<b>98,3</b>	<b>98,9</b>	<b>98,7</b>	<b>98,5</b>	<b>98,4</b>
<b>Ventes au détail du commerce automobile</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Autres ventes au détail (2)</b>	<b>1,6</b>	<b>1,1</b>	<b>1,3</b>	<b>1,5</b>	<b>1,6</b>
<b>ENSEMBLE DES VENTES AU DETAIL (EN %)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>ENSEMBLE DES VENTES AU DETAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC</b>	<b>168,0</b>	<b>169,8</b>	<b>174,8</b>	<b>180,9</b>	<b>184,3</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

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

<sup>70</sup> Les grandes surfaces d'alimentation générale comprennent les supermarchés, les magasins multi-commerces et les hypermarchés. Les magasins dits de maxidiscount ne constituent pas une catégorie particulière dans les nomenclatures. Ils sont classés selon leur superficie en supérettes (moins de 1/3 d'entre eux) ou en supermarchés.

## 2.2 - Produits non alimentaires

En 2013, la part de marché des **grandes surfaces d'alimentation générale** sur le marché des produits non alimentaires s'élève à 16,6 % (tableau 4), en baisse par rapport aux années précédentes.

L'ensemble du **commerce non alimentaire spécialisé** représente 57,4 % 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 41,5 %. 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 s'établit à 4,4 % en 2013, comme en 2010. Cette part reste encore modérée. La percée des ventes sur internet compense à peine le déclin de la vente par correspondance.

**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	2012	2013p
<b>Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale</b>	<b>0,9</b>	<b>1,2</b>	<b>1,0</b>	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>
<b>Grandes surfaces d'alimentation générale</b>	<b>16,9</b>	<b>16,3</b>	<b>17,9</b>	<b>17,7</b>	<b>16,6</b>
Supermarchés	5,9	5,0	6,0	6,1	5,7
Hypermarchés	10,7	10,8	11,4	11,2	10,6
<b>Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés</b>	<b>1,9</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>2,3</b>
<b>Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)</b>	<b>56,6</b>	<b>57,1</b>	<b>56,9</b>	<b>57,3</b>	<b>57,4</b>
Carburant	3,8	3,8	4,1	4,5	4,4
Pharmacies (1)	11,6	11,6	11,5	11,4	11,5
Autres	41,2	41,7	41,3	41,4	41,5
<b>Commerce hors magasin</b>	<b>5,0</b>	<b>5,7</b>	<b>5,3</b>	<b>5,5</b>	<b>5,6</b>
Eventaire et marché	0,6	0,8	0,7	0,7	0,7
Vente à distance	3,6	4,4	4,1	4,3	4,4
Autres formes	0,8	0,5	0,5	0,5	0,6
<b>ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL</b>	<b>81,3</b>	<b>82,5</b>	<b>83,2</b>	<b>83,6</b>	<b>82,7</b>
<b>Ventes au détail du commerce automobile (2)</b>	<b>9,8</b>	<b>8,6</b>	<b>8,6</b>	<b>8,3</b>	<b>8,6</b>
<b>Autres ventes au détail (3)</b>	<b>8,9</b>	<b>8,9</b>	<b>8,2</b>	<b>8,1</b>	<b>8,6</b>
<b>ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL EN %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC</b>	<b>343,8</b>	<b>347,6</b>	<b>356,3</b>	<b>358,0</b>	<b>354,0</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

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

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

### 3 - 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 0,7 % en volume après une baisse de 1,3 % 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 (- 6,7 % en 2013 après - 9,3 % en 2012) et en valeur (- 4,9 % en 2013 après - 6,9 % en 2012).

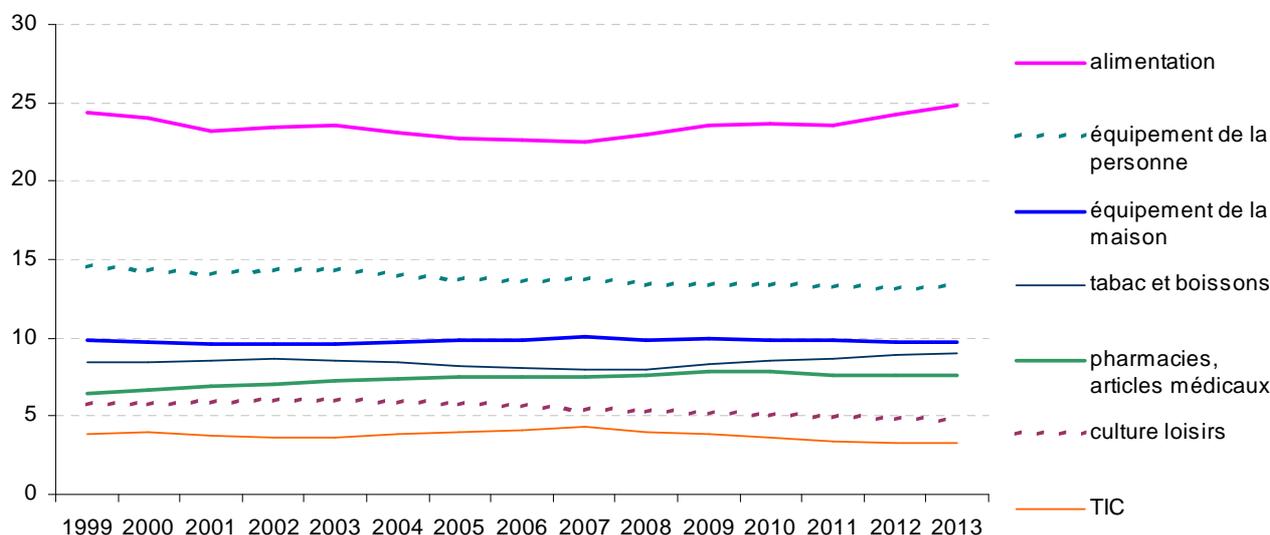
La consommation de **produits alimentaires hors tabac** est globalement stable en volume (+ 0,7 %). La consommation en fruits et légumes accélère en volume (+ 3,9 % après + 1,1 % en 2012).

En 2013, la consommation de produits non alimentaires, hors achats et réparation d'automobiles est stable en volume : - 0,1 % en 2013 après - 0,6 % 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	<b>Total commerce de détail et artisanat</b>	Commerce et réparation automobile	Ventes au détail des autres secteurs (2)	<b>Total des ventes au détail (y.c. commerce automobile)</b>	Correction (3)	<b>Consommation commercialisable des ménages</b>
<b>ACTIVITÉS</b>											
<b>Ventes au détail de marchandises (hors auto)</b>											
Produits alimentaires	55,0	122,2	0,2	8,8	11,4	<b>197,6</b>	0,0	6,7	<b>204,4</b>	13,8	<b>190,6</b>
Produits non alimentaires	2,5	36,2	8,1	187,2	19,7	<b>253,6</b>	0,2	26,2	<b>280,0</b>	43,1	<b>236,9</b>
Produits liés à l'automobile	0,7	23,5	0,0	16,6	0,1	<b>40,9</b>	30,4	2,6	<b>73,9</b>	10,6	<b>63,3</b>
Total des ventes au détail (hors auto)	58,1	181,9	8,4	212,6	31,2	<b>492,2</b>	30,7	35,5	<b>558,3</b>	67,5	<b>490,8</b>
Vente et réparation automobile	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	72,7	2,6	<b>75,4</b>	28,2	<b>47,2</b>
<b>Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile en forme de vente (4)</b>	<b>58,1</b>	<b>181,9</b>	<b>8,4</b>	<b>212,7</b>	<b>31,2</b>	<b>492,2</b>	<b>103,4</b>	<b>38,1</b>	<b>633,8</b>	<b>95,7</b>	<b>538,0</b>
Valorisation des commissions en ventes - ventes des activités secondaires (restauration, réparation hors automobile, commerce de gros ...) (5)	10,4	-21,8	-1,7	-19,2	-0,8	-33,0	-80,3				
<b>Chiffre d'affaires en secteur d'entreprise (6)</b>	<b>47,7</b>	<b>203,6</b>	<b>10,0</b>	<b>231,9</b>	<b>32,0</b>	<b>525,2</b>	<b>183,7</b>				

Source : Insee - Comptes du Commerce

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

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

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

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

(4) Ventes au détail et vente et réparation auto = chiffre d'affaires + commissions transformées en ventes - ventes des activités secondaires ne relevant pas du commerce et de la réparation automobile (par exemple : restauration dans des magasins de meubles ou d'objets non automobiles)

(5) Commissions perçues par les commerçants transformées en ventes - ventes relevant d'activités secondaires (hors commerce et réparation automobile)

(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 525,2 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 (ou forme de vente) à l'aide d'une matrice de passage.

b) Pour passer à la consommation commercialisable, il a fallu ajouter aux 492,2 milliards d'euros de *ventes au détail* des secteurs du commerce de détail et de l'artisanat les 103,4 milliards des *ventes et réparations du secteur du commerce et réparation automobile* et les 38,1 milliards de *ventes au détail des autres secteurs*. On obtient ainsi l'ensemble des ventes au détail de tous les secteurs de l'économie, soit 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.

L'évolution des ventes au détail présentée sur l'année 2013 est **provisoire** (p). Elle est issue de la version provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations que remplissent les entreprises pour le paiement de la TVA. Par construction, le traitement des restructurations pour ces indices au moment des évaluations provisoires diffère légèrement du traitement effectué *in fine* sur les déclarations fiscales des entreprises.

Les évolutions de 2012 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	2012	2013p
<b>Rapport de décembre 2014 (base 2010)</b>	en valeur	+ 2,7	+ 3,4	+1,9 (def)	- 0,5 (p)
	en volume	+ 1,7	+ 1,6	+0,0 (def)	- 0,6 (p)
<b>Rapport de juin 2014 (base 2010)</b>	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)
<b>Rapport de juin 2014 (base 2010)</b>	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)
<b>Rapport de décembre 2013 (base 2005)</b>	en valeur	+ 2,8	+ 2,9 (def)	+ 2,0 (p)	
	en volume	+ 1,7	+ 1,0 (def)	+ 0,1 (p)	
<b>Rapport de juin 2013 (base 2005)</b>	en valeur	+ 2,8	+ 3,2 (p)	+ 2,0 (p)	
	en volume	+ 1,7	+ 1,2 (p)	+ 0,1 (p)	
<b>Rapport de déc.2012 (base 2005)</b>	en valeur	+ 2,8 (def)	+ 3,1 (p)		
	en volume	+ 1,7 (def)	+ 1,9 (p)		
<b>Rapport de juin 2012 (base 2005)</b>	en valeur	+ 2,4 (r)	+ 3,1 (p)		
	en volume	+ 1,4 (p)	+ 1,3 (p)		

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

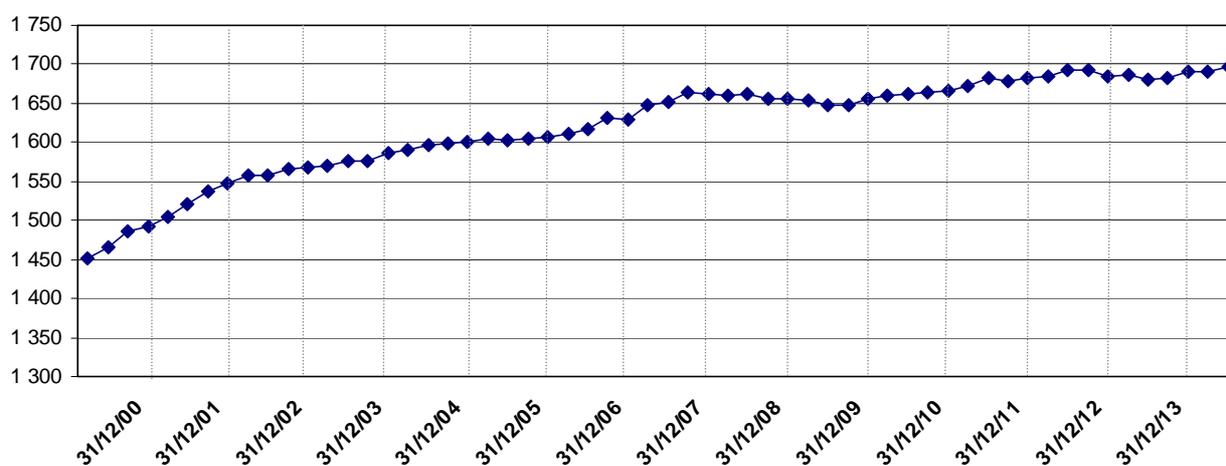
## 4 - Légère hausse des effectifs salariés dans le commerce de détail

Au 31 décembre 2013, le commerce de détail (hors artisanat commercial) emploie 1 690 900 salariés, soit plus de la moitié (56 %) des effectifs salariés du commerce. Selon l'enquête emploi, 48 % des actifs occupés du commerce de détail sont des employés 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 5 800 salariés de plus fin 2013 qu'un an plus tôt. L'emploi salarié augmente donc légèrement en 2013 (+ 0,3 %), 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 %)<sup>71</sup>.

L'emploi à temps partiel est environ trois fois plus répandu dans le commerce de détail (35,7 % de l'emploi en 2012) que dans le commerce de gros et le commerce et la réparation d'automobiles où il représente respectivement 13,2 % et 10,8 % de l'emploi total. En conséquence, en 2012, le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel<sup>72</sup> représente 27,1 % du volume d'emploi salarié dans le commerce de détail, contre seulement 8,6 % dans le commerce de gros et 6,4 % dans le commerce et la réparation d'automobiles.

En 2012, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein du temps partiel) a représenté 66,8 % d'un temps plein dans le commerce de détail<sup>73</sup>. Si l'emploi à temps partiel était réparti uniformément sur l'ensemble des emplois salariés, chaque emploi salarié représenterait 88,1 % 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 43,7 % à travailler à temps partiel dans le commerce de détail, contre seulement 22,1 % des hommes. En particulier, dans les grandes surfaces à prédominance alimentaire 53,7 % des femmes travaillent à temps partiel, tandis que 24,7 % des hommes sont dans ce cas.

<sup>71</sup> Cf. tableau V-2 en annexe

<sup>72</sup> Cf. annexe méthodologique n° VI : Méthodes et sources sur l'emploi

<sup>73</sup> Cf. tableau V-3 en annexe

### 4.3 - 22 % des actifs du commerce de détail travaillent le dimanche en 2013<sup>74</sup>

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-emploi<sup>75</sup> a augmenté de 2 points après avoir diminué d'un point entre 2011 et 2012. 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 subi<sup>76</sup> augmente fortement (+ 6 points en 2013), après avoir diminué en 2012. Cette hausse touche les hommes (+ 8 points) et les femmes (+ 5 points). En 2013, la part des formes particulières d'emploi<sup>77</sup> dans le commerce de détail est en baisse d'un point par rapport à 2012. Les formes particulières d'emploi concernent 11 % des actifs occupés du commerce de détail. Toutes catégories socioprofessionnelles confondues, elles concernent 12 % des femmes (12 % en 2012) et 9 % des hommes (10 % en 2012).

**Tableau 5** : Part des formes particulières d'emploi dans le commerce de détail en 2011, 2012 et 2013

	Part des formes particulières d'emploi (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.

<sup>74</sup> 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.

<sup>75</sup> Le sous-emploi comprend les personnes actives occupées au sens du BIT qui remplissent l'une des conditions suivantes :  
- Elles travaillent à temps partiel, souhaitent travailler davantage pendant la période de référence utilisée pour définir l'emploi, et sont disponibles pour le faire, qu'elles recherchent activement un emploi ou non ;  
- Elles travaillent à temps partiel (et sont dans une situation autre que celle décrite ci-dessus) ou à temps complet, mais ont travaillé moins que d'habitude pendant une semaine de référence en raison de chômage partiel, ralentissement des affaires, réduction saisonnière d'activité ou mauvais temps.

<sup>76</sup> La part de temps partiel subi rapporte le nombre de personnes à temps partiel en situation de sous-emploi au nombre total de personnes travaillant à temps partiel.

<sup>77</sup> Sous le terme formes particulières d'emploi, sont regroupés les statuts d'emploi qui ne sont pas des contrats à durée indéterminée. Ce sont l'intérim, les contrats à durée déterminée, l'apprentissage et les contrats aidés.

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

	Taux de sous-emploi (en %)		
	2011	2012	2013
<b>Femmes</b>	11	11	13
<b>Hommes</b>	5	4	5
<b>Ensemble</b>	9	8	10

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

**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
<b>Femmes</b>	34	33	38
<b>Hommes</b>	42	36	44
<b>Ensemble</b>	36	33	39

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

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

Au 1<sup>er</sup> 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
<b>Commerce de détail en magasin non spécialisé</b>	4 001	3 925	3 790	4 135	-1,9	-3,4	9,1
<b>CD alimentaire en magasin spécialisé</b>	4 907	4 538	4 325	4 449	-7,5	-4,7	2,9
<b>CD non alimentaire en magasins spécialisés</b>	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
<b>Commerce de détail sur éventaires et marchés</b>	29 165	24 621	23 461	21 808	-15,6	-4,7	-7,0
<b>Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés</b>	24 749	20 578	19 291	17 188	-16,9	-6,3	-10,9
<b>COMMERCE DE DETAIL</b>	<b>88 644</b>	<b>77 137</b>	<b>73 056</b>	<b>70 398</b>	<b>-13,0</b>	<b>-5,3</b>	<b>-3,6</b>

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<sup>er</sup> janvier 2014. Entre début 2012 et début 2013, le stock d'entreprises du commerce de détail (hors artisanat commercial) a augmenté de 2,0 %, après une hausse en 2011 (+ 0,7 %), 2010 (+ 2,5 %) et une forte hausse en 2009 (+ 7,4 % entre le 1<sup>er</sup> janvier 2009 et le 1<sup>er</sup> janvier 2010) liée à la création du régime d'auto-entrepreneur.

**Tableau 9** : Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles\* en milliers au 1<sup>er</sup> janvier et leur évolution en % entre début 2010 et début 2013

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2010	2011	2012	2013	2011/2010	2012/2011	2013/2012
<b>Commerce de détail en magasin non spécialisé</b>	34,2	35,0	37,3	38,0	2,4	6,6	1,8
<b>CD alimentaire en magasin spécialisé</b>	46,5	47,2	47,4	47,9	1,3	0,6	0,9
<b>CD non alimentaire en magasins spécialisés</b>	234,8	236,3	236,3	237,5	0,6	0,0	0,5
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	4,2	4,0	4,0	3,9	-4,5	-1,9	-0,8
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	8,0	8,3	8,4	8,7	4,2	1,3	3,0
<i>CD d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé</i>	39,7	39,3	38,8	38,4	-1,0	-1,2	-1,0
<i>CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé</i>	27,6	27,3	26,8	26,4	-1,2	-1,7	-1,5
<i>Autres commerces de détail en magasin spécialisé</i>	155,3	157,4	158,2	160,0	1,3	0,6	1,1
<b>Commerce de détail sur éventaires et marchés</b>	97,7	98,3	96,4	98,3	0,6	-2,0	2,0
<b>Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés</b>	28,3	36,0	38,4	43,3	27,4	6,8	12,6
<b>COMMERCE DE DETAIL</b>	<b>441,5</b>	<b>452,8</b>	<b>455,8</b>	<b>464,9</b>	<b>2,5</b>	<b>0,7</b>	<b>2,0</b>

Source : Insee - Sirène (France Entière)

\* Les auto-entreprises non-actives ont été exclues des stocks d'entreprises au 1<sup>er</sup> 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 vente<sup>78</sup>). Les évolutions ne sont donc pas parfaitement comparables.

### **Définition :**

Le grand commerce non alimentaire spécialisé est défini<sup>79</sup> comme l'ensemble des entreprises<sup>80</sup> dont l'activité principale relève du commerce non alimentaire en magasin spécialisé (NAF 474, 475, 476, 477 hors commerces de produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion) et répondant à l'une des 3 conditions suivantes :

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

En 2013, l'activité du grand commerce non alimentaire spécialisé ralentit. Avec un chiffre d'affaires de 69,4 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 + 3,5 % en 2012) qu'en volume (+ 2 % en 2013 contre + 3,1 % en 2012).

Comparées à celles de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé en 2013 (+ 0,7 % en volume et - 0,4 % en valeur), les évolutions du grand commerce sont plus dynamiques. En 2013, la part du grand commerce s'élève à 50,8 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé.

---

<sup>78</sup> 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.

<sup>79</sup> Définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998

<sup>80</sup> 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	2012	2013p	mds d'euros 2013p
<b>En valeur</b>					
TIC	-3,3	-2,5	-1,7	1,9	4,4
Equipement du foyer	4,6	2,3	2,7	1,7	28,8
Culture et loisirs	2,6	2,7	1,8	-2,0	7,4
Habillement-Chaussures	4,0	4,7	5,1	2,1	19,6
Equipement de la personne	8,8	8,8	7,2	-2,2	6,6
Autres (4776Z et 4778C)	2,9	5,3	5,6	-2,4	2,6
<b>Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé</b>	<b>3,9</b>	<b>3,4</b>	<b>3,5</b>	<b>0,9</b>	<b>69,4</b>
<b>En volume</b>					
TIC	6	8,3	5,3	12,2	
Equipement du foyer	4,4	1,5	1,6	1,5	
Culture et loisirs	2,4	1,9	1,1	-2,0	
Habillement-Chaussures	3,6	4,7	2,6	1,3	
Equipement de la personne	5,9	4,6	3,7	-3,0	
Autres (4776Z et 4778C)	12,1	15,5	13,6	7,0	
<b>Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé</b>	<b>4,8</b>	<b>4,2</b>	<b>3,1</b>	<b>2,0</b>	

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

Source : Insee - É sane et Comptes du Commerce

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

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

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

Source : Insee - Esane et Comptes du Commerce

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

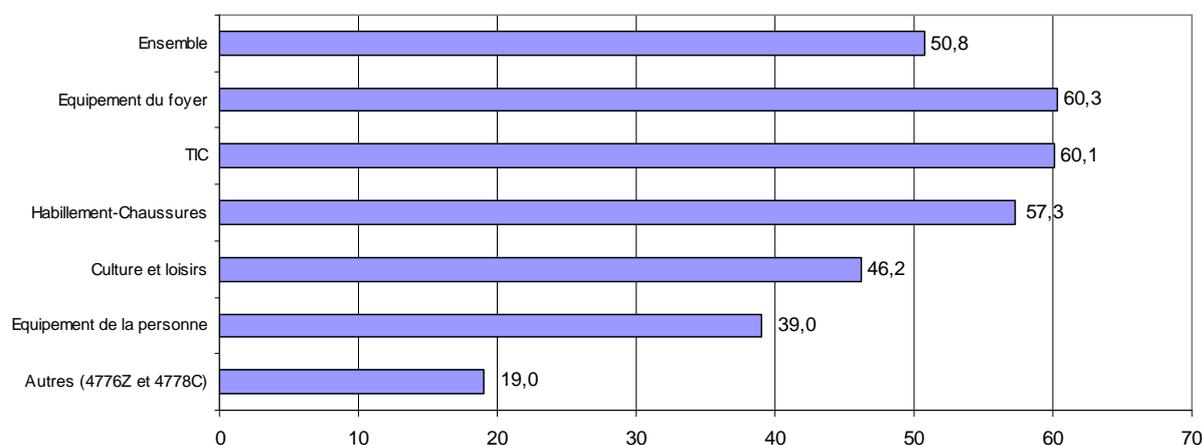
Le grand commerce du secteur des TIC regroupe les magasins spécialisés dans la vente d'ordinateurs, d'équipements périphériques, d'équipements de télécommunication et de produits électroniques grand public tels que la Fnac et Micromania.

Dans le secteur des TIC, le grand commerce enregistre une croissance du chiffre d'affaires en volume de 12,2 %. 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 (+ 1,9 %). 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 année<sup>81</sup>.

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 et Comptes du Commerce

## ▪ Équipement du foyer

Le grand commerce de l'équipement du foyer continue à croître en 2013 (+ 1,7 % en valeur et + 1,5 % en volume). L'équipement du foyer dans son ensemble affiche un repli aussi bien en valeur (- 0,3 %) qu'en volume (- 0,6 %) en 2013. Le commerce spécialisé dans l'équipement du foyer est représenté essentiellement par les grandes surfaces de bricolage (Leroy Merlin, Castorama), d'ameublement (Conforama, Ikéa) et d'appareils électroménagers (Darty, Boulanger). Le marché du meuble souffre 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 durables<sup>82</sup>.

Les entreprises du grand commerce de l'équipement du foyer réalisent 60,3 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur.

<sup>81</sup> GFK : « Bilan 2013 des marchés de bien technique en France »

<sup>82</sup> 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 en 2013 (- 2 % en valeur et en volume) 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 Megastore<sup>83</sup>, disparaît du paysage commercial.

La part du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 46,2 % 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 (+ 2,1 % en valeur et 1,3 % en volume) mais à un rythme inférieur aux années précédentes (+ 5,1 % en 2012 et + 4,7 % en 2011 en valeur).

Dans l'ensemble du commerce, le secteur Habillement-chaussure augmente également mais plus faiblement que dans le grand commerce en 2013 (+ 1,1 % en valeur et + 0,3 % en volume).

Les grandes enseignes de l'habillement-chaussure réalisent en 2013, 57,3 % du chiffre d'affaires du secteur.

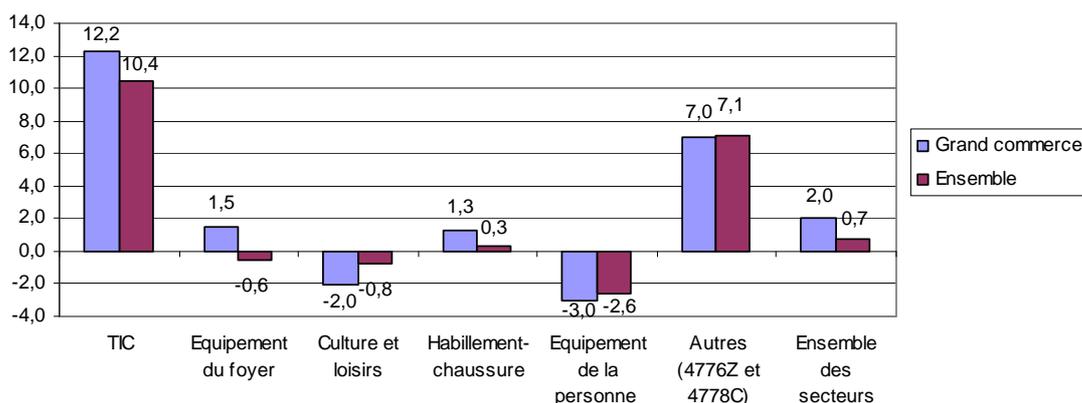
### ▪ Équipements de la personne (hors habillement-chaussure)

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 valeur (- 2,2 %) et en volume (- 3,0 %) 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.<sup>84</sup>

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 39 % 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

<sup>83</sup> Revue LSA : le magazine de la grande distribution (revue du 30/01/2014)

<sup>84</sup> 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 marchés<sup>85</sup>

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 (- 2,1 % en volume) contrairement aux années précédentes (+ 0,4 % en 2012, + 1,4 % en 2011).

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 (- 0,1 %) et conduit à une évolution étale en valeur (+ 0,1 %).

**Tableau 3** : Évolution du chiffre d'affaires *HT en valeur et en volume* du grand commerce pour le secteur commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés entre 2011 et 2013.

	En %		
Hors magasins, éventaires ou marchés	2011	2012	2013p
<b>En valeur</b>			
Grand commerce (50 salariés ou plus)	2,0	1,8	-1,9
Ensemble	2,2	14,6	0,1
<b>En volume</b>			
Grand commerce (50 salariés ou plus)	1,4	0,4	-2,1
Ensemble	1,6	13,0	-0,1

Source : Insee - Esane Comptes du Commerce

<sup>85</sup> 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 spécialisé

Le grand commerce du secteur grands magasins et autres commerces 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.

En %

Grands magasins et autres commerce de détail en magasin non spécialisé	2011	2012	2013p
<b>En valeur</b>			
Grand commerce	6,0	6,6	1,4
Ensemble	4,9	5,8	1,7
<b>En volume</b>			
Grand commerce	5,2	4,9	0,5
Ensemble	4,1	4,1	0,9

Source : Insee - Esane Comptes du Commerce

Les ventes en volume du grand commerce des grands magasins augmentent en 2013 (+ 0,5 %) mais à un rythme moins rapide que les années précédentes (+ 4,9 % en 2012 et + 5,2 % en 2011).

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»)<sup>86</sup>

L'ensemble du secteur est légèrement en hausse en volume (+ 0,9 % en 2013) mais ralentit également par rapport aux années précédentes (+ 4,1 % en 2011 et 2012).

<sup>86</sup> Revue LSA : le magazine de la grande distribution (revue du 13/02/2014)

### 3 - L'emploi dans le grand commerce en 2012

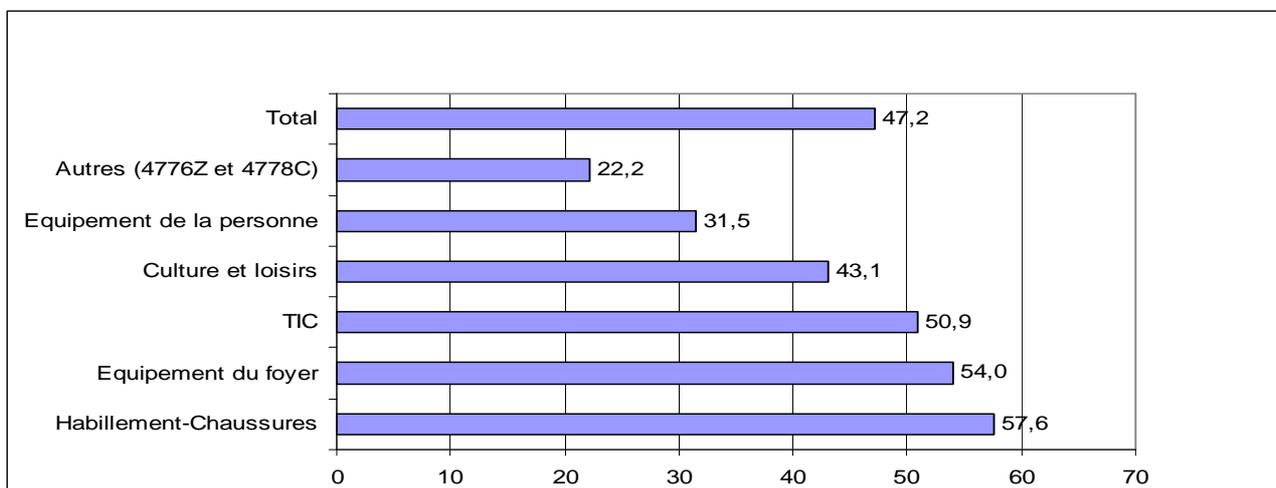
Au 31 décembre 2012, 313 400 personnes travaillent dans le grand commerce tel que défini par la commission des comptes commerciaux de la Nation, ce qui représente 47,2 % de l'ensemble des salariés des secteurs du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé. Comme le chiffre d'affaires du grand commerce s'élève en 2012 à un peu plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'ensemble (50,2 %), la productivité relative du travail mesurée ici par le rapport entre la part du chiffre d'affaires réalisé et la proportion des salariés est donc un peu plus élevée dans le grand commerce que dans les autres établissements des secteurs concernés<sup>87</sup>.

Le secteur de l'habillement-chaussures est celui où la part de salariés dans le grand commerce est la plus élevée (57,6 %) avec 110 600 personnes. La productivité relative du travail y est de 1 en 2012. Pour le secteur de l'équipement du foyer, les grandes enseignes emploient plus de la moitié des salariés du secteur (54 %) pour une productivité relative de 1,1.

Le secteur des TIC emploie 12 700 personnes dans le grand commerce, ce qui représente 50,9 % 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 43,1 % et 31,5 %).

Enfin le secteur « autres » (4776Z et 4778C) est celui où la part des salariés travaillant dans le grand commerce est la plus faible avec 22,2 % ce qui correspond à 16 800 personnes.

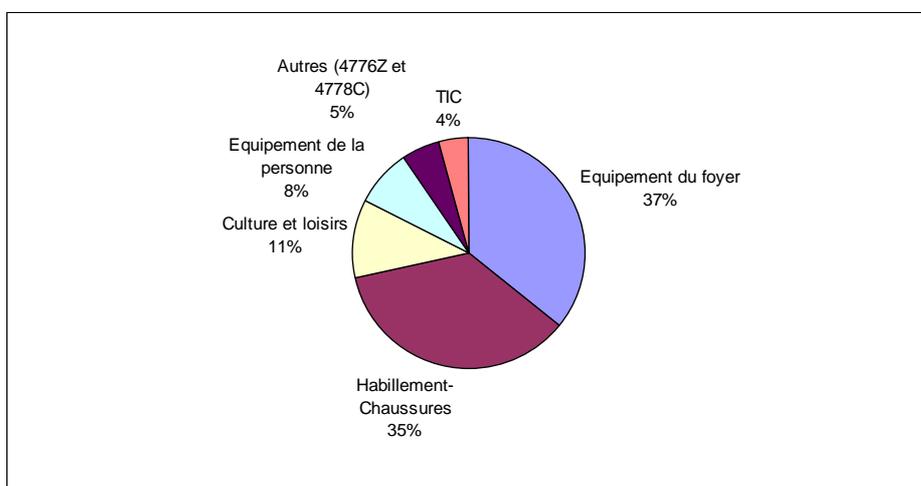
**Graphique 3** : Part des salariés\* des secteurs du commerce non alimentaire spécialisé travaillant dans le grand commerce en 2012



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2012)

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

**Graphique 4** : Répartition des salariés du grand commerce selon le secteur d'activité au 31/12/2012



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2012)

<sup>87</sup> 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 entreprises n'ont qu'un seul magasin

Pour le commerce de détail, l'enquête sectorielle annuelle d'entreprise dans le commerce, d'où sont issues les données présentées ici, donne la situation du parc fin 2012. S'agissant d'une enquête par sondage, la précision des résultats ne doit pas être considérée à l'unité près.

Dans le commerce de détail alimentaire (y compris artisanat commercial) et non-alimentaire, les magasins de moins de 400 m<sup>2</sup> restent très majoritaires (respectivement 91 % et 88 % du parc). Les magasins de plus de 2 500 m<sup>2</sup> sont pour l'essentiel des hypermarchés ou des magasins d'équipement du foyer.

En 2012, 96 % des entreprises<sup>89</sup> 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 (57 %). Même si les entreprises possédant dix magasins ou plus sont très peu nombreuses (0,4 %), elles génèrent 38 % 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 97 % des entreprises et réalisent 53 % du chiffre d'affaires du secteur. À l'opposé, les grandes entreprises succursalistes possédant au moins dix magasins, peu nombreuses (1 %), réalisent 44 % 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 53 % du chiffre d'affaires et celles qui possèdent un ou deux magasins (c'est-à-dire 96 % des entreprises) réalisent 38 % 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 (0,3 % des entreprises) mais génèrent à elles seules près de la moitié du chiffre d'affaires du secteur (47 %). 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 94 % des entreprises) réalisent 44 % 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 51 %.

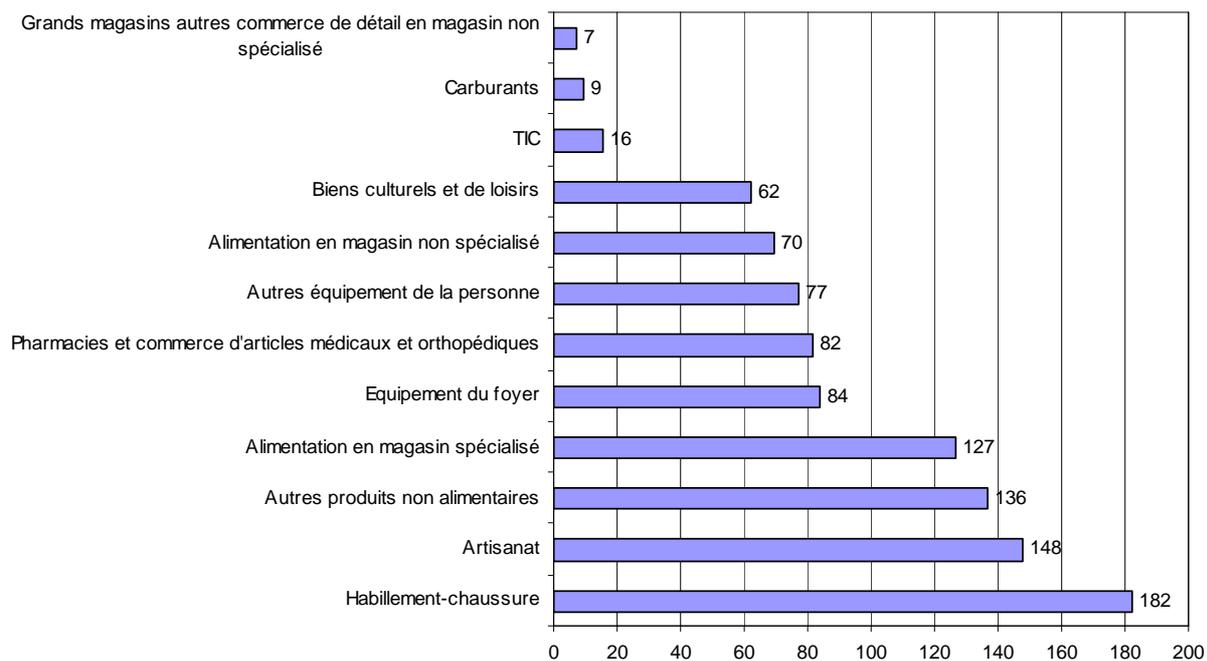
**Tableau 1** : Le nombre de magasins des entreprises<sup>88</sup> du commerce de détail et de l'artisanat commercial en 2012

Secteurs d'activité	2012
<b>Prédominance alimentaire en magasins</b>	126 300
Moins de 120 m2	99 900
De 120 m2 à moins de 400 m2	14 500
De 400 m2 à moins de 2500 m2	9 800
2500 m2 et plus	2 100
<b>Pharmacies</b>	27 300
Moins de 120 m2	21 300
Plus de 120m2	6 000
<b>Non alimentaire en magasins hors pharmacies</b>	212 600
Moins de 120 m2	150 700
De 120 m2 à moins de 400 m2	37 000
De 400 m2 à moins de 2500 m2	22 100
2500 m2 et plus	2 800
<b>Carburants</b>	3 500
Moins de 120 m2	2 800
De 120 m2 à moins de 400 m2	300
De 400 m2 à moins de 2500 m2	170
2500 m2 et plus	230

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2012

<sup>88</sup> 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.

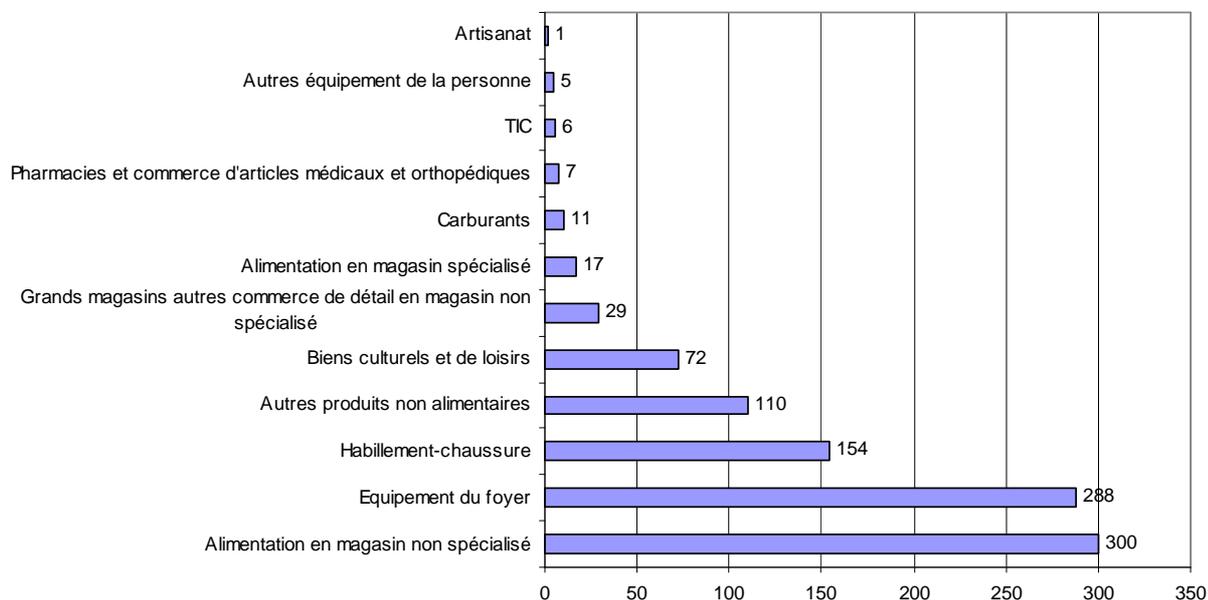
**Graphique 1** : Répartition du nombre de magasins de moins de 400 m<sup>2</sup> par secteur d'activité en 2012



Note de lecture : sur 1 000 magasins de moins de 400 m<sup>2</sup>, 182 sont des magasins de l'habillement-chaussure.

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2012

**Graphique 2** : Répartition du nombre de magasins de plus de 400 m<sup>2</sup> par secteur d'activité en 2012



Note de lecture : sur 1 000 magasins de plus de 400 m<sup>2</sup>, 300 sont des magasins d'alimentation en magasin non spécialisé

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2012

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

La Direction Générale de l'Énergie et du Climat (DGEC), recense 10 950 points de vente de carburants à la fin de l'année 2013, soit 218 de moins par rapport à fin 2012. En 2012, le nombre de stations-services avait diminué de 832 unités. Dans le même temps, le nombre de points de vente de carburants des grandes et moyennes surfaces a décliné de 7 unités et celui des points de vente situés en bordure d'autoroute de 12 unités.

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 près de 4 fois plus qu'aujourd'hui. Leur implantation s'est beaucoup modifiée. Ainsi, 423 points de vente sont situés en bordure d'autoroute, contre 226 en 1980, et 4 983 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 2,2 % en 2013. Elles ne représentent plus que 47 % des stations-services en 2013 (80 % en 2002). Les autres sont des indépendants qui s'approvisionnent auprès de grossistes en carburants.

## 1.2 - La construction de locaux du commerce

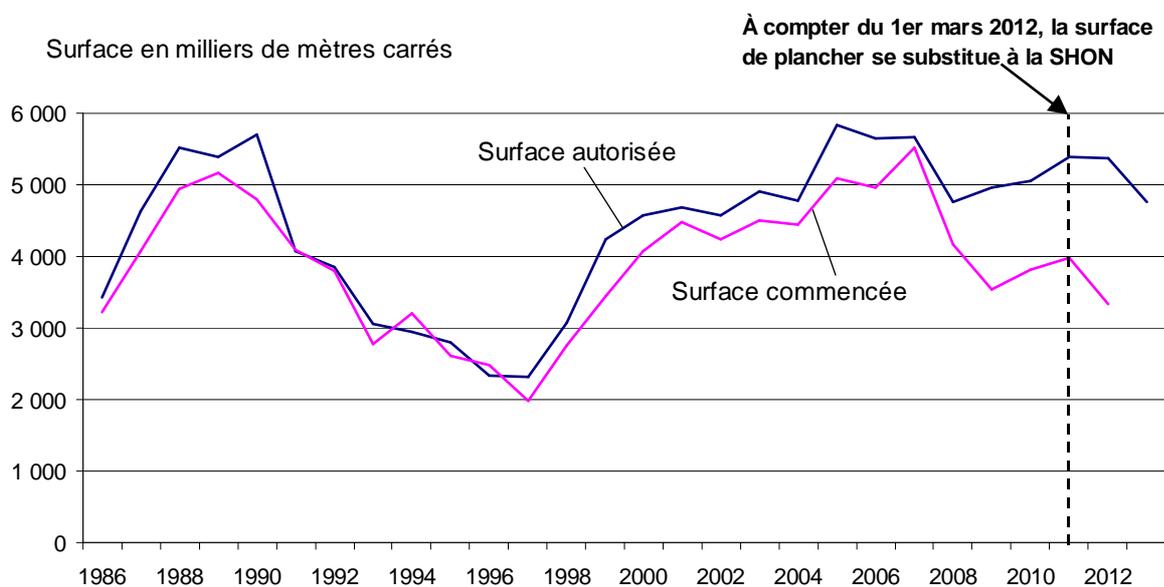
### Avertissement

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<sup>er</sup> 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).

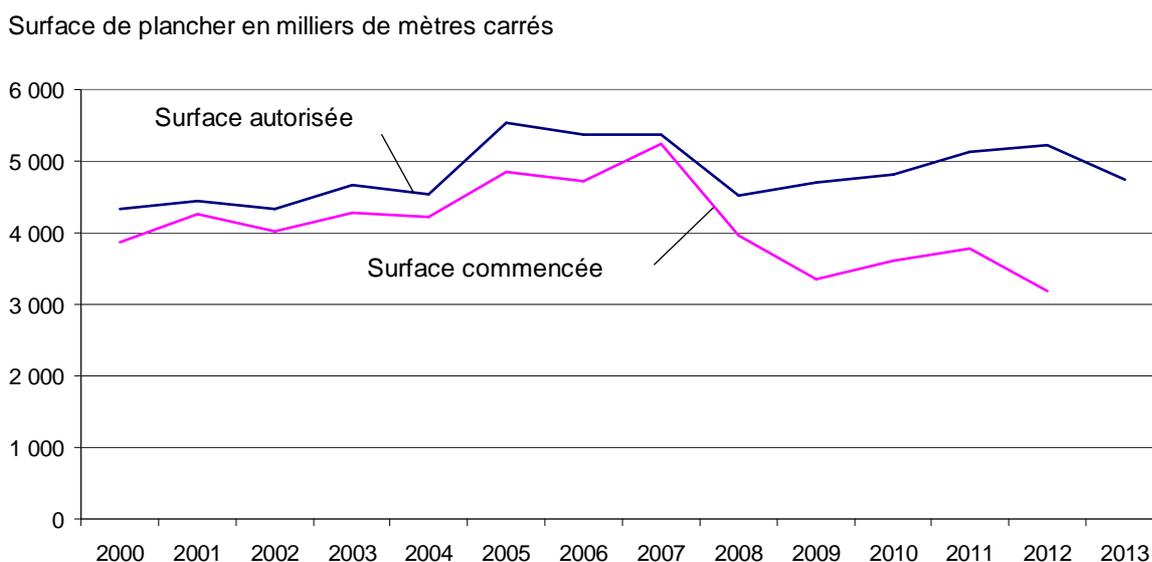
**Graphique 3** : Surfaces commencées et autorisées pour l'ensemble du commerce



Note : surface de plancher hors œuvre nette (jusqu'au 1<sup>er</sup> 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 m<sup>2</sup> 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)
<b>Surface autorisée</b>	5 061,6	5 391,3	5 375,6	4 754,4	6,5	-0,3	-11,6
<b>Surface commencée</b>	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 m<sup>2</sup> pour l'ensemble du commerce et évolution en % de 2010 à 2013

	2010	2011	2012	2013	2011/2010	2012/2011	2013/2012
<b>Surface autorisée</b>	4 808,8	5 122,2	5 218,9	4 748,4	6,5	1,9	-9,0
<b>Surface commencée</b>	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)

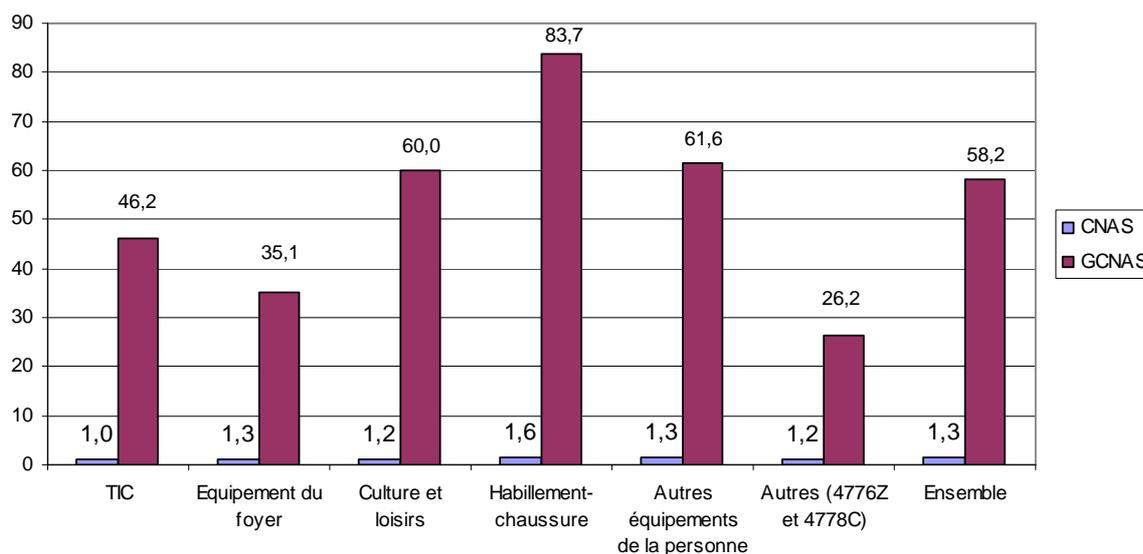
## 2 - L'équipement commercial dans le grand commerce<sup>89</sup>

En 2012, les entreprises du grand commerce non alimentaire spécialisé possèdent en moyenne 58 magasins. Ce nombre est 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 84 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 entreprises<sup>90</sup> pour le grand commerce



Source : Insee - *États Comptes du Commerce*

CNAS : commerce non alimentaire spécialisé

GCNAS : grand commerce non alimentaire spécialisé

<sup>89</sup> On s'en tient ici à la définition traditionnelle du grand commerce non alimentaire spécialisé.

<sup>90</sup> 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 400m<sup>2</sup>. 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 m<sup>2</sup> ;
- les supermarchés « classiques » d'une surface comprise entre 400 et 2500 m<sup>2</sup> ;
- les magasins de hard discount d'une surface comprise entre 400 et 2500 m<sup>2</sup> ;
- les « magasins multicommerces » (dénommés « magasins populaires » en Naf rév. 1).

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 m<sup>2</sup>. 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 :

- par construction, les différentes catégories de grandes surfaces reposent sur des seuils de surface de vente, et la surface déclarée peut différer selon les 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 m<sup>2</sup> font partie des GSA.

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

Départements		Nombre de grandes surfaces alimentaires			
		Hypermarchés	Supermarchés	Hard Discount	"Magasins multicommerce"
1	Ain	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	70	53	2
15	Cantal	S	19	7	
16	Charente	16	35	22	
17	Charente-Maritime	27	78	34	2
18	Cher	10	39	26	
19	Corrèze	8	38	22	
21	Côte-d'Or	19	75	41	1
22	Côtes-d'Armor	38	70	43	2
23	Creuse	5	15	9	1
24	Dordogne	15	56	33	1
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	34	121	84	2
32	Gers	8	26	17	
33	Gironde	52	139	90	4
34	Hérault	35	90	79	6
35	Ille-et-Vilaine	51	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	56	26	
41	Loir-et-Cher	10	35	20	1
42	Loire	18	64	48	1
43	Haute-Loire	5	29	13	
44	Loire-Atlantique	62	100	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

Tableau 3 (suite et fin)

Départements		Nombre de grandes surfaces alimentaires			
		Hypermarchés	Supermarchés	Hard Discount	"Magasins multicommerce"
51	Marne	18	55	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	248	248	6
60	Oise	37	60	63	2
61	Orne	13	27	22	1
62	Pas-de-Calais	36	170	171	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	105	68	2
68	Haut-Rhin	26	63	57	1
69	Rhône	29	139	64	10
70	Haute-Saône	12	35	23	1
71	Saône-et-Loire	22	67	52	1
72	Sarthe	27	56	47	1
73	Savoie	12	64	25	2
74	Haute-Savoie	23	91	31	4
75	Paris	10	374	33	55
76	Seine-Maritime	40	104	96	2
77	Seine-et-Marne	35	116	66	3
78	Yvelines	26	126	45	6
79	Deux-Sèvres	19	34	18	
80	Somme	22	64	64	2
81	Tarn	18	29	31	2
82	Tarn-et-Garonne	9	30	22	
83	Var	24	114	65	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	35	29	1
90	Territoire de Belfort	6	17	9	1
91	Essonne	31	97	66	2
92	Hauts-de-Seine	12	163	24	24
93	Seine-Saint-Denis	27	103	47	12
94	Val-de-Marne	18	119	35	12
95	Val-d'Oise	24	87	53	4
97	DOM	33	175	S	6
2A	Corse-du-Sud	4	28		1
2B	Haute-Corse	7	24		
<b>Total</b>		1981	6664	4063	268

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	146	27	17	17	16	8	13
3	Allier	120	18	18	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	19	8	21	10
7	Ardèche	89	13	7	12	12	9	5
8	Ardenne	65	13	6	8	3	3	10
9	Ariège	48	9	6	7	7	4	4
10	Aube	110	33	15	13	7	5	7
11	Aude	127	25	13	13	12	11	8
12	Aveyron	86	14	14	17	S	6	9
13	Bouches-du-Rhône	380	63	52	49	21	37	29
14	Calvados	202	35	30	27	12	16	8
15	Cantal	54	8	8	10	3	3	4
16	Charente	110	16	16	15	18	8	9
17	Charente-Maritime	203	35	33	35	16	11	16
18	Cher	103	18	15	17	8	S	9
19	Corrèze	92	15	13	12	9	5	7
21	Côte-d'Or	155	26	22	18	21	7	12
22	Côtes-d'Armor	196	37	27	26	23	15	9
23	Creuse	33	5	3	6	7	S	S
24	Dordogne	157	25	18	25	12	15	9
25	Doubs	184	27	28	23	12	11	14
26	Drôme	145	20	19	20	12	11	9
27	Eure	144	25	17	25	17	10	10
28	Eure-et-Loir	118	17	17	15	11	6	12
29	Finistère	319	60	54	38	38	23	11
30	Gard	175	30	21	26	10	13	9
31	Haute-Garonne	324	63	39	43	30	26	16
32	Gers	49	6	4	12	11	S	S
33	Gironde	412	69	59	63	25	36	25
34	Hérault	280	58	39	29	14	26	23
35	Ille-et-Vilaine	314	63	47	37	24	17	15
36	Indre	71	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	45	7	6	5
41	Loir-et-Cher	93	11	13	12	14	7	7
42	Loire	177	28	29	19	10	13	18
43	Haute-Loire	61	12	7	12	S	6	4
44	Loire-Atlantique	371	75	65	53	20	28	17
45	Loiret	201	37	26	27	18	16	12
46	Lot	53	6	10	13	4	4	3
47	Lot-et-Garonne	115	20	19	10	10	8	8
48	Lozère	24	S	4	7	.	.	S
49	Maine-et-Loire	237	44	44	28	19	10	11
50	Manche	187	36	31	37	9	10	6

Tableau 4 (suite et fin)

Départements		Nombre de grandes surfaces non alimentaires						
		Total	Habillement	Meuble	Bricolage	Jardinerie	Sport	Chaussure
51	Marne	184	34	25	19	13	9	13
52	Haute-Marne	67	12	10	11	8	4	6
53	Mayenne	108	11	15	18	17	6	6
54	Meurthe-et-Moselle	202	37	27	21	14	12	18
55	Meuse	55	9	4	10	5	3	4
56	Morbihan	263	46	47	28	24	20	10
57	Moselle	347	62	46	33	17	21	26
58	Nièvre	80	12	10	15	8	6	5
59	Nord	585	126	71	53	42	43	49
60	Oise	216	47	18	20	29	12	19
61	Orne	84	19	9	15	5	4	S
62	Pas-de-Calais	476	76	76	38	61	23	37
63	Puy-de-Dôme	179	33	22	20	12	16	17
64	Pyrénées-Atlantiques	205	30	31	25	21	14	12
65	Hautes-Pyrénées	62	8	7	11	4	3	6
66	Pyrénées-Orientales	129	22	15	15	9	13	9
67	Bas - Rhin	244	40	37	25	20	20	17
68	Haut - Rhin	187	30	31	19	13	13	16
69	Rhône	318	69	47	33	18	23	24
70	Haute-Saône	83	13	9	9	10	6	8
71	Saône-et-Loire	219	39	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	35	43	26	19	26	13
75	Paris	412	205	49	19	5	18	4
76	Seine-Maritime	325	70	49	39	26	14	18
77	Seine-et-Marne	376	95	49	33	27	15	32
78	Yvelines	284	56	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	13	18	12	9	8
82	Tarn-et-Garonne	81	11	12	12	7	S	6
83	Var	206	29	25	24	13	21	12
84	Vaucluse	166	37	26	16	10	18	7
85	Vendée	228	31	36	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	263	50	29	31	22	21	21
92	Hauts-de-Seine	109	33	7	18	4	5	8
93	Seine-Saint-Denis	182	61	21	15	5	11	11
94	Val-de-Marne	218	63	30	16	9	9	16
95	Val-d'Oise	240	50	36	15	18	13	21
97	DOM	230	31	36	49	13	19	4
2A	Corse-du-Sud	35	5	7	6	S	4	S
2B	Haute-Corse	39	4	4	10	S	S	S
<b>Total</b>		<b>16977</b>	<b>3238</b>	<b>2372</b>	<b>2115</b>	<b>1335</b>	<b>1161</b>	<b>1123</b>

Sources : répertoire Sirene, enquête d'amélioration du répertoire 2013, Contours de réseaux, Tascom  
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.

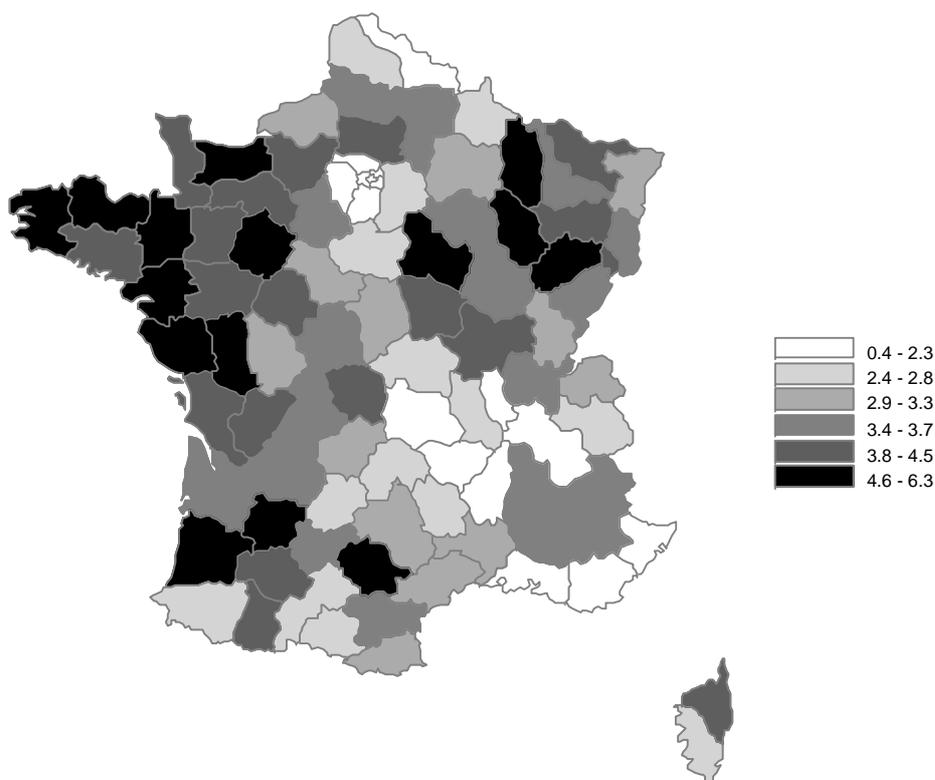
Les cartes suivantes montrent la densité en grandes surfaces par département (en nombre de magasins pour 100 000 habitants).

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 l'analyse de la densité en grandes surfaces. Par exemple, l'Île-de-France est caractérisé par un nombre de GSNA pour 100 000 habitants faible alors que c'est la région où le nombre de salariés de ces grandes surfaces pour 100 000 habitants est le plus élevé.

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 des magasins restent localisés dans la région Nord-Pas-de-Calais. En effet, 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.

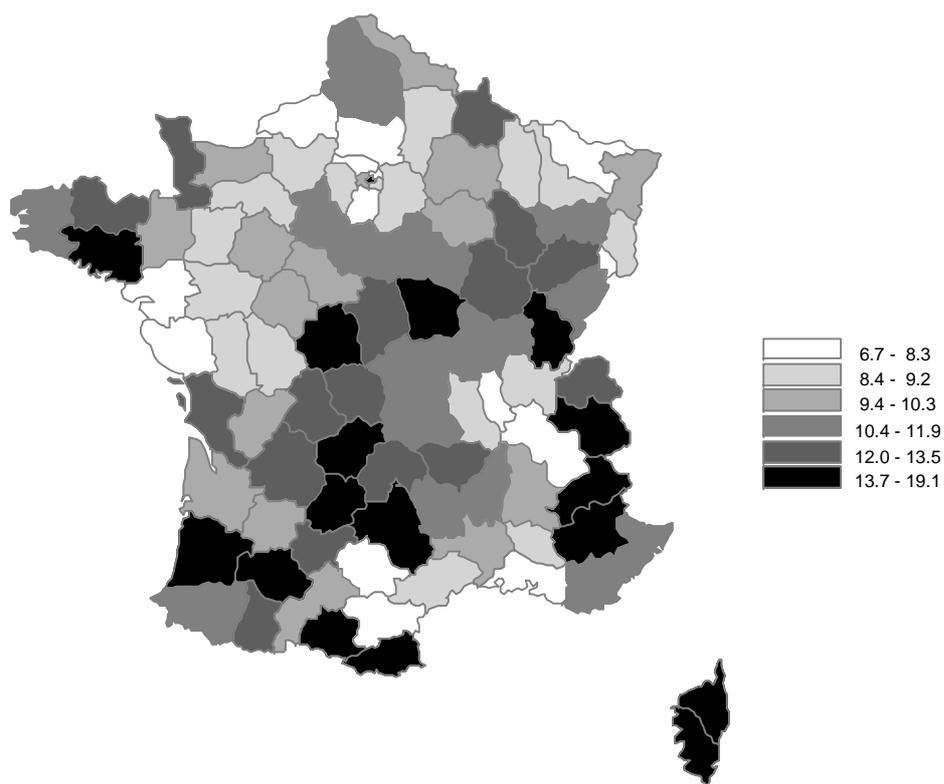
Dans les autres secteurs, d'autres disparités apparaissent. Si les grandes surfaces d'habillement se concentrent davantage dans le nord-ouest, à l'opposé, dans l'est et au centre se situent les grandes surfaces de chaussures. Les grandes surfaces de sport restent plus concentrées dans le sud de la France ; 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

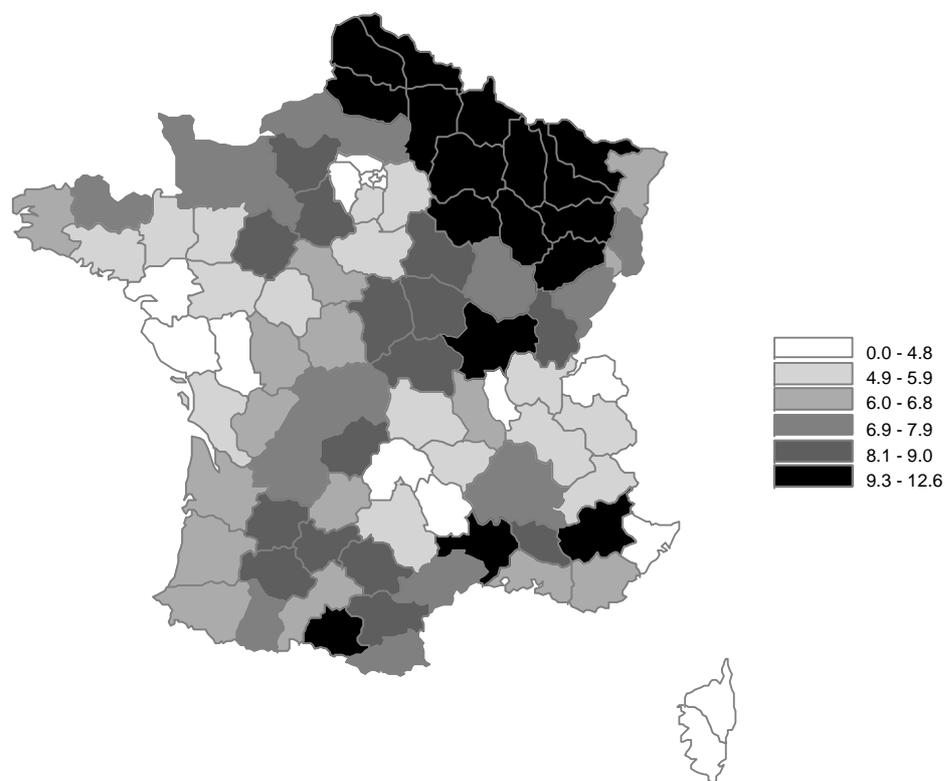


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de supermarchés pour 100 000 habitants

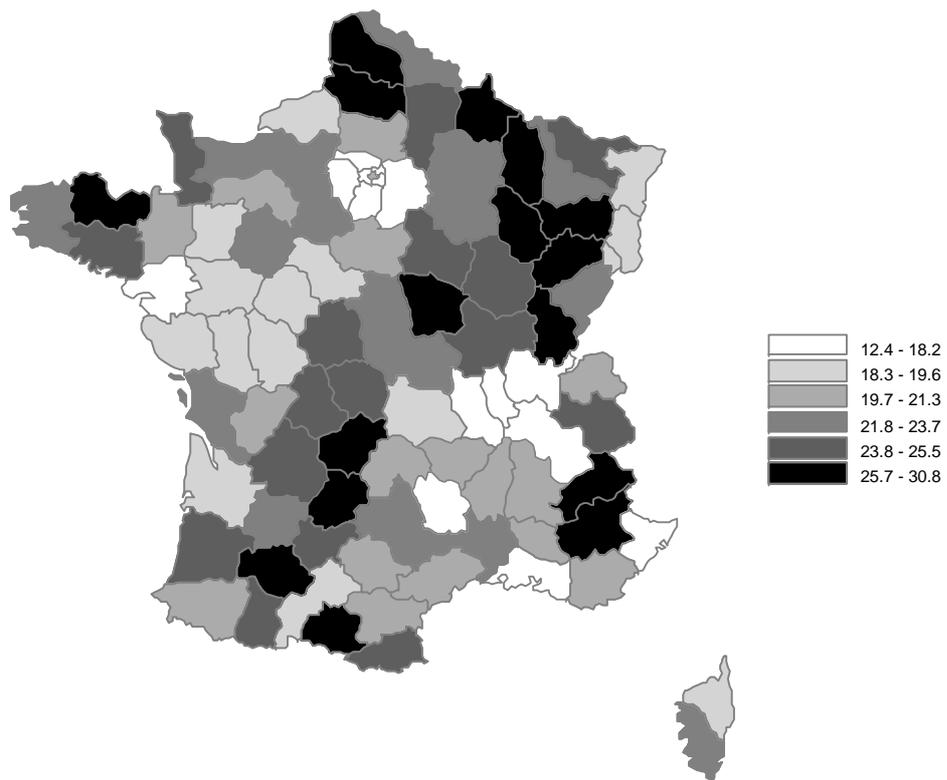


Nombre de Hard Discount pour 100 000 habitants

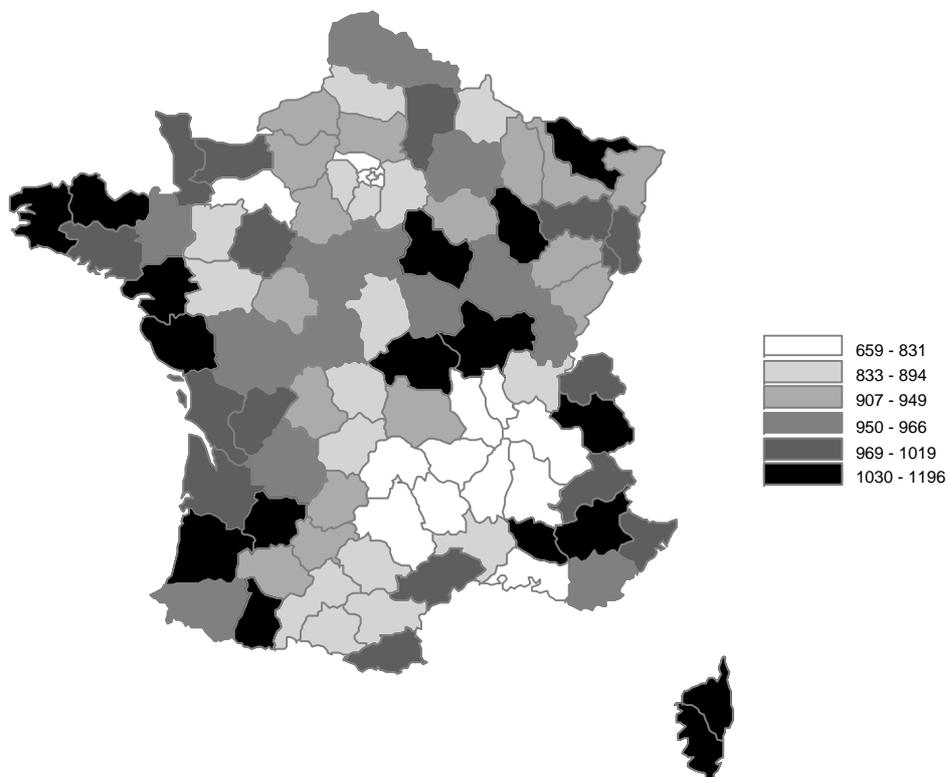


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GSA pour 100 000 habitants

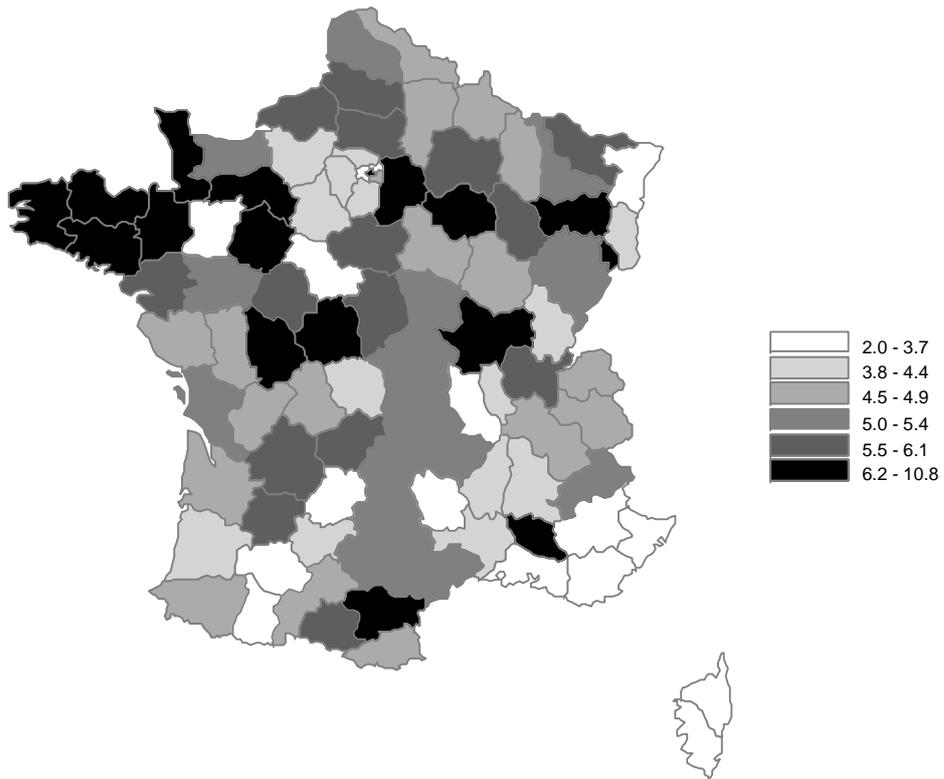


Salariés de GSA pour 100 000 habitants

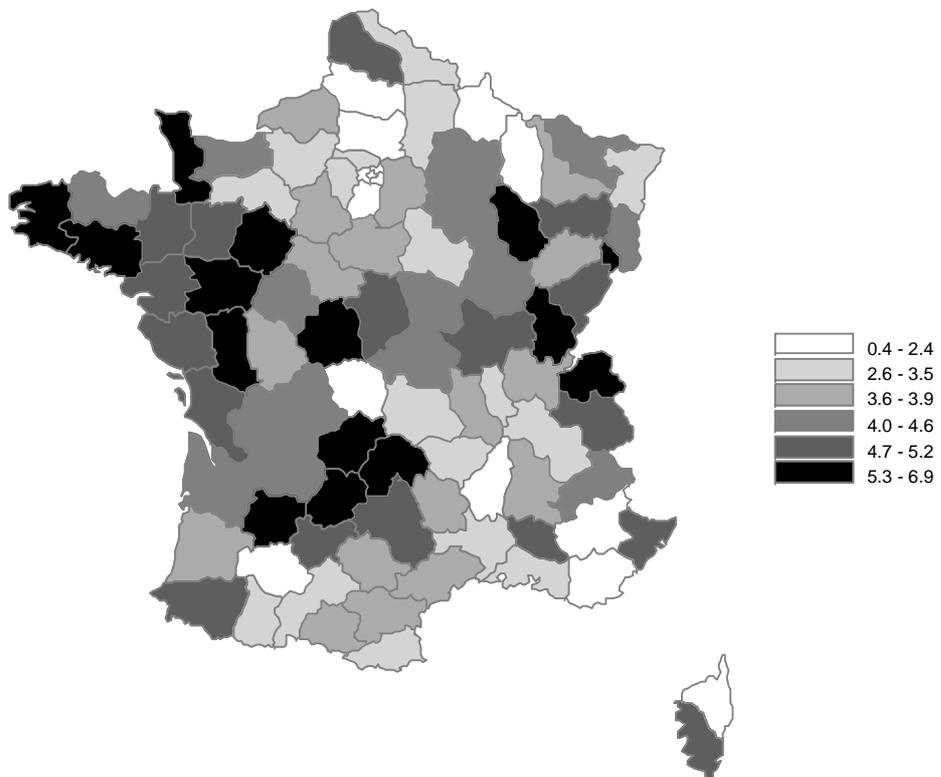


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GS d'habillement pour 100 000 habitants

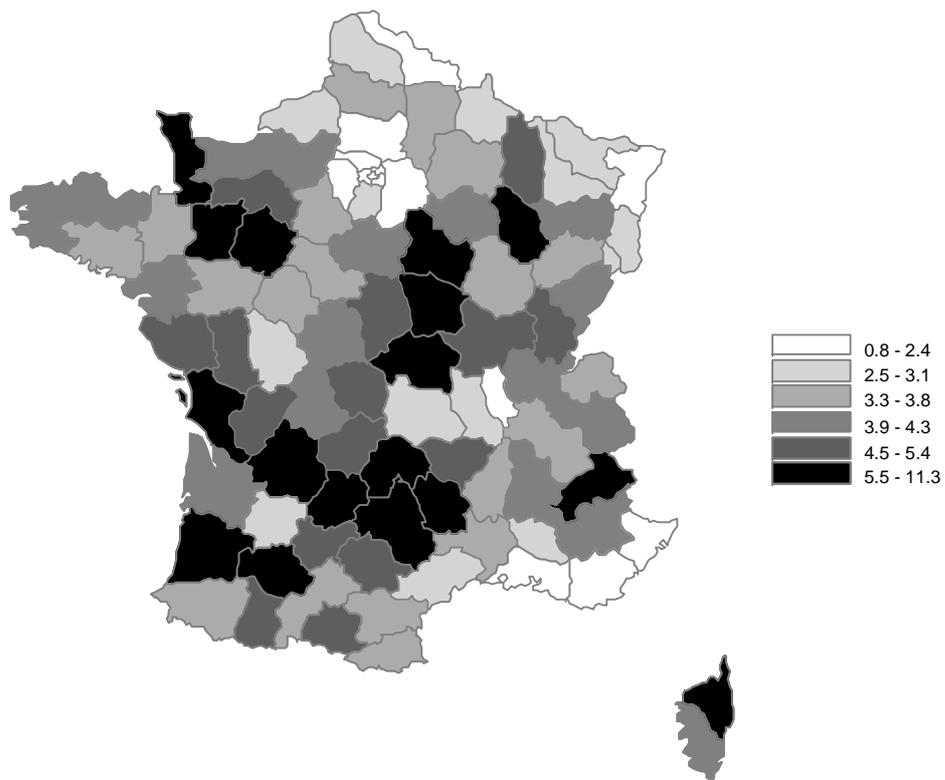


Nombre de GS de meubles pour 100 000 habitants

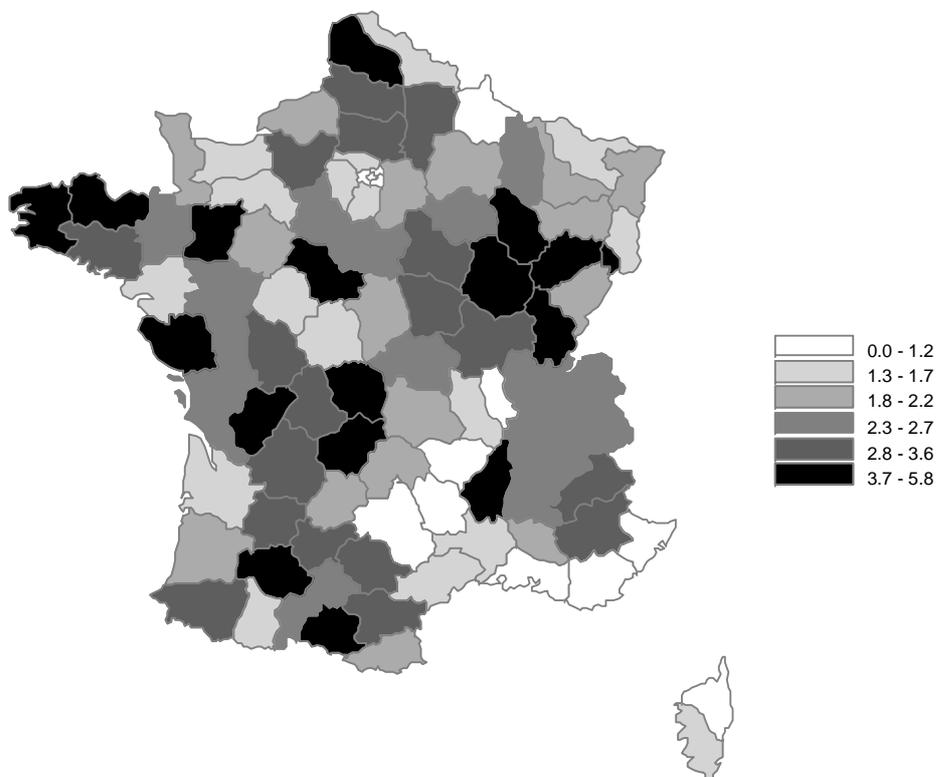


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GS de bricolage pour 100 000 habitants

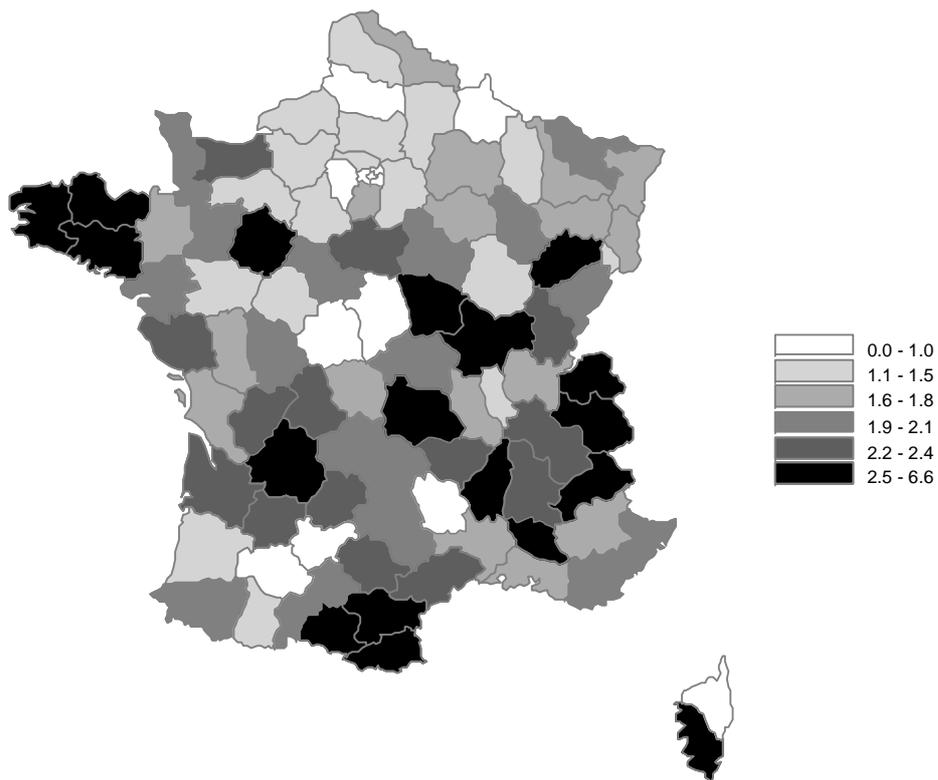


Nombre de GS de jardinerie pour 100 000 habitants

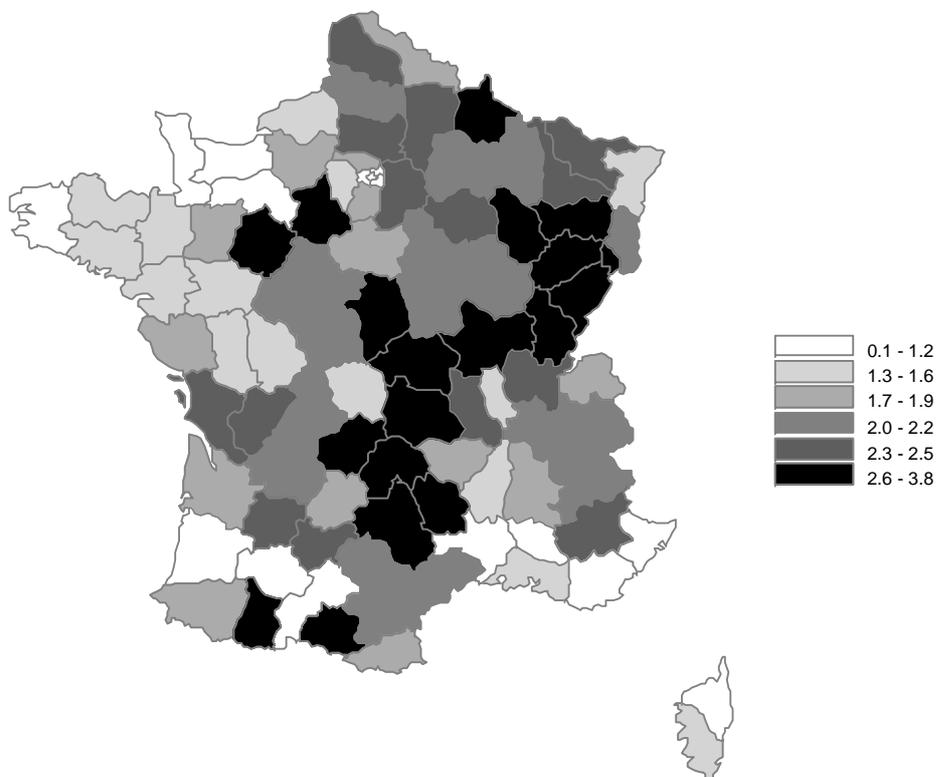


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GS de sport pour 100 000 habitants

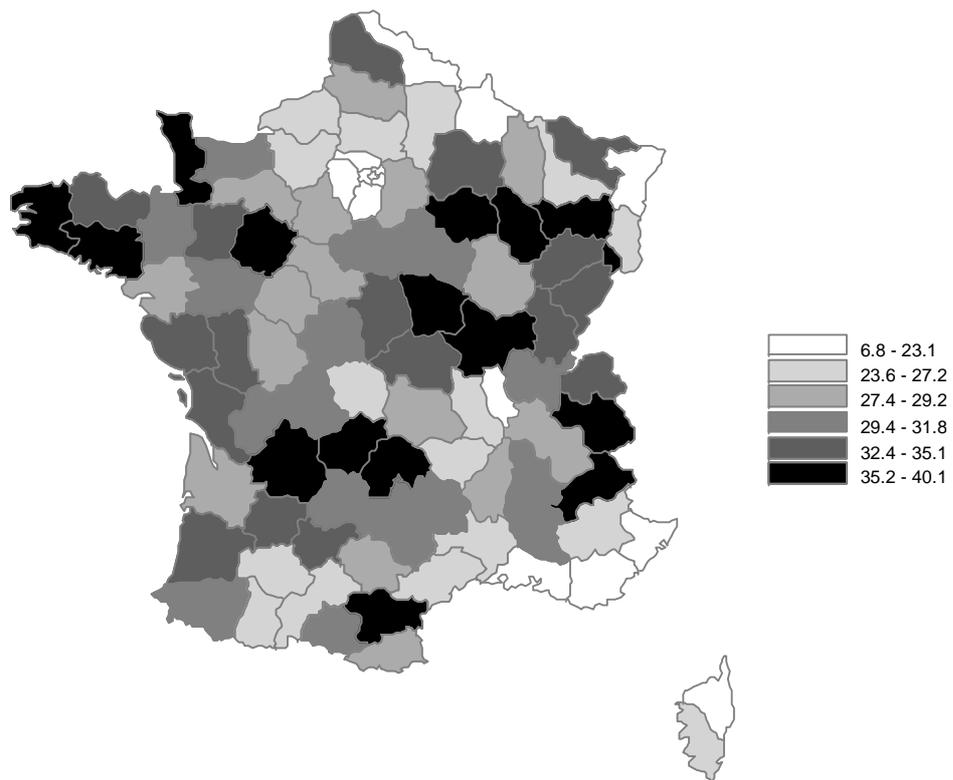


Nombre de GS de chaussures pour 100 000 habitants

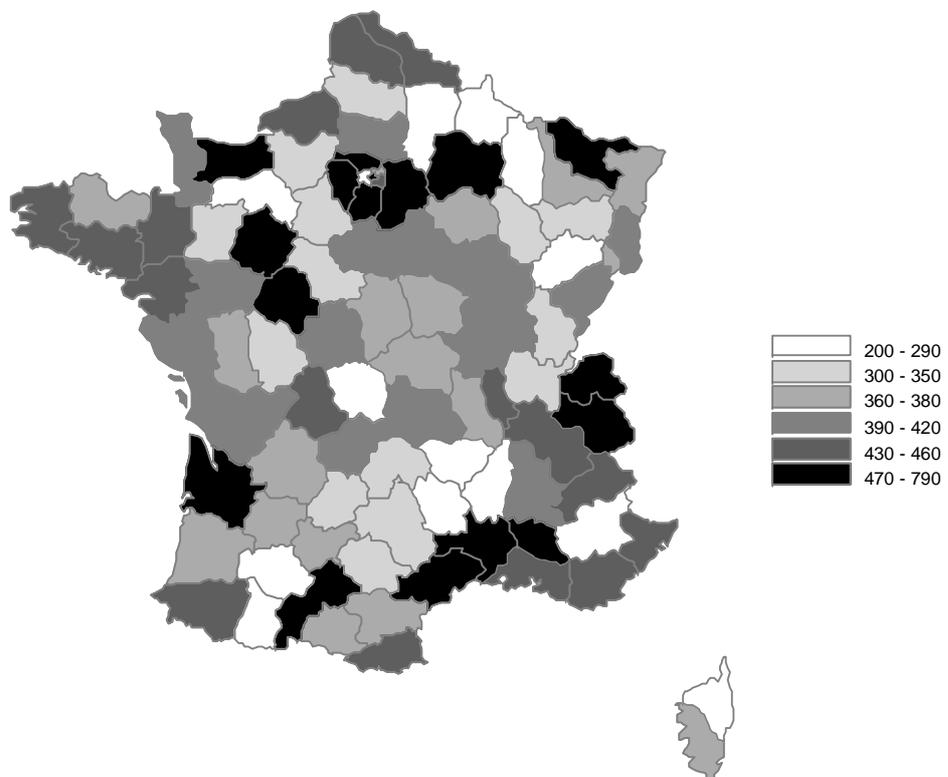


Source : Insee - Comptes du commerce

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'automobiles<sup>91</sup> accuse un nouveau recul en 2013. Les ventes toutes taxes comprises atteignent 103 milliards d'euros (tableau 1). Elles diminuent de 3,3 % en volume et de 2,0 % en valeur (tableau 2).

Ces résultats médiocres sont essentiellement imputables au secteur du commerce de véhicules automobiles dont les ventes ont diminué de 4,2 % en volume en 2013 alors qu'elles avaient déjà chuté de 8,0 % en 2012. La morosité de la conjoncture conjuguée à la fin des mesures de soutien du marché de 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 2,0 % 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 d'automobiles s'accompagne d'une diminution de l'emploi. Les effectifs salariés du secteur sont en repli de 1,9 % 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	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013p	Valeur 2013p (en G €)
Commerce de véhicules automobiles	-0,2	5,5	7,1	1,6	6,4	-0,4	1,8	3,6	5,0	-6,0	-2,8	71,8
Entretien et réparation de véhicules automobiles	3,1	7,3	2,4	4,3	4,1	1,8	-3,6	-8,7	-0,3	-1,1	-0,5	20,0
Commerce de gros d'équipements automobiles	5,1	-0,4	7,9	6,4	4,2	0,8	-5,6	13,3	11,6	3,7	-1,3	1,2
Commerce de détail d'équipements automobiles	4,1	-1,2	8,4	1,5	4,6	2,0	1,3	-3,0	9,6	6,4	2,7	7,7
Commerce et réparation de motocycles	1,8	5,0	-3,3	3,9	1,4	0,7	-7,6	4,5	1,7	-7,4	-3,5	2,7
<b>ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION D'AUTOMOBILES</b>	<b>0,7</b>	<b>5,5</b>	<b>5,9</b>	<b>2,3</b>	<b>5,7</b>	<b>0,2</b>	<b>0,4</b>	<b>0,7</b>	<b>4,2</b>	<b>-4,3</b>	<b>-2,0</b>	<b>103,4</b>

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	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013p
Commerce de véhicules automobiles	-2,3	3,0	5,4	0,0	3,9	-2,6	1,9	2,7	2,6	-8,0	-4,2
Entretien et réparation de véhicules automobiles	-0,2	3,1	-1,8	0,8	0,4	-3,3	-4,0	-11,5	-3,2	-3,5	-2,0
Commerce de gros d'équipements automobiles	3,2	-4,1	5,1	3,5	0,6	-2,8	-7,6	12,1	11,6	1,8	-2,4
Commerce de détail d'équipements automobiles	2,6	-4,9	5,5	-1,4	0,7	-2,2	-0,2	-4,5	9,0	4,5	1,6
Commerce et réparation de motocycles	1,2	3,3	-4,1	3,1	-0,1	0,0	-8,5	4,6	0,8	-7,8	-4,6
<b>ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION D'AUTOMOBILES</b>	<b>-1,5</b>	<b>2,6</b>	<b>3,7</b>	<b>0,2</b>	<b>2,9</b>	<b>-2,6</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,6</b>	<b>1,9</b>	<b>-6,3</b>	<b>-3,3</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

<sup>91</sup> Rappel : le commerce de carburant qui se trouvait dans le secteur du commerce et réparation automobile en ancienne nomenclature se trouve désormais avec le commerce de détail.

# 1 - 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 4,2 % 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 précédents<sup>92</sup>.

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 CO<sub>2</sub> 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)<sup>93</sup>.

---

<sup>92</sup> Le dispositif de bonus-malus, créé par le Grenelle de l'environnement (lancé en juillet 2007), vise à réduire les émissions de CO<sub>2</sub> : il récompense les acquéreurs de voitures neuves émettant le moins de CO<sub>2</sub> et pénalise ceux qui optent pour les modèles les plus polluants. Le bonus est appliqué depuis le 5 décembre 2007 et le malus est entré en vigueur le 1er janvier 2008 (depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009, les propriétaires de véhicules neufs émettant plus de 250 g de CO<sub>2</sub>/km doivent payer une taxe annuelle en plus du malus).

<sup>93</sup> 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 (- 2,0 % en 2013 après - 3,5 % 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 route<sup>94</sup> (- 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 (+ 1,6 %).

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 m<sup>3</sup> a pu détourner une partie des consommateurs de l'achat d'un deux-roues. En valeur, les ventes du secteur diminuent de 3,5 % après 7,4 % en 2012.

---

<sup>94</sup> 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.

#### **Évolution des ventes du commerce et de la réparation d'automobiles ( données provisoires et révisées)**

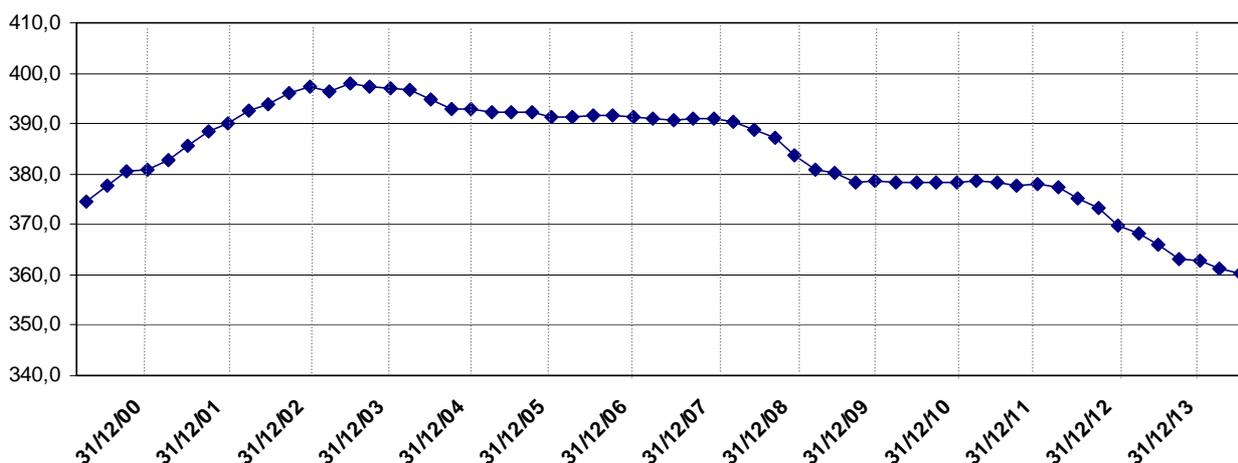
		2010	2011	2012	2013p
<b>Rapport de décembre 2014 (base 2010)</b>	en valeur	+ 0,7	+ 4,2	- 4,3 (def)	- 2,0 (p)
	en volume	- 0,6	+ 1,9	- 6,3 (def)	- 3,3 (p)
<b>Rapport de juin 2014 (base 2010)</b>	en valeur	+ 0,7	+ 4,2 (def)	- 4,6 (sd)	- 1,9 (p)
	en volume	- 0,6	+ 1,9 (def)	- 6,6 (sd)	- 3,3 (p)
<b>Rapport de décembre 2013 (base 2005)</b>	en valeur	+ 1,0	+ 5,0 (def)	- 3,8 (p)	
	en volume	- 0,6	+ 2,5 (def)	- 5,7 (p)	
<b>Rapport de juin 2013 (base 2005)</b>	en valeur	+ 1,0	+ 4,1 (p)	- 3,9 (p)	
	en volume	- 0,6	+ 1,7 (p)	- 5,8 (p)	
<b>Rapport de déc.2012 (base 2005)</b>	en valeur	+ 1,0 (def)	+ 3,8 (p)		
	en volume	- 0,6 (def)	+ 1,2 (p)		
<b>Rapport de juin 2012 (base 2005)</b>	en valeur	+ 2,7 (r)	+ 3,7 (p)		
	en volume	+ 0,9 (r)	+ 1,0 (p)		

(def) données définitives      (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, 362 800 salariés travaillent dans le secteur du commerce et de la réparation d'automobiles. 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 suit la même tendance : le commerce automobile perd 6 900 salariés (- 1,9 %). Entre décembre 2002 et décembre 2013, le secteur a perdu 34 600 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 10,8 % des salariés en 2012. Comme dans les autres secteurs, il touche plus les femmes (26,2 %) que les hommes (7,4 %). Ce sont des temps partiels relativement courts : en moyenne, le nombre d'heures d'un salarié à temps partiel représente 56,0 % d'un temps plein. Le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel<sup>95</sup> représente 6,4 % 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).

<sup>95</sup> Cf. Annexe méthodologique n° VI : Méthodes et sources sur l'emploi.

## 5 - Les créations d'entreprises du commerce et de la réparation d'automobiles continuent 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 d'automobiles (+ 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
<b>COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE</b>	<b>14 688</b>	<b>13 949</b>	<b>15 730</b>	<b>16 225</b>	<b>-5,0</b>	<b>12,8</b>	<b>3,1</b>

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<sup>er</sup> janvier 2014. Début 2013, le secteur du commerce et de la réparation automobile compte 93 000 entreprises, soit 4,9 % de plus qu'en 2012. 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 d'automobiles.

**Tableau 4** : Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles\* en milliers au 1<sup>er</sup> janvier et évolution en % entre début 2010 et début 2013

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2010	2011	2012	2013	2011/2010	2012/2011	2013/2012
Commerce de véhicules automobiles	28,0	28,9	29,9	31,6	3,3	3,5	5,7
Entretien et réparation de véhicules automobiles	40,5	43,2	44,6	46,8	6,6	3,1	5,1
Commerce d'équipements automobiles	7,4	7,8	8,1	8,4	4,5	4,2	3,9
Commerce et réparation de motocycles	5,8	6,0	6,1	6,1	3,5	2,0	0,7
<b>COMMERCE ET REPARATION D'AUTOMOBILES</b>	<b>81,7</b>	<b>85,8</b>	<b>88,6</b>	<b>93,0</b>	<b>5,0</b>	<b>3,3</b>	<b>4,9</b>

Source : Insee - Sirène (France Entière)

\* Les auto-entreprises non-actives ont été exclues des stocks d'entreprises au 1<sup>er</sup> janvier 2010, 2011, 2012 et 2013.

# CHAPITRE VI : LES OPÉRATIONS INTERNATIONALES

## 1 - Les échanges internationaux de marchandises des sociétés commerciales

### 1.1 - Stagnation des échanges du commerce en 2013

Après une croissance amoindrie en 2012, les échanges du commerce stagnent en 2013. Les exportations, qui s'élèvent à 116 milliards d'euros, pâtissent de l'atonie de l'activité européenne et du ralentissement de la croissance dans les pays émergents. De leur côté les importations, d'un montant de 229 milliards, souffrent d'un marché intérieur peu porteur. Le solde commercial du commerce se réduit ainsi à - 112 milliards en 2013, après - 114 en 2012.

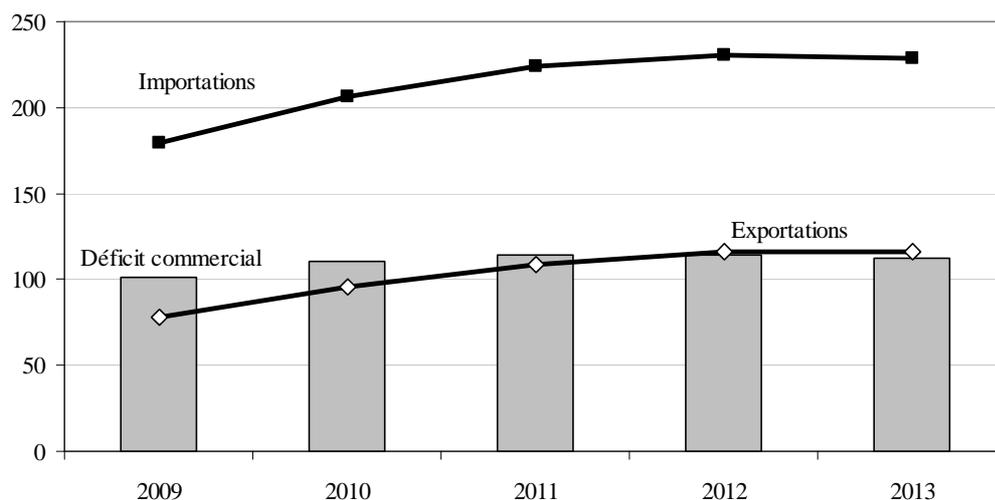
**Tableau 1** : Évolution des échanges de la France et du secteur du commerce (en %)

	2009	2010	2011	2012 sd	2013 p	Valeur 2013 (en milliards d'euros)
<b>Exportations</b>						
Ensemble du commerce extérieur	-17,4	14,1	8,6	3,2	-1,4	428,5
dont : secteur commerce	-14,8	22,6	14,8	6,5	0,1	116,4
<b>Importations</b>						
Ensemble du commerce extérieur	-17,5	14,3	12,6	1,6	-2,2	506,8
dont : secteur commerce	-14,1	15,0	9,4	3,3	-0,7	228,6

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

**Graphique 1** : Évolution des échanges du secteur du commerce (en milliards d'euros)



Source : Douanes

De façon structurelle, l'évolution des échanges du commerce est dictée par le commerce de gros, qui représente 90 % des ventes et 75 % des achats. En 2013, la baisse des échanges du commerce de gros tire vers le bas l'activité du secteur : les exportations reculent de - 0,6 % et les importations de - 1,5 %. Après un recul marqué en 2012, les échanges du commerce et de la réparation automobile se replient plus modérément. En revanche, ceux du commerce de détail s'inscrivent toujours en forte hausse.

**Tableau 2 : Évolution des échanges du commerce par sous-secteurs (en %)**

	2009	2010	2011	2012 sd	2013 p	Valeur 2013 (en milliards d'euros)
<b>Exportations</b>						
Ensemble du secteur du commerce	-14,8	22,6	14,8	6,5	0,1	116,4
dont : commerce et réparation d'automobiles et motocycles	-16,0	11,7	19,1	-1,4	-1,5	5,4
dont : commerce de gros	-12,3	25,7	14,4	6,9	-0,6	103,6
dont : commerce de détail	-35,8	-7,0	16,6	7,3	12,6	7,4
<b>Importations</b>						
Ensemble du secteur du commerce	-14,1	15,0	9,4	3,3	-0,7	228,6
dont : commerce et réparation d'automobiles et motocycles	-10,8	11,5	10,5	-7,4	-0,6	27,4
dont : commerce de gros	-11,8	17,9	8,8	4,6	-1,5	171,9
dont : commerce de détail	-27,5	2,5	11,5	7,1	4,1	29,3

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

## 1.2 - Repli des échanges du commerce de gros

En net ralentissement en 2012, les échanges du commerce de gros s'orientent à la baisse en 2013. C'est notamment le cas pour la plupart des biens manufacturiers, en particulier les produits chimiques, métallurgiques et métalliques, où le fléchissement du cours des matières premières industrielles se conjugue à un repli des quantités échangées. Les reculs sont aussi significatifs dans la pharmacie. En revanche, les échanges de gros de produits agricoles sont bien orientés ; les exportations sont notamment soutenues par le dynamisme des ventes céréalières à l'Union européenne et à l'Afrique du Nord. Dans les industries agro-alimentaires, les exportations de boissons stagnent car la hausse des ventes de vins et spiritueux vers l'Union européenne est gommée par la chute enregistrée avec la Chine.

**Tableau 3 : Évolution des échanges du commerce de gros par produits (en %)**

	2009	2010	2011	2012 sd	2013 p	Valeur 2013 (en milliards d'euros)
<b>Exportations</b>						
<b>Ensemble du secteur du commerce de gros</b>	<b>-12,3</b>	<b>25,7</b>	<b>14,4</b>	<b>6,9</b>	<b>-0,6</b>	<b>103,6</b>
Produits agricoles	-20,5	19,9	26,0	-6,7	8,2	13,1
Produits des industries agroalimentaires	-10,0	14,2	19,8	7,4	0,5	14,7
Hydrocarbures naturels	-36,1	81,1	18,5	-10,7	-14,4	1,4
Produits pétroliers raffinés	-48,9	36,9	2,3	7,8	-15,6	2,6
Équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	-18,5	40,4	9,5	11,7	-1,4	20,9
Matériel de transport	29,0	24,8	-8,7	14,0	37,7	3,2
Autres produits industriels	-4,2	23,3	14,1	8,7	-3,2	47,2
<i>Textiles, habillement, cuir et chaussures</i>	-2,6	45,1	17,3	5,6	-2,1	8,9
<i>Produits chimiques, parfums et cosmétiques</i>	-14,0	32,7	13,3	5,6	-1,0	15,6
<i>Produits pharmaceutiques</i>	27,3	-0,3	-5,3	29,3	-8,7	9,3
<i>Produits métallurgiques et métalliques</i>	-35,1	33,6	50,1	2,0	-13,4	5,2
<i>Produits manufacturés divers</i>	9,9	20,4	15,2	4,0	9,8	5,0
<b>Importations</b>						
<b>Ensemble du secteur du commerce de gros</b>	<b>-11,8</b>	<b>17,9</b>	<b>8,8</b>	<b>4,6</b>	<b>-1,5</b>	<b>171,9</b>
Produits agricoles	-5,7	10,4	1,3	3,7	8,2	7,0
Produits des industries agroalimentaires	0,8	4,9	9,1	3,4	5,1	18,6
Hydrocarbures naturels	-46,9	-18,0	-5,5	-15,6	-54,4	1,2
Produits pétroliers raffinés	-32,4	53,2	30,7	33,3	-8,2	12,2
Équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	-12,8	17,5	6,1	-0,2	0,4	48,7
Matériel de transport	25,7	7,9	11,6	11,4	43,0	5,2
Autres produits industriels	-9,1	22,8	9,5	5,0	-3,9	77,7
<i>Textiles, habillement, cuir et chaussures</i>	-1,5	25,3	13,8	-2,7	-2,2	12,5
<i>Produits chimiques, parfums et cosmétiques</i>	-18,9	21,4	13,9	6,6	-9,6	16,6
<i>Produits pharmaceutiques</i>	35,1	43,7	-1,6	28,5	-2,8	14,7
<i>Produits métallurgiques et métalliques</i>	-32,0	24,7	15,6	-5,7	-4,8	10,6
<i>Produits manufacturés divers</i>	-2,4	19,0	10,7	0,7	0,8	10,6

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

**Tableau 4** : Évolution des échanges du commerce de gros par zone géographique (en %)

	2009	2010	2011	2012 sd	2013 p	Valeur 2013 (en milliards d'euros)
<b>Exportations</b>						
Ensemble du commerce de gros	-12,3	25,7	14,4	6,9	-0,6	103,6
dont : Union européenne	-15,5	22,5	12,6	7,6	-0,2	68,1
dont : Pays tiers (hors UE)	-4,8	32,4	17,9	5,5	-1,5	35,5
<b>Importations</b>						
Ensemble du secteur du commerce de gros	-11,8	17,9	8,8	4,6	-1,5	171,9
dont : Union européenne	-12,6	17,4	8,8	5,9	-1,7	98,8
dont : Pays tiers (hors UE)	-10,7	18,6	8,8	3,0	-1,2	73,1

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

### 1.3 - Poursuite de la baisse des échanges du commerce et de la réparation automobiles

En 2013, la baisse des échanges du commerce et de la réparation automobiles se poursuit (- 1,5 % à l'exportation et - 0,6 % à l'importation). Cette évolution s'explique par la chute des échanges de produits en caoutchouc et en plastiques provoquée par la fin d'activité d'une grosse entreprise du secteur. En revanche, les exportations d'automobiles et d'équipements redémarrent, après un recul marqué en 2012. Le redressement est plus net pour les ventes d'équipements automobiles (+ 5,3 %) que pour les véhicules automobiles (+ 1,4 %). Dans un contexte de demande intérieure atone, les importations d'automobiles continuent de se replier (- 1,5 %), tandis que celles d'équipements sont en forte hausse. Au total, le déficit commercial du commerce et de la réparation d'automobiles stagne à - 22 milliards.

Les exportations du commerce et de la réparation automobiles augmentent vers l'Union européenne (+ 2,7 %), plus particulièrement vers l'Italie (+ 4,5 %). Par contre, elles diminuent fortement vers les pays tiers, notamment vers l'Asie (- 19,3 %), plus particulièrement vers la Chine (- 26,7 %) et les États-Unis (- 19,0 %). De leur côté, les importations de véhicules reculent depuis l'Allemagne (- 4,0 %), mais reprennent depuis l'Espagne (+ 17,3 %) et l'Italie (+ 5,3 %).

**Tableau 5** : Évolution des échanges du commerce d'automobiles par produits (en %)

	2009	2010	2011	2012 sd	2013 p	Valeur 2013 (en milliards d'euros)
<b>Exportations</b>						
Ensemble du commerce et réparation d'automobiles	-16,0	11,7	19,1	-1,4	-1,5	5,4
dont : matériel de transport	-21,7	9,6	19,5	-4,7	2,5	3,4
dont : automobiles	-27,0	15,4	14,1	-6,1	1,4	2,2
dont : équipements pour automobile	-12,8	5,2	42,5	-2,3	5,3	1,1
dont : pts en caoutchouc et en plastique	-10,9	17,3	19,5	4,2	-12,9	1,2
<b>Importations</b>						
Ensemble du commerce et réparation d'automobiles	-10,8	11,5	10,5	-7,4	-0,6	27,4
dont : matériel de transport	-12,1	10,4	10,5	-8,6	-1,1	23,3
dont : automobiles	-12,8	11,5	12,7	-9,2	-1,5	19,9
dont : équipements pour automobile	-4,0	8,6	-2,1	-1,2	7,3	2,4
dont : pts en caoutchouc et en plastique	-7,7	22,0	13,5	-3,2	0,1	1,7

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

**Tableau 6** : Évolution des échanges du commerce d'automobiles par zone géographique (en %)

	2009	2010	2011	2012 sd	2013 p	Valeur 2013 (en milliards d'euros)
<b>Exportations</b>						
Ensemble du commerce et réparation d'automobiles	-16,0	11,7	19,1	-1,4	-1,5	5,4
dont : Union européenne	-18,4	8,8	21,4	-8,7	2,7	3,8
dont : Pays tiers (hors UE)	-8,5	19,8	13,4	18,4	-10,4	1,6
<b>Importations</b>						
Ensemble du commerce et réparation d'automobiles	-10,8	11,5	10,5	-7,4	-0,6	27,4
dont : Union européenne	-12,2	12,1	10,9	-7,0	-0,2	23,0
dont : Pays tiers (hors UE)	-3,7	8,4	8,7	-9,3	-3,0	4,4

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

## 1.4 - Des échanges du commerce de détail toujours dynamiques

En 2013, les exportations du commerce de détail poursuivent leur forte progression (+ 12,6 %, après + 7,3 % en 2012). Elles sont particulièrement dynamiques pour les textiles/ habillement, les cuirs et chaussures ainsi que pour les produits d'équipement mécaniques, et le matériel électrique, électronique et informatique. Les ventes accélèrent vers l'Union européenne et sont encore plus vigoureuses vers les pays tiers (hors Union européenne). Les importations sont également soutenues (+ 4,1 %, après + 7,1 % en 2012), tirées notamment par les achats à l'Asie.

**Tableau 7** : Évolution des échanges du commerce de détail par produit (en%)

	2009	2010	2011	2012 sd	2013 p	Valeur 2013 (en milliards d'euros)
<b>Exportations</b>						
Ensemble du commerce de détail	-35,8	-7,0	16,6	7,3	12,6	7,4
dont : Produits d'équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	-25,5	15,6	20,4	5,0	58,7	1,7
dont: Produits textiles, habillement, cuir et chaussures	-1,2	-18,7	2,3	9,5	10,4	2,3
<b>Importations</b>						
Ensemble du commerce de détail	-27,5	2,5	11,5	7,1	4,1	29,3
dont : Produits d'équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	-6,0	9,9	21,6	13,6	5,8	4,4
dont: Produits textiles, habillement, cuir et chaussures	2,2	0,6	5,9	4,5	7,8	10,8

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

**Tableau 8** : Évolution des échanges du commerce de détail par zone géographique (en%)

	2009	2010	2011	2012 sd	2013 p	Valeur 2013 (en milliards d'euros)
<b>Exportations</b>						
Ensemble du commerce de détail	-35,8	-7,0	16,6	7,3	12,6	7,4
dont : Union européenne	-27,3	-13,0	17,3	5,3	6,5	4,8
dont : Pays tiers (hors UE)	-51,5	9,5	14,9	11,9	25,3	2,7
<b>Importations</b>						
Ensemble du secteur du commerce de détail	-27,5	2,5	11,5	7,1	4,1	29,3
dont : Union européenne	-8,2	0,8	10,1	4,1	2,0	15,4
dont : Pays tiers (hors UE)	-43,1	4,8	13,3	10,9	6,5	13,9

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

## 1.5 - Nouvelle hausse du nombre d'exportateurs du commerce

Le nombre d'exportateurs dont l'activité principale est le commerce continue d'augmenter en 2013 (+1,7 %, après + 2,6 % en 2012). On dénombre ainsi 53 000 entreprises engagées à l'exportation, soit 44 % de l'ensemble des exportateurs français. La hausse du nombre d'exportateurs est plus soutenue pour le commerce de détail et celui du commerce et réparation d'automobiles que pour le commerce de gros.

**Tableau 9** : Évolution du nombre d'exportateurs du secteur du commerce (en %)

	Evolution du nombre d'exportateurs					Nombre d'exportateurs 2013
	2009	2010	2011	2012 sd	2013 p	
Ensemble du secteur du commerce	-0,2	4,1	-0,5	2,6	1,7	53 074
dont : commerce et réparation d'automobiles et motocycles	-1,9	3,5	-0,4	6,3	2,4	6 035
dont : commerce de gros	0,5	3,4	-0,2	1,1	0,8	35 564
dont : commerce de détail	-1,6	6,8	-1,6	5,7	4,5	11 475

*sd : données semi définitives ; p : données provisoires*

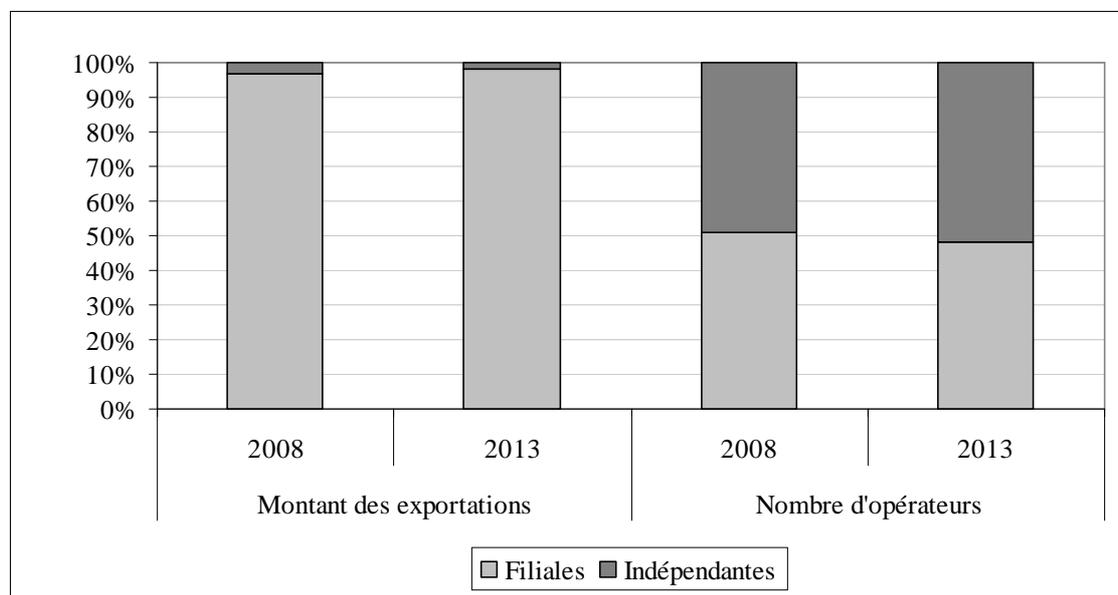
Source : Douanes

### Encadré : le commerce de gros, un acteur de poids à l'international

Les entreprises dont l'activité principale relève du commerce de gros captent une part croissante des échanges internationaux. En 2013, leur chiffre d'affaires à l'exportation s'élève à 104 milliards d'euros. Elles représentent ainsi 27 % des exportations françaises, contre seulement 19 % en 2008, tandis que la part des entreprises industrielles rétrograde de 70 % à 65 %. De fait, au cours des cinq dernières années, les exportations des opérateurs du commerce de gros progressent à un rythme de 5,7 % en moyenne par an, contre seulement 0,7 % pour l'ensemble de la France. En outre, le nombre d'entreprises exportatrices du commerce de gros est globalement stable, autour de 35 000, soit 29 % du nombre total d'exportateurs.

Cette expansion des exportations des opérateurs du commerce de gros reflète la complexité des échanges et des circuits de distribution, tout comme la plus grande technicité des produits échangés. Autant de caractéristiques qui conduisent certaines PME ne disposant pas de ressources en propre à externaliser leurs ventes. Ce mouvement traduit aussi une filialisation croissante : plutôt que de recourir à des négociants, certains groupes industriels préfèrent compter sur leurs filiales spécialisées dans le commerce de gros pour assurer la distribution de leurs produits au niveau mondial. Ce recours à des intermédiaires est particulièrement prononcé en France (24 %) comparativement à l'Allemagne (10 % des exportations en 2013, selon Eurostat) ou à l'Italie (12 %).

**Graphique 2** : Répartition des opérateurs du commerce de gros entre filiales/têtes de groupes et indépendants (en %)



Source : Douanes

Les filiales qui ont une activité de distribution côtoient ainsi différentes sortes d'intermédiaires qui prennent en charge la totalité ou une partie de la commercialisation du produit (sociétés du commerce international, sociétés de gestion export, distributeurs, commissionnaires, etc.). Beaucoup d'acteurs dépassent le rôle de simples intermédiaires et intègrent en leur sein des fonctions d'ingénieries commerciales et financières. Si la statistique peine à distinguer l'ensemble des métiers, elle permet toutefois de différencier les opérateurs indépendants de ceux qui relèvent d'un groupe. Les filiales et têtes de groupes représentent environ la moitié des exportateurs du commerce de gros et réalisent la quasi-totalité des exportations en valeur. En effet, les indépendants n'assurent que 2 % seulement des ventes à l'international.

Sur les cinq dernières années, la dynamique est clairement du côté des opérateurs relevant d'un groupe. Ils sont non seulement plus nombreux (plus de 1 000 exportateurs supplémentaires entre 2008 et 2013), mais le chiffre d'affaires moyen à l'exportation par opérateur progresse aussi de + 4,4 % par an (contre -1,7 % pour les opérateurs indépendants), soit un rythme plus soutenu que celui de l'ensemble des exportateurs français (+0,7 % par an). Au sein des filiales relevant du commerce de gros, celles adossées à des têtes de groupes ayant comme activité principale la production (industrie, agriculture ou construction) sont les plus nombreuses.

## 2 - Les stocks d'investissements directs des entreprises commerciales

### 2.1 - La position créditrice nette du commerce en investissements directs se contracte en 2013

Fin 2013, la France détenait globalement en investissements directs étrangers (IDE) une position créditrice nette<sup>96</sup> de 411 milliards d'euros en valeur mixte, en baisse par rapport à la fin d'année précédente (tableau 10). Le secteur industriel est celui dont la position créditrice nette est la plus élevée, à 261 milliards, devant celui des activités financières et d'assurance (117 milliards). En revanche, les investissements immobiliers et dans les activités liées à l'immobilier présentent une position débitrice (- 67 milliards). Pour leur part, les stocks d'investissements directs du secteur du commerce affichent une position créditrice de 17 milliards.

**Tableau 10** : Position nette de la France en investissements directs par secteur d'activité de l'investisseur (en valeur mixte)<sup>97</sup>

	<i>(en milliards d'euros)</i>											
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Agriculture, sylviculture et pêche (A)	-0,2	-0,3	-0,3	-0,3	-0,1	0,0	-0,1	-0,1	-0,2	-0,2	-0,2	
Industries (B à E)	97,3	99,2	136,1	162,4	158,5	177,1	208,2	228,6	263,0	273,5	261,3	
Construction (F)	2,0	1,1	1,5	-0,8	0,4	9,7	14,7	17,9	19,8	17,7	13,6	
<b>Commerce, réparation d'automobiles (G)</b>	<b>8,1</b>	<b>9,1</b>	<b>9,6</b>	<b>5,7</b>	<b>7,8</b>	<b>19,8</b>	<b>27,9</b>	<b>32,2</b>	<b>21,5</b>	<b>17,1</b>	<b>16,6</b>	
Transports et entreposage (H)	1,5	1,2	2,8	0,9	1,8	0,4	0,7	2,3	1,4	-0,1	-2,3	
Hébergement et restauration (I)	5,6	5,1	3,1	2,9	1,2	0,8	-0,4	1,0	2,7	4,3	3,7	
Information et communication (J)	23,0	4,5	53,5	41,8	43,8	48,8	45,6	53,3	61,8	58,4	49,6	
Activités financières et d'assurance (K)	49,7	73,5	74,1	106,9	105,2	78,5	98,5	116,1	115,5	122,0	116,7	
Activités immobilières (L)	-35,8	-41,3	-45,3	-54,7	-52,1	-61,6	-53,9	-51,6	-57,9	-63,5	-67,1	
Autres services (M à S)	1,1	-1,2	-15,8	-14,5	-4,5	-1,8	-11,6	4,1	8,4	19,1	15,4	
Non ventilé	3,0	3,3	-3,7	0,0	-3,3	-4,9	-1,6	1,9	-4,7	-1,9	3,5	
<b>Total tous secteurs</b>	<b>155,3</b>	<b>154,2</b>	<b>215,4</b>	<b>250,4</b>	<b>258,7</b>	<b>266,7</b>	<b>328,0</b>	<b>405,8</b>	<b>431,3</b>	<b>446,3</b>	<b>410,8</b>	

Source et réalisation :

Banque de France

Mise à jour : 5 novembre 2014

Direction des Enquêtes et Statistiques  
Sectorielles

La position créditrice nette du secteur du commerce décroît depuis trois ans, après avoir significativement progressé entre fin 2007 et fin 2010. Cette évolution est due à l'effet combiné d'une baisse des ID français à l'étranger et d'une reprise des ID étrangers en France (graphique 3).

- Depuis 2010, les stocks d'IDEF progressent (34 milliards à la fin de 2013), alors que les stocks d'IDFE se stabilisent à 51 milliards, après avoir baissé entre 2009 et 2012 ;
- Entre fin 2006 et fin 2009, les stocks d>ID des entreprises commerciales résidentes à l'étranger ont fortement progressé, atteignant 58 milliards alors que les stocks d'IDEF dans le commerce ont stagné, autour de 30 milliards (graphique 3).

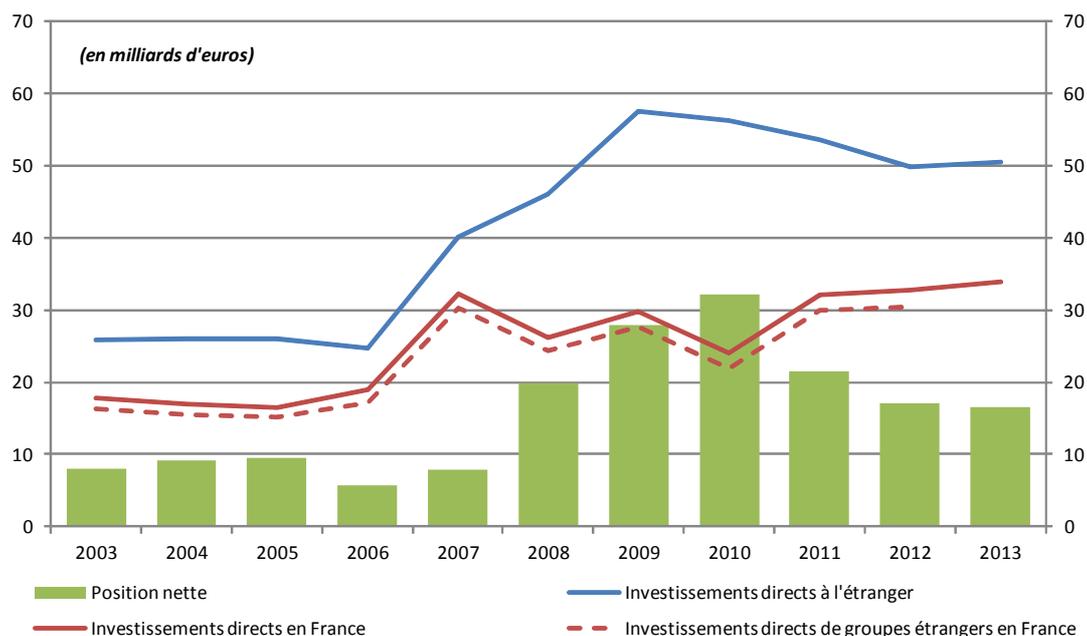
<sup>96</sup> Égale à la différence entre ID sortants et ID entrants, la position nette en IDE d'un pays est positive (créditrice) lorsque le pays est investisseur net à l'étranger et négative (débitrice) quand le pays accueille plus d>ID qu'il n'en effectue lui-même à l'étranger. Elle évolue d'une année sur l'autre en fonction des flux nets d>ID enregistrés au cours de l'année, des fluctuations de change (se traduisant par la variation de la contre-valeur en euro des encours libellés en devises) et d'autres ajustements statistiques.

<sup>97</sup> Données agrégées conformes à celles de l'édition 2013 du *Rapport annuel de la balance des paiements et de la position extérieure*, disponible à l'adresse suivante :

[http://www.banque-france.fr/fileadmin/user\\_upload/banque\\_de\\_france/Economie\\_et\\_Statistiques/BDP-rapport-annuel-2013.pdf](http://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/Economie_et_Statistiques/BDP-rapport-annuel-2013.pdf)

La ventilation par activité économique est effectuée sur la base de la naf rev2. Les sociétés holdings appartenant à un groupe coté sont classées en fonction de l'activité principale de leur groupe.

**Graphique 3** : Évolution des investissements directs français des secteurs du commerce



Source : Banque de France

#### Sources et méthodes

Produites par la Banque de France, les statistiques d'investissements directs étrangers (IDE) sont établies conformément à la méthodologie dite « du principe directionnel étendu », recommandée par le 6<sup>ème</sup> manuel de balance des paiements du FMI (2008). Celle-ci est désormais la norme officielle dans l'Union européenne. Pour des raisons d'homogénéité des statistiques, les données géographiques et sectorielles des années 2003 à 2013 sont retraitées selon la même méthodologie.

La règle « du principe directionnel étendu » classe les prêts intra-groupes entre sociétés sœurs (c'est-à-dire sans lien direct en capital entre elles ou avec une participation de l'une au capital de l'autre inférieure à 10 %) en ID français à l'étranger lorsque la tête du groupe est française et en ID étrangers en France lorsque la tête du groupe est étrangère, et non plus en fonction du pays de résidence de la société créancière.

Ce reclassement conduit à neutraliser les flux et les stocks d'ID entrants et sortants liés au développement de réseaux internationaux de filiales susceptibles de porter des prêts intra-groupes (enregistrés jusqu'alors dans les IDE). Ainsi, certaines filiales résidentes d'un groupe français peuvent dégager des excédents de trésorerie alors que d'autres ont des besoins de trésorerie. Dans l'ancienne méthodologie, lorsque le centre de trésorerie du groupe est à l'étranger, les créances des premières étaient enregistrées en ID français à l'étranger alors que les engagements des secondes figuraient en ID étrangers en France.

Dans cette méthodologie, la position nette vis-à-vis du centre de trésorerie non résident figure uniquement dans les ID français à l'étranger, ce qui réduit du même montant les investissements entrants et sortants. Cette méthode peut conduire à des stocks négatifs. Ils correspondent aux cas de groupes puisant davantage de fonds dans la trésorerie de leurs filiales étrangères que ce que représente la valeur des capitaux propres investis dans ces filiales.

Des explications plus détaillées de cette nouvelle méthodologie sont fournies dans l'article du Bulletin trimestriel de la Banque de France et dans l'encadré 2.1, page 32 du Rapport annuel 2009 de la balance des paiements, disponibles aux adresses suivantes :

[http://www.banque-france.fr/fileadmin/user\\_upload/banque\\_de\\_france/archipel/publications/bdf\\_bm/etudes\\_bdf\\_bm/bdf\\_bm\\_177\\_etu\\_5.pdf](http://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/archipel/publications/bdf_bm/etudes_bdf_bm/bdf_bm_177_etu_5.pdf)  
[http://www.banque-france.fr/fileadmin/user\\_upload/banque\\_de\\_france/archipel/publications/bdf\\_bdp/bdf\\_bdp\\_ra\\_2009.pdf](http://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/archipel/publications/bdf_bdp/bdf_bdp_ra_2009.pdf)

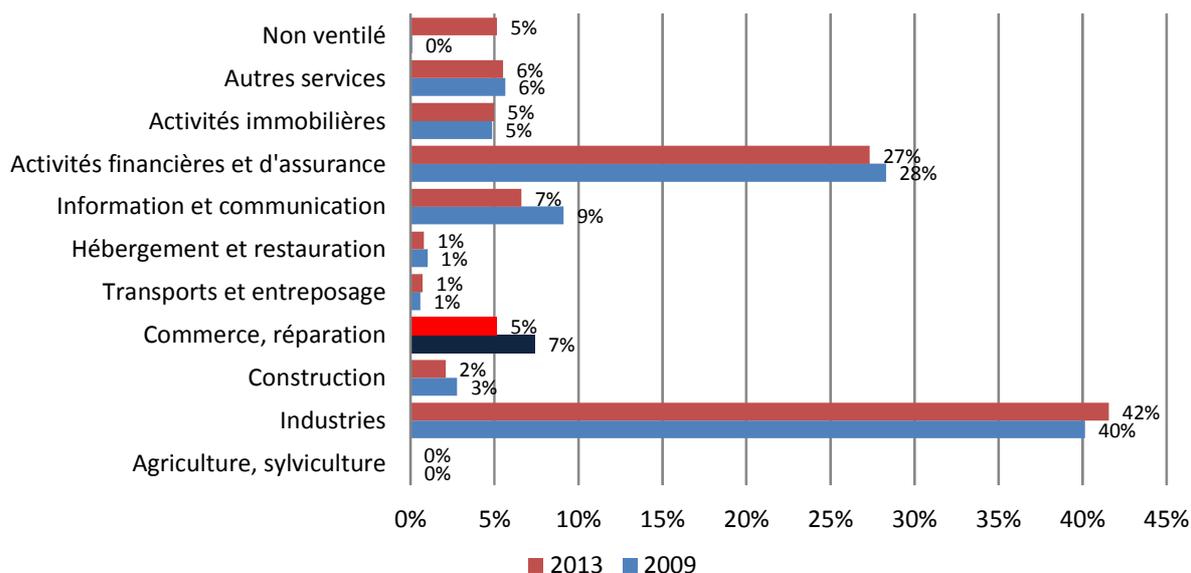
Par ailleurs, en termes de valorisation, **les stocks d'IDE sont désormais établis en valeur mixte à partir de 2006**<sup>98</sup> : les investissements en capitaux propres dans des sociétés cotées sur les marchés financiers sont évalués en valeur de marché, tandis que les investissements dans des sociétés non cotées sont mesurés à leur valeur comptable.

<sup>98</sup> En valeur comptable uniquement de 2003 à 2005.

## 2.2 - Investissements français à l'étranger en 2013 : une faible reprise tirée par le commerce de détail en magasins non spécialisés

Fin 2013, les stocks d'investissements directs à l'étranger des entreprises commerciales résidentes s'établissent à 51 milliards, en très légère hausse par rapport à fin 2012 (tableau 11). Le commerce est le cinquième secteur résident investisseur à l'étranger, derrière l'industrie, les activités financières et d'assurance, l'information et de la communication et les autres services.

**Graphique 4** : Répartition du stock d'investissement direct français à l'étranger à fin 2013 et fin 2009 par activité économique de l'investisseur



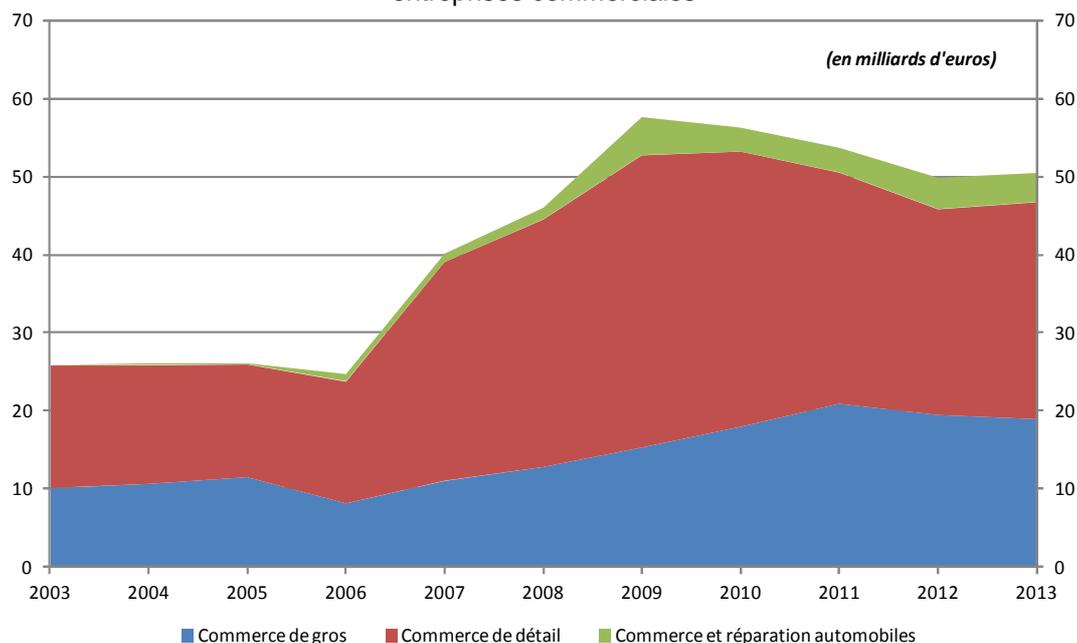
Source : Banque de France

Au sein des secteurs du commerce, le commerce de détail demeure le premier investisseur à l'étranger (28 milliards en 2013). Sa part augmente après avoir reculé sensiblement depuis 2009 (graphique 5 et tableau 12).

En 2013, la part du commerce de gros recule faiblement, avec un encours de 19 milliards. Son poids s'était régulièrement accru entre 2007 et 2011, notamment pour ce qui concerne le commerce de gros en biens domestiques (tableau 12).

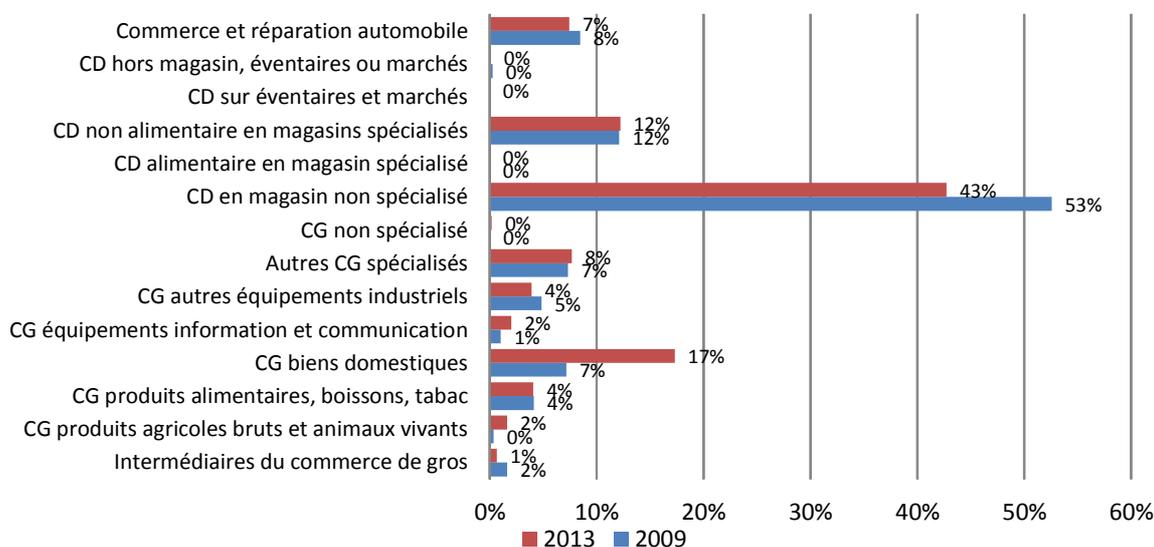
Le **commerce de détail en magasins non spécialisés** représente encore à lui seul 43 % du total des investissements directs des entreprises commerciales résidentes fin 2013, mais cette part s'est amenuisée ces dernières années. Le **commerce de gros de biens domestiques** est le deuxième secteur investisseur (avec un encours de 9 milliards), suivi du **commerce de détail non alimentaire en magasins spécialisés** (6 milliards) et des **autres commerces de gros spécialisés** (4 milliards).

**Graphique 5** : Évolution de la composition sectorielle des investissements directs français à l'étranger des entreprises commerciales



Source : Banque de France

**Graphique 6** : Répartition du stock d'investissement direct français à l'étranger des entreprises commerciales à fin 2013 et fin 2009 par activité économique de l'investisseur

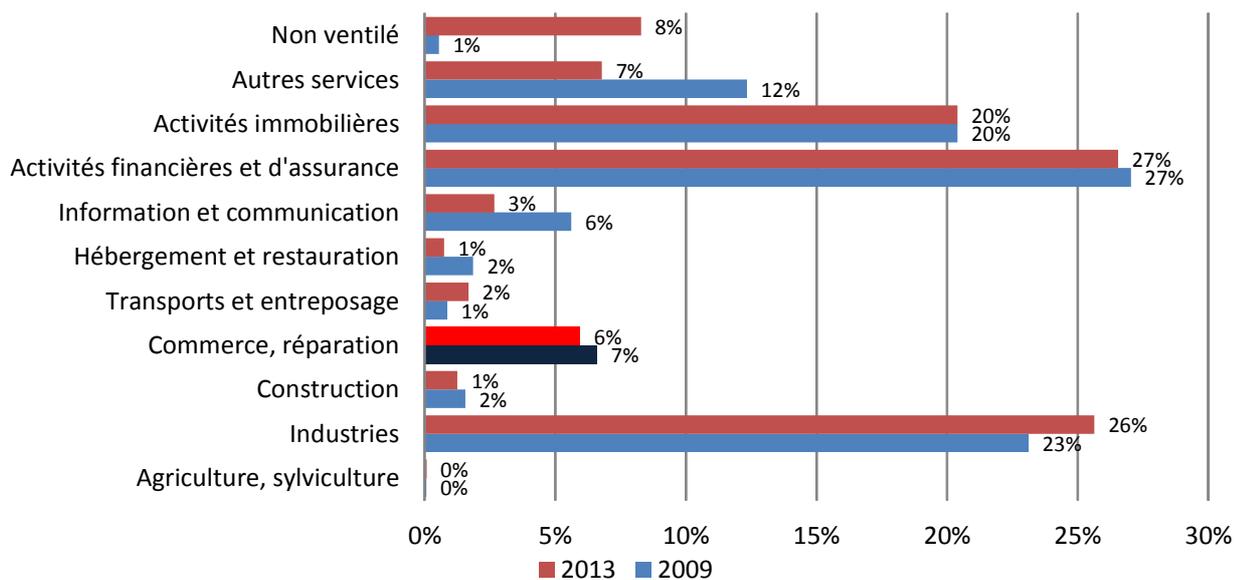


Source : Banque de France

### 2.3 - En 2013, les investissements étrangers en France continuent de progresser pour la quatrième année consécutive

Les stocks d'investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes augmentent de 3 %, s'élevant à 34 milliards fin 2013 (tableau 13). Le secteur du commerce se situe à la cinquième place des secteurs les plus investis par des non-résidents derrière les activités financières et d'assurance, l'industrie, l'immobilier et les « autres services ».

**Graphique 7** : Répartition du stock d'investissement direct français à l'étranger des entreprises commerciales à fin 2013 et fin 2009 par activité économique de l'investisseur

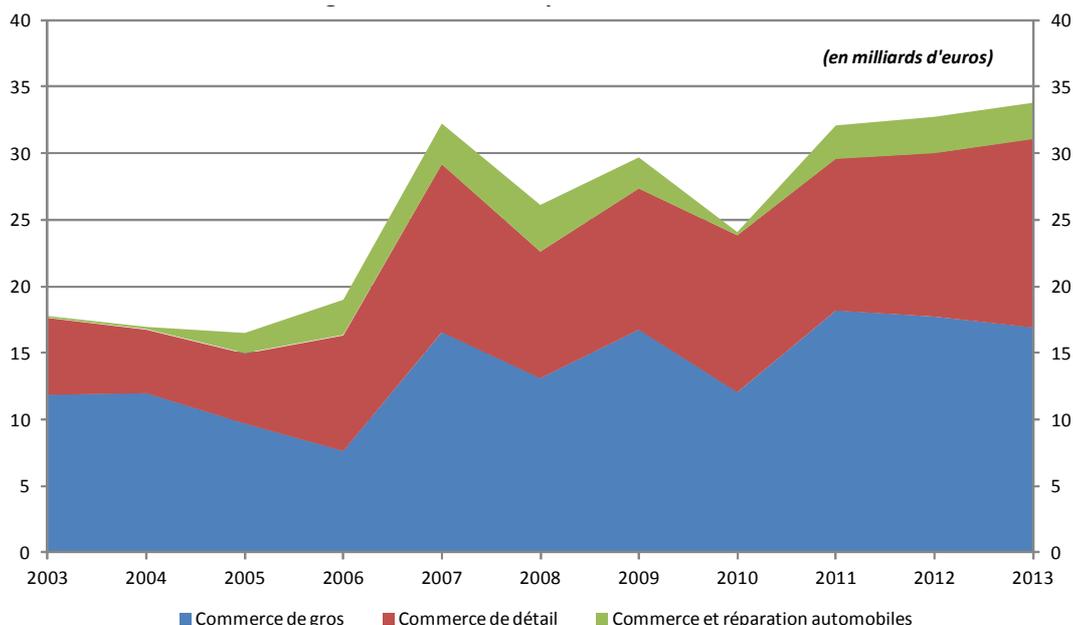


Source : Banque de France

Le commerce de détail recueille 42 % du total des investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes. Au premier rang figure le **commerce de détail non alimentaire en magasins spécialisés** (10 milliards), suivi du **commerce de détail en magasins non spécialisés** (4 milliards).

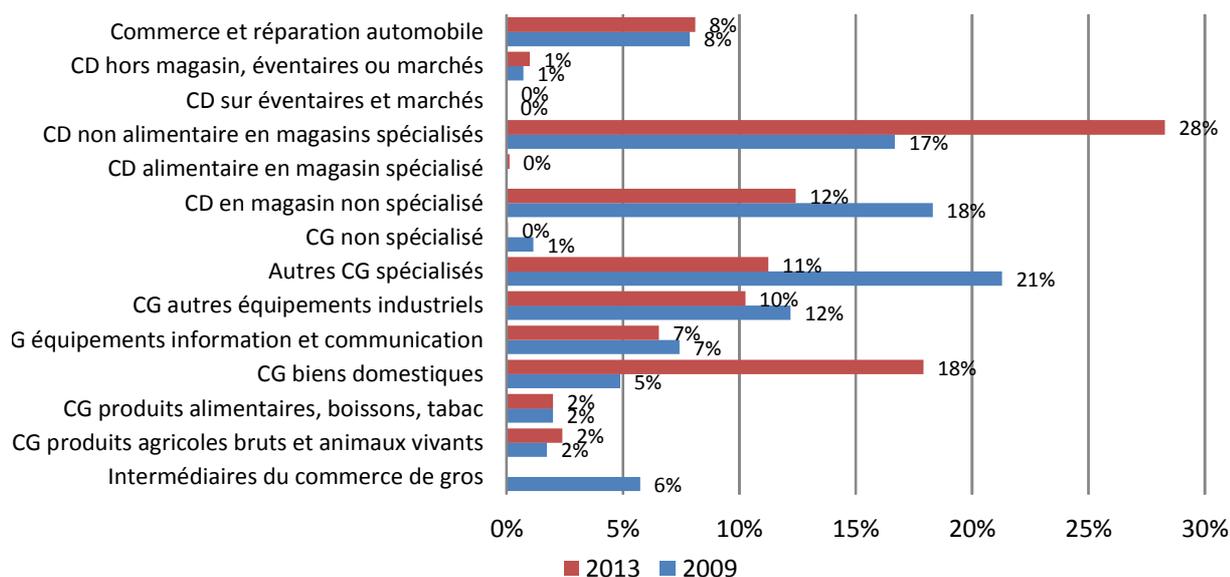
Le **commerce de gros de biens domestiques** (6 milliards), le **commerce de gros des autres équipements industriels** (4 milliards), les **autres commerces de gros spécialisés** (4 milliards) accueillent également des montants significatifs d'investissements de la part de non-résidents (tableau 14 et graphique 7).

**Graphique 8** : Évolution de la composition sectorielle des investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes



Source : Banque de France

**Graphique 9** : Répartition du stock d'investissement direct français à l'étranger à fin 2013 et fin 2009 des entreprises commerciales par activité économique de l'investisseur



Source : Banque de France

## 2.4 - Une prédominance de l'Union européenne<sup>99</sup>

L'Union européenne est la principale destination immédiate des investissements directs français à l'étranger (tableau 15). Avec 42 milliards d'euros fin 2013, elle compte pour 83 % du total des investissements directs effectués par des entreprises commerciales résidentes à l'étranger. Les principaux pays d'accueil, qui sont pour partie des pays de transit, sont les **Pays-Bas**, le **Royaume-Uni** et la **Belgique**.

La Belgique a regagné une partie du terrain perdu ces trois dernières années (3 milliards d'encours fin 2012 contre plus de 11 milliards fin 2009). La baisse résultait pour l'essentiel d'opérations effectuées par la centrale de trésorerie d'un grand groupe français implanté en Belgique. Les disponibilités de cette filiale belge faisaient l'objet de prêts à la maison mère, dont les montants avaient fortement augmenté depuis 2010. Ces opérations sont enregistrées en investissements directs français à l'étranger, qu'il s'agisse de prêts ou d'emprunts.

Les stocks d'investissements directs français dans les **autres pays industrialisés** baissent depuis 2011, pour s'établir à 2 milliards fin 2013, car le stock aux **États-Unis** se contracte (moins de 1 milliard fin 2013 contre 3 milliard fin 2011).

La part du reste du monde se réduit également (13 % à fin 2013), avec un stock en baisse de plus de 19 % en 2013, à 7 milliards, en partie sous l'effet de variations de change.

### **Les investissements directs étrangers en France**

Sur la base du pays de provenance immédiate des capitaux, **l'Union européenne** détient 29 milliards d'investissements directs dans le secteur du commerce, soit 86 % du total (tableau 16). Les premiers pays de provenance immédiate sont le **Luxembourg** (10 milliards), **l'Allemagne** (6 milliards), et les **Pays-Bas** (4 milliards).

<sup>99</sup> La ventilation géographique des investissements directs français à l'étranger ou étrangers en France est faite en fonction du pays immédiat de destination ou de provenance des fonds, sans tenir compte de la localisation du destinataire final ou de l'investisseur ultime. Ainsi, lorsqu'une entreprise non résidente investit en France via le Luxembourg, l'investissement sera attribué au Luxembourg et non au pays qui est à l'origine de l'investissement.

## 2.5 - L'origine ultime des IDE dans les entreprises commerciales résidentes

Préconisée par l'OCDE, la ventilation des stocks d'investissements directs étrangers en France selon le pays de résidence de l'investisseur ultime fournit une analyse plus précise de l'origine géographique réelle des fonds<sup>100</sup>. Cette approche de l'investisseur ultime est calculée jusqu'en 2012, les informations nécessaires n'étant pas encore disponibles pour 2013.

Avec un encours de 2,3 milliards fin 2012, les investissements originaires de France sont proches de ceux de pays comme les Pays-Bas ou le Luxembourg. Plusieurs groupes multinationaux français, tels que Carrefour, Auchan ou Casino, disposent de réseaux internationaux de filiales susceptibles de détenir des participations financières en France (enregistrées dans les stocks d'IDE). Ainsi, un groupe français peut décider de détenir ses filiales en France via un réseau de sociétés holdings localisées à l'étranger (notamment aux Pays-Bas, au Luxembourg ou en Belgique). La création de ces holdings est enregistrée en investissements français à l'étranger alors que la détention par les holdings étrangères de sociétés résidentes figure en investissements étrangers en France. De telles opérations expliquent que des groupes français puissent détenir, via des pays de transit, des investissements significatifs sur le territoire français<sup>101</sup>.

Outre l'influence des groupes français parmi les principaux investisseurs étrangers en France, l'attribution des investissements directs au pays de la tête de groupe modifie la hiérarchie des principaux pays investisseurs par rapport au classement sur la base du pays de provenance immédiate des fonds (tableau 17). Si l'on exclut les investissements directs originaires de France, le premier pays investisseur en France dans le commerce est l'**Allemagne** (7 milliards fin 2012), suivi des **États-Unis** (4 milliards). Les **Pays-Bas** et le **Luxembourg** voient leurs encours divisés par deux par rapport à la ventilation établie selon le pays de provenance immédiate.

**Tableau 11** : Stocks d'investissements directs français à l'étranger par secteur d'activité de l'investisseur (en valeur mixte)

	Ensemble des secteurs										
	<i>(en milliards d'euros)</i>										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Agriculture, sylviculture et pêche (A)	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2	0,3	0,2	0,3	0,1	0,2	0,2
Industries (B à E)	181,5	186,1	221,7	270,0	284,3	281,3	312,2	347,2	395,5	414,1	407,0
Construction (F)	1,8	1,5	1,9	2,1	3,3	10,4	21,7	24,0	24,6	24,5	20,7
<b>Commerce, réparation d'automobiles (G)</b>	<b>25,8</b>	<b>26,0</b>	<b>26,0</b>	<b>24,7</b>	<b>40,1</b>	<b>46,0</b>	<b>57,6</b>	<b>56,3</b>	<b>53,7</b>	<b>49,8</b>	<b>50,5</b>
Transports et entreposage (H)	2,4	2,8	4,9	5,3	6,5	5,2	4,6	8,2	8,2	8,1	7,2
Hébergement et restauration (I)	6,7	6,4	7,0	6,7	5,7	6,1	7,9	7,7	8,4	8,6	7,9
Information et communication (J)	31,2	14,7	64,4	66,8	63,5	71,4	70,9	77,3	76,8	71,9	64,7
Activités financières et d'assurance (K)	140,0	182,8	175,4	214,5	217,7	196,8	220,1	249,0	256,9	265,6	267,5
Activités immobilières (L)	11,8	13,3	18,7	24,6	37,5	26,4	37,8	47,9	45,3	46,1	48,8
Autres services (M à S)	13,8	13,4	8,4	9,6	25,6	28,7	43,9	56,3	44,5	58,3	54,0
Non ventilé	13,7	3,4	8,4	1,1	1,6	-1,4	0,8	3,9	47,3	40,5	50,5
<b>Total tous secteurs</b>	<b>428,9</b>	<b>450,4</b>	<b>537,0</b>	<b>625,3</b>	<b>685,9</b>	<b>671,3</b>	<b>777,8</b>	<b>877,9</b>	<b>961,2</b>	<b>987,7</b>	<b>979,0</b>

Source et réalisation :

Banque de France

Mise à jour : 5 novembre 2014

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

<sup>100</sup> A l'inverse, la ventilation géographique des IDFE selon les pays de destination ultime ne peut pas être réalisée, compte tenu de l'absence des informations nécessaires.

<sup>101</sup> Ce résultat n'est pas propre au commerce et peut être généralisé à l'ensemble des secteurs investis.

**Tableau 12 :** Stocks d'investissements directs à l'étranger des entreprises commerciales résidentes, par secteur d'activité de l'investisseur (en valeur mixte)

	Secteurs du commerce										
	<i>(en milliards d'euros)</i>										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Commerce de gros (y compris intermédiaires)</b>	<b>10,1</b>	<b>10,6</b>	<b>11,5</b>	<b>8,1</b>	<b>11,0</b>	<b>12,8</b>	<b>15,3</b>	<b>17,9</b>	<b>20,9</b>	<b>19,4</b>	<b>18,9</b>
Intermédiaires du commerce de gros	0,3	0,3	0,4	0,2	0,3	1,0	0,9	1,2	0,9	0,8	0,3
CG produits agricoles bruts et animaux vivants	0,1	0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,4	0,6	0,7	0,8
CG produits alimentaires, boissons, tabac	1,9	1,8	1,2	1,3	1,4	1,5	2,4	2,5	1,9	2,3	2,1
CG biens domestiques	5,5	5,6	6,7	2,8	4,0	4,4	4,1	5,3	8,0	8,1	8,7
CG équipements information et communication	0,1	0,1	0,1	0,2	0,5	0,6	0,6	0,4	0,6	0,6	1,0
CG autres équipements industriels	0,7	0,9	1,2	1,0	1,3	1,1	2,8	2,5	2,1	2,0	2,0
Autres CG spécialisés	1,4	1,7	1,8	2,6	3,4	4,2	4,2	4,4	4,2	4,8	3,9
CG non spécialisé	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	1,2	2,5	0,0	0,1
<b>Commerce de détail</b>	<b>15,7</b>	<b>15,2</b>	<b>14,4</b>	<b>15,6</b>	<b>28,0</b>	<b>31,7</b>	<b>37,4</b>	<b>35,3</b>	<b>29,6</b>	<b>26,4</b>	<b>27,8</b>
CD en magasin non spécialisé	11,5	10,8	13,1	13,9	23,5	26,0	30,3	28,7	22,8	20,2	21,6
CD alimentaire en magasin spécialisé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CD non alimentaire en magasins spécialisés	4,1	4,3	1,2	1,4	4,2	5,3	7,0	6,4	6,8	6,1	6,2
CD sur éventaires et marchés	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CD hors magasin, éventaires ou marchés	0,1	0,0	0,2	0,3	0,4	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0
<b>Commerce et réparation automobile</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,9</b>	<b>1,0</b>	<b>1,5</b>	<b>4,9</b>	<b>3,1</b>	<b>3,2</b>	<b>4,0</b>	<b>3,8</b>
<b>Total commerce</b>	<b>25,8</b>	<b>26,0</b>	<b>26,0</b>	<b>24,7</b>	<b>40,1</b>	<b>46,0</b>	<b>57,6</b>	<b>56,3</b>	<b>53,7</b>	<b>49,8</b>	<b>50,5</b>

Source et réalisation :

Banque de France

Mise à jour : 5 novembre 2014

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

**Tableau 13 :** Stocks d'investissements directs étrangers en France par secteur d'activité de la société investie (en valeur mixte)

	Ensemble des secteurs										
	<i>(en milliards d'euros)</i>										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Agriculture, sylviculture et pêche (A)	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4
Industries (B à E)	84,2	86,8	85,7	107,6	125,8	104,3	104,0	118,6	132,5	140,5	145,6
Construction (F)	-0,2	0,4	0,5	2,9	2,9	0,7	7,0	6,1	4,8	6,9	7,1
<b>Commerce, réparation d'automobiles (G)</b>	<b>17,7</b>	<b>16,9</b>	<b>16,5</b>	<b>19,0</b>	<b>32,3</b>	<b>26,1</b>	<b>29,7</b>	<b>24,1</b>	<b>32,1</b>	<b>32,8</b>	<b>33,8</b>
Transports et entreposage (H)	0,9	1,6	2,1	4,4	4,7	4,8	3,9	5,9	6,8	8,2	9,5
Hébergement et restauration (I)	1,1	1,3	4,0	3,8	4,5	5,4	8,4	6,7	5,7	4,3	4,3
Information et communication (J)	8,3	10,2	10,9	24,9	19,7	22,6	25,3	23,9	15,0	13,4	15,1
Activités financières et d'assurance (K)	90,3	109,3	101,3	107,6	112,5	118,3	121,6	132,9	141,4	143,5	150,8
Activités immobilières (L)	47,6	54,6	64,1	79,2	89,6	88,0	91,7	99,5	103,3	109,6	115,9
Autres services (M à S)	12,7	14,6	24,2	24,0	30,2	30,5	55,5	52,2	36,1	39,3	38,5
Non ventilé	10,7	0,1	12,2	1,1	4,9	3,6	2,5	2,0	52,0	42,4	47,1
<b>Total tous secteurs</b>	<b>273,6</b>	<b>296,2</b>	<b>321,6</b>	<b>374,9</b>	<b>427,2</b>	<b>404,5</b>	<b>449,8</b>	<b>472,0</b>	<b>529,9</b>	<b>541,3</b>	<b>568,2</b>

Source et réalisation :

Banque de France

Mise à jour : 5 novembre 2014

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

**Tableau 14** : Investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes, par secteur d'activité de la société investie (en valeur mixte)

	Secteurs du commerce										
	(en milliards d'euros)										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Commerce de gros (y compris intermédiaires)</b>	<b>11,9</b>	<b>12,0</b>	<b>9,7</b>	<b>7,6</b>	<b>16,6</b>	<b>13,1</b>	<b>16,8</b>	<b>12,1</b>	<b>18,2</b>	<b>17,7</b>	<b>16,9</b>
Intermédiaires du commerce de gros	0,3	0,4	0,1	1,0	0,9	1,2	1,7	2,3	3,0	2,3	-0,1
CG produits agricoles bruts et animaux vivants	0,3	0,2	0,1	0,4	0,3	0,4	0,5	0,3	0,4	0,5	0,8
CG produits alimentaires, boissons, tabac	3,1	3,4	3,3	3,1	2,8	0,5	0,6	0,9	1,0	0,7	0,7
CG biens domestiques	3,8	3,8	1,4	-1,2	1,6	1,0	1,4	0,9	3,7	3,5	6,1
CG équipements information et communication	0,9	0,8	0,3	-0,5	0,1	0,7	2,2	0,6	2,5	2,3	2,2
CG autres équipements industriels	1,4	1,1	1,4	0,8	2,8	2,8	3,6	2,9	3,3	3,6	3,5
Autres CG spécialisés	1,9	2,1	3,0	3,9	7,8	6,2	6,3	4,2	4,0	4,8	3,8
CG non spécialisé	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	-0,1	0,3	0,0	0,0
<b>Commerce de détail</b>	<b>5,8</b>	<b>4,8</b>	<b>5,2</b>	<b>8,7</b>	<b>12,6</b>	<b>9,5</b>	<b>10,6</b>	<b>11,8</b>	<b>11,4</b>	<b>12,3</b>	<b>14,2</b>
CD en magasin non spécialisé	2,1	1,7	2,7	4,2	6,5	4,2	5,4	5,4	3,8	4,7	4,2
CD alimentaire en magasin spécialisé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CD non alimentaire en magasins spécialisés	3,6	2,9	2,4	4,3	5,8	5,1	5,0	6,1	7,3	7,5	9,6
CD sur éventaires et marchés	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CD hors magasin, éventaires ou marchés	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,1	0,3
<b>Commerce et réparation automobile</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>1,5</b>	<b>2,7</b>	<b>3,1</b>	<b>3,5</b>	<b>2,3</b>	<b>0,2</b>	<b>2,5</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>
<b>Total commerce</b>	<b>17,7</b>	<b>16,9</b>	<b>16,5</b>	<b>19,0</b>	<b>32,3</b>	<b>26,1</b>	<b>29,7</b>	<b>24,1</b>	<b>32,1</b>	<b>32,8</b>	<b>33,8</b>

Source et réalisation:

Banque de France

Mise à jour : 5 novembre 2014

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

**Tableau 15** : Stocks d'investissements directs à l'étranger des entreprises commerciales résidentes (en valeur mixte), par pays de destination (premier pays de contrepartie)

<b>Secteurs du commerce</b>		<i>(en milliards d'euros)</i>										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
<b>Union européenne (à 28)</b>	<b>19,9</b>	<b>20,4</b>	<b>20,4</b>	<b>19,1</b>	<b>33,6</b>	<b>38,6</b>	<b>51,0</b>	<b>46,7</b>	<b>41,2</b>	<b>39,0</b>	<b>41,7</b>	
<b>Union économique et monétaire à 18</b>	<b>15,5</b>	<b>16,0</b>	<b>15,8</b>	<b>16,6</b>	<b>28,2</b>	<b>31,4</b>	<b>42,2</b>	<b>38,1</b>	<b>32,3</b>	<b>29,8</b>	<b>32,7</b>	
Allemagne	0,2	0,5	0,9	0,6	4,0	3,1	4,9	4,9	4,7	5,0	5,0	
Belgique	-1,3	-1,8	-1,5	-3,0	5,1	6,0	11,2	6,9	5,9	3,4	6,8	
Espagne	1,2	1,3	1,0	1,2	1,2	1,2	7,6	8,5	6,1	5,9	5,9	
Irlande	0,4	0,4	0,0	0,0	-0,3	-0,2	0,3	-0,1	0,0	0,1	0,2	
Italie	3,6	2,7	2,7	3,6	4,2	4,6	3,8	3,1	1,5	1,5	1,5	
Luxembourg	0,1	0,0	-0,1	-0,1	0,0	0,1	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	
Pays-Bas	11,2	12,5	12,5	13,8	13,6	16,1	13,5	14,2	14,1	14,1	12,9	
<b>Autres pays de l'Union européenne</b>	<b>4,4</b>	<b>4,4</b>	<b>4,6</b>	<b>2,4</b>	<b>5,4</b>	<b>7,2</b>	<b>8,8</b>	<b>8,6</b>	<b>9,0</b>	<b>9,2</b>	<b>9,1</b>	
Pologne	0,3	0,5	0,2	0,2	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	
République tchèque	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	
Roumanie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	
Royaume-Uni	3,8	3,4	4,1	2,0	4,3	5,9	7,1	6,6	7,2	7,2	7,2	
Suède	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	
<b>Autres pays industrialisés</b>	<b>4,2</b>	<b>3,7</b>	<b>3,5</b>	<b>3,3</b>	<b>3,9</b>	<b>3,9</b>	<b>2,2</b>	<b>3,3</b>	<b>5,1</b>	<b>2,7</b>	<b>2,1</b>	
Etats-Unis	2,6	2,6	2,6	2,8	2,9	2,2	0,4	0,8	2,6	0,5	0,6	
Japon	0,2	0,4	0,1	0,2	0,4	0,5	0,6	0,7	1,2	0,6	0,5	
Suisse	1,0	0,2	0,5	0,2	0,4	0,6	0,5	0,3	0,1	0,8	0,6	
<b>Reste du monde</b>	<b>1,7</b>	<b>2,0</b>	<b>2,2</b>	<b>2,3</b>	<b>2,5</b>	<b>3,4</b>	<b>4,4</b>	<b>6,2</b>	<b>7,4</b>	<b>8,2</b>	<b>6,6</b>	
Brésil	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,4	0,7	1,2	1,3	0,8	0,7	
Chine	0,1	0,2	0,3	0,3	0,1	0,2	0,3	0,8	0,5	0,6	0,6	
Inde	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2	0,1	
Russie	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,4	0,3	0,4	0,7	0,6	
Turquie	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,5	0,4	
<b>Total</b>	<b>25,8</b>	<b>26,0</b>	<b>26,0</b>	<b>24,7</b>	<b>40,1</b>	<b>46,0</b>	<b>57,6</b>	<b>56,3</b>	<b>53,7</b>	<b>49,8</b>	<b>50,5</b>	

Source et réalisation:

Banque de France

Mise à jour : 5 novembre 2014

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

**Tableau 16** : Stocks d'investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes (en valeur mixte), par pays d'origine (premier pays de contrepartie)

<b>Secteurs du commerce</b>		<i>(en milliards d'euros)</i>										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
<b>Union européenne (à 28)</b>	<b>15,4</b>	<b>14,0</b>	<b>12,5</b>	<b>14,1</b>	<b>25,6</b>	<b>20,0</b>	<b>22,5</b>	<b>19,0</b>	<b>26,7</b>	<b>27,7</b>	<b>29,1</b>	
<b>Union économique et monétaire à 18</b>	<b>8,9</b>	<b>9,4</b>	<b>7,9</b>	<b>9,3</b>	<b>20,1</b>	<b>17,4</b>	<b>19,3</b>	<b>16,9</b>	<b>21,8</b>	<b>23,4</b>	<b>25,4</b>	
Allemagne	1,4	0,0	-0,8	-1,4	4,4	5,3	5,7	5,7	5,5	7,3	6,2	
Belgique	0,2	1,3	0,6	0,2	0,7	0,1	1,6	-0,2	1,6	0,6	1,3	
Espagne	-0,4	1,0	1,4	1,9	2,1	1,9	1,9	1,9	2,2	1,3	2,1	
Irlande	0,3	0,2	0,1	-0,6	-0,2	-0,3	-0,3	-0,3	0,1	0,1	0,1	
Italie	0,3	0,1	0,1	0,1	0,8	0,7	0,9	0,9	1,6	1,2	1,3	
Luxembourg	2,2	2,3	2,1	3,3	3,5	4,9	5,9	4,9	5,1	5,9	9,6	
Pays-Bas	4,4	4,2	4,4	5,8	8,6	4,4	3,0	3,4	5,3	6,4	4,2	
<b>Autres pays de l'Union européenne</b>	<b>6,6</b>	<b>4,6</b>	<b>4,6</b>	<b>4,8</b>	<b>5,5</b>	<b>2,5</b>	<b>3,2</b>	<b>2,1</b>	<b>4,9</b>	<b>4,4</b>	<b>3,6</b>	
Pologne	0,0	0,0	-0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
République tchèque	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Roumanie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Royaume-Uni	6,3	4,4	4,6	4,8	5,2	2,1	2,3	0,5	3,0	3,1	2,9	
Suède	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,2	0,4	0,2	0,2	
<b>Autres pays industrialisés</b>	<b>2,2</b>	<b>2,6</b>	<b>3,4</b>	<b>3,7</b>	<b>4,9</b>	<b>4,8</b>	<b>6,2</b>	<b>4,6</b>	<b>3,3</b>	<b>3,5</b>	<b>3,4</b>	
États-Unis	1,3	1,6	1,0	1,1	1,7	1,6	2,5	2,1	1,1	1,1	1,3	
Japon	0,8	0,9	2,5	2,6	2,4	2,6	2,8	1,1	1,3	1,4	1,4	
Suisse	-0,1	0,0	-0,3	-0,1	0,7	0,5	0,8	1,4	0,9	1,0	0,6	
<b>Reste du monde</b>	<b>0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>0,5</b>	<b>1,1</b>	<b>1,7</b>	<b>1,4</b>	<b>1,0</b>	<b>0,5</b>	<b>2,1</b>	<b>1,5</b>	<b>1,4</b>	
Brésil	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	-0,1	0,0	
Chine	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,5	0,5	
Inde	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	
Russie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Turquie	0,0	0,0	-0,1	-0,1	0,0	-0,1	-0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0	
<b>Total</b>	<b>17,7</b>	<b>16,9</b>	<b>16,5</b>	<b>19,0</b>	<b>32,3</b>	<b>26,1</b>	<b>29,7</b>	<b>24,1</b>	<b>32,1</b>	<b>32,8</b>	<b>33,8</b>	

Source et réalisation:

Banque de France

Mise à jour : 5 novembre 2014

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

**Tableau 17** : Stocks d'investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes (en valeur mixte), par pays d'origine (pays de l'investisseur ultime)

	Secteurs du commerce										
	(en milliards d'euros)										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>France</b>	1,4	1,4	1,3	1,9	1,9	1,8	2,0	2,2	2,2	2,3	nd
<b>Union européenne (à 27)</b>	<b>12,0</b>	<b>9,9</b>	<b>8,2</b>	<b>9,4</b>	<b>20,8</b>	<b>14,4</b>	<b>17,4</b>	<b>12,9</b>	<b>19,8</b>	<b>21,3</b>	nd
<b>Union économique et monétaire à 17</b>	<b>4,7</b>	<b>4,3</b>	<b>3,5</b>	<b>4,8</b>	<b>14,1</b>	<b>11,1</b>	<b>14,5</b>	<b>11,3</b>	<b>15,1</b>	<b>17,2</b>	nd
Allemagne	1,4	-0,1	-0,8	-1,5	4,7	5,3	5,8	5,5	5,2	7,0	nd
Belgique	0,0	1,0	1,3	0,7	1,5	1,2	1,6	-0,2	1,6	0,5	nd
Espagne	-0,4	0,2	0,6	1,1	1,2	0,6	0,8	0,8	0,9	0,8	nd
Irlande	-0,2	-0,3	-0,5	-0,6	-0,2	-0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	nd
Italie	0,5	0,4	0,7	1,0	1,7	1,5	1,8	1,4	2,9	2,7	nd
Luxembourg	0,3	0,1	0,2	0,9	0,7	2,9	4,0	3,1	2,2	2,5	nd
Pays-Bas	2,9	2,8	1,8	3,0	4,2	-0,2	-0,2	-0,1	1,7	2,9	nd
<b>Autres pays de l'Union européenne</b>	<b>7,3</b>	<b>5,5</b>	<b>4,7</b>	<b>4,6</b>	<b>6,7</b>	<b>3,4</b>	<b>2,9</b>	<b>1,6</b>	<b>4,7</b>	<b>4,1</b>	nd
Pologne	0,0	0,0	-0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	nd
République tchèque	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	nd
Roumanie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	nd
Royaume-Uni	7,0	5,2	4,6	4,5	6,2	2,8	2,1	0,1	2,7	2,6	nd
Suède	0,2	0,3	0,2	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,3	nd
<b>Autres pays industrialisés</b>	<b>4,3</b>	<b>5,4</b>	<b>6,4</b>	<b>6,5</b>	<b>7,9</b>	<b>8,7</b>	<b>9,5</b>	<b>8,7</b>	<b>8,4</b>	<b>7,8</b>	nd
États-Unis	3,2	4,0	3,6	3,6	4,2	4,7	5,5	5,3	4,8	4,3	nd
Japon	1,1	1,3	2,9	3,1	3,1	3,4	3,5	1,7	2,1	2,2	nd
Suisse	-0,2	-0,1	-0,3	-0,3	0,5	0,4	0,4	1,6	1,4	1,3	nd
<b>Reste du monde</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,5</b>	<b>1,2</b>	<b>1,6</b>	<b>1,2</b>	<b>0,8</b>	<b>0,2</b>	<b>1,8</b>	<b>1,4</b>	nd
Brésil	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	-0,1	nd
Chine	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,6	0,5	nd
Inde	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	nd
Russie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	nd
Turquie	0,0	0,0	-0,1	-0,1	0,0	-0,1	-0,1	-0,1	0,0	0,0	nd
<b>Total</b>	<b>17,7</b>	<b>16,9</b>	<b>16,5</b>	<b>19,0</b>	<b>32,3</b>	<b>26,1</b>	<b>29,7</b>	<b>24,1</b>	<b>32,1</b>	<b>32,8</b>	<b>33,8</b>
<b>Total hors France</b>	<b>16,4</b>	<b>15,5</b>	<b>15,2</b>	<b>17,1</b>	<b>30,3</b>	<b>24,3</b>	<b>27,7</b>	<b>21,9</b>	<b>30,0</b>	<b>30,5</b>	<b>nd</b>

Source et réalisation:

Banque de France

Mise à jour : 5 novembre 2014

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

### 3 - Un quart du chiffre d'affaires des sociétés commerciales est réalisé par des groupes étrangers

En 2011, les filiales commerciales résidentes contrôlées par des groupes étrangers ont réalisé un chiffre d'affaires de 330 milliards d'euros (tableau 18), soit environ 24 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des opérateurs commerciaux intervenant sur le territoire français<sup>102</sup>.

Dans le commerce de gros (hors intermédiaires), les filiales résidentes de groupes étrangers réalisent 37 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur en 2011. C'est dans le commerce de gros que la part des filiales de groupes étrangers est la plus importante. En effet, ce secteur inclut, outre les filiales commerciales de sociétés commerciales étrangères, les filiales de commercialisation des opérateurs industriels distribuant leurs produits en France.

Pour les mêmes raisons, les filiales de sociétés étrangères détiennent une place importante dans le commerce et la réparation automobile (25 %).

À l'inverse, la part des filiales de sociétés étrangères est faible dans les secteurs du commerce de détail (11 %).

**Tableau 18:** Chiffre d'affaires des filiales françaises de sociétés étrangères en 2010 et 2011 selon le secteur d'activité (en millions d'euros) et part dans l'ensemble des sociétés commerciales résidant en France en 2011

	2010	2011	Part dans l'ensemble des entreprises résidant en France en 2011
produits agricoles bruts et animaux vivants	2 831	7 288	11%
produits alimentaires, boissons, tabac	34 561	36 781	29%
biens domestiques	66 828	70 551	53%
équipement de l'information et de la communication	28 526	28 433	66%
autres équipements industriels	25 429	27 830	33%
autres commerces de gros	52 247	58 415	33%
<b>commerce de gros</b>	<b>210 423</b>	<b>229 298</b>	<b>37%</b>
centrales d'achats	3 084	2 815	3%
hors centrales d'achats	7 785	8 266	34%
<b>intermédiaires du commerce</b>	<b>10 869</b>	<b>11 081</b>	<b>8%</b>
alimentaire non spécialisé	16 276	16 916	9%
alimentaire spécialisé	387	293	2%
non alimentaire non spécialisé	1 133	s.	s.
carburant	1 456	s.	s.
non alimentaire spécialisé	22 234	24 297	13%
hors magasin	4 836	4 491	19%
<b>commerce de détail</b>	<b>46 321</b>	<b>49 004</b>	<b>11%</b>
<b>commerce et réparation automobile</b>	<b>36 355</b>	<b>40 659</b>	<b>25%</b>
<b>total commerce</b>	<b>303 968</b>	<b>330 042</b>	<b>24%</b>

Source : Insee-Lifi, Comptes du commerce

Au sein du commerce de gros, c'est dans le secteur de l'équipement de l'information et de la communication que la part des filiales sous contrôle étranger est la plus importante (66 %). À l'inverse, dans le secteur des produits agricoles bruts et d'animaux vivants, la part est faible (11 %).

Parmi les intermédiaires du commerce, la présence étrangère est contrastée. Elle est très faible dans le secteur des centrales d'achats (3 %), mais importante parmi les autres intermédiaires du commerce (34 %).

Dans les secteurs du commerce et de la réparation automobile, la part des unités détenues par des groupes étrangers semble importante au regard des autres secteurs du commerce. Néanmoins, elle ne reflète pas complètement le poids des constructeurs automobiles étrangers dans la distribution d'automobile en France.

<sup>102</sup> Dans cette partie du document, les parts sont exprimées en termes de chiffres d'affaires.

En effet, les concessionnaires automobiles en France distribuant des marques étrangères sont liés par contrat et non par des liens financiers avec les constructeurs automobiles étrangers ou leur filiale de commercialisation établie en France.

Dans les secteurs du commerce de détail, le contrôle étranger est modeste.

Les filiales commerciales résidentes sont contrôlées pour l'essentiel par des groupes européens (69,2 % du chiffre d'affaires total des filiales de groupes étrangers de toutes nationalités), faisant partie de l'Union Européenne (61,8 %) ou non (7,4 %). Les groupes suisses réalisent l'essentiel du chiffre d'affaires des groupes européens extracommunautaires. Les groupes de la zone euro réalisent 42,1 % du total.

Les groupes américains, essentiellement des États-Unis, représentent 20,6 % du chiffre d'affaires des filiales de groupes étrangers toutes nationalités confondues. La part de l'Asie (9,1 %) est en grande partie imputable au Japon (5,3 %).

**Tableau 19** : Activité des filiales résidentes de sociétés étrangères en 2010 et 2011 (chiffre d'affaires en millions).

	2010	2011	Répartition en 2011 (en %)
<b>EUROPE</b>	<b>214 057</b>	<b>228 105</b>	69,2
<b>UNION EUROPÉENNE</b>	<b>191 928</b>	<b>203 771</b>	61,8
<i>ZONE EURO</i>	<i>134 851</i>	<i>138 960</i>	42,1
dont ALLEMAGNE	64 355	66 844	20,3
dont AUTRICHE	758	851	0,3
dont BELGIQUE	16 208	16 543	5,0
dont ESPAGNE	5 267	5 368	1,6
dont FINLANDE	1 208	937	0,3
dont GRÈCE	65	58	0,0
dont IRLANDE	1 002	1 518	0,5
dont ITALIE	17 301	17 542	5,3
dont LUXEMBOURG	7 106	8 268	2,5
dont PAYS-BAS	20 855	20 190	6,1
dont PORTUGAL	383	361	0,1
<i>HORS ZONE EURO</i>	<i>57 078</i>	<i>64 811</i>	19,6
dont DANEMARK	3 285	3 672	1,1
dont LITUANIE	88	135	0,0
dont POLOGNE	33	72	0,0
dont ROYAUME UNI	48 461	55 077	16,7
dont SUÈDE	5 066	5 632	1,7
<b>AUTRES PAYS D'EUROPE</b>	<b>22 129</b>	<b>24 334</b>	7,4
dont NORVÈGE	797	812	0,2
dont SUISSE	20 983	22 993	7,0
dont RUSSIE	293	445	0,1
<b>AFRIQUE</b>	<b>861</b>	<b>3 297</b>	1,0
<b>AMÉRIQUE</b>	<b>61 302</b>	<b>67 992</b>	20,6
USA	59 708	66 306	20,1
ALÉNA (Usa+Canada+Méxique)	60 245	66 862	20,3
autres pays en Amérique	1 057	1 130	0,3
<b>ASIE</b>	<b>27 350</b>	<b>30 169</b>	9,1
dont CHINE	1 358	2 088	0,6
dont INDE	167	214	0,1
dont ISRAËL	802	2 134	0,6
dont JAPON	16 449	17 335	5,3
<b>OCÉANIE</b>	<b>234</b>	<b>286</b>	0,1

Source : Insee-Lifi



# 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 annuelle<sup>103</sup>. 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

---

<sup>103</sup> 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)<sup>104</sup>.

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.

---

<sup>104</sup> 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](http://www.insee.gouv.fr)

Rubriques : -définitions et méthodes, puis  
-nomenclatures, puis  
-zoom sur la rubrique

### 1 - Les principaux changements

Les nomenclatures d'activités et de produits françaises, la NAF et la CPF, ont été révisées au 1<sup>er</sup> janvier 2008. Les révisions de la NAF et de la CPF ont fait l'objet d'une large concertation avec les représentants de l'ensemble des fédérations professionnelles.

La NAF rév2 et la CPF rév2 succèdent à la NAF rév1 et la CPF rév1 qui étaient en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2003. Cette opération s'inscrit dans un processus de révision d'ensemble des nomenclatures d'activités et de produits au niveau mondial, européen et français. La NAF est désormais strictement emboîtée dans la nomenclature européenne d'activités, la NACE rév2. La codification de la NAF s'effectue sur cinq positions : quatre chiffres et une lettre ; les quatre chiffres sont ceux de la classe européenne de la NACE, la lettre en cinquième position est propre à la sous-classe française.

#### 1.1 - Les changements dans les contours des activités

Les principales modifications sont les suivantes :

**Artisanat commercial** : division 10 en partie de la NAF rév. 2

- une partie des classes « charcuterie » et « cuisson de produits de boulangerie » a été transférée dans d'autres activités. La quasi-totalité des entreprises qui sortent du secteur passent dans l'activité « Préparation et cuisson de pizza à emporter ou à livrer » (5610C).

**Commerce et réparation 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 <b>spécialisé</b> . Avant, ce secteur comprenait le sport et le loisir
524W	4778C	Commerce de détail d'articles de sport et de loisir	Autres commerces de détail spécialisés divers	4%	2%	
524Z	4741Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé	15%	22%	Toutes les activités du « commerce de détail divers » ont été affinées. Certaines gammes de produits ont été mieux précisées notamment dans le secteur de l'électronique. Désormais on retrouve le commerce d'ordinateurs et de télécommunication comme secteur à part entière
524Z	4742Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de matériels de télécommunication en magasin spécialisé	6%	7%	
524Z	4759A	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de meubles	1%	0%	
524Z	4765Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de jeux et jouets en magasin spécialisé	9%	14%	
524Z	4776Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé	5%	4%	
524Z	4778C	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Autres commerces de détail spécialisés divers	64%	53%	
524Z	4778C	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Autres commerces de détail spécialisés divers	64%	53%	
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 marché 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 m<sup>2</sup>)
- 47.52B Quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m<sup>2</sup> ou plus)
- 47.53Z Tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols
- 47.54Z Appareils électroménagers
- 47.59A Meubles
- 47.59B Autres équipements du foyer

### **47.6 Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé**

- 47.61Z Livres
- 47.62Z Journaux et papeterie
- 47.63Z Enregistrements musicaux et vidéo
- 47.64Z Articles de sport
- 47.65Z Jeux et jouets

### **47.7 Autres commerces de détail en magasin spécialisé**

- 47.71Z Habillement
- 47.72A Chaussure
- 47.72B Maroquinerie et articles de voyage
- 47.73Z Produits pharmaceutiques
- 47.74Z Articles médicaux et orthopédiques
- 47.75Z Parfumerie et produits de beauté
- 47.76Z Fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour animaux
- 47.77Z Articles d'horlogerie et bijouterie

- 47.78A Optique
- 47.78B Charbons et combustibles
- 47.78C Autres commerces de détail spécialisés divers
- 47.79Z Biens d'occasion en magasin

**47.8 Commerce de détail sur éventaires et marchés**

- 47.81Z Alimentaire
- 47.82Z Textiles, habillement et chaussures
- 47.89Z Autres commerces de détail

**47.9 Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés**

- 47.91A Vente à distance sur catalogue général
  - 47.91B Vente à distance sur catalogue spécialisé
  - 47.99A Vente à domicile
  - 47.99B Vente par automates et autres commerces hors magasin, éventaires ou marchés n.c.a.
- 

**ACTIVITÉS ARTISANALES A CARACTERE COMMERCIAL**

---

- 10.13B Charcuterie
- 10.71B Cuisson de produits de boulangerie
- 10.71C Boulangerie et boulangerie-pâtisserie
- 10.71D Pâtisserie

# ANNEXE IV - Réconciliation des ventes au détail et de la consommation commercialisable des ménages

## Méthodologie du Passage Produits-Secteurs (PPS) sur les ventes

Les données sur les ventes du commerce de détail figurant dans le présent rapport sont issues du « Passage Produits Secteurs » (PPS) sur les ventes. Il s'agit du tableau ventilant les ventes des secteurs d'établissements entre les différents produits.

### Principes généraux

Le PPS vise à réconcilier deux grandeurs économiques relevant de deux approches différentes :

- la consommation 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.**

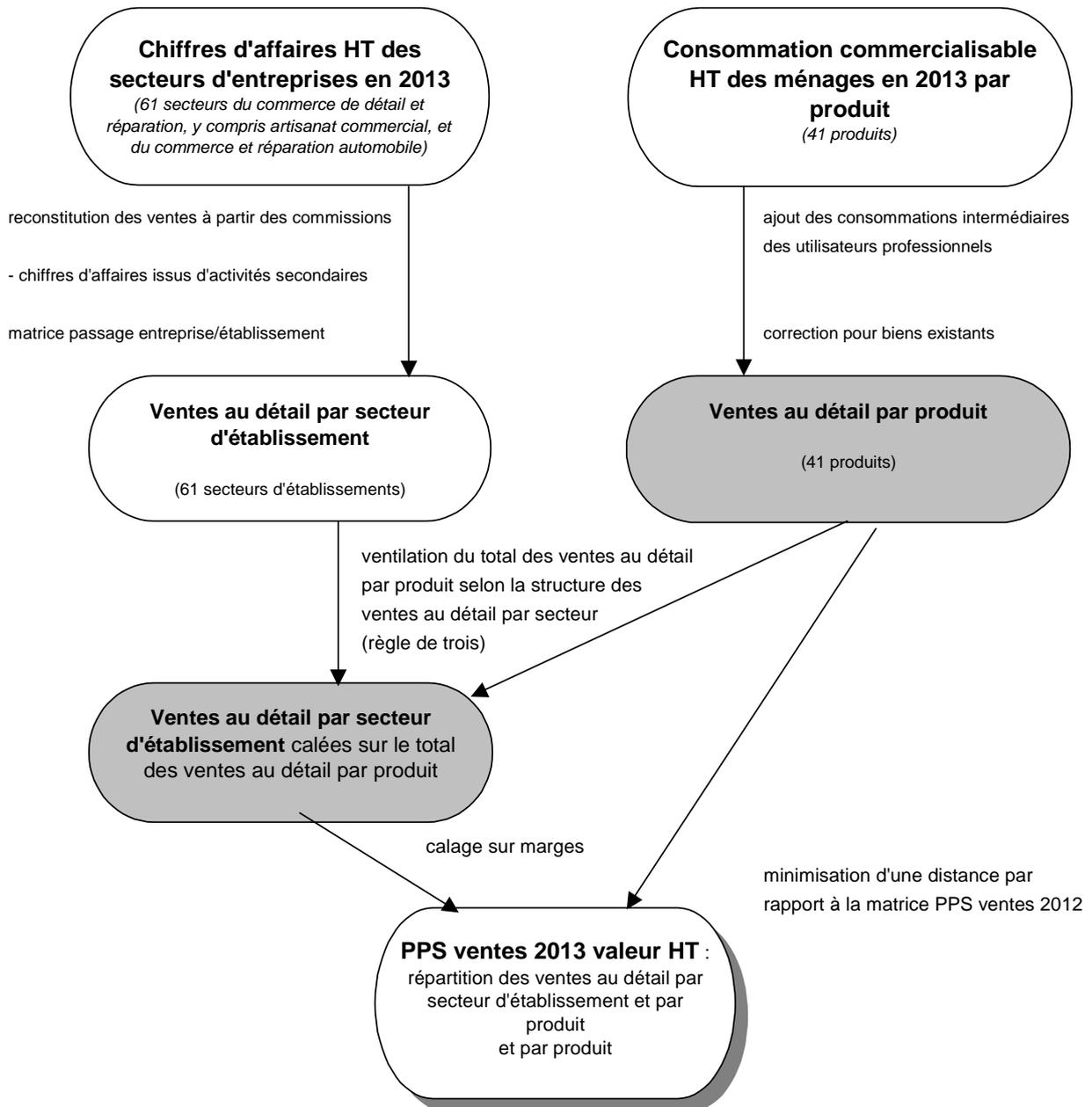
La première étape consiste à effectuer un *passage secteur d'entreprise* → *forme de vente*, c'est-à-dire à estimer les chiffres d'affaires des formes de ventes à partir des chiffres d'affaires des secteurs d'entreprises.

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 vente<sup>105</sup>) qu'à celle de l'entreprise ; ainsi, la part des produits alimentaires est prépondérante pour les supermarchés alors qu'elle est voisine de la moitié pour les hypermarchés. Or, certaines entreprises du secteur de l'alimentation générale gèrent plusieurs formes de vente (par exemple, des entreprises gérant principalement des hypermarchés peuvent également gérer des supermarchés ou des supérettes). Par conséquent, la ventilation par produits des ventes est plus précise si elle s'appuie sur les CA des secteurs d'établissements.

Pour les secteurs du commerce de détail, la matrice retraçant le passage secteur d'entreprise → 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.

<sup>105</sup> La notion de forme de vente est proche de celle d'établissement ou de magasin. La locution "forme de vente" est plus générale car elle convient mieux au commerce hors magasin (vente à distance, marchés sur éventaies 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'établissement<sup>1</sup> entre les différents produits, est établi sur des données en valeur HT. Pour obtenir un tableau équivalent en volume, on déflate les données en valeur par des indices de prix.

### Il n'existe pas d'indices de prix détaillés par forme de vente

A défaut d'indices de prix très détaillés reflétant l'évolution spécifique du prix de chaque produit dans chaque forme de vente, on 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<sup>ème</sup> 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  $\text{CA}_i$  le chiffre d'affaires sur les ventes de marchandises.

On cherche à décomposer cette évolution en une évolution en prix et une évolution en volume :

$$\frac{\text{marge}_1}{\text{marge}_0} = \frac{r_1 \times \text{CA}_1}{r_0 \times \text{CA}_0} = \frac{s_1}{s_0} \times \frac{Q_1}{Q_0}$$
 où  $s$  désigne le prix du service commercial et  $Q$  le volume de la production de service commercial.

Or l'évolution du chiffre d'affaires s'analyse elle-même comme le produit d'une évolution en volume par une évolution en prix.

b) 
$$\frac{\text{CA}_1}{\text{CA}_0} = \frac{P_1 \times V_1}{P_0 \times V_0}$$
 où  $P$  désigne le prix de vente des marchandises,  $V$  le volume du chiffre d'affaires en vente de marchandises.

En reportant b) dans a), on obtient :

$$c) \frac{\text{marge}_1}{\text{marge}_0} = \frac{r_1}{r_0} \times \frac{P_1}{P_0} \times \frac{V_1}{V_0}$$

On fait l'hypothèse forte et conventionnelle pour chaque activité élémentaire que le volume de la production de la marge commerciale  $Q$  évolue comme le volume du chiffre d'affaires  $V$  ( $Q_1/Q_0 = V_1/V_0$ ) et on peut transformer c) en :

$$d) \frac{\text{marge}_1}{\text{marge}_0} = \frac{r_1}{r_0} \times \frac{P_1}{P_0} \times \frac{Q_1}{Q_0}$$

d'où l'indice du prix de la marge commerciale :

$$\frac{s_1}{s_0} = \frac{r_1}{r_0} \times \frac{P_1}{P_0}$$

C'est-à-dire le produit de l'évolution du taux de marge commerciale et de l'indice du prix du chiffre d'affaires sur les ventes de marchandises.

## ANNEXE X - Les formes du commerce par taille

### Grand commerce / petit et moyen commerce

**Le grand commerce est défini par différents critères selon le secteur d'activité :**

#### Le grand commerce alimentaire

Ensemble des entreprises ayant pour activité principale la gestion de supermarchés, magasins populaires et hypermarchés. Ces entreprises peuvent également gérer à titre secondaire d'autres formes de vente en particulier des supérettes.

#### Les grands magasins

Entreprises du commerce de détail non spécialisé sans prédominance alimentaire dont les magasins ont une surface de vente égale ou supérieure à 2500 m<sup>2</sup> (NAF 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 m<sup>2</sup> et plus de surface de vente.

(définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998).

Cette distinction vise à suivre l'évolution du commerce concentré constitué des entreprises de grande taille. Cette approche ne tient pas compte de la concentration réalisée par la constitution de réseaux de petits détaillants (franchise, groupements d'achats).

**Le petit et moyen commerce sont définis de la façon suivante :**

#### Le petit commerce alimentaire

Ensemble des entreprises ayant pour activité principale le commerce de produits surgelés, l'alimentation générale de petite surface, la gestion de supérettes et le commerce alimentaire spécialisé (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
<b>10.13B</b>	<b>Charcuterie</b>
10.71	Fabrication de pain et de pâtisserie fraîche :
10.71A	Fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche
<b>10.71B</b>	<b>Cuisson de produits de boulangerie</b>
<b>10.71C</b>	<b>Boulangerie et boulangerie- pâtisserie</b>
<b>10.71D</b>	<b>Pâtisserie</b>

**L'artisanat commercial regroupe donc uniquement les unités des NAF 10.13B, 10.71B, 10.71C, 10.71D.**

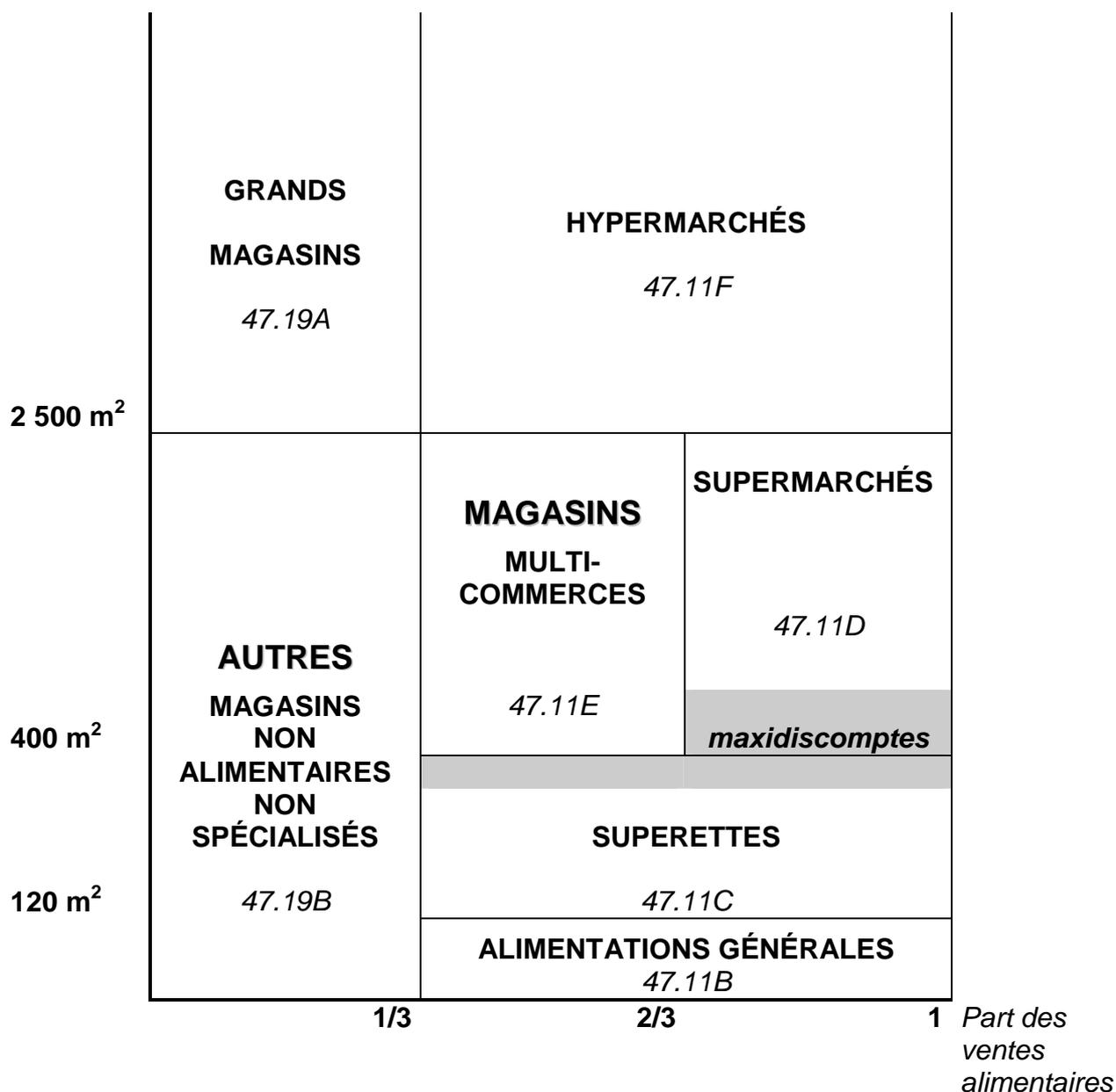
Les entreprises classées dans d'autres NAF et dont l'activité répondrait à la définition ci-dessus sont classées le plus souvent en industrie agro-alimentaires. Il en est ainsi des glaciers et confiseurs.

Le poste 10.52Z de la nomenclature est intitulé « Fabrication de glaces et sorbets ». Il n'est pas possible de distinguer la fabrication artisanale de la fabrication industrielle. Les entreprises classées dans ce poste font donc partie des industries agro-alimentaires.

## ANNEXE XII - Typologie des magasins non spécialisés

### LES MAGASINS NON SPÉCIALISÉS selon la taille et la part des ventes en produits alimentaires

Surfaces  
des magasins



*Le schéma ci-contre ne concerne que les magasins non spécialisés.*

Ceux-ci sont classés selon deux critères : la surface des magasins et la part des ventes en produits alimentaires.

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

- les « grands magasins » (Printemps, Galeries Lafayette, Samaritaine...), dont la surface de vente est d'au moins 2 500 m<sup>2</sup> ;

- les autres magasins non alimentaires non spécialisés (bazars...), dont la surface de vente est inférieure à 2 500 m<sup>2</sup>.

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

- **les grandes surfaces** :

\* les « hypermarchés », dont la surface de vente est d'au moins 2 500 m<sup>2</sup> ;

\* les « supermarchés », dont la surface est comprise entre 400 m<sup>2</sup> et 2 500 m<sup>2</sup> et qui réalisent plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires ;

\* les « magasins multi-commerces » (Monoprix, essentiellement), de même taille que les supermarchés, mais qui réalisent entre un tiers et deux tiers de leur chiffre d'affaires en alimentaire ;

- **les petites surfaces** :

\* les « supérettes », dont la surface de vente est comprise entre 120 m<sup>2</sup> et 400 m<sup>2</sup> ;

\* les « alimentations générales », dont la surface de vente est inférieure à 120 m<sup>2</sup>.

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

## ANNEXE XIII - La réglementation du commerce

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

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

### Professions réglementées

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

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

### Activités réglementées

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

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

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

Ainsi les projets soumis à une demande d'autorisation d'exploitation commerciale devront tenir compte de trois critères rénovés qui concernent :

.../...

- l'aménagement du territoire, ceux-ci devant contribuer à l'animation de la vie urbaine, rurale et de montagne, laquelle animation passe notamment par le maintien des activités dans les zones rurales et par le rééquilibrage des agglomérations grâce au développement des activités en centre-ville ;
- des critères induits par la loi du 12 décembre 2000, dite loi « SRU ». Sont ainsi examinés les effets des projets sur les flux de transport (flux de voitures particulières et de véhicules de livraison), mais aussi l'insertion des projets dans les réseaux de transport collectif ;
- et des critères relatifs au développement durable : intégration paysagère, la prise en compte des coûts collectifs, de l'efficacité énergétique, de la gestion des déchets, de l'utilisation des énergies renouvelables, du traitement adapté des effluents et des eaux pluviales, etc. en sont les différents aspects.

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

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

L'interdiction de la revente à perte constitue un grand principe du droit commercial français. Elle a été définie par la loi du 1<sup>er</sup> juillet 1996 relative à la loyauté et à l'équilibre des relations commerciales, dite loi Galland qui a été modifiée successivement par la loi en faveur des PME du 2 août 2005, par la loi du 3 janvier 2008 dite loi Chatel et par la loi de modernisation de l'Économie du 4 août 2008 : il s'agit de se prémunir contre les dérives d'une concurrence par les prix bas mais également de lutter contre le phénomène dit des « marges arrières », c'est à dire le déplacement de la négociation commerciale du prix de vente facturé vers les réductions de prix hors facture et la coopération commerciale. L'objectif est de faciliter la négociation commerciale entre fournisseurs et détaillants en la rendant plus transparente. Les modalités de calcul du seuil de revente à perte (SRP) ont été revues à cet effet : le SRP est devenu un prix unitaire, trois fois net, intégrant non seulement toutes les réductions de prix sur facture ou hors facture mais aussi tous les avantages financiers et également tous les services de coopération commerciale. Dans un souci de simplification et de transparence l'ensemble de la relation commerciale entre fournisseurs et distributeurs est désormais défini dans une convention unique. Enfin, la loi de modernisation de l'Économie met en œuvre la dernière étape de la réforme des relations commerciales en autorisant la négociabilité des conditions générales de vente qui peuvent être différenciées selon les catégories d'acheteurs et de produits ou de demandeurs de prestations de services. Il doit résulter de ces réformes la disparition progressive des marges arrières en intégrant dans le prix des produits les différentes contreparties au contrat de vente dès lors que celles-ci ont été clairement identifiées ; une concurrence plus saine entre les entreprises résultant de la liberté de négocier et de choisir ; des baisses de prix et des gains de pouvoir d'achat pour les consommateurs. Demeurent prohibées les offres de prix ou pratiques de prix de vente aux consommateurs abusivement bas par rapport aux coûts de production, de transformation, de commercialisation, dès lors que ces offres ou pratiques ont pour objet, ou peuvent avoir pour effet, d'éliminer d'un marché ou d'empêcher d'accéder à un marché, une entreprise ou l'un de ses produits.

### **Ventes au déballage**

Le code de commerce soumet à encadrement les ventes au déballage. Elles sont soumises à un régime de déclaration (d'autorisation avant la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008) afin de contrôler les pratiques de vente qui peuvent porter atteinte au principe de la loyauté de la concurrence.

### **Ventes en liquidation**

Les ventes en liquidation sont également encadrées par le code de commerce : elles sont également soumises à un régime de déclaration.

### **Soldes**

Les soldes sont définis par le code du commerce comme des ventes, accompagnées ou précédées de publicité, tendant par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de marchandises en stock pendant des périodes strictement réglementées.

### **Ouverture et fermeture des commerces**

Il n'y a de réglementation de l'ouverture des commerces qu'en incidence de la réglementation d'emploi des salariés du commerce. Dans le souci de protéger ces salariés, la réglementation de la législation sociale (Code du travail) interdit d'occuper un même salarié plus de six jours par semaine et le jour de repos est, en principe, le dimanche. Toutefois, ce régime comporte de nombreuses dérogations permanentes et de plein droit nécessaires à la vie économique et sociale.

### **Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC)**

La loi de modernisation de l'économie modifie à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2009 la composition des commissions départementales chargées de délivrer les autorisations d'exploitation commerciale et modifie leur dénomination. Les commissions départementales d'équipement commercial (CDEC) deviennent les commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC).

Les CDAC sont composées de huit membres (cinq élus locaux et trois personnalités qualifiées en matière de consommation, de développement durable et d'aménagement du territoire). Le rôle de ces commissions est de garantir le respect de la liberté d'entreprendre et le développement maîtrisé des activités commerciales tout en permettant un aménagement équilibré du territoire, avec la prise en compte de critères rénovés tels que l'aménagement du territoire et le respect de la protection de l'environnement. Enfin, ces autorisations d'exploitation commerciale doivent être compatibles avec les schémas de cohérence territoriale, documents d'urbanisme organisant les aires urbaines. Au cours des dernières années, les commissions d'équipement commercial ont vu leur activité augmenter régulièrement. Les commissions départementales examinent environ 3 700 dossiers par an pour environ 4,7 millions de m<sup>2</sup> de surface de vente, soit une évolution de près de 27 % en 5 ans. Moins de 10 % de ces demandes font l'objet d'un recours devant la Commission nationale. Au total, toutes commissions confondues, plus de 80 % des demandes sont autorisées. Les décisions des commissions sont susceptibles de recours pour excès de pouvoir devant le juge administratif.

**Pour en savoir plus**

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

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

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

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

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

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

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

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

## **ANNEXE XIV - Définitions pour l'analyse du commerce de détail**

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

### COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE, EN MAGASIN 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 m<sup>2</sup>, et les autres commerces de détail en magasin non spécialisé (NAF 47.19B), dont la surface de vente est inférieure à 2 500 m<sup>2</sup>.

### COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE, EN MAGASIN SPÉCIALISÉ

Regroupe les unités faisant plus de la moitié de leur chiffre d'affaires dans l'une des onze gammes de produits alimentaires (cf ci-dessus magasin non spécialisé) (NAF 47.3 à 47.7). Aucun critère de taille ou de nombre de magasins n'est introduit.

### COMMERCE DE DÉTAIL HORS MAGASIN

Regroupe les unités qui réalisent leurs ventes hors magasin (NAF 47.8 et 47.9) : vente à distance sur catalogue général et spécialisée, éventaires et marchés, vente à domicile ou par automate.

### CONSOMMATION COMMERCIALISABLE DES MÉNAGES

C'est la consommation effective de produits commercialisables (susceptibles d'être vendus par le commerce et les services de réparation associés au commerce), hors autoconsommation, par les ménages (résidents ou non résidents) sur le territoire économique. Elle correspond ainsi d'une part à la consommation des ménages en biens (y compris automobiles), à l'exclusion des consommations d'eau, de gaz et d'électricité, et d'autre part à la consommation des ménages en services de réparation de biens domestiques et personnels et d'entretien et réparation automobile. Elle ne couvre pas les autres services.

### CORRECTION POUR BIENS 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 m<sup>2</sup> et plus de surface de vente.

## PART DE MARCHÉ

Proportion des ventes d'un produit assurée par un secteur d'établissement donné. Les parts de marché sont calculées sur les ventes et non sur les chiffres d'affaires, c'est-à-dire après élimination des autres activités, commissions et démarques.

## PRODUIT COMMERCIALISABLE

Produit susceptible d'être vendu par le commerce et les activités de réparation associées au commerce. Les produits commercialisables sont d'une part les biens (y compris automobiles), à l'exclusion de l'eau, du gaz et de l'électricité, et d'autre part les services de réparation de biens domestiques et personnels et d'entretien et réparation automobile.

## SURFACE DE VENTE

Surface accessible au public dans l'enceinte des caisses, c'est-à-dire après exclusion des réserves, cours, parkings et surfaces d'exposition exceptionnelle en plein air (le plein air permanent est pris en compte pour les jardineries, matériaux de construction et combustibles).

## VENTES AU DÉTAIL DU COMMERCE

Ventes de produits commercialisables aux ménages et à quelques artisans-commerçants-prestataires de services par les entreprises du commerce.

## VENTES AU DÉTAIL HORS COMMERCE

Ventes de produits commercialisables aux ménages et à quelques artisans-commerçants-prestataires de services par les entreprises hors commerce et artisanat à caractère commercial.

Les ménages peuvent s'adresser directement à des producteurs ou à des prestataires de service. C'est notamment le cas de leurs achats de tabac, qui sont répartis entre le commerce spécialisé de tabac, le commerce de journaux et les débits de boissons (cafés-tabac), classés dans les services.

## **ANNEXE XV - Lexique des définitions statistiques et comptables**

### CHIFFRE D'AFFAIRES DU COMMERCE (CA)

Produit de toutes les activités y compris non commerciales exercées par les secteurs (entreprises ou établissements) du commerce.

Soit, à partir des postes comptables :  $CA = \text{Ventes de marchandises} + \text{production vendue de biens et services}$ .

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

Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

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

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

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

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

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

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

**Tableau I-2 Évolution des ventes de marchandises du commerce de gros (C.G.) en valeur hors taxes**

	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2013p
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013p	
<b>C.G. de produits agricoles bruts</b>	<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>-0,3</b>	<b>4,3</b>	<b>23,8</b>	<b>-10,8</b>	<b>-9,8</b>	<b>28,2</b>	<b>8,9</b>	<b>1,7</b>	<b>66,4</b>
- 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	10,2	1,7	52,1
- autres produits (1)	0,6	4,5	4,7	-3,8	7,7	-7,7	-6,1	10,5	4,4	1,7	14,3
<b>C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac</b>	<b>0,7</b>	<b>3,4</b>	<b>3,1</b>	<b>3,8</b>	<b>4,2</b>	<b>-14,7</b>	<b>5,2</b>	<b>7,9</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	<b>127,7</b>
- produits frais (2)	-0,5	2,1	1,4	4,1	5,5	-17,9	5,8	5,2	2,4	3,3	58,2
- boissons (alcoolisées ou non)	9,1	4,9	2,6	4,8	3,6	-4,1	0,3	11,6	0,4	2,6	26,2
- autres produits (3)	-1,9	4,5	5,8	2,7	2,8	-16,1	7,5	9,5	4,6	1,6	43,3
<b>C.G. de biens domestiques</b>	<b>1,5</b>	<b>9,3</b>	<b>5,6</b>	<b>3,3</b>	<b>1,3</b>	<b>-1,8</b>	<b>2,8</b>	<b>5,1</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,6</b>	<b>140,3</b>
- produits pharmaceutiques	2,2	14,2	7,2	3,8	2,7	1,2	3,3	2,8	-0,4	-0,3	58,4
- autres produits (4)	1,1	6,3	4,5	3,0	0,4	-3,8	2,5	6,8	-1,4	-0,8	81,9
<b>C.G. d'équipements de l'information et de la communication</b>	<b>11,1</b>	<b>7,1</b>	<b>7,5</b>	<b>3,8</b>	<b>-3,5</b>	<b>-15,3</b>	<b>4,2</b>	<b>0,4</b>	<b>9,7</b>	<b>-2,6</b>	<b>42,7</b>
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	17,9	6,4	5,8	3,7	-1,3	-18,5	4,2	-3,9	9,8	-5,4	26,6
- composants et équipements électroniques et télécommunication	-1,8	8,7	11,2	4,0	-8,0	-8,3	4,2	9,1	9,5	2,4	16,1
<b>C.G. d'autres équipements industriels</b>	<b>4,7</b>	<b>5,7</b>	<b>-4,2</b>	<b>8,0</b>	<b>2,7</b>	<b>-12,2</b>	<b>3,0</b>	<b>9,6</b>	<b>3,4</b>	<b>-0,1</b>	<b>84,6</b>
- équipements de bureau (5)	17,9	6,4	5,8	3,7	-4,8	-12,6	4,6	1,5	-7,6	-2,8	4,2
- matériel électrique	-1,4	6,9	10,4	5,1	1,9	13,6	17,5	8,2	-0,2	-2,1	17,8
- autres équipements (6)	5,0	5,5	-7,4	9,0	3,5	-17,1	-0,9	10,7	5,3	0,6	62,6
<b>Autres C.G. spécialisés</b>	<b>9,0</b>	<b>3,7</b>	<b>7,3</b>	<b>5,4</b>	<b>8,4</b>	<b>-24,1</b>	<b>8,6</b>	<b>8,9</b>	<b>2,4</b>	<b>-2,9</b>	<b>143,5</b>
- combustibles et produits annexes	12,8	11,8	6,5	2,8	17,9	-32,7	16,2	12,4	11,2	-4,4	54,5
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	8,0	4,3	8,5	6,8	2,5	-13,2	1,0	4,0	-2,0	-1,6	48,8
- autres produits (8)	6,6	-5,0	7,0	6,6	4,9	-26,4	10,6	10,9	-3,0	-2,4	40,2
<b>Commerce de gros total :</b> (hors intermédiaires du commerce)	<b>4,4</b>	<b>5,4</b>	<b>3,8</b>	<b>4,7</b>	<b>5,4</b>	<b>-12,6</b>	<b>4,5</b>	<b>8,7</b>	<b>2,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>624,9</b>
<b>Intermédiaires du commerce</b>	<b>5,2</b>	<b>4,7</b>	<b>3,7</b>	<b>5,1</b>	<b>7,7</b>	<b>-10,4</b>	<b>2,0</b>	<b>11,1</b>	<b>2,7</b>	<b>1,2</b>	<b>117,8</b>
dont centrales d'achats	4,3	5,7	3,1	5,5	9,5	-7,6	1,8	11,1	4,3	1,6	102,5
<b>Commerce de gros et intermédiaires</b>	<b>4,5</b>	<b>5,3</b>	<b>3,8</b>	<b>4,8</b>	<b>5,7</b>	<b>-12,3</b>	<b>4,1</b>	<b>9,1</b>	<b>2,5</b>	<b>0,0</b>	<b>742,7</b>

Source : Insee - Comptes du commerce

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

## ANNEXE II - Les ventes du commerce de détail

Tableau II-1 A

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

Année 2012

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
<b>PRODUITS</b>								
Pain, pâtisserie	5 391	11 908	0	1	163	17 463	2 209	15 254
Fruits et légumes	23 064	2	0	73	15	23 154	0	23 154
Viandes et produits dérivés	36 941	1 583	0	104	409	39 036	5 087	33 949
Poissons, crustacés, coquillages	8 208	0	0	46	2	8 257	0	8 257
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>73 603</b>	<b>13 492</b>	<b>0</b>	<b>224</b>	<b>590</b>	<b>87 910</b>	<b>7 296</b>	<b>80 613</b>
Chocolaterie, confiserie	7 656	255	1	19	11	7 942	0	7 942
Vins, liqueurs et apéritifs	20 612	156	1	223	254	21 246	5 683	15 563
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	12 888	94	0	141	320	13 444	640	12 803
Epicerie, produits alimentaires divers	49 371	146	1	152	700	50 370	0	50 370
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>90 528</b>	<b>651</b>	<b>4</b>	<b>535</b>	<b>1 284</b>	<b>93 001</b>	<b>6 323</b>	<b>86 678</b>
Tabac et cigarettes	16 144	0	0	1	3 795	19 940	0	19 940
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>180 275</b>	<b>14 143</b>	<b>4</b>	<b>760</b>	<b>5 669</b>	<b>200 851</b>	<b>13 620</b>	<b>187 231</b>
Pneumatiques	24	0	3 427	9	9	3 468	927	2 541
Pièces détachées et équipements automobiles	638	0	20 857	179	250	21 923	4 565	17 358
Vente et réparation de motocycles	12	0	2 743	1	1	2 757	151	2 606
Carburants et lubrifiants	42 831	0	2 554	1 200	1 003	47 589	5 099	42 490
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>43 505</b>	<b>0</b>	<b>29 581</b>	<b>1 388</b>	<b>1 264</b>	<b>75 738</b>	<b>10 743</b>	<b>64 995</b>
Produits pharmaceutiques	36 977	0	0	1	428	37 406	0	37 406
Matériels médicaux et orthopédiques	2 616	0	0	51	1 183	3 851	0	3 851
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>39 593</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>53</b>	<b>1 611</b>	<b>41 257</b>	<b>0</b>	<b>41 257</b>
Habillement	39 062	0	0	831	579	40 472	6 403	34 070
Chaussures	9 014	0	0	6	78	9 098	231	8 868
Maroquinerie, articles de voyage	3 409	0	0	0	157	3 566	170	3 396
Parfumerie et produits de beauté	18 384	0	0	251	1 125	19 760	330	19 430
Optique et photographie	8 339	0	0	0	100	8 439	1 376	7 063
Horlogerie, bijouterie	5 253	0	0	18	48	5 318	0	5 318
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>83 461</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1 106</b>	<b>2 086</b>	<b>86 653</b>	<b>8 508</b>	<b>78 145</b>
Meubles, literie	16 386	0	0	15	229	16 630	2 836	13 794
Equipelement du foyer	10 262	0	0	102	90	10 454	2 306	8 148
Electroménager	11 653	0	0	120	765	12 538	2 514	10 024
Produits bruns	6 078	0	0	34	104	6 216	992	5 224
Micro-informatique et téléphones	12 677	0	10	243	5 482	18 411	5 860	12 551
Produits d'entretien ménager	7 244	0	0	3	12	7 259	2 147	5 112
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	4 376	0	0	28	51	4 455	1 014	3 441
Revêtements sols et murs	2 272	0	0	351	127	2 751	1 354	1 397
Quincaillerie, bricolage, peinture	16 326	0	25	1 123	712	18 186	7 256	10 930
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	8 303	0	0	189	376	8 867	422	8 445
Livres, journaux, papeterie	10 431	10	0	150	2 893	13 485	191	13 294
Vente et réparation de cycles	1 024	0	97	2	7	1 131	127	1 003
Sports et loisirs	10 288	0	1	30	322	10 641	1 770	8 871
Jeux et jouets	3 764	0	0	8	10	3 782	0	3 782
Autres produits non alimentaires	7 506	2	0	8	1 114	8 631	4 899	3 731
Charbons et combustibles	4 903	0	10	5 880	84	10 877	1 243	9 634
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>133 494</b>	<b>13</b>	<b>143</b>	<b>8 285</b>	<b>12 380</b>	<b>154 314</b>	<b>34 933</b>	<b>119 381</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>300 052</b>	<b>13</b>	<b>29 724</b>	<b>10 832</b>	<b>17 341</b>	<b>357 962</b>	<b>54 184</b>	<b>303 778</b>
Voitures particulières d'occasion	19	0	30 746	537	552	31 854	20 701	11 153
Voitures particulières neuves	0	0	32 127	559	633	33 320	8 250	25 070
Caravanes, remorques	5	0	1 858	223	38	2 124	354	1 770
Entretien et réparation automobile	32	0	11 084	59	868	12 043	407	11 636
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>55</b>	<b>0</b>	<b>75 816</b>	<b>1 379</b>	<b>2 092</b>	<b>79 342</b>	<b>29 712</b>	<b>49 629</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>480 383</b>	<b>14 156</b>	<b>105 544</b>	<b>12 970</b>	<b>25 102</b>	<b>638 155</b>	<b>97 516</b>	<b>540 639</b>

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 B

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

Année 2012

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 surgelés		TOTAL	Non alimentaire non spécialisé	Magasins non alimentaires spécialisés hors pharmacie et carburant	Carburant	Phar-macies	TOTAL	Vente à distance	Autres formes de ventes hors magasin
<b>PRODUITS</b>													
Pain, pâtisserie	17 298	12 165	12 056	109	5 091	2	1	0	0	0	41	27	14
Fruits et légumes	23 065	5 143	3 011	2 133	16 059	43	5	36	1	0	1 821	144	1 677
Vielles et produits dérivés	38 523	10 347	8 587	1 760	26 657	21	15	7	0	0	1 498	247	1 251
Poissons, crustacés, coquillages	8 208	1 156	815	340	6 440	5	1	3	0	1	608	45	564
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>87 095</b>	<b>28 811</b>	<b>24 469</b>	<b>4 341</b>	<b>54 247</b>	<b>70</b>	<b>22</b>	<b>45</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3 968</b>	<b>462</b>	<b>3 506</b>
Chocolaterie, confiserie	7 891	2 238	1 512	727	4 876	308	0	140	168	0	469	27	442
Vins, liqueurs et apéritifs	20 747	4 504	3 172	1 333	14 177	397	4	295	94	3	1 669	607	1 062
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	12 975	1 384	605	779	10 464	115	3	55	56	1	1 012	422	590
Épicerie, produits alimentaires divers	49 507	8 690	2 664	6 026	35 148	1 377	215	476	73	613	4 291	2 664	1 627
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>91 121</b>	<b>16 817</b>	<b>7 952</b>	<b>8 865</b>	<b>64 666</b>	<b>2 197</b>	<b>223</b>	<b>966</b>	<b>391</b>	<b>617</b>	<b>7 441</b>	<b>3 720</b>	<b>3 721</b>
Tabac et cigarettes	16 140	9 056	8 837	218	280	6 713	0	6 695	18	0	92	84	8
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>194 356</b>	<b>54 684</b>	<b>41 259</b>	<b>13 425</b>	<b>119 192</b>	<b>8 980</b>	<b>245</b>	<b>7 706</b>	<b>411</b>	<b>619</b>	<b>11 500</b>	<b>4 266</b>	<b>7 234</b>
Pneumatiques	22	0	0	0	0	21	0	1	21	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	641	14	5	9	405	208	11	110	87	0	15	14	1
Vente et réparation de motocycles	12	0	0	0	0	4	0	4	0	0	9	9	0
Carburants et lubrifiants	41 697	691	172	519	25 039	15 829	7	1 102	14 719	2	138	93	45
<b>TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE</b>	<b>42 373</b>	<b>706</b>	<b>178</b>	<b>528</b>	<b>25 444</b>	<b>16 062</b>	<b>17</b>	<b>1 216</b>	<b>14 827</b>	<b>2</b>	<b>161</b>	<b>115</b>	<b>46</b>
Produits pharmaceutiques	36 977	1	0	0	28	36 909	0	692	0	36 217	39	38	1
Matériels médicaux et orthopédiques	2 616	1	1	0	5	2 417	0	79	0	2 338	193	99	94
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>39 593</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>33</b>	<b>39 326</b>	<b>0</b>	<b>771</b>	<b>0</b>	<b>38 555</b>	<b>232</b>	<b>137</b>	<b>95</b>
Habillement	39 042	61	16	45	2 899	32 290	3 279	28 964	0	48	3 791	3 198	594
Chaussures	9 013	13	2	11	695	7 453	220	7 221	0	12	853	710	143
Maroquinerie, articles de voyage	3 409	2	1	1	53	3 097	353	2 742	0	3	257	124	133
Parfumerie et produits d'hygiène	18 384	737	396	340	8 640	7 811	529	5 249	0	2 032	1 196	951	246
Optique et photographie	8 394	11	3	7	528	7 511	4	7 491	0	16	344	332	11
Horlogerie, bijouterie	5 253	7	4	3	271	4 785	407	4 373	0	5	189	171	18
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>83 494</b>	<b>830</b>	<b>422</b>	<b>408</b>	<b>13 087</b>	<b>62 947</b>	<b>4 792</b>	<b>56 040</b>	<b>0</b>	<b>2 115</b>	<b>6 630</b>	<b>5 485</b>	<b>1 145</b>
Meubles, literie	16 236	8	1	7	489	14 460	379	14 079	0	1	1 279	1 192	88
Équipement du foyer	10 225	76	11	65	2 812	6 288	951	5 329	3	5	1 049	684	365
Électroménager	11 659	49	14	35	2 030	8 113	26	8 083	2	3	1 468	1 239	229
Produits bruns	5 932	15	0	14	1 161	3 788	1	3 787	0	0	967	851	117
Micro-informatique et téléphones	12 691	82	48	34	2 628	8 008	16	7 991	0	1	1 973	1 908	65
Produits d'entretien ménager	7 213	256	3	252	5 133	1 584	227	1 354	0	2	241	42	199
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	4 355	16	1	15	979	2 507	673	1 835	0	0	853	795	58
Revêtements sols et murs	2 240	3	0	3	131	2 005	85	1 920	0	0	101	61	40
Quincaillerie, bricolage, peinture	16 119	30	1	30	1 925	13 279	149	13 125	1	4	884	352	532
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	8 253	30	1	29	1 386	6 368	51	6 297	0	20	469	229	240
Livres, journaux, papeterie	10 434	808	642	166	2 656	6 345	95	6 234	15	1	626	523	103
Vente et réparation de cycles	1 024	1	0	1	42	956	0	956	0	0	25	21	4
Sports et loisirs	10 280	87	69	17	1 732	7 656	16	7 639	0	0	805	766	39
Jeux et jouets	3 763	12	1	11	1 021	2 268	180	2 088	0	0	462	453	9
Autres produits non alimentaires	7 503	68	54	14	206	5 794	272	5 500	15	6	1 436	564	871
Charbons et combustibles	4 859	95	55	40	681	3 964	72	3 751	128	13	118	23	96
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>132 786</b>	<b>1 633</b>	<b>901</b>	<b>732</b>	<b>25 012</b>	<b>93 383</b>	<b>3 196</b>	<b>89 967</b>	<b>164</b>	<b>57</b>	<b>12 757</b>	<b>9 702</b>	<b>3 055</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>298 245</b>	<b>3 170</b>	<b>1 501</b>	<b>1 669</b>	<b>63 576</b>	<b>211 719</b>	<b>8 005</b>	<b>147 994</b>	<b>14 991</b>	<b>40 729</b>	<b>19 780</b>	<b>15 439</b>	<b>4 341</b>
Voitures particulières d'occasion	19	0	0	0	0	18	0	18	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	31	2	1	0	13	16	0	8	9	0	0	0	0
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>55</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>40</b>	<b>0</b>	<b>31</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>492 656</b>	<b>57 855</b>	<b>42 762</b>	<b>15 094</b>	<b>182 781</b>	<b>220 739</b>	<b>8 250</b>	<b>155 732</b>	<b>15 410</b>	<b>41 347</b>	<b>31 281</b>	<b>19 705</b>	<b>11 576</b>

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 2012

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		
<b>PRODUITS</b>										
Pain, pâtisserie	11 967	1	3	0	2	0	84	12 056	109	12 165
Fruits et légumes	8	69	2 304	53	18	0	559	3 011	2 133	5 143
Viandes et produits dérivés	34	8 144	75	5	11	0	318	8 587	1 760	10 347
Poissons, crustacés, coquillages	0	6	41	684	2	0	82	815	340	1 156
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>12 008</b>	<b>8 219</b>	<b>2 422</b>	<b>743</b>	<b>33</b>	<b>0</b>	<b>1 043</b>	<b>24 469</b>	<b>4 341</b>	<b>28 811</b>
Chocolaterie, confiserie	1 161	1	4	0	50	182	113	1 512	727	2 238
Vins, liqueurs et apéritifs	168	55	26	6	2 585	74	257	3 172	1 333	4 504
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	100	30	8	1	250	3	213	605	779	1 384
Epicerie, produits alimentaires divers	139	477	122	37	50	64	1 776	2 664	6 026	8 690
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>1 568</b>	<b>563</b>	<b>160</b>	<b>44</b>	<b>2 935</b>	<b>323</b>	<b>2 359</b>	<b>7 952</b>	<b>8 865</b>	<b>16 817</b>
Tabac et cigarettes	112	0	1	0	157	8 563	5	8 837	218	9 056
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>13 688</b>	<b>8 783</b>	<b>2 583</b>	<b>787</b>	<b>3 125</b>	<b>8 886</b>	<b>3 407</b>	<b>41 259</b>	<b>13 425</b>	<b>54 684</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	1	0	0	0	2	1	1	5	9	14
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	79	0	0	0	44	12	36	172	519	691
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>81</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>46</b>	<b>13</b>	<b>37</b>	<b>178</b>	<b>528</b>	<b>706</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Habillement	0	0	0	0	3	12	1	16	45	61
Chaussures	0	0	0	0	1	0	1	2	11	13
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Parfumerie et produits d'hygiène	1	0	1	0	82	196	116	396	340	737
Optique et photographie	0	0	0	0	0	3	0	3	7	11
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	3	0	4	3	7
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>86</b>	<b>214</b>	<b>119</b>	<b>422</b>	<b>408</b>	<b>830</b>
Meubles, literie	0	0	0	0	0	0	1	1	7	8
Equipement du foyer	0	0	1	0	1	0	9	11	65	76
Electroménager	0	0	0	0	0	13	0	14	35	49
Produits bruns	0	0	0	0	0	0	0	0	14	15
Micro-informatique et téléphones	1	0	1	0	2	43	1	48	34	82
Produits d'entretien ménager	0	0	1	0	0	0	2	3	252	256
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	30	30
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	0	0	0	0	0	1	29	30
Livres, journaux, papeterie	22	0	0	0	11	607	2	642	166	808
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	1	0	0	0	1	67	0	69	17	87
Jeux et jouets	0	0	0	0	0	0	0	1	11	12
Autres produits non alimentaires	3	6	0	0	2	40	3	54	14	68
Charbons et combustibles	0	0	0	0	51	1	2	55	40	95
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>26</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>72</b>	<b>771</b>	<b>22</b>	<b>901</b>	<b>732</b>	<b>1 633</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>109</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>205</b>	<b>998</b>	<b>178</b>	<b>1 501</b>	<b>1 669</b>	<b>3 170</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>13 797</b>	<b>8 789</b>	<b>2 588</b>	<b>788</b>	<b>3 329</b>	<b>9 886</b>	<b>3 585</b>	<b>42 762</b>	<b>15 094</b>	<b>57 855</b>

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 D

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

Année 2012

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
<b>PRODUITS</b>								
Pain, pâtisserie	2 913	1 599	579	5 091	0	21	88	109
Fruits et légumes	8 459	7 558	41	16 059	359	993	780	2 133
Viandes et produits dérivés	15 207	11 388	62	26 657	209	423	1 127	1 760
Poissons, crustacés, coquillages	3 864	2 382	193	6 440	247	31	63	340
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>30 444</b>	<b>22 928</b>	<b>875</b>	<b>54 247</b>	<b>816</b>	<b>1 468</b>	<b>2 058</b>	<b>4 341</b>
Chocolaterie, confiserie	2 588	2 287	1	4 876	0	426	301	727
Vins, liqueurs et apéritifs	7 323	6 844	10	14 177	0	693	640	1 333
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	5 994	4 381	89	10 464	0	394	386	779
Epicerie, produits alimentaires divers	18 299	16 233	616	35 148	989	2 348	2 689	6 026
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>34 205</b>	<b>29 746</b>	<b>715</b>	<b>64 666</b>	<b>989</b>	<b>3 860</b>	<b>4 015</b>	<b>8 865</b>
Tabac et cigarettes	12	255	13	280	0	206	12	218
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>64 660</b>	<b>52 929</b>	<b>1 603</b>	<b>119 192</b>	<b>1 804</b>	<b>5 535</b>	<b>6 086</b>	<b>13 425</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	342	62	0	405	0	4	5	9
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	13 383	11 582	74	25 039	0	91	428	519
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>13 725</b>	<b>11 644</b>	<b>74</b>	<b>25 444</b>	<b>0</b>	<b>95</b>	<b>433</b>	<b>528</b>
Produits pharmaceutiques	25	3	0	28	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	3	1	1	5	0	0	0	0
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>28</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>33</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
Habillement	2 337	556	6	2 899	0	14	31	45
Chaussures	542	153	0	695	0	3	8	11
Maroquinerie, articles de voyage	42	9	1	53	0	1	1	1
Parfumerie et produits d'hygiène	5 675	2 951	14	8 640	0	117	224	340
Optique et photographie	466	62	0	528	0	2	6	7
Horlogerie, bijouterie	254	18	0	271	0	1	2	3
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>9 317</b>	<b>3 748</b>	<b>22</b>	<b>13 087</b>	<b>0</b>	<b>137</b>	<b>271</b>	<b>408</b>
Meubles, literie	403	86	1	489	0	2	5	7
Equipelement du foyer	1 602	976	234	2 812	0	11	54	65
Electroménager	1 714	314	2	2 030	0	13	22	35
Produits bruns	1 071	90	0	1 161	0	4	10	14
Micro-informatique et téléphones	2 357	246	24	2 627	0	10	24	34
Produits d'entretien ménager	2 550	2 579	4	5 133	0	96	156	252
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	683	166	130	979	0	4	10	15
Revêtements sols et murs	68	63	0	131	0	1	2	3
Quincaillerie, bricolage, peinture	1 356	330	239	1 925	0	12	18	30
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	846	539	1	1 386	0	7	22	29
Livres, journaux, papeterie	1 884	471	300	2 656	0	134	32	166
Vente et réparation de cycles	32	9	0	42	0	0	0	1
Sports et loisirs	1 257	184	291	1 732	0	4	13	17
Jeux et jouets	799	102	120	1 021	0	3	8	11
Autres produits non alimentaires	107	90	9	206	0	7	7	14
Charbons et combustibles	391	290	0	681	0	23	17	40
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>17 120</b>	<b>6 536</b>	<b>1 356</b>	<b>25 012</b>	<b>1</b>	<b>330</b>	<b>401</b>	<b>732</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>40 191</b>	<b>21 931</b>	<b>1 454</b>	<b>63 576</b>	<b>1</b>	<b>563</b>	<b>1 105</b>	<b>1 669</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	7	4	2	13	0	0	0	0
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>104 858</b>	<b>74 864</b>	<b>3 059</b>	<b>182 781</b>	<b>1 805</b>	<b>6 097</b>	<b>7 191</b>	<b>15 094</b>

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 2012

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Carburant	Technologie de l'information et de la communication				Equipement du foyer						
		Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	Matériels de télécommunication	Matériels audio et vidéo	TOTAL	Textiles	Quincaillerie, peintures et verres	Tapis, moquettes, revêtement des sols et murs	Electroménager	Meubles	Autres équipements du foyer	TOTAL
<b>PRODUITS</b>												
Pain, pâtisserie	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
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
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
Epicerie, produits alimentaires divers	73	4	0	8	12	2	4	0	1	0	27	33
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>391</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>45</b>
Tabac et cigarettes	18	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>411</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>19</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>37</b>	<b>48</b>
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
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>14 827</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>76</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>82</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
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
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>0</b>	<b>986</b>	<b>11</b>	<b>25</b>	<b>1 022</b>	<b>251</b>	<b>41</b>	<b>12</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>124</b>	<b>461</b>
Meubles, literie	0	20	0	32	51	32	1 285	5	162	11 653	551	13 689
Equipement 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	1	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
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>164</b>	<b>5 396</b>	<b>1 060</b>	<b>1 395</b>	<b>7 851</b>	<b>885</b>	<b>20 101</b>	<b>780</b>	<b>7 548</b>	<b>15 129</b>	<b>3 746</b>	<b>48 189</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>14 991</b>	<b>6 383</b>	<b>1 071</b>	<b>1 420</b>	<b>8 874</b>	<b>1 136</b>	<b>20 218</b>	<b>792</b>	<b>7 571</b>	<b>15 143</b>	<b>3 874</b>	<b>48 734</b>
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
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>15 410</b>	<b>6 390</b>	<b>1 071</b>	<b>1 431</b>	<b>8 892</b>	<b>1 139</b>	<b>20 225</b>	<b>792</b>	<b>7 572</b>	<b>15 144</b>	<b>3 911</b>	<b>48 782</b>

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 2012

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
<b>PRODUITS</b>													
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
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Chocolaterie, confiserie	135	0	0	0	135	0	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	2	0	0	0	2	7	0	7	1	124	3	0	127
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	0	0	1	5	0	5	0	0	2	0	2
Epicerie, produits alimentaires divers	86	0	1	0	88	29	0	29	0	70	12	0	82
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>223</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>226</b>	<b>41</b>	<b>0</b>	<b>41</b>	<b>1</b>	<b>194</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>212</b>
Tabac et cigarettes	6 545	2	6	12	6 565	0	0	0	1	92	0	0	93
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>6 769</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>6 791</b>	<b>42</b>	<b>0</b>	<b>42</b>	<b>2</b>	<b>286</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>305</b>
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	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	0	0	1	0	1	12	0	12	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	78	20	98	0	520	11	8	539
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	8	0	8	10	1	11	0	20	3	29	51
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>88</b>	<b>21</b>	<b>109</b>	<b>0</b>	<b>539</b>	<b>14</b>	<b>37</b>	<b>590</b>
Habillement	12	0	1 232	9	1 253	26 216	320	26 536	190	3	18	3	213
Chaussures	0	0	10	0	10	1 998	5 045	7 043	121	1	9	1	133
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	435	329	764	1 960	0	11	0	1 972
Parfumerie et produits d'hygiène	2	0	1	0	3	144	2	146	34	4 944	9	1	4 988
Optique et photographie	8	0	0	0	8	29	2	31	0	1	5	6 142	6 149
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	22	0	23	15	0	4 210	61	4 287
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>22</b>	<b>0</b>	<b>1 242</b>	<b>10</b>	<b>1 274</b>	<b>28 844</b>	<b>5 698</b>	<b>34 542</b>	<b>2 321</b>	<b>4 950</b>	<b>4 262</b>	<b>6 209</b>	<b>17 741</b>
Meubles, literie	2	0	1	0	3	22	0	22	0	0	1	0	1
Equippedement du foyer	3	0	0	2	6	11	1	11	7	0	6	0	13
Electroménager	8	0	0	0	8	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	64	1	6	73	16	0	16	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	0	1	279	1	279	16	0	3	0	19
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quincaillerie, bricolage, peinture	0	0	6	0	7	7	0	7	0	0	2	0	3
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	3	0	3	53	3	57	0	2	15	3	20
Livres, journaux, papeterie	4 643	156	13	56	4 868	5	0	5	0	0	2	0	3
Vente et réparation de cycles	2	0	950	1	953	2	0	2	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	160	296	7 014	12	7 482	16	1	17	0	0	2	0	2
Jeux et jouets	43	1	21	1 559	1 624	66	0	66	2	0	2	0	3
Autres produits non alimentaires	152	1	9	12	175	24	0	24	3	23	305	12	343
Charbons et combustibles	0	0	0	0	0	36	2	38	0	1	5	2	8
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>5 018</b>	<b>519</b>	<b>8 020</b>	<b>1 649</b>	<b>15 205</b>	<b>542</b>	<b>9</b>	<b>551</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>352</b>	<b>17</b>	<b>424</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>5 040</b>	<b>519</b>	<b>9 295</b>	<b>1 658</b>	<b>16 512</b>	<b>29 486</b>	<b>5 727</b>	<b>35 213</b>	<b>2 348</b>	<b>5 517</b>	<b>4 628</b>	<b>6 263</b>	<b>18 756</b>
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
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>11 809</b>	<b>521</b>	<b>9 302</b>	<b>1 671</b>	<b>23 303</b>	<b>29 528</b>	<b>5 727</b>	<b>35 255</b>	<b>2 350</b>	<b>5 803</b>	<b>4 646</b>	<b>6 263</b>	<b>19 062</b>

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 2012

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	
<b>PRODUITS</b>						
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0
Fruits et légumes	0	32	0	3	0	34
Viandes et produits dérivés	0	0	0	3	0	4
Poissons, crustacés, coquillages	1	0	0	2	0	2
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>2</b>	<b>32</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>40</b>
Chocolaterie, confiserie	0	0	3	1	0	3
Vins, liqueurs et apéritifs	3	0	114	36	0	150
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	1	0	19	20	0	40
Epicerie, produits alimentaires divers	613	98	2	131	2	233
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>617</b>	<b>99</b>	<b>137</b>	<b>187</b>	<b>2</b>	<b>426</b>
Tabac et cigarettes	0	0	2	34	0	35
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>619</b>	<b>131</b>	<b>139</b>	<b>228</b>	<b>2</b>	<b>501</b>
Pneumatiques	0	0	1	0	0	1
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	11	1	1	14
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	2	35	1 029	18	0	1 082
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>2</b>	<b>36</b>	<b>1 041</b>	<b>20</b>	<b>1</b>	<b>1 097</b>
Produits pharmaceutiques	36 217	7	19	20	7	54
Matériels médicaux et orthopédiques	2 338	1	1	5	0	7
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>38 555</b>	<b>8</b>	<b>20</b>	<b>26</b>	<b>8</b>	<b>61</b>
Habillement	48	120	2	355	50	526
Chaussures	12	7	1	18	1	27
Maroquinerie, articles de voyage	3	1	0	4	0	5
Parfumerie et produits d'hygiène	2 032	2	1	95	2	99
Optique et photographie	16	1	1	282	2	286
Horlogerie, bijouterie	5	1	0	54	1	56
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>2 115</b>	<b>131</b>	<b>5</b>	<b>808</b>	<b>56</b>	<b>1 000</b>
Meubles, literie	1	139	0	28	146	313
Equipelement du foyer	5	464	2	261	2	729
Electroménager	3	6	0	23	5	34
Produits bruns	0	1	0	17	782	800
Micro-informatique et téléphones	1	1	0	44	11	56
Produits d'entretien ménager	2	3	0	2	1	6
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	18	0	32	1	51
Revêtements sols et murs	0	6	0	13	10	30
Quincaillerie, bricolage, peinture	4	467	31	107	106	712
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	20	5 310	3	324	6	5 643
Livres, journaux, papeterie	1	19	1	751	59	830
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	0	54	0	9	5	68
Jeux et jouets	0	1	0	137	0	138
Autres produits non alimentaires	6	149	1	3 635	886	4 671
Charbons et combustibles	13	13	3 491	160	2	3 665
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>57</b>	<b>6 651</b>	<b>3 530</b>	<b>5 544</b>	<b>2 022</b>	<b>17 746</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>40 729</b>	<b>6 826</b>	<b>4 596</b>	<b>6 397</b>	<b>2 086</b>	<b>19 905</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	16	1	0	18
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	5	0	5
Entretien et réparation automobile	0	0	8	0	0	8
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>31</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>41 347</b>	<b>6 957</b>	<b>4 759</b>	<b>6 632</b>	<b>2 089</b>	<b>20 437</b>

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
<b>PRODUITS</b>								
Pain, pâtisserie	5 907	12 201	0	1	260	18 370	2 324	16 046
Fruits et légumes	24 218	2	0	88	17	24 325	0	24 325
Viandes et produits dérivés	37 542	1 596	0	106	393	39 637	5 166	34 471
Poissons, crustacés, coquillages	8 193	0	0	44	1	8 239	0	8 239
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>75 860</b>	<b>13 799</b>	<b>0</b>	<b>240</b>	<b>672</b>	<b>90 571</b>	<b>7 489</b>	<b>83 081</b>
Chocolaterie, confiserie	7 837	176	2	21	11	8 047	0	8 047
Vins, liqueurs et apéritifs	20 500	96	1	214	232	21 042	5 628	15 414
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	13 419	70	0	163	352	14 005	667	13 338
Epicerie, produits alimentaires divers	49 723	115	2	158	654	50 651	0	50 651
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>91 479</b>	<b>456</b>	<b>4</b>	<b>556</b>	<b>1 249</b>	<b>93 745</b>	<b>6 295</b>	<b>87 450</b>
Tabac et cigarettes	16 048	0	1	1	4 003	20 052	0	20 052
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>183 387</b>	<b>14 255</b>	<b>5</b>	<b>797</b>	<b>5 923</b>	<b>204 368</b>	<b>13 785</b>	<b>190 583</b>
Pneumatiques	18	0	3 328	7	7	3 361	899	2 462
Pièces détachées et équipements automobiles	490	0	21 542	155	203	22 389	4 662	17 727
Vente et réparation de motocycles	6	0	2 503	1	1	2 510	138	2 372
Carburants et lubrifiants	40 405	0	3 060	1 231	975	45 671	4 893	40 778
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>40 919</b>	<b>0</b>	<b>30 433</b>	<b>1 393</b>	<b>1 185</b>	<b>73 931</b>	<b>10 592</b>	<b>63 339</b>
Produits pharmaceutiques	36 573	0	0	2	433	37 007	0	37 007
Matériels médicaux et orthopédiques	2 858	0	0	63	1 298	4 218	0	4 218
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>39 430</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>64</b>	<b>1 731</b>	<b>41 226</b>	<b>0</b>	<b>41 226</b>
Habillement	38 475	0	0	868	563	39 906	6 313	33 593
Chaussures	9 085	0	0	6	80	9 172	232	8 939
Maroquinerie, articles de voyage	3 566	0	0	0	180	3 746	178	3 567
Parfumerie et produits de beauté	18 918	0	0	294	1 180	20 391	340	20 051
Optique et photographie	8 376	0	0	0	104	8 481	1 383	7 098
Horlogerie, bijouterie	5 003	0	0	20	50	5 073	0	5 073
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>83 423</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1 189</b>	<b>2 157</b>	<b>86 769</b>	<b>8 447</b>	<b>78 322</b>
Meubles, literie	15 904	0	0	15	226	16 146	2 754	13 392
Equipement du foyer	10 378	0	0	115	96	10 589	2 336	8 253
Electroménager	11 627	0	0	130	770	12 527	2 511	10 015
Produits bruns	5 135	0	0	31	86	5 252	839	4 413
Micro-informatique et téléphones	13 084	0	13	280	5 639	19 015	6 053	12 963
Produits d'entretien ménager	7 262	0	0	3	12	7 277	2 152	5 125
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	4 254	0	0	30	50	4 334	987	3 347
Revêtements sols et murs	2 205	0	1	375	130	2 711	1 334	1 376
Quincaillerie, bricolage, peinture	16 007	0	49	1 204	717	17 977	7 173	10 804
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	7 918	0	0	199	369	8 485	404	8 081
Livres, journaux, papeterie	9 936	7	0	164	2 981	13 088	185	12 903
Vente et réparation de cycles	974	0	172	2	6	1 154	130	1 024
Sports et loisirs	9 894	0	1	31	303	10 228	1 701	8 527
Jeux et jouets	3 810	0	0	9	11	3 830	0	3 830
Autres produits non alimentaires	7 500	2	0	9	1 116	8 627	4 897	3 730
Charbons et combustibles	4 889	0	11	5 829	79	10 809	1 235	9 574
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>130 775</b>	<b>9</b>	<b>247</b>	<b>8 427</b>	<b>12 590</b>	<b>152 049</b>	<b>34 691</b>	<b>117 358</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>294 548</b>	<b>10</b>	<b>30 680</b>	<b>11 074</b>	<b>17 663</b>	<b>353 975</b>	<b>53 729</b>	<b>300 246</b>
Voitures particulières d'occasion	15	0	29 747	426	418	30 607	19 891	10 717
Voitures particulières neuves	0	0	29 852	424	458	30 734	7 610	23 124
Caravanes, remorques	3	0	1 765	145	24	1 937	323	1 614
Entretien et réparation automobile	26	0	11 380	52	700	12 158	411	11 747
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>44</b>	<b>0</b>	<b>72 745</b>	<b>1 048</b>	<b>1 600</b>	<b>75 436</b>	<b>28 234</b>	<b>47 202</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>477 979</b>	<b>14 265</b>	<b>103 430</b>	<b>12 919</b>	<b>25 186</b>	<b>633 778</b>	<b>95 748</b>	<b>538 030</b>

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 activités artisanales	Détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface			GSA	Détail non alimentaire en magasin					Commerce hors magasin		
		TOTAL	Commerces alimentaires spécialisés et activités artisanales	Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés		TOTAL	Non alimentaire non spécialisé	Magasins non alimentaires spécialisés hors pharmacie et carburant	Carbu-rant	Phar-macies	TOTAL	Vente à distance	Autres formes de ventes hors magasin
<b>PRODUITS</b>													
Pain, pâtisserie	18 108	12 606	12 435	171	5 438	2	2	0	0	0	63	41	22
Fruits et légumes	24 220	5 689	3 285	2 405	16 448	47	6	40	2	0	2 034	159	1 875
Vianades et produits dérivés	39 138	10 377	8 705	1 671	27 333	20	14	6	0	0	1 409	229	1 179
Poissons, crustacés, coquillages	8 193	1 082	781	301	6 569	4	1	2	0	1	538	39	499
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>89 659</b>	<b>29 754</b>	<b>25 206</b>	<b>4 548</b>	<b>55 788</b>	<b>74</b>	<b>23</b>	<b>48</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>4 043</b>	<b>469</b>	<b>3 574</b>
Chocolaterie, confiserie	8 013	2 195	1 435	759	4 996	332	0	134	197	0	491	27	464
Vins, liqueurs et apéritifs	20 595	4 203	3 007	1 196	14 516	377	4	268	102	3	1 499	542	957
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	13 489	1 499	656	844	10 759	133	3	61	68	1	1 098	457	641
Épicerie, produits alimentaires divers	49 838	8 474	2 642	5 832	35 902	1 319	208	440	81	591	4 142	2 569	1 573
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>91 936</b>	<b>16 371</b>	<b>7 740</b>	<b>8 631</b>	<b>66 172</b>	<b>2 162</b>	<b>215</b>	<b>904</b>	<b>449</b>	<b>594</b>	<b>7 230</b>	<b>3 596</b>	<b>3 634</b>
Tabac et cigarettes	16 048	8 872	8 631	241	283	6 795	0	6 770	25	0	99	90	9
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>197 643</b>	<b>54 997</b>	<b>41 577</b>	<b>13 419</b>	<b>122 243</b>	<b>9 030</b>	<b>238</b>	<b>7 722</b>	<b>475</b>	<b>596</b>	<b>11 372</b>	<b>4 155</b>	<b>7 217</b>
Pneumatiques	18	0	0	0	0	18	0	1	17	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	490	11	4	7	300	167	8	84	75	0	12	11	1
Vente et réparation de motocycles	6	0	0	0	0	2	0	2	0	0	4	4	0
Carburants et lubrifiants	40 405	664	166	498	23 180	16 431	6	1 178	15 246	2	130	87	43
<b>TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE</b>	<b>40 919</b>	<b>676</b>	<b>170</b>	<b>506</b>	<b>23 481</b>	<b>16 618</b>	<b>15</b>	<b>1 264</b>	<b>15 338</b>	<b>2</b>	<b>145</b>	<b>102</b>	<b>44</b>
Produits pharmaceutiques	36 573	1	0	0	25	36 509	0	655	0	35 854	38	37	1
Matériels médicaux et orthopédiques	2 858	1	1	0	5	2 629	0	86	0	2 542	223	115	108
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>39 430</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>31</b>	<b>39 137</b>	<b>0</b>	<b>741</b>	<b>0</b>	<b>38 396</b>	<b>261</b>	<b>152</b>	<b>109</b>
Habillement	38 475	58	15	44	2 592	32 157	3 193	28 919	0	45	3 668	3 093	574
Chaussures	9 085	13	2	11	654	7 553	225	7 316	0	12	865	720	145
Maroquinerie, articles de voyage	3 566	2	0	1	54	3 227	397	2 826	0	3	283	138	145
Parfumerie et produits d'hygiène	18 918	793	420	373	8 657	8 166	578	5 379	0	2 210	1 302	1 034	269
Optique et photographie	8 376	11	3	8	526	7 472	4	7 451	0	17	368	356	12
Horlogerie, bijouterie	5 003	7	3	4	265	4 530	434	4 091	0	5	201	182	19
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>83 423</b>	<b>885</b>	<b>444</b>	<b>440</b>	<b>12 748</b>	<b>63 105</b>	<b>4 831</b>	<b>55 982</b>	<b>0</b>	<b>2 291</b>	<b>6 686</b>	<b>5 522</b>	<b>1 164</b>
Meubles, literie	15 904	8	1	7	447	14 201	376	13 823	0	1	1 248	1 162	86
Équipement du foyer	10 378	80	12	69	2 706	6 497	996	5 493	3	5	1 094	713	381
Électroménager	11 627	47	12	35	1 873	8 250	26	8 220	2	3	1 456	1 226	229
Produits bruns	5 135	13	0	12	911	3 399	1	3 398	0	0	812	716	96
Micro-informatique et téléphones	13 084	83	46	36	2 589	8 304	17	8 286	0	1	2 108	2 038	70
Produits d'entretien ménager	7 262	274	4	270	5 034	1 697	242	1 453	0	2	257	44	213
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	4 254	16	1	15	895	2 493	673	1 820	0	0	849	792	57
Revêtements sols et murs	2 205	3	0	3	120	1 982	85	1 898	0	0	100	60	40
Quincaillerie, bricolage, peinture	16 007	30	1	30	1 759	13 349	149	13 195	2	3	868	348	520
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	7 918	29	1	29	1 251	6 183	50	6 114	0	19	454	227	228
Livres, journaux, papeterie	9 943	751	581	170	2 485	6 071	98	5 953	19	1	637	533	104
Vente et réparation de cycles	974	1	0	1	35	916	0	916	0	0	23	19	4
Sports et loisirs	9 894	74	58	16	1 494	7 573	15	7 558	0	0	753	716	37
Jeux et jouets	3 810	13	1	12	1 006	2 297	193	2 103	0	0	495	485	10
Autres produits non alimentaires	7 502	66	52	15	196	5 773	282	5 467	19	6	1 467	585	881
Charbons et combustibles	4 889	92	55	37	578	4 109	66	3 875	156	12	110	21	89
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>130 785</b>	<b>1 581</b>	<b>825</b>	<b>756</b>	<b>23 380</b>	<b>93 094</b>	<b>3 270</b>	<b>89 570</b>	<b>201</b>	<b>54</b>	<b>12 730</b>	<b>9 685</b>	<b>3 045</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>294 558</b>	<b>3 142</b>	<b>1 440</b>	<b>1 702</b>	<b>59 639</b>	<b>211 954</b>	<b>8 115</b>	<b>147 557</b>	<b>15 539</b>	<b>40 743</b>	<b>19 823</b>	<b>15 461</b>	<b>4 362</b>
Voitures particulières d'occasion	15	0	0	0	0	15	0	15	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	26	1	1	0	10	15	0	7	8	0	0	0	0
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>44</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>33</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>492 244</b>	<b>58 140</b>	<b>43 018</b>	<b>15 122</b>	<b>181 891</b>	<b>221 017</b>	<b>8 353</b>	<b>155 304</b>	<b>16 022</b>	<b>41 339</b>	<b>31 195</b>	<b>19 616</b>	<b>11 579</b>

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 ALIMANTAIRE SPECIA-LISE		
<b>PRODUITS</b>										
Pain, pâtisserie	12 290	1	4	0	3	0	137	12 435	171	12 606
Fruits et légumes	8	83	2 450	65	22	0	656	3 285	2 405	5 689
Viandes et produits dérivés	23	8 284	67	5	12	0	314	8 705	1 671	10 377
Poissons, crustacés, coquillages	0	5	35	663	2	0	76	781	301	1 082
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>12 321</b>	<b>8 374</b>	<b>2 556</b>	<b>734</b>	<b>39</b>	<b>0</b>	<b>1 183</b>	<b>25 206</b>	<b>4 548</b>	<b>29 754</b>
Chocolaterie, confiserie	1 083	1	4	1	57	167	122	1 435	759	2 195
Vins, liqueurs et apéritifs	105	53	22	6	2 522	59	240	3 007	1 196	4 203
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	75	34	8	1	295	2	240	656	844	1 499
Epicerie, produits alimentaires divers	103	495	111	38	52	55	1 788	2 642	5 832	8 474
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>1 365</b>	<b>584</b>	<b>145</b>	<b>46</b>	<b>2 927</b>	<b>284</b>	<b>2 390</b>	<b>7 740</b>	<b>8 631</b>	<b>16 371</b>
Tabac et cigarettes	118	0	1	0	188	8 318	6	8 631	241	8 872
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>13 804</b>	<b>8 958</b>	<b>2 701</b>	<b>780</b>	<b>3 153</b>	<b>8 602</b>	<b>3 578</b>	<b>41 577</b>	<b>13 419</b>	<b>54 997</b>
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	72	0	0	0	46	11	36	166	498	664
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>74</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>48</b>	<b>11</b>	<b>37</b>	<b>170</b>	<b>506</b>	<b>676</b>
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
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
Habillement	0	0	0	0	3	10	1	15	44	58
Chaussures	0	0	0	0	1	0	2	2	11	13
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Parfumerie et produits d'hygiène	1	0	1	0	97	188	132	420	373	793
Optique et photographie	0	0	0	0	0	3	0	3	8	11
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	3	0	3	4	7
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>102</b>	<b>205</b>	<b>135</b>	<b>444</b>	<b>440</b>	<b>885</b>
Meubles, literie	0	0	0	0	0	0	1	1	7	8
Equipelement du foyer	0	0	1	0	1	0	9	12	69	80
Electroménager	0	0	0	0	0	11	0	12	35	47
Produits bruns	0	0	0	0	0	0	0	0	12	13
Micro-informatique et téléphones	1	0	1	0	3	41	1	46	36	83
Produits d'entretien ménager	0	0	1	0	0	0	2	4	270	274
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	30	30
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	0	0	0	0	0	1	29	29
Livres, journaux, papeterie	18	0	0	0	12	548	3	581	170	751
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	1	0	0	0	1	56	0	58	16	74
Jeux et jouets	0	0	0	0	1	0	0	1	12	13
Autres produits non alimentaires	3	6	0	0	3	36	4	52	15	66
Charbons et combustibles	0	0	0	0	52	1	2	55	37	92
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>23</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>75</b>	<b>693</b>	<b>23</b>	<b>825</b>	<b>756</b>	<b>1 581</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>98</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>225</b>	<b>909</b>	<b>195</b>	<b>1 440</b>	<b>1 702</b>	<b>3 142</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>13 902</b>	<b>8 965</b>	<b>2 707</b>	<b>780</b>	<b>3 379</b>	<b>9 512</b>	<b>3 773</b>	<b>43 018</b>	<b>15 122</b>	<b>58 140</b>

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
<b>PRODUITS</b>								
Pain, pâtisserie	3 027	1 610	801	5 438	0	32	138	171
Fruits et légumes	8 794	7 614	41	16 448	401	1 121	883	2 405
Viandes et produits dérivés	15 810	11 471	52	27 333	197	401	1 073	1 671
Poissons, crustacés, coquillages	4 017	2 400	152	6 569	218	27	56	301
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>31 647</b>	<b>23 094</b>	<b>1 046</b>	<b>55 788</b>	<b>816</b>	<b>1 582</b>	<b>2 150</b>	<b>4 548</b>
Chocolaterie, confiserie	2 691	2 304	0	4 996	0	445	315	759
Vins, liqueurs et apéritifs	7 614	6 895	8	14 516	0	620	575	1 196
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	6 248	4 425	85	10 759	0	426	418	844
Epicerie, produits alimentaires divers	19 024	16 351	527	35 902	948	2 273	2 611	5 832
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>35 576</b>	<b>29 976</b>	<b>620</b>	<b>66 172</b>	<b>948</b>	<b>3 764</b>	<b>3 919</b>	<b>8 631</b>
Tabac et cigarettes	12	258	13	283	0	228	13	241
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>67 235</b>	<b>53 328</b>	<b>1 680</b>	<b>122 243</b>	<b>1 764</b>	<b>5 573</b>	<b>6 082</b>	<b>13 419</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	253	46	0	300	0	3	4	7
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	12 561	10 557	62	23 180	0	87	411	498
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>12 815</b>	<b>10 603</b>	<b>63</b>	<b>23 481</b>	<b>0</b>	<b>90</b>	<b>415</b>	<b>506</b>
Produits pharmaceutiques	23	2	0	25	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	3	1	1	5	0	0	0	0
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>26</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>31</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
Habillement	2 089	498	6	2 592	0	14	30	44
Chaussures	510	144	0	654	0	3	8	11
Maroquinerie, articles de voyage	44	10	1	54	0	1	1	1
Parfumerie et produits d'hygiène	5 682	2 961	14	8 657	0	128	245	373
Optique et photographie	464	61	0	526	0	2	6	8
Horlogerie, bijouterie	248	17	0	265	0	1	3	4
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>9 036</b>	<b>3 691</b>	<b>21</b>	<b>12 748</b>	<b>0</b>	<b>148</b>	<b>292</b>	<b>440</b>
Meubles, literie	368	79	1	447	0	2	5	7
Equipelement du foyer	1 545	943	218	2 706	0	11	57	69
Electroménager	1 582	290	1	1 873	0	13	22	35
Produits bruns	840	71	0	911	0	4	9	12
Micro-informatique et téléphones	2 322	243	23	2 589	0	11	26	36
Produits d'entretien ménager	2 499	2 532	4	5 034	0	103	167	270
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	627	153	115	895	0	4	10	15
Revêtements sols et murs	62	58	0	120	0	1	2	3
Quincaillerie, bricolage, peinture	1 244	304	212	1 759	0	12	18	30
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	763	487	1	1 251	0	7	22	29
Livres, journaux, papeterie	1 769	443	272	2 485	0	137	33	170
Vente et réparation de cycles	27	8	0	35	0	0	0	1
Sports et loisirs	1 090	160	243	1 494	0	4	12	16
Jeux et jouets	791	101	115	1 006	0	3	9	12
Autres produits non alimentaires	102	86	8	196	0	7	8	15
Charbons et combustibles	331	247	0	578	0	21	16	37
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>15 962</b>	<b>6 203</b>	<b>1 214</b>	<b>23 380</b>	<b>1</b>	<b>339</b>	<b>416</b>	<b>756</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>37 839</b>	<b>20 500</b>	<b>1 299</b>	<b>59 639</b>	<b>1</b>	<b>578</b>	<b>1 124</b>	<b>1 702</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	5	3	1	10	0	0	0	0
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>105 080</b>	<b>73 831</b>	<b>2 980</b>	<b>181 891</b>	<b>1 765</b>	<b>6 151</b>	<b>7 206</b>	<b>15 122</b>

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
<b>PRODUITS</b>												
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
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
Chocolaterie, confiserie	197	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	102	1	0	2	2	0	1	0	0	0	5	6
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	68	1	0	1	2	0	1	0	0	0	5	6
Epicerie, produits alimentaires divers	81	3	0	8	11	2	3	0	1	0	25	31
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>449</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>35</b>	<b>43</b>
Tabac et cigarettes	25	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>475</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>46</b>
Pneumatiques	17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	75	0	0	0	0	0	50	0	3	0	1	54
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	15 338	0	0	0	0	0	4	0	0	0	1	5
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>15 338</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>54</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>59</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
Habillement	0	3	0	14	16	247	38	11	1	10	108	415
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	10
Optique et photographie	0	949	14	5	968	0	0	0	20	1	2	23
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	1	1	0	0	0	0	4	3	7
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>0</b>	<b>954</b>	<b>14</b>	<b>27</b>	<b>995</b>	<b>248</b>	<b>40</b>	<b>11</b>	<b>21</b>	<b>15</b>	<b>125</b>	<b>461</b>
Meubles, literie	0	17	0	32	48	30	1 164	5	158	11 566	518	13 442
Equipelement du foyer	3	2	8	47	57	29	1 282	10	81	792	2 469	4 661
Electroménager	2	23	16	643	682	10	1 795	3	4 132	1 448	103	7 492
Produits bruns	0	187	42	507	736	2	270	1	1 360	322	21	1 977
Micro-informatique et téléphones	0	4 128	1 258	166	5 552	3	402	1	1 921	222	30	2 581
Produits d'entretien ménager	0	0	0	0	0	3	1 074	92	4	36	237	1 446
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	1	0	4	5	733	169	17	7	378	157	1 461
Revêtements sols et murs	0	0	0	1	1	30	1 119	535	6	143	34	1 867
Quincaillerie, bricolage, peinture	2	1	0	4	5	12	11 958	77	54	242	130	12 473
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie	0	4	0	0	4	0	557	1	2	39	5	603
Livres, journaux, papeterie	19	488	7	6	502	1	2	0	1	1	11	16
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	0	39	4	7	50	0	2	0	17	0	3	23
Jeux et jouets	0	220	3	3	227	1	0	0	1	32	4	38
Autres produits non alimentaires	19	2	0	2	4	7	153	1	16	17	98	292
Charbons et combustibles	156	0	0	0	0	0	35	0	0	0	4	40
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>201</b>	<b>5 113</b>	<b>1 338</b>	<b>1 421</b>	<b>7 872</b>	<b>862</b>	<b>19 984</b>	<b>741</b>	<b>7 761</b>	<b>15 239</b>	<b>3 824</b>	<b>48 411</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>15 539</b>	<b>6 067</b>	<b>1 353</b>	<b>1 449</b>	<b>8 868</b>	<b>1 111</b>	<b>20 078</b>	<b>752</b>	<b>7 785</b>	<b>15 254</b>	<b>3 953</b>	<b>48 934</b>
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	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>16 022</b>	<b>6 073</b>	<b>1 353</b>	<b>1 460</b>	<b>8 886</b>	<b>1 113</b>	<b>20 085</b>	<b>752</b>	<b>7 786</b>	<b>15 255</b>	<b>3 989</b>	<b>48 979</b>

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
<b>PRODUITS</b>													
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
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Chocolaterie, confiserie	129	0	0	0	130	0	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	1	0	0	0	2	6	0	6	1	104	2	0	107
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	0	0	1	6	0	6	0	0	2	0	2
Epicerie, produits alimentaires divers	77	0	1	0	78	29	0	29	0	63	10	0	74
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>208</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>210</b>	<b>41</b>	<b>0</b>	<b>41</b>	<b>1</b>	<b>167</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>183</b>
Tabac et cigarettes	6 614	2	7	12	6 635	0	0	0	1	95	0	0	96
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>6 822</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>12</b>	<b>6 846</b>	<b>42</b>	<b>0</b>	<b>42</b>	<b>2</b>	<b>262</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>279</b>
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	17	0	17	0	0	0	0	0	0	0	0
Vente et réparation de motocycles	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	0	0	1	0	1	11	0	11	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>19</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	80	19	99	0	483	10	7	500
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	10	0	10	11	1	12	0	21	3	30	54
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>91</b>	<b>20</b>	<b>111</b>	<b>0</b>	<b>504</b>	<b>12</b>	<b>38</b>	<b>554</b>
Habillement	11	0	1 268	8	1 287	26 219	305	26 524	163	2	15	2	183
Chaussures	0	0	11	0	11	2 103	5 048	7 150	109	1	8	1	120
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	504	362	865	1 942	0	10	0	1 953
Parfumerie et produits d'hygiène	2	0	1	0	3	161	2	163	33	5 052	9	1	5 095
Optique et photographie	8	0	0	0	8	32	2	34	0	1	5	6 115	6 121
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	24	0	25	14	0	3 927	60	4 001
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>21</b>	<b>0</b>	<b>1 279</b>	<b>9</b>	<b>1 309</b>	<b>29 043</b>	<b>5 718</b>	<b>34 761</b>	<b>2 261</b>	<b>5 058</b>	<b>3 974</b>	<b>6 179</b>	<b>17 472</b>
Meubles, literie	2	0	1	0	3	23	0	23	0	0	1	0	1
Equipement du foyer	3	0	0	2	6	11	1	12	6	0	5	0	12
Electroménager	7	0	0	0	8	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	61	1	5	70	18	0	18	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	1	286	1	287	14	0	3	0	0	17
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	54	3	57	0	2	13	3	17
Livres, journaux, papeterie	4 408	141	14	53	4 616	5	0	5	0	0	2	0	2
Vente et réparation de cycles	2	0	910	1	913	1	0	2	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	142	248	7 003	11	7 404	15	1	16	0	0	1	0	1
Jeux et jouets	44	1	24	1 552	1 621	73	0	73	1	0	2	0	3
Autres produits non alimentaires	146	1	10	12	169	25	0	25	2	22	277	12	313
Charbons et combustibles	0	0	0	0	0	34	2	36	0	1	4	1	7
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>4 757</b>	<b>453</b>	<b>7 974</b>	<b>1 637</b>	<b>14 822</b>	<b>560</b>	<b>8</b>	<b>568</b>	<b>24</b>	<b>27</b>	<b>318</b>	<b>16</b>	<b>385</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>4 779</b>	<b>454</b>	<b>9 283</b>	<b>1 645</b>	<b>16 161</b>	<b>29 706</b>	<b>5 747</b>	<b>35 453</b>	<b>2 285</b>	<b>5 588</b>	<b>4 305</b>	<b>6 233</b>	<b>18 412</b>
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
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>11 601</b>	<b>456</b>	<b>9 292</b>	<b>1 658</b>	<b>23 006</b>	<b>29 747</b>	<b>5 747</b>	<b>35 494</b>	<b>2 287</b>	<b>5 850</b>	<b>4 320</b>	<b>6 233</b>	<b>18 691</b>

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	
<b>PRODUITS</b>						
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0
Fruits et légumes	0	35	0	3	0	38
Viandes et produits dérivés	0	0	0	3	0	4
Poissons, crustacés, coquillages	1	0	0	1	0	1
<b>TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS</b>	<b>1</b>	<b>35</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>43</b>
Chocolaterie, confiserie	0	0	3	1	0	4
Vins, liqueurs et apéritifs	3	0	115	30	0	146
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	1	0	24	20	0	45
Epicerie, produits alimentaires divers	591	93	2	121	2	218
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES</b>	<b>594</b>	<b>94</b>	<b>143</b>	<b>172</b>	<b>2</b>	<b>412</b>
Tabac et cigarettes	0	0	2	35	0	38
<b>TOTAL ALIMENTAIRE</b>	<b>596</b>	<b>129</b>	<b>146</b>	<b>215</b>	<b>2</b>	<b>492</b>
Pneumatiques	0	0	1	0	0	1
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	10	1	1	12
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	2	33	1 110	16	0	1 160
<b>TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE</b>	<b>2</b>	<b>33</b>	<b>1 121</b>	<b>18</b>	<b>1</b>	<b>1 173</b>
Produits pharmaceutiques	35 854	7	22	19	7	55
Matériels médicaux et orthopédiques	2 542	1	1	6	1	8
<b>TOTAL PHARMACIE</b>	<b>38 396</b>	<b>8</b>	<b>23</b>	<b>25</b>	<b>8</b>	<b>63</b>
Habillement	45	114	2	329	48	494
Chaussures	12	7	1	18	1	27
Maroquinerie, articles de voyage	3	1	0	4	0	5
Parfumerie et produits d'hygiène	2 210	2	1	99	2	104
Optique et photographie	17	1	1	291	2	296
Horlogerie, bijouterie	5	1	0	55	1	57
<b>TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE</b>	<b>2 291</b>	<b>126</b>	<b>6</b>	<b>796</b>	<b>55</b>	<b>983</b>
Meubles, literie	1	135	0	27	144	307
Equipement du foyer	5	478	2	262	2	744
Electroménager	3	6	1	22	5	33
Produits bruns	0	0	0	14	666	680
Micro-informatique et téléphones	1	1	0	45	12	58
Produits d'entretien ménager	2	4	0	2	1	6
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	18	0	31	1	49
Revêtements sols et murs	0	6	0	13	10	29
Quincaillerie, bricolage, peinture	3	458	35	102	106	701
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	19	5 116	3	303	6	5 429
Livres, journaux, papeterie	1	19	1	733	60	813
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	0	50	0	8	5	63
Jeux et jouets	0	1	0	141	0	142
Autres produits non alimentaires	6	152	1	3 596	916	4 664
Charbons et combustibles	12	12	3 638	141	2	3 792
<b>TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES</b>	<b>54</b>	<b>6 456</b>	<b>3 682</b>	<b>5 439</b>	<b>1 935</b>	<b>17 511</b>
<b>TOTAL NON ALIMENTAIRE</b>	<b>40 743</b>	<b>6 623</b>	<b>4 831</b>	<b>6 278</b>	<b>1 998</b>	<b>19 730</b>
Voitures particulières d'occasion	0	0	14	1	0	15
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	3	0	3
Entretien et réparation automobile	0	0	7	0	0	7
<b>TOTAL AUTOMOBILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>21</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>25</b>
<b>TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE</b>	<b>41 339</b>	<b>6 752</b>	<b>4 998</b>	<b>6 496</b>	<b>2 001</b>	<b>20 247</b>

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	1,1	3,9	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	0,1	0,6	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	0,7	0,5	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
<b>Produits alimentaires (1)</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,7</b>	<b>1,1</b>	<b>0,9</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>1,9</b>	<b>0,9</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>190,6</b>
<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>0,5</i>	<i>0,5</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	-4,0	-1,0	22,6
Carburants et lubrifiants	-0,2	-1,7	-3,0	-2,1	0,2	-2,6	-2,0	-1,4	-2,1	-1,5	-2,1	40,8
Produits pharmaceutiques	5,5	7,2	5,1	6,5	6,7	4,5	4,2	3,7	2,3	3,1	3,7	41,2
Habillement-chaussures	3,5	1,3	0,7	1,3	2,2	-2,2	-4,0	0,0	-1,1	-2,3	-1,8	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	-0,8	1,6	35,8
Culture, loisirs	2,1	2,8	3,0	1,0	-0,9	-2,2	-4,7	-0,4	-0,6	-2,9	-3,2	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	-1,9	-2,0	56,7
Micro-informatique et téléphones	22,4	29,4	18,2	21,1	21,1	7,9	4,5	4,3	7,5	10,5	13,7	13,0
Autres produits non alimentaires	2,8	2,0	3,1	2,4	1,6	3,3	-1,3	-1,2	-1,3	0,4	-1,4	21,4
<b>Produits non alimentaires hors vente et réparation auto.(2)</b>	<b>3,8</b>	<b>4,2</b>	<b>3,4</b>	<b>3,6</b>	<b>4,4</b>	<b>0,5</b>	<b>-1,3</b>	<b>1,5</b>	<b>0,7</b>	<b>-0,7</b>	<b>-0,1</b>	<b>300,2</b>
<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>-1,2</i>	<i>-0,5</i>	<i>218,2</i>
<b>Vente et réparation automobile (3)</b>	<b>-4,6</b>	<b>2,5</b>	<b>2,8</b>	<b>-1,3</b>	<b>3,5</b>	<b>-5,7</b>	<b>3,5</b>	<b>-1,8</b>	<b>0,4</b>	<b>-9,3</b>	<b>-6,7</b>	<b>47,2</b>
<b>Consommation commercialisable (1)+(2)+(3)</b>	<b>1,5</b>	<b>2,4</b>	<b>2,5</b>	<b>2,2</b>	<b>3,3</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,3</b>	<b>1,3</b>	<b>0,7</b>	<b>-1,3</b>	<b>-0,7</b>	<b>538,0</b>
dont consommation commercialisable hors automobile	2,2	2,4	2,5	2,6	3,3	0,1	-0,7	1,7	0,8	-0,4	-0,1	490,8

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	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013p
Pain, pâtisserie	0,5	1,2	0,8	1,2	1,1	1,2	1,2	0,7	1,5	1,7	1,3	4,3	1,1	3,9
Fruits et légumes	2,9	0,2	0,7	-0,2	5,9	1,3	-0,2	1,4	-0,8	0,9	0,4	-2,1	0,8	1,5
Viandes et produits dérivés	0,6	-2,1	1,5	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	0,5	0,9	0,4	2,8	-0,7	-1,8	0,4	0,7	-1,4	2,4	1,4	-2,9	-1,5	-2,0
Chocolaterie, confiserie	6,2	1,6	1,2	-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	4,0	1,8	2,5	-2,4	0,9	-0,3	1,1	1,6	-1,5	-0,5	2,3	0,9	-0,8	-3,0
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	3,4	2,4	2,0	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 (*)	2,5	1,4	1,0	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	0,6	1,0	-3,3	-12,7	-17,3	-0,6	1,4	-1,8	-2,3	1,8	0,1	0,1	-3,6	-5,8
Pneumatiques	2,4	-1,2	2,9	5,7	-1,1	5,8	0,9	3,3	-4,0	-1,8	13,8	6,1	0,9	-2,9
Pièces détachées et équipements automobiles	3,8	4,2	5,7	4,7	2,3	2,9	0,9	1,6	0,4	-8,2	-3,7	-1,1	-4,3	0,6
Vente et réparation de motocycles	-0,5	0,8	-0,4	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	-2,4	1,1	-0,5	-0,2	-1,7	-3,0	-2,1	0,2	-2,6	-2,0	-1,4	-2,1	-1,5	-2,1
Produits pharmaceutiques	9,6	8,7	6,1	5,6	7,4	5,2	6,8	6,7	4,4	4,4	3,6	2,1	2,8	3,2
Matériels orthopédiques	8,8	7,2	9,6	4,3	5,2	4,4	2,7	6,8	5,3	1,9	4,2	3,7	6,4	9,1
Habillement	4,2	-0,1	3,9	3,8	1,7	0,7	0,6	2,3	-2,7	-4,5	-0,3	-1,5	-2,4	-2,0
Chaussures	2,4	1,2	0,1	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	4,0	4,1	2,7	-1,0	3,1	5,8	6,0	8,3	6,1	0,6	8,5	9,0	5,4	3,2
Meubles, literie	2,5	0,0	1,5	0,2	4,2	5,3	1,8	5,1	-2,6	-3,7	2,4	1,1	-3,7	-4,0
Équipement du foyer	5,1	-2,0	0,1	2,7	3,0	1,0	3,9	3,9	-1,5	-6,6	-0,5	1,4	-1,6	0,6
Électroménager	6,8	2,3	6,2	7,5	6,4	5,9	6,7	5,8	4,4	0,7	4,6	3,2	3,2	2,4
Produits bruns	16,2	6,9	7,9	11,0	23,5	24,9	28,7	30,4	13,9	19,6	17,7	3,3	-4,6	-7,5
Micro-informatique et téléphones	26,4	14,2	18,7	22,4	29,4	18,2	21,1	21,1	7,9	4,5	4,3	7,5	10,5	13,7
Produits d'entretien ménager	1,9	1,0	0,6	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	6,7	-2,7	-0,6	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	-0,2	-4,5	-0,3	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	4,0	1,2	1,8	4,4	6,4	4,8	4,4	3,8	-1,3	-2,0	1,0	1,4	-1,0	-2,2
Fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie	1,9	-0,9	3,5	3,2	4,1	3,3	2,4	1,5	0,5	1,4	0,6	1,3	-0,5	-6,0
Parfumerie et produits d hygiène	3,4	1,5	2,5	0,6	0,4	0,6	2,1	3,8	0,0	-0,4	4,1	3,2	-0,1	3,1
Livres, journaux	2,8	1,8	0,8	-1,5	-0,6	-0,7	0,5	0,7	-2,4	-6,4	-3,9	-3,4	-3,2	-4,9
Optique, photographie	11,7	8,2	3,7	4,8	4,2	1,7	4,2	7,2	3,7	6,6	3,7	7,0	3,4	2,9
Vente et réparation de cycles	2,5	-12,4	15,1	10,1	7,9	5,1	4,1	4,6	0,4	-4,9	-5,0	5,5	-5,4	1,6
Sport et loisirs	4,7	9,9	8,9	5,8	7,4	7,1	1,0	0,7	-3,1	-4,0	3,3	-0,2	-2,2	-2,8
Horlogerie, bijouterie	4,1	-0,2	-5,1	-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	17,0	-2,7	2,3	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	2,2	-2,1	0,5	3,1	2,5	12,7	16,3	16,5	1,5	-4,3	1,6	1,6	0,0	-0,8
Charbons et combustibles	-8,7	16,1	-3,2	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	11,5	14,3	4,9	-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	-2,8	3,7	-4,7	-7,8	3,5	3,4	-4,2	3,3	-4,9	17,4	-1,2	-1,3	-15,1	-9,7
Caravanes, remorques	11,0	12,5	6,5	4,8	4,2	11,9	6,9	6,3	-6,6	-2,9	-0,7	6,0	-7,8	-10,4
Entretien et réparation de véhicules automobiles	1,3	0,2	-0,9	-2,5	-0,1	0,7	-0,1	0,7	-3,0	-7,6	-3,6	-2,5	-5,3	-1,8
<b>Total consommation commercialisable</b>	<b>3,6</b>	<b>2,5</b>	<b>2,1</b>	<b>1,5</b>	<b>2,4</b>	<b>2,5</b>	<b>2,2</b>	<b>3,3</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,3</b>	<b>1,3</b>	<b>0,7</b>	<b>-1,3</b>	<b>-0,7</b>
<b>Total automobile</b>	<b>1,0</b>	<b>5,3</b>	<b>-1,6</b>	<b>-4,6</b>	<b>2,5</b>	<b>2,8</b>	<b>-1,3</b>	<b>3,5</b>	<b>-5,7</b>	<b>3,5</b>	<b>-1,8</b>	<b>0,4</b>	<b>-9,3</b>	<b>-6,7</b>
<b>Total consommation hors automobile</b>	<b>3,9</b>	<b>2,2</b>	<b>2,5</b>	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>	<b>2,5</b>	<b>2,6</b>	<b>3,3</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,7</b>	<b>1,7</b>	<b>0,8</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,1</b>

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	2,8	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
<b>Produits alimentaires (1)</b>	<b>32,5</b>	<b>32,3</b>	<b>33,3</b>	<b>33,6</b>	<b>33,7</b>	<b>34,6</b>	<b>35,4</b>
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	7,9	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	6,5	6,7
Culture, loisirs	6,0	5,4	5,4	5,3	5,1	5,0	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	2,3	2,4
Autres produits non alimentaires	3,2	4,1	3,6	3,7	3,8	4,0	4,0
<b>Produits non alimentaires hors vente et réparation auto (2)</b>	<b>56,9</b>	<b>58,0</b>	<b>56,4</b>	<b>56,5</b>	<b>56,3</b>	<b>56,2</b>	<b>55,8</b>
<b>Vente et réparation automobile (3)</b>	<b>10,6</b>	<b>9,7</b>	<b>10,3</b>	<b>9,9</b>	<b>9,9</b>	<b>9,2</b>	<b>8,8</b>
<b>Consommation commercialisable = (1)+(2)+(3)</b>	<b>100,0</b>						
<b>Part de la consommation commercialisable dans la consommation effective des ménages (en %) (d)</b>	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<sup>er</sup> janvier et leur évolution entre début 2010 et début 2013

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2010	2011	2012	2013	2011/2010	2012/2011	2013/2012
Intermédiaires du commerce de gros	52,3	54,8	54,5	54,6	4,7	-0,4	0,0
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	6,3	6,2	6,1	6,1	-2,0	-0,7	0,1
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	20,4	20,6	20,7	21,1	1,0	0,7	1,8
CG de biens domestiques	36,7	36,2	36,1	36,2	-1,3	-0,5	0,5
CG d'équipements de l'info et de la communication	9,2	9,1	9,1	9,1	-1,1	0,1	0,4
CG d'autres équipements industriels	24,1	24,4	24,4	24,6	0,9	0,2	0,8
Autres commerces de gros spécialisés	19,5	19,9	20,2	20,5	2,0	1,3	1,5
Commerce de gros non spécialisé	14,9	15,7	16,3	16,8	5,2	3,8	3,4
<b>COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)</b>	<b>183,5</b>	<b>186,8</b>	<b>187,4</b>	<b>189,1</b>	<b>1,8</b>	<b>0,3</b>	<b>0,9</b>
Commerce de détail en magasin non spécialisé	34,2	35,0	37,3	38,0	2,4	6,6	1,8
CD alimentaire en magasin spécialisé	46,5	47,2	47,4	47,9	1,3	0,6	0,9
CD non alimentaire en magasins spécialisés	234,8	236,3	236,3	237,5	0,6	0,0	0,5
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	4,2	4,0	4,0	3,9	-4,5	-1,9	-0,8
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	8,0	8,3	8,4	8,7	4,2	1,3	3,0
<i>CD d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé</i>	39,7	39,3	38,8	38,4	-1,0	-1,2	-1,0
<i>CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé</i>	27,6	27,3	26,8	26,4	-1,2	-1,7	-1,5
<i>Autres commerces de détail en magasin spécialisé</i>	155,3	157,4	158,2	160,0	1,3	0,6	1,1
Commerce de détail sur éventaires et marchés	97,7	98,3	96,4	98,3	0,6	-2,0	2,0
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	28,3	36,0	38,4	43,3	27,4	6,8	12,6
<b>COMMERCE DE DETAIL</b>	<b>441,5</b>	<b>452,8</b>	<b>455,8</b>	<b>464,9</b>	<b>2,5</b>	<b>0,7</b>	<b>2,0</b>
Commerce de véhicules automobiles	28,0	28,9	29,9	31,6	3,3	3,5	5,7
Entretien et réparation de véhicules automobiles	40,5	43,2	44,6	46,8	6,6	3,1	5,1
Commerce d'équipements automobiles	7,4	7,8	8,1	8,4	4,5	4,2	3,9
Commerce et réparation de motocycles	5,8	6,0	6,1	6,1	3,5	2,0	0,7
<b>COMMERCE ET REPARATION D'AUTOMOBILES</b>	<b>81,7</b>	<b>85,8</b>	<b>88,6</b>	<b>93,0</b>	<b>5,0</b>	<b>3,3</b>	<b>4,9</b>
<b>TOTAL COMMERCE</b>	<b>706,7</b>	<b>725,4</b>	<b>731,9</b>	<b>747,0</b>	<b>2,6</b>	<b>0,9</b>	<b>2,1</b>
ARTISANAT COMMERCIAL	44,6	44,1	43,5	43,3	-1,2	-1,3	-0,5
<b>TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>751,3</b>	<b>769,5</b>	<b>775,4</b>	<b>790,3</b>	<b>2,4</b>	<b>0,8</b>	<b>1,9</b>
<i>Ensemble de l'économie française</i>	3 319,0	3 511,5	3 596,6	3 727,4	5,8	2,4	3,6

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	34 159	124	4 161	12 255	463	3 404	54 566
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	1 332	52	651	2 664	178	1 263	6 140
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 956	140	2 450	11 517	797	4 241	21 101
CG de biens domestiques	2 712	144	3 853	23 315	895	5 322	36 241
CG d'équipements de l'info et de la communication	500	30	956	5 595	328	1 727	9 136
CG d'autres équipements industriels	1 479	121	2 977	13 661	979	5 391	24 608
Autres commerces de gros spécialisés	1 912	76	2 399	10 644	846	4 598	20 475
Commerce de gros non spécialisé	1 677	33	2 465	10 552	80	2 017	16 824
<b>COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)</b>	<b>45 727</b>	<b>720</b>	<b>19 912</b>	<b>90 203</b>	<b>4 566</b>	<b>27 963</b>	<b>189 091</b>
Commerce de détail en magasin non spécialisé <i>dont grandes surfaces alimentaires (supermarchés, hypermarchés)</i>	14 707 28	438 242	3 098 495	14 242 2 177	707 589	4 825 3 444	38 017 6 975
CD alimentaire en magasin spécialisé	20 611	1 746	5 375	18 265	164	1 701	47 862
CD non alimentaire en magasins spécialisés	80 776	5 467	29 692	107 248	1 820	12 457	237 460
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	596	27	332	2 821	23	134	3 933
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	1 890	21	1 455	4 810	30	493	8 699
<i>CD d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé</i>	9 011	130	5 196	20 516	571	2 992	38 416
<i>CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé</i>	10 159	1 242	2 776	10 751	203	1 302	26 433
<i>Autres CD en magasin spécialisé</i>	59 120	4 047	19 933	68 350	993	7 536	159 979
Commerce de détail sur éventaires et marchés	90 367	39	1 540	5 914	12	436	98 308
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	29 164	30	3 094	8 624	119	2 252	43 283
<b>COMMERCE DE DETAIL</b>	<b>235 625</b>	<b>7 720</b>	<b>42 799</b>	<b>154 293</b>	<b>2 822</b>	<b>21 671</b>	<b>464 930</b>
Commerce de véhicules automobiles	8 663	66	4 373	14 044	628	3 830	31 604
Entretien et réparation de véhicules automobiles	18 186	95	6 746	19 863	192	1 730	46 812
Commerce d'équipements automobiles	1 827	17	1 086	4 285	162	1 031	8 408
Commerce et réparation de motocycles	2 135	6	842	2 800	26	320	6 129
<b>COMMERCE ET REPARATION D'AUTOMOBILES</b>	<b>30 811</b>	<b>184</b>	<b>13 047</b>	<b>40 992</b>	<b>1 008</b>	<b>6 911</b>	<b>92 953</b>
<b>TOTAL COMMERCE</b>	<b>312 163</b>	<b>8 624</b>	<b>75 758</b>	<b>285 488</b>	<b>8 396</b>	<b>56 545</b>	<b>746 974</b>
Boulangerie - pâtisserie	18 700	228	3 545	15 476	54	1 113	39 116
Charcuterie	2 253	16	319	1 474	24	119	4 205
<b>ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>20 953</b>	<b>244</b>	<b>3 864</b>	<b>16 950</b>	<b>78</b>	<b>1 232</b>	<b>43 321</b>
<b>TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>333 116</b>	<b>8 868</b>	<b>79 622</b>	<b>302 438</b>	<b>8 474</b>	<b>57 777</b>	<b>790 295</b>

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

Source : INSEE - Sirene

(1) Dans le cadre de la nouvelle démographie des entreprises, le champ des créations d'entreprises comprend désormais l'ensemble des activités marchandes hors agriculture. Depuis le 1er janvier 2007, la notion de création d'entreprise a été modifiée.

**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
<b>COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)</b>	<b>20 235</b>	<b>18 568</b>	<b>18 022</b>	<b>17 964</b>	<b>-8,2</b>	<b>-2,9</b>	<b>-0,3</b>
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
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	129	120	121	97	-7,0	0,8	-19,8
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	1 001	846	725	754	-15,5	-14,3	4,0
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	2 870	2 708	2 329	2 286	-5,6	-14,0	-1,8
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	1 549	1 515	1 410	1 262	-2,2	-6,9	-10,5
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	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
<b>COMMERCE DE DETAIL</b>	<b>32 053</b>	<b>30 578</b>	<b>27 050</b>	<b>27 311</b>	<b>-4,6</b>	<b>-11,5</b>	<b>1,0</b>
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
<b>COMMERCE ET REPARATION D'AUTOMOBILES</b>	<b>6 745</b>	<b>6 750</b>	<b>6 632</b>	<b>7 609</b>	<b>0,1</b>	<b>-1,7</b>	<b>14,7</b>
<b>TOTAL COMMERCE</b>	<b>59 033</b>	<b>55 896</b>	<b>51 704</b>	<b>52 884</b>	<b>-5,3</b>	<b>-7,5</b>	<b>2,3</b>
ARTISANAT COMMERCIAL	1 733	1 686	1 627	1 753	-2,7	-3,5	7,7
<b>TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL</b>	<b>60 766</b>	<b>57 582</b>	<b>53 331</b>	<b>54 637</b>	<b>-5,2</b>	<b>-7,4</b>	<b>2,4</b>
<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 2014 (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	390,9	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	391,1	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	3022,5
30/06/2009	380,1	979,8	1648,7	3008,6
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	378,2	964,3	1659,5	3002,0
30/06/2010	378,4	962,9	1661,3	3002,6
30/09/2010	378,3	963,1	1664,0	3005,4
31/12/2010	378,2	962,6	1665,9	3006,6
31/03/2011	378,7	965,4	1672,3	3016,5
30/06/2011	378,4	967,8	1683,1	3029,4
30/09/2011	377,7	967,1	1679,2	3024,0
31/12/2011	378,1	968,5	1682,8	3029,3
31/03/2012	377,3	968	1684,1	3029,5
30/06/2012	375,1	967,7	1692,6	3035,5
30/09/2012	373,3	967,1	1692,4	3032,8
31/12/2012	369,7	962,9	1684,4	3017,1
31/03/2013	368,1	959,9	1685,7	3013,8
30/06/2013	365,9	956,4	1681,3	3003,6
30/09/2013	363,2	953,6	1682,2	2999
31/12/2013	362,8	953,4	1690,2	3006,3
31/03/2014	361,3	952,6	1690,9	3004,7
30/06/2014	360,4	952,1	1696,3	3008,8

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 2012**

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	59,1	18,4	11,8	92,5
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	61,6	12,6	8,1	95,2
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	62,2	14,0	9,2	94,7
CG de biens domestiques	62,0	18,4	12,3	93,0
CG d'équipements de l'information et de la communication	63,5	11,0	7,3	96,0
CG d'autres équipements industriels	62,5	9,8	6,4	96,3
Autres CG spécialisés	61,5	9,6	6,1	96,3
CG non spécialisé	58,3	18,1	11,4	92,5
<b>Commerce de gros</b>	<b>61,6</b>	<b>13,2</b>	<b>8,6</b>	<b>94,9</b>
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	64,3	39,8	29,8	85,8
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	72,0	43,2	35,4	87,9
CD alimentaire en magasin spécialisé	58,4	29,0	19,2	87,9
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	67,1	32,1	24,1	89,4
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	62,7	37,5	27,3	86,0
CD d'habillement et de chaussures	67,5	45,4	35,9	85,2
CD d'autres équipements de la personne	61,2	23,5	15,8	90,9
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	61,7	31,7	22,3	87,9
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	63,1	22,6	15,6	91,7
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	64,8	20,6	14,4	92,7
CD de carburants en magasin spécialisé	60,6	32,6	22,6	87,2
Autres CD en magasin spécialisé	56,9	22,6	14,2	90,3
CD sur éventaies ou marchés	54,3	50,1	35,3	77,1
CD hors magasin, éventaies ou marchés	53,4	26,6	16,2	87,6
<b>Commerce de détail</b>	<b>66,8</b>	<b>35,7</b>	<b>27,1</b>	<b>88,1</b>
Commerce de véhicules automobiles	55,9	9,2	5,4	95,9
Entretien et réparation de véhicules automobiles	55,0	13,8	8,1	93,8
Commerce d'équipements automobiles	59,5	9,2	5,7	96,3
Commerce et réparation de motocycles	54,3	13,0	7,5	94,1
<b>Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles</b>	<b>56,0</b>	<b>10,8</b>	<b>6,4</b>	<b>95,2</b>
<b>Ensemble du commerce</b>	<b>65,1</b>	<b>26,0</b>	<b>18,6</b>	<b>90,9</b>
Charcuterie	55,0	25,3	15,7	88,6
Boulangerie-Pâtisserie	59,5	24,0	15,8	90,3
<b>Artisanat Commercial</b>	<b>59,1</b>	<b>24,0</b>	<b>15,8</b>	<b>90,2</b>

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 2012 (1/12)

**Tableau V-4**  
**Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés masculins dans les DADS en 2012**

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	55,8	12,5	7,4	94,5
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	58,3	8,8	5,3	96,3
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	60,2	10,2	6,4	95,9
CG de biens domestiques	59,9	13,3	8,4	94,7
CG d'équipements de l'information et de la communication	61,9	7,6	4,8	97,1
CG d'autres équipements industriels	60,7	6,8	4,2	97,3
Autres CG spécialisés	57,9	6,1	3,6	97,4
CG non spécialisé	54,5	14,8	8,6	93,3
<b>Commerce de gros</b>	<b>59,2</b>	<b>8,9</b>	<b>5,5</b>	<b>96,4</b>
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	61,1	30,5	21,2	88,1
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	69,9	24,7	18,6	92,6
CD alimentaire en magasin spécialisé	54,2	19,1	11,3	91,3
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	61,7	22,3	15,1	91,5
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	56,6	22,7	14,2	90,1
CD d'habillement et de chaussures	62,9	33,4	24,0	87,6
CD d'autres équipements de la personne	56,8	13,0	7,8	94,4
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	60,2	24,2	16,1	90,4
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	60,0	14,0	8,9	94,4
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	64,5	16,2	11,1	94,2
CD de carburants en magasin spécialisé	60,2	30,1	20,6	88,0
Autres CD en magasin spécialisé	54,3	16,8	9,9	92,3
CD sur éventaies ou marchés	52,6	44,6	29,7	78,9
CD hors magasin, éventaies ou marchés	55,8	18,1	11,0	92,0
<b>Commerce de détail</b>	<b>63,2</b>	<b>22,1</b>	<b>15,2</b>	<b>91,9</b>
Commerce de véhicules automobiles	54,1	6,6	3,7	97,0
Entretien et réparation de véhicules automobiles	52,8	8,9	4,9	95,8
Commerce d'équipements automobiles	55,2	6,1	3,5	97,3
Commerce et réparation de motocycles	52,7	8,9	4,9	95,8
<b>Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles</b>	<b>53,7</b>	<b>7,4</b>	<b>4,1</b>	<b>96,6</b>
<b>Ensemble du commerce</b>	<b>61,1</b>	<b>14,2</b>	<b>9,2</b>	<b>94,5</b>
Charcuterie	51,5	14,8	8,2	92,8
Boulangerie-Pâtisserie	54,0	10,7	6,1	95,1
<b>Artisanat Commercial</b>	<b>53,7</b>	<b>11,1</b>	<b>6,3</b>	<b>94,9</b>

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 2012 (1/12)

**Tableau V-5**  
**Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés féminins dans les DADS en 2012**

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	61,6	26,1	17,9	90,0
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	65,6	21,6	15,3	92,6
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	64,4	21,0	14,6	92,5
CG de biens domestiques	63,4	23,1	16,0	91,5
CG d'équipements de l'information et de la communication	65,6	18,1	12,7	93,8
CG d'autres équipements industriels	65,2	18,5	12,9	93,6
Autres CG spécialisés	65,3	18,3	12,8	93,6
CG non spécialisé	62,1	23,3	15,8	91,2
<b>Commerce de gros</b>	<b>64,1</b>	<b>21,1</b>	<b>14,6</b>	<b>92,4</b>
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	66,1	46,9	36,9	84,1
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	73,1	53,7	45,9	85,6
CD alimentaire en magasin spécialisé	61,3	39,4	28,5	84,8
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	69,0	36,5	28,4	88,7
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	63,6	40,4	30,1	85,3
CD d'habillement et de chaussures	68,3	47,9	38,6	84,8
CD d'autres équipements de la personne	62,1	26,5	18,3	90,0
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	62,9	37,9	27,7	85,9
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	64,8	31,3	22,8	89,0
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	65,2	27,4	19,7	90,5
CD de carburants en magasin spécialisé	61,0	35,2	24,9	86,3
Autres CD en magasin spécialisé	59,9	31,6	21,6	87,3
CD sur éventaies ou marchés	56,2	56,0	41,7	75,5
CD hors magasin, éventaies ou marchés	52,6	34,3	21,5	83,7
<b>Commerce de détail</b>	<b>68,2</b>	<b>43,7</b>	<b>34,6</b>	<b>86,1</b>
Commerce de véhicules automobiles	58,7	20,2	12,9	91,7
Entretien et réparation de véhicules automobiles	58,3	38,3	26,5	84,0
Commerce d'équipements automobiles	65,3	22,3	15,8	92,3
Commerce et réparation de motocycles	57,1	32,7	21,8	86,0
<b>Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles</b>	<b>59,5</b>	<b>26,2</b>	<b>17,5</b>	<b>89,4</b>
<b>Ensemble du commerce</b>	<b>67,3</b>	<b>38,1</b>	<b>29,3</b>	<b>87,5</b>
Charcuterie	57,2	37,3	25,4	84,0
Boulangerie-Pâtisserie	62,2	36,9	26,7	86,1
<b>Artisanat Commercial</b>	<b>61,9</b>	<b>36,9</b>	<b>26,6</b>	<b>85,9</b>

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 2012 (1/12)

## ANNEXE VI - Comptes des secteurs commerciaux

### Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	133 825	140 867	150 529	155 722	162 842	163 239	149 667	155 149	163 907	157 813
Ventes de marchandises	116 218	122 317	131 284	135 556	141 810	147 925	134 540	139 857	148 047	142 588
- Coût d'achat des marchandises	99 864	105 377	113 455	117 312	123 015	127 476	115 352	119 531	126 967	122 460
= Marge commerciale (au prix de base)	16 354	16 940	17 829	18 244	18 795	20 449	19 188	20 326	21 080	20 128
+ Production vendue de biens et services	17 606	18 550	19 245	20 166	21 032	15 314	15 127	15 292	15 860	15 225
+ Production stockée et immobilisée	50	54	67	70	70	70	82	75	56	105
= Production totale au prix de base	34 011	35 544	37 141	38 480	39 897	35 834	34 397	35 693	36 996	35 458
- Consommations intermédiaires	15 932	16 398	17 399	18 277	18 730	15 235	15 427	15 510	16 036	16 110
= Valeur ajoutée au prix de base	18 079	19 146	19 741	20 204	21 167	20 599	18 970	20 182	20 960	19 348
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	18 079	19 146	19 741	20 204	21 167	20 599	18 970	20 182	20 960	19 348
+ Subventions d'exploitation	111	109	104	100	97	152	117	144	130	130
- Frais de personnel	12 648	13 088	13 402	13 893	14 268	15 416	14 735	15 113	15 597	15 575
- Impôts et taxes sur la production	1 049	1 143	1 226	1 368	1 428	1 495	1 441	1 326	1 397	1 394
= Excédent brut d'exploitation	4 494	5 023	5 217	5 043	5 567	3 841	2 911	3 887	4 096	2 509
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	4 494	5 023	5 217	5 043	5 567	3 841	2 911	3 887	4 096	2 509
+ Autres produits d'exploitation et financiers	716	866	893	886	1 090	1 501	1 003	882	1 087	706
- Autres charges d'exploitation et financières	1 096	1 176	1 304	1 517	1 607	1 956	1 241	1 155	1 178	803
= Profit brut courant avant impôt	4 114	4 713	4 806	4 411	5 051	3 387	2 674	3 614	4 006	2 412

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

### Commerce de gros

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	618 921	646 335	679 829	706 782	740 389	782 575	681 881	707 749	768 872	790 462
Ventes de marchandises	569 413	594 712	626 024	650 385	681 368	732 328	638 690	664 722	724 966	742 728
- Coût d'achat des marchandises	462 252	482 555	509 079	527 254	551 485	601 439	510 055	532 200	587 626	603 088
= Marge commerciale (au prix de base)	107 161	112 157	116 945	123 131	129 883	130 888	128 635	132 522	137 340	139 640
+ Production vendue de biens et services	49 508	51 623	53 805	56 397	59 021	50 247	43 192	43 027	43 906	47 733
+ Production stockée et immobilisée	141	116	412	653	660	707	421	847	605	164
= Production totale au prix de base	156 810	163 896	171 162	180 182	189 564	181 843	172 247	176 397	181 851	187 537
- Consommations intermédiaires	84 306	87 587	92 151	96 146	101 196	90 371	92 628	97 007	100 852	106 420
= Valeur ajoutée au prix de base	72 505	76 309	79 010	84 036	88 368	91 471	79 619	79 390	80 998	81 117
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	72 505	76 309	79 010	84 036	88 368	91 471	79 619	79 390	80 998	81 117
+ Subventions d'exploitation	520	404	366	374	385	409	334	391	286	286
- Frais de personnel	47 121	49 000	50 972	53 443	55 377	53 351	52 320	52 913	55 287	55 454
- Impôts et taxes sur la production	4 942	5 327	5 897	6 673	6 884	6 772	6 535	7 543	7 762	6 418
= Excédent brut d'exploitation	20 962	22 385	22 508	24 294	26 492	31 757	21 098	19 325	18 235	19 530
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	20 962	22 385	22 508	24 294	26 492	31 757	21 098	19 325	18 235	19 530
+ Autres produits d'exploitation et financiers	9 248	8 411	8 667	9 508	11 813	11 244	14 570	16 604	15 965	16 225
- Autres charges d'exploitation et financières	7 558	7 711	8 173	8 868	9 796	11 307	9 975	7 969	8 772	8 411
= Profit brut courant avant impôt	22 652	23 085	23 002	24 934	28 510	31 693	25 693	27 960	25 428	27 344

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Commerce de détail

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	362 629	375 154	388 555	401 500	414 560	427 680	408 928	425 563	440 140	450 807
Ventes de marchandises	339 403	350 178	361 864	373 698	385 815	411 377	389 559	408 234	421 690	432 946
- Coût d'achat des marchandises	247 243	254 786	264 444	273 084	281 444	297 139	276 233	289 123	299 848	308 040
= Marge commerciale (au prix de base)	92 160	95 392	97 420	100 614	104 371	114 238	113 326	119 112	121 842	124 906
+ Production vendue de biens et services	23 226	24 976	26 691	27 802	28 746	16 303	19 369	17 328	18 450	17 862
+ Production stockée et immobilisée	143	153	235	243	256	263	211	243	276	247
= Production totale au prix de base	115 529	120 522	124 346	128 659	133 372	130 804	132 906	136 683	140 569	143 015
- Consommations intermédiaires	46 604	49 244	51 923	53 601	55 322	48 848	54 327	55 002	57 510	59 638
= Valeur ajoutée au prix de base	68 925	71 278	72 423	75 058	78 049	81 956	78 579	81 680	83 059	83 377
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	68 925	71 278	72 423	75 058	78 049	81 956	78 579	81 680	83 059	83 377
+ Subventions d'exploitation	222	266	282	317	291	286	293	349	257	257
- Frais de personnel	40 033	42 075	44 049	46 198	47 918	51 130	49 148	50 688	51 566	53 802
- Impôts et taxes sur la production	4 356	4 578	4 916	5 215	5 437	5 810	5 641	5 515	5 944	5 962
= Excédent brut d'exploitation	24 759	24 891	23 741	23 962	24 985	25 301	24 083	25 826	25 805	23 870
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	24 759	24 891	23 741	23 962	24 985	25 301	24 083	25 826	25 805	23 870
+ Autres produits d'exploitation et financiers	3 762	3 341	3 634	3 981	4 072	4 500	4 037	3 846	3 875	4 144
- Autres charges d'exploitation et financières	3 731	3 711	3 884	4 023	4 496	4 846	4 146	4 049	4 292	4 168
= Profit brut courant avant impôt	24 789	24 521	23 491	23 920	24 561	24 955	23 974	25 623	25 387	23 846

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Commerce de véhicules automobiles

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	96 757	101 800	109 632	113 059	118 664	118 391	106 798	111 878	118 345	111 656
Ventes de marchandises	88 338	92 973	100 498	103 592	108 728	112 434	100 919	105 556	112 028	105 452
- Coût d'achat des marchandises	78 814	83 180	89 940	92 853	97 649	101 016	90 467	94 155	100 098	94 448
= Marge commerciale (au prix de base)	9 524	9 793	10 557	10 739	11 079	11 418	10 452	11 401	11 930	11 003
+ Production vendue de biens et services	8 419	8 828	9 134	9 467	9 936	5 957	5 879	6 322	6 317	6 204
+ Production stockée et immobilisée	37	38	46	46	47	55	59	41	7	58
= Production totale au prix de base	17 980	18 658	19 738	20 252	21 062	17 430	16 391	17 764	18 254	17 265
- Consommations intermédiaires	8 757	8 866	9 551	9 943	10 094	7 307	7 959	8 123	8 433	8 489
= Valeur ajoutée au prix de base	9 224	9 792	10 187	10 309	10 968	10 122	8 431	9 641	9 821	8 776
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	9 224	9 792	10 187	10 309	10 968	10 122	8 431	9 641	9 821	8 776
+ Subventions d'exploitation	56	55	50	48	48	97	56	79	78	78
- Frais de personnel	6 690	6 841	7 007	7 241	7 376	7 666	7 159	7 535	7 655	7 372
- Impôts et taxes sur la production	617	674	722	809	841	868	799	794	847	837
= Excédent brut d'exploitation	1 973	2 333	2 508	2 307	2 800	1 685	529	1 391	1 397	645
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	1 973	2 333	2 508	2 307	2 800	1 685	529	1 391	1 397	645
+ Autres produits d'exploitation et financiers	472	604	585	568	654	1 127	595	549	860	693
- Autres charges d'exploitation et financières	683	756	849	1 073	1 100	1 442	806	734	782	748
= Profit brut courant avant impôt	1 763	2 181	2 244	1 802	2 354	1 370	319	1 206	1 474	590

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Commerce de gros de produits agricoles bruts et d'animaux vivants

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	43 610	44 028	44 419	43 983	46 026	57 792	52 479	48 011	61 604	67 665
Ventes de marchandises	41 100	41 361	41 715	41 553	43 471	55 097	51 839	46 769	59 962	65 287
- Coût d'achat des marchandises	36 035	36 518	36 951	36 640	38 328	48 828	45 313	41 438	52 976	57 065
= Marge commerciale (au prix de base)	5 065	4 842	4 764	4 913	5 144	6 269	6 525	5 330	6 985	8 222
+ Production vendue de biens et services	2 510	2 667	2 704	2 431	2 555	2 695	641	1 243	1 642	2 378
+ Production stockée et immobilisée	-15	-51	10	9	9	38	21	18	14	22
= Production totale au prix de base	7 560	7 458	7 478	7 353	7 708	9 003	7 187	6 590	8 642	10 622
- Consommations intermédiaires	4 640	4 428	4 527	4 422	4 541	5 434	3 005	4 035	5 571	6 536
= Valeur ajoutée au prix de base	2 920	3 030	2 951	2 931	3 166	3 568	4 182	2 556	3 070	4 086
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	2 920	3 030	2 951	2 931	3 166	3 568	4 182	2 556	3 070	4 086
+ Subventions d'exploitation	167	128	94	84	66	61	47	43	31	31
- Frais de personnel	1 900	1 909	1 947	1 942	2 010	1 849	1 788	1 806	1 860	2 104
- Impôts et taxes sur la production	223	224	238	249	255	251	242	229	251	280
= Excédent brut d'exploitation	964	1 025	860	825	967	1 530	2 199	563	990	1 733
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	964	1 025	860	825	967	1 530	2 199	563	990	1 733
+ Autres produits d'exploitation et financiers	401	478	441	495	542	447	471	398	591	516
- Autres charges d'exploitation et financières	451	576	432	428	546	683	478	354	634	557
= Profit brut courant avant impôt	914	927	870	891	963	1 294	2 191	607	947	1 692

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	106 666	107 608	111 831	115 987	120 514	125 829	111 170	117 287	124 702	129 505
Ventes de marchandises	100 824	101 369	105 016	108 424	112 609	121 003	106 820	112 346	121 239	124 560
- Coût d'achat des marchandises	79 674	79 831	82 385	84 851	88 080	97 698	83 972	87 017	97 507	98 988
= Marge commerciale (au prix de base)	21 150	21 538	22 631	23 573	24 530	23 305	22 848	25 329	23 733	25 572
+ Production vendue de biens et services	5 842	6 240	6 815	7 563	7 905	4 826	4 350	4 941	3 462	4 945
+ Production stockée et immobilisée	31	24	32	37	39	81	72	58	48	-146
= Production totale au prix de base	27 023	27 801	29 478	31 173	32 473	28 212	27 269	30 328	27 243	30 371
- Consommations intermédiaires	16 179	16 837	18 344	19 516	20 582	15 986	16 778	18 699	15 738	20 128
= Valeur ajoutée au prix de base	10 844	10 964	11 133	11 657	11 892	12 227	10 491	11 629	11 505	10 243
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	10 844	10 964	11 133	11 657	11 892	12 227	10 491	11 629	11 505	10 243
+ Subventions d'exploitation	117	107	98	93	120	125	90	108	91	91
- Frais de personnel	6 664	6 795	7 036	7 224	7 378	7 012	6 399	6 670	6 676	6 940
- Impôts et taxes sur la production	1 224	1 373	1 422	1 532	1 546	1 290	1 207	1 319	2 088	494
= Excédent brut d'exploitation	3 073	2 904	2 773	2 994	3 089	4 050	2 976	3 748	2 832	2 900
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	3 073	2 904	2 773	2 994	3 089	4 050	2 976	3 748	2 832	2 900
+ Autres produits d'exploitation et financiers	1 098	1 080	1 158	1 210	1 415	1 823	1 144	1 901	1 132	1 665
- Autres charges d'exploitation et financières	1 096	1 008	1 111	1 083	1 264	1 441	1 225	1 284	1 324	1 527
= Profit brut courant avant impôt	3 075	2 975	2 821	3 121	3 239	4 432	2 896	4 365	2 640	3 038

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Commerce de gros de biens domestiques

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	122 604	124 218	135 388	142 508	146 868	148 642	137 610	140 987	149 072	148 507
Ventes de marchandises	114 234	115 849	125 764	132 481	136 569	143 335	131 886	135 606	142 575	141 125
- Coût d'achat des marchandises	82 830	83 061	89 444	94 691	97 534	99 497	90 655	93 062	98 060	96 105
= Marge commerciale (au prix de base)	31 404	32 788	36 320	37 790	39 035	43 838	41 230	42 544	44 515	45 020
+ Production vendue de biens et services	8 370	8 368	9 624	10 027	10 299	5 307	5 724	5 380	6 497	7 381
+ Production stockée et immobilisée	31	71	55	138	140	244	22	159	189	116
= Production totale au prix de base	39 805	41 228	45 999	47 955	49 474	49 389	46 977	48 084	51 201	52 518
- Consommations intermédiaires	21 912	22 382	24 940	25 489	26 525	23 152	25 671	26 302	28 010	28 127
= Valeur ajoutée au prix de base	17 893	18 846	21 059	22 466	22 949	26 237	21 306	21 782	23 191	24 391
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	17 893	18 846	21 059	22 466	22 949	26 237	21 306	21 782	23 191	24 391
+ Subventions d'exploitation	104	41	41	53	51	76	45	67	46	46
- Frais de personnel	10 845	11 394	12 281	13 161	13 440	13 315	13 423	13 728	14 413	14 095
- Impôts et taxes sur la production	1 219	1 348	1 649	2 022	2 071	1 971	2 007	2 076	2 170	2 367
= Excédent brut d'exploitation	5 933	6 145	7 171	7 336	7 490	11 027	5 921	6 045	6 655	7 975
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	5 933	6 145	7 171	7 336	7 490	11 027	5 921	6 045	6 655	7 975
+ Autres produits d'exploitation et financiers	2 996	2 354	2 429	2 381	2 664	3 032	5 702	6 614	6 896	7 567
- Autres charges d'exploitation et financières	2 479	2 443	2 674	2 897	3 382	4 460	3 619	2 637	2 669	2 632
= Profit brut courant avant impôt	6 449	6 056	6 925	6 820	6 772	9 598	8 003	10 022	10 882	12 910

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	38 388	42 946	45 039	48 363	50 173	48 447	41 257	42 351	43 605	47 215
Ventes de marchandises	33 702	37 413	40 055	43 080	44 719	45 054	38 176	39 774	39 933	43 808
- Coût d'achat des marchandises	27 376	30 839	33 419	36 033	37 492	37 920	31 788	33 417	33 772	36 829
= Marge commerciale (au prix de base)	6 326	6 575	6 637	7 048	7 227	7 134	6 387	6 357	6 162	6 979
+ Production vendue de biens et services	4 686	5 533	4 984	5 282	5 454	3 393	3 081	2 576	3 672	3 407
+ Production stockée et immobilisée	14	-2	1	147	147	44	34	80	20	19
= Production totale au prix de base	11 026	12 105	11 622	12 477	12 828	10 571	9 502	9 013	9 853	10 404
- Consommations intermédiaires	5 370	6 225	5 713	5 929	6 039	5 122	5 147	4 831	5 494	6 191
= Valeur ajoutée au prix de base	5 656	5 880	5 909	6 547	6 788	5 449	4 355	4 182	4 359	4 213
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	5 656	5 880	5 909	6 547	6 788	5 449	4 355	4 182	4 359	4 213
+ Subventions d'exploitation	13	18	21	27	33	3	17	14	5	5
- Frais de personnel	4 326	4 454	4 512	4 746	4 870	3 704	3 310	3 120	3 441	3 558
- Impôts et taxes sur la production	263	285	310	348	360	284	255	240	263	274
= Excédent brut d'exploitation	1 080	1 160	1 108	1 481	1 592	1 464	807	836	660	387
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	1 080	1 160	1 108	1 481	1 592	1 464	807	836	660	387
+ Autres produits d'exploitation et financiers	769	474	523	534	556	874	537	382	329	360
- Autres charges d'exploitation et financières	543	679	627	807	689	699	557	658	547	575
= Profit brut courant avant impôt	1 306	955	1 004	1 208	1 459	1 638	786	560	442	172

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Commerce de gros d'autres équipements industriels

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	77 041	80 999	85 726	82 778	89 122	91 428	79 246	80 219	87 755	90 547
Ventes de marchandises	68 354	71 569	75 553	72 675	78 277	86 029	72 609	74 818	81 970	84 730
- Coût d'achat des marchandises	52 855	55 216	59 105	55 131	59 432	65 073	53 420	54 936	60 777	63 453
= Marge commerciale (au prix de base)	15 499	16 353	16 448	17 544	18 845	20 956	19 189	19 882	21 193	21 277
+ Production vendue de biens et services	8 687	9 429	10 173	10 104	10 845	5 399	6 637	5 401	5 785	5 817
+ Production stockée et immobilisée	79	45	52	291	292	136	67	398	199	218
= Production totale au prix de base	24 265	25 827	26 673	27 939	29 982	26 491	25 893	25 681	27 176	27 312
- Consommations intermédiaires	11 269	12 130	12 558	12 778	13 427	9 918	12 453	12 348	12 750	12 602
= Valeur ajoutée au prix de base	12 995	13 697	14 115	15 161	16 555	16 573	13 439	13 333	14 426	14 710
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	12 995	13 697	14 115	15 161	16 555	16 573	13 439	13 333	14 426	14 710
+ Subventions d'exploitation	30	27	31	33	32	52	64	62	60	60
- Frais de personnel	9 661	9 862	10 151	10 572	11 088	11 019	10 592	10 513	11 012	11 347
- Impôts et taxes sur la production	627	676	731	828	877	866	833	771	807	854
= Excédent brut d'exploitation	2 737	3 186	3 264	3 795	4 622	4 739	2 078	2 111	2 668	2 569
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	2 737	3 186	3 264	3 795	4 622	4 739	2 078	2 111	2 668	2 569
+ Autres produits d'exploitation et financiers	827	891	938	914	1 293	1 139	3 161	3 728	3 674	3 203
- Autres charges d'exploitation et financières	897	973	959	922	1 015	1 063	1 075	935	1 249	998
= Profit brut courant avant impôt	2 667	3 105	3 243	3 786	4 900	4 816	4 164	4 903	5 093	4 774

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Autres commerces de gros spécialisés

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	115 828	126 296	131 335	140 972	148 721	161 526	125 549	135 967	148 850	152 161
Ventes de marchandises	109 624	119 912	124 528	133 964	141 292	157 595	122 165	132 627	144 372	147 808
- Coût d'achat des marchandises	87 776	96 153	100 882	108 123	113 675	131 240	96 864	106 381	117 062	122 284
= Marge commerciale (au prix de base)	21 848	23 759	23 646	25 841	27 617	26 354	25 301	26 246	27 310	25 524
+ Production vendue de biens et services	6 204	6 384	6 807	7 009	7 429	3 932	3 384	3 340	4 478	4 353
+ Production stockée et immobilisée	21	36	105	34	35	120	137	71	60	-96
= Production totale au prix de base	28 073	30 179	30 558	32 883	35 081	30 406	28 822	29 656	31 848	29 781
- Consommations intermédiaires	13 662	14 258	14 485	15 681	16 720	12 880	14 142	14 209	18 226	17 046
= Valeur ajoutée au prix de base	14 412	15 921	16 073	17 203	18 361	17 526	14 681	15 447	13 622	12 735
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	14 412	15 921	16 073	17 203	18 361	17 526	14 681	15 447	13 622	12 735
+ Subventions d'exploitation	42	24	24	25	26	23	-3	24	23	23
- Frais de personnel	9 136	9 597	9 871	10 362	10 810	10 463	10 224	10 320	10 638	10 391
- Impôts et taxes sur la production	844	920	1 026	1 106	1 157	1 242	1 075	2 046	1 272	1 320
= Excédent brut d'exploitation	4 475	5 428	5 201	5 760	6 420	5 844	3 378	3 105	1 735	1 046
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	4 475	5 428	5 201	5 760	6 420	5 844	3 378	3 105	1 735	1 046
+ Autres produits d'exploitation et financiers	1 850	1 958	1 968	2 608	3 771	2 259	2 044	1 589	2 064	1 787
- Autres charges d'exploitation et financières	1 180	1 184	1 275	1 535	1 675	1 830	2 103	1 166	1 362	1 161
= Profit brut courant avant impôt	5 144	6 203	5 894	6 833	8 516	6 273	3 319	3 528	2 437	1 672

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Commerce de détail en magasin non spécialisé

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	172 041	175 088	177 937	181 187	186 237	193 089	184 246	191 204	199 487	202 786
Ventes de marchandises	162 080	164 477	167 018	170 259	175 005	186 368	176 753	184 600	192 459	194 964
- Coût d'achat des marchandises	133 631	136 082	138 928	141 547	145 516	150 667	140 871	146 782	153 960	155 729
= Marge commerciale (au prix de base)	28 449	28 395	28 090	28 711	29 489	35 701	35 882	37 818	38 499	39 235
+ Production vendue de biens et services	9 961	10 610	10 919	10 929	11 233	6 722	7 493	6 604	7 028	7 823
+ Production stockée et immobilisée	15	11	26	23	23	34	31	34	43	6
= Production totale au prix de base	38 425	39 016	39 035	39 663	40 744	42 456	43 406	44 456	45 570	47 063
- Consommations intermédiaires	14 269	14 667	15 157	14 867	15 112	16 272	17 667	17 744	18 805	20 340
= Valeur ajoutée au prix de base	24 156	24 350	23 878	24 796	25 632	26 184	25 739	26 713	26 765	26 724
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	24 156	24 350	23 878	24 796	25 632	26 184	25 739	26 713	26 765	26 724
+ Subventions d'exploitation	57	59	63	76	67	80	95	99	75	75
- Frais de personnel	14 226	14 705	15 209	15 929	16 230	17 643	17 952	18 451	19 331	19 825
- Impôts et taxes sur la production	2 005	1 997	2 076	2 137	2 236	2 405	2 489	2 483	2 573	2 697
= Excédent brut d'exploitation	7 982	7 707	6 656	6 805	7 233	6 215	5 393	5 878	4 937	4 277
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	7 982	7 707	6 656	6 805	7 233	6 215	5 393	5 878	4 937	4 277
+ Autres produits d'exploitation et financiers	1 355	1 254	1 309	1 604	1 376	1 630	1 657	1 434	1 687	1 731
- Autres charges d'exploitation et financières	986	864	928	910	1 070	1 274	1 077	1 041	1 195	1 110
= Profit brut courant avant impôt	8 351	8 097	7 037	7 500	7 538	6 572	5 972	6 272	5 429	4 897

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	16 211	16 817	17 079	17 528	18 067	18 595	16 894	17 485	18 372	18 555
Ventes de marchandises	14 752	15 232	15 429	15 772	16 254	17 179	15 508	15 733	16 825	17 105
- Coût d'achat des marchandises	9 599	9 906	10 012	10 226	10 575	10 855	10 057	9 747	10 381	10 637
= Marge commerciale (au prix de base)	5 152	5 327	5 417	5 546	5 679	6 324	5 451	5 986	6 443	6 468
+ Production vendue de biens et services	1 459	1 585	1 650	1 756	1 813	1 416	1 386	1 752	1 548	1 450
+ Production stockée et immobilisée	8	4	16	20	22	27	4	17	20	16
= Production totale au prix de base	6 620	6 915	7 083	7 322	7 514	7 767	6 841	7 755	8 011	7 934
- Consommations intermédiaires	2 399	2 536	2 664	2 794	2 901	2 194	1 834	1 935	1 787	1 642
= Valeur ajoutée au prix de base	4 221	4 380	4 419	4 528	4 613	5 573	5 007	5 819	6 224	6 292
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	4 221	4 380	4 419	4 528	4 613	5 573	5 007	5 819	6 224	6 292
+ Subventions d'exploitation	20	26	24	27	29	31	22	31	21	21
- Frais de personnel	2 032	2 198	2 283	2 376	2 495	2 670	2 004	2 282	2 424	2 550
- Impôts et taxes sur la production	246	248	261	277	288	280	243	206	211	207
= Excédent brut d'exploitation	1 964	1 960	1 900	1 902	1 859	2 654	2 783	3 361	3 610	3 557
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	1 964	1 960	1 900	1 902	1 859	2 654	2 783	3 361	3 610	3 557
+ Autres produits d'exploitation et financiers	91	106	129	121	135	169	73	84	65	58
- Autres charges d'exploitation et financières	172	174	192	194	234	277	150	149	199	222
= Profit brut courant avant impôt	1 882	1 891	1 837	1 829	1 760	2 547	2 705	3 296	3 476	3 392

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	9 454	9 851	11 186	11 809	11 909	13 757	10 764	12 910	14 493	16 260
Ventes de marchandises	8 343	8 716	10 079	10 661	10 751	13 456	10 534	12 680	14 432	16 111
- Coût d'achat des marchandises	7 191	7 540	8 828	9 377	9 457	11 971	9 652	11 489	12 902	14 738
= Marge commerciale (au prix de base)	1 152	1 177	1 252	1 285	1 295	1 485	882	1 191	1 530	1 373
+ Production vendue de biens et services	1 110	1 134	1 106	1 148	1 157	301	231	230	61	149
+ Production stockée et immobilisée	0	0	2	0	1	10	8	-1	0	1
= Production totale au prix de base	2 262	2 311	2 359	2 432	2 453	1 796	1 121	1 420	1 592	1 522
- Consommations intermédiaires	956	999	1 012	1 064	1 081	826	454	510	486	483
= Valeur ajoutée au prix de base	1 306	1 313	1 347	1 368	1 372	971	666	910	1 106	1 039
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	1 306	1 313	1 347	1 368	1 372	971	666	910	1 106	1 039
+ Subventions d'exploitation	36	59	64	73	61	24	19	19	19	19
- Frais de personnel	946	969	1 000	1 031	1 034	506	449	463	420	398
- Impôts et taxes sur la production	82	93	101	116	120	280	61	147	404	467
= Excédent brut d'exploitation	314	310	310	294	280	209	176	319	300	194
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	314	310	310	294	280	209	176	319	300	194
+ Autres produits d'exploitation et financiers	63	71	68	71	86	59	32	31	33	32
- Autres charges d'exploitation et financières	83	80	84	92	99	52	24	45	49	13
= Profit brut courant avant impôt	294	301	294	274	268	215	184	305	285	213

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	6 210	6 840	7 354	7 706	8 159	8 277	7 885	7 326	7 630	7 355
Ventes de marchandises	5 445	5 966	6 346	6 547	6 933	7 502	7 088	6 783	6 853	6 751
- Coût d'achat des marchandises	3 677	4 035	4 340	4 520	4 789	5 603	5 433	5 090	5 375	5 396
= Marge commerciale (au prix de base)	1 769	1 931	2 005	2 027	2 145	1 900	1 655	1 693	1 479	1 354
+ Production vendue de biens et services	765	875	1 009	1 159	1 225	775	797	544	777	604
+ Production stockée et immobilisée	5	14	27	18	18	6	9	6	6	8
= Production totale au prix de base	2 538	2 820	3 040	3 204	3 388	2 680	2 461	2 242	2 261	1 966
- Consommations intermédiaires	1 137	1 300	1 423	1 526	1 623	1 205	1 124	986	1 019	931
= Valeur ajoutée au prix de base	1 401	1 520	1 618	1 677	1 765	1 476	1 337	1 257	1 243	1 035
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	1 401	1 520	1 618	1 677	1 765	1 476	1 337	1 257	1 243	1 035
+ Subventions d'exploitation	6	7	8	9	10	3	4	5	4	4
- Frais de personnel	639	731	794	847	914	1 012	934	895	970	888
- Impôts et taxes sur la production	73	84	96	107	115	84	81	68	72	75
= Excédent brut d'exploitation	695	713	736	732	746	382	326	299	204	76
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	695	713	736	732	746	382	326	299	204	76
+ Autres produits d'exploitation et financiers	180	79	87	90	109	56	56	52	81	35
- Autres charges d'exploitation et financières	123	109	117	121	134	69	44	56	58	48
= Profit brut courant avant impôt	753	683	706	700	721	369	338	295	228	63

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	37 873	40 297	42 315	44 559	47 277	48 310	47 670	48 961	48 112	48 583
Ventes de marchandises	35 328	37 569	38 967	40 826	43 321	46 595	45 033	46 671	45 565	46 207
- Coût d'achat des marchandises	22 633	23 909	25 037	26 377	27 899	30 416	28 676	29 620	28 115	28 872
= Marge commerciale (au prix de base)	12 695	13 660	13 930	14 449	15 422	16 179	16 357	17 051	17 450	17 334
+ Production vendue de biens et services	2 545	2 729	3 348	3 732	3 956	1 715	2 638	2 290	2 547	2 376
+ Production stockée et immobilisée	58	61	47	64	66	46	40	47	71	83
= Production totale au prix de base	15 298	16 450	17 325	18 245	19 443	17 940	19 034	19 388	20 068	19 793
- Consommations intermédiaires	6 412	6 981	7 519	8 079	8 698	6 859	8 843	8 860	9 411	9 556
= Valeur ajoutée au prix de base	8 885	9 469	9 806	10 166	10 745	11 081	10 192	10 529	10 657	10 237
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	8 885	9 469	9 806	10 166	10 745	11 081	10 192	10 529	10 657	10 237
+ Subventions d'exploitation	18	24	25	31	27	26	37	44	25	25
- Frais de personnel	6 043	6 401	6 704	7 015	7 384	7 593	7 277	7 632	7 655	7 600
- Impôts et taxes sur la production	517	598	663	705	755	766	777	756	778	799
= Excédent brut d'exploitation	2 344	2 493	2 464	2 476	2 634	2 748	2 174	2 186	2 250	1 862
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	2 344	2 493	2 464	2 476	2 634	2 748	2 174	2 186	2 250	1 862
+ Autres produits d'exploitation et financiers	463	402	417	478	591	685	766	685	575	704
- Autres charges d'exploitation et financières	470	492	495	605	639	626	622	553	606	594
= Profit brut courant avant impôt	2 337	2 403	2 386	2 350	2 586	2 806	2 318	2 317	2 218	1 973

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	13 457	14 367	15 192	15 856	16 548	16 225	15 320	16 124	16 701	16 111
Ventes de marchandises	11 916	12 734	13 487	14 109	14 742	14 385	13 424	13 970	14 677	14 327
- Coût d'achat des marchandises	8 226	8 844	9 428	9 959	10 405	9 615	8 696	8 971	9 143	8 930
= Marge commerciale (au prix de base)	3 690	3 890	4 059	4 150	4 337	4 771	4 729	4 999	5 534	5 397
+ Production vendue de biens et services	1 542	1 633	1 705	1 747	1 806	1 839	1 896	2 154	2 024	1 784
+ Production stockée et immobilisée	6	10	15	15	15	9	7	7	-43	6
= Production totale au prix de base	5 237	5 533	5 779	5 912	6 158	6 619	6 631	7 160	7 515	7 187
- Consommations intermédiaires	2 080	2 254	2 440	2 587	2 736	3 395	3 467	3 634	3 635	3 616
= Valeur ajoutée au prix de base	3 157	3 279	3 339	3 325	3 422	3 224	3 164	3 525	3 880	3 571
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	3 157	3 279	3 339	3 325	3 422	3 224	3 164	3 525	3 880	3 571
+ Subventions d'exploitation	11	13	13	16	16	15	13	32	19	19
- Frais de personnel	1 754	1 859	1 958	2 037	2 146	2 196	2 158	2 209	2 310	2 286
- Impôts et taxes sur la production	171	190	209	228	241	243	246	237	254	249
= Excédent brut d'exploitation	1 243	1 242	1 186	1 076	1 051	800	772	1 112	1 335	1 056
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	1 243	1 242	1 186	1 076	1 051	800	772	1 112	1 335	1 056
+ Autres produits d'exploitation et financiers	261	223	265	282	354	428	85	153	102	94
- Autres charges d'exploitation et financières	148	176	174	190	221	281	157	195	195	185
= Profit brut courant avant impôt	1 357	1 289	1 276	1 169	1 184	947	700	1 070	1 243	964

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## Autres commerces de détail en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>COMPTE DE PRODUCTION</b>										
Chiffre d'affaires hors TVA	83 991	87 255	92 686	97 376	100 555	103 632	101 516	107 290	110 863	113 236
Ventes de marchandises	80 317	83 211	88 179	92 549	95 533	101 402	98 015	104 899	107 579	110 695
- Coût d'achat des marchandises	50 955	52 674	55 903	58 731	60 328	64 284	59 617	64 356	66 245	68 074
= Marge commerciale (au prix de base)	29 362	30 537	32 276	33 818	35 205	37 118	38 397	40 543	41 333	42 621
+ Production vendue de biens et services	3 675	4 044	4 507	4 827	5 022	2 230	3 501	2 390	3 284	2 542
+ Production stockée et immobilisée	31	37	79	80	83	57	42	58	78	40
= Production totale au prix de base	33 068	34 618	36 862	38 725	40 310	39 405	41 941	42 991	44 695	45 202
- Consommations intermédiaires	11 764	12 379	13 492	14 394	15 018	11 592	14 840	15 186	16 539	16 749
= Valeur ajoutée au prix de base	21 303	22 239	23 370	24 330	25 293	27 813	27 101	27 805	28 156	28 454
<b>COMPTE D'EXPLOITATION</b>										
Valeur ajoutée	21 303	22 239	23 370	24 330	25 293	27 813	27 101	27 805	28 156	28 454
+ Subventions d'exploitation	66	68	73	75	72	97	86	94	81	81
- Frais de personnel	11 594	12 309	13 137	13 951	14 630	16 239	15 417	15 823	15 402	16 855
- Impôts et taxes sur la production	968	1 066	1 187	1 301	1 336	1 398	1 429	1 324	1 345	1 125
= Excédent brut d'exploitation	8 808	8 932	9 120	9 153	9 399	10 273	10 341	10 752	11 489	10 555
<b>ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT</b>										
Excédent brut d'exploitation	8 808	8 932	9 120	9 153	9 399	10 273	10 341	10 752	11 489	10 555
+ Autres produits d'exploitation et financiers	769	649	789	829	923	957	1 034	1 083	1 008	1 154
- Autres charges d'exploitation et financières	1 396	1 432	1 515	1 540	1 698	1 853	1 761	1 719	1 687	1 728
= Profit brut courant avant impôt	8 181	8 150	8 394	8 442	8 625	9 377	9 614	10 115	10 811	9 981

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

## 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 2013, Rapport sur la situation du commerce - Insee ( [www.insee.fr](http://www.insee.fr))

Le commerce en 2012, Rapport sur la situation du commerce - Insee ( [www.insee.fr](http://www.insee.fr))

Le commerce en 2011, Rapport sur la situation du commerce - Insee ( [www.insee.fr](http://www.insee.fr))

Le commerce en 2010, Rapport sur la situation du commerce - Insee ( [www.insee.fr](http://www.insee.fr))

Le commerce en 2009, Rapport sur la situation du commerce - Insee ( [www.insee.fr](http://www.insee.fr)).

Le commerce en 2008, Rapport sur la situation du commerce - Insee ( [www.insee.fr](http://www.insee.fr)).

Le commerce en 2007, Rapport sur la situation du commerce - Insee - Coll. Comptes nationaux ( [www.insee.fr](http://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°1504 « Le commerce en 2013. L'activité reste freinée par la faiblesse de la demande intérieure », juin 2014

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](http://www.insee.fr)

- Principales caractéristiques des entreprises en 2008, 2009, 2010, 2011 et 2012

- 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°1525 « Les pharmacies depuis 2000. Mutations d'un secteur très réglementé », décembre 2014  
N°1517 « Le commerce de biens culturels à l'heure d'Internet et de la dématérialisation », octobre 2014  
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.

