

Direction des Statistiques d'Entreprises

E2013/07

La situation du commerce en 2012
Rapport établi pour la Commission des Comptes
Commerciaux de la Nation

Division Commerce

Document de travail



Institut National de la Statistique et des Études Économiques

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

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

ou

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

Rapport établi pour la réunion de la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation du 20 décembre 2013.

Ce rapport est une version actualisée du rapport sur les comptes commerciaux établi en juin 2013. 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 Pierre BISCOURP, rapporteur général de la commission. Le chapitre VI, consacré aux opérations internationales du commerce, a été réalisé conjointement par Chloé BERTIN, Bruno PATIER (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 2013/07

La situation du commerce en 2012

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

Division Commerce

Décembre 2013

*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 2012

Résumé :

Le commerce n'échappe pas à la crise en 2012. Le secteur du commerce et de la réparation automobile est le plus touché : les ventes, très affectées par la baisse des achats de véhicules par les ménages, reculent de 5,7 % en volume. Après les bons résultats de 2011 dans le commerce de gros, les professionnels du secteur enregistrent un léger repli de leurs ventes (- 0,5 % après + 4,3 % en volume HT). Dans le commerce de détail, les ventes sont stables (+ 0,1 % en volume). Elles progressent un peu dans les formes de vente non alimentaires, alors que l'activité du commerce alimentaire est en léger repli. En 2012, l'emploi salarié du commerce se contracte de façon plus modérée que dans l'ensemble du secteur marchand (- 0,4 % contre - 0,7 %). Les créations d'entreprises commerciales diminuent comme elles l'avaient fait en 2011, 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 2012

Abstract :

In 2012, the trade industries were still affected by the economic crisis. The motor trade industry suffered most (- 5.7 % in volume), due to the sharp decrease of automobile purchases made by households. After a robust 4.3 % growth in 2011, the wholesale industry slowed down again in 2012 with sales decreasing in volume by 0.5 %. The activity of the retail trade industry remained stable (+ 0.1 % in volume). The non-food retail trade sector still experienced moderate growth, whereas primarily food retailing and craft sectors contracted slightly. In 2012, the salaried employment dropped less in the trade industries than in the economy as a whole (- 0.4 % against - 0.7 %). As in 2011, firm creations in the trade industry decreased in 2012, but their level remained high 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 2012
RAPPORT SUR LES COMPTES

SOMMAIRE

Avertissement	7
DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE	9
VUE D'ENSEMBLE	11
1 - Les secteurs commerciaux n'échappent pas à la crise	12
1.1 - Commerce de gros : repli des volumes, hausse des prix	13
1.2 - Commerce de détail : la croissance s'essouffle.....	16
1.3 - Une mauvaise année pour le commerce et la réparation d'automobiles	19
2 - Baisse de l'emploi salarié	21
2.1 - Le commerce perd 11 000 salariés en 2012	21
2.2 - L'emploi non salarié en 2010.....	24
2.3 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros	25
3 - Les créations d'entreprises restent à un niveau élevé	26
3.1 - Le nombre d'entreprises commerciales continue d'augmenter entre début 2011 et début 2012.....	26
3.2 - Davantage de créations d'entreprises en 2012 dans le commerce automobile.....	27
3.3 - Augmentation des défaillances d'entreprises dans le commerce automobile en 2012	30
CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS	33
1 - Produits agricoles bruts : les prix soutiennent les ventes	34
2 - Produits alimentaires : baisse des ventes, hausse des prix	36
3 - Les biens domestiques : ventes en légère hausse	38
4 - Équipements de l'information et de la communication : la croissance s'épuise	39
5 - Ralentissement pour les autres équipements industriels	40
6 - Les prix des matières premières soutiennent les ventes en valeur de combustibles	41
7 - La croissance se poursuit dans les centrales d'achat	42
8 - La clientèle intérieure du commerce de gros	44
9 - Le poids du commerce international dans l'activité du commerce de gros en 2011	45
10 - Légère baisse de l'emploi salarié dans le commerce de gros en 2012	48
11 - Les créations d'entreprises diminuent dans le commerce de gros	49
CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL	51
1 - Essoufflement des ventes du commerce de détail	52
1.1 - Petit commerce alimentaire : des ventes en léger repli	55
1.2 - Activité ralentie pour les grandes surfaces à prédominance alimentaire	56
1.3 - Les ventes du commerce non alimentaire non spécialisé tirées par les « bazars »	56
1.4 - Croissance un peu ralentie pour le commerce non alimentaire spécialisé.....	57
1.5 - Un bilan en demi-teinte pour le commerce hors magasin	63
2 - Les parts de marché par forme de vente	64
2.1 - Produits alimentaires	66
2.2 - Produits non alimentaires	67
3 - Baisse en volume de la consommation commercialisable des ménages	68
4 - Très légère hausse des effectifs salariés dans le commerce de détail	71
4.1 - En 2012, l'emploi salarié augmente très légèrement en glissement annuel	71
4.2 - Un secteur jeune et féminisé, et une part élevée de temps partiel.....	71
4.3 - 41 % des employés du commerce de détail travaillent le dimanche en 2012	72
4.4 - Le taux de sous-emploi en légère diminution entre 2011 et 2012 dans le commerce de détail	72
5 - Les créations d'entreprises du commerce de détail diminuent mais restent à un niveau élevé	74
CHAPITRE III : LE « GRAND COMMERCE » NON ALIMENTAIRE SPÉCIALISÉ	75
1 - Une croissance ralentie du grand commerce non alimentaire spécialisé	75
2 - Une définition élargie du grand commerce ?	79
2.1 - Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés.....	79
2.2 - Grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé	80
3 - L'emploi dans le grand commerce en 2011	81
CHAPITRE IV : L'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL	83
1 - La structure de l'équipement commercial du commerce de détail : 94 % des entreprises n'ont qu'un seul magasin	83
1.1 - Le nombre de stations-service diminue toujours	85
1.2 - La construction de locaux du commerce	85
2 - L'équipement commercial dans le grand commerce	86
3 - L'équipement en grandes surfaces	87

3.1 - Le nombre de grandes surfaces par département en 2012-----	87
3.2 - Densité en grandes surfaces par département -----	92
CHAPITRE V : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES-----	99
1 - Mauvaise tenue du commerce de véhicules automobiles -----	100
2 - Activité en baisse dans l'entretien-réparation, en légère hausse dans l'équipement automobile --	101
3 - Activité au plus bas dans le commerce et réparation de motocycles -----	101
4 - La baisse de l'emploi salarié dans le commerce et la réparation automobile s'amplifie -----	103
5 - Forte hausse des créations d'entreprises du commerce et de la réparation automobile en 2012 --	104
CHAPITRE VI : Les opérations internationales-----	105
1 - Les échanges internationaux de marchandises des sociétés commerciales -----	105
1.1 - Essoufflement des échanges de la France -----	105
1.2 - Ralentissement des échanges du commerce -----	105
1.3 - Les petites structures impactées -----	106
1.4 - Echanges avec l'Europe au ralenti-----	107
1.5 - Repli des ventes de produits agricoles et de produits de l'industrie automobile-----	108
1.6 - Ralentissement des ventes du commerce de gros-----	109
1.7 - Commerce de gros : repli des ventes de produits agricoles et des IAA -----	110
1.8 - Commerce et réparation automobiles : recul des échanges-----	111
1.9 - Commerce de détail : moindre progression des échanges de produits textiles, d'habillement et de cuir et de chaussures -----	112
2 - Les stocks d'investissements directs des entreprises commerciales -----	114
2.1- La position créditrice nette en investissements directs des secteurs du commerce se contracte----	114
2.2 - Investissements français à l'étranger en 2012 : un repli imputable au commerce de détail en magasins non spécialisés-----	116
2.3 - Investissements étrangers en France : une progression marquée depuis quatre ans -----	116
2.4 - L'orientation géographique: une prédominance de l'Union européenne-----	117
3- 24 % du chiffre d'affaires des sociétés commerciales est réalisé par des groupes étrangers-----	125
ANNEXES - MÉTHODES ET DÉFINITIONS-----	129
ANNEXE I - Les comptes du commerce en base 2005 -----	130
ANNEXE II - Le changement de nomenclature dans les secteurs du commerce-----	131
ANNEXE III - Champ du commerce et des activités artisanales à caractère commercial-----	138
ANNEXE IV - Réconciliation des ventes au détail et de la consommation commercialisable des ménages-----	142
ANNEXE V - Les indicateurs de la démographie des entreprises -----	145
ANNEXE VI - Méthodes et sources sur l'emploi-----	147
ANNEXE VII - Les comptes du grand commerce non alimentaire-----	149
ANNEXE VIII - Les indices de prix utilisés dans le commerce de gros -----	150
ANNEXE IX - Le prix du service commercial ou de la marge commerciale -----	151
ANNEXE X - Les formes du commerce par taille-----	152
ANNEXE XI - Définition de l'artisanat commercial retenu pour les comptes du commerce -----	153
ANNEXE XII - Typologie des magasins non spécialisés-----	154
ANNEXE XIII - La réglementation du commerce -----	156
ANNEXE XIV - Définitions pour l'analyse du commerce de détail-----	160
ANNEXES STATISTIQUES -----	165
ANNEXE I - Les ventes de marchandises du commerce de gros-----	166
ANNEXE II - Les ventes du commerce de détail-----	168
ANNEXE III - La consommation commercialisable des ménages -----	182
ANNEXE IV - Démographie des entreprises commerciales -----	185
ANNEXE V - Emploi-----	189
ANNEXE VI - Comptes des secteurs commerciaux -----	193
Textes officiels relatifs à la commission des comptes commerciaux de la Nation-----	202
BIBLIOGRAPHIE -----	207

Institut national de la statistique
et des études économiques

Directeur de la publication
Jean-Luc TAVERNIER

© Insee 2013

Direction générale
18, Bd Adolphe Pinard
75675 Paris cedex14
Tél : 01 41 17 50 50
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.

Depuis la mi 2011, ces comptes sont élaborés en "base 2005"¹. Le passage de la base 2000 à la base 2005 s'est traduit par l'adoption d'une nouvelle nomenclature d'activités et de produits (NAF rév.2), par la révision d'un certain nombre de méthodes et d'hypothèses de calcul de la comptabilité nationale et par l'utilisation d'un nouvel outil de production des statistiques annuelles d'entreprises (Ésane) qui permet d'améliorer la cohérence des statistiques structurelles en utilisant des données administratives et des données d'enquête. Ce rapport est le dernier où les séries sont diffusées en base 2005. Les séries seront réropolées dans la nouvelle base des comptes, dite base 2010, dans le rapport de juin 2014.

Les résultats des années 2008, 2009, 2010 et 2011, définitifs, sont issus d'Ésane. Les résultats de 2012 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, permettra d'intégrer à ces comptes dits **semi-définitifs (sd) ou révisés (r)**, un ensemble sensiblement plus complet de données d'entreprises, mettant en cohérence les liasses fiscales et les données de l'enquête sectorielle sur le commerce.
- En **décembre $n+2$** sont arrêtés les comptes **définitifs** ; ceux-ci s'appuient sur une exploitation d'Ésane permettant d'affiner les premiers résultats fournis en juin.

Le présent rapport présente les comptes des secteurs commerciaux de 2000 à 2011 (annexe statistique VI, page 193). Il s'agit d'une réropolation en base 2005 pour 2000 à 2007. Les comptes figurent ici à un niveau relativement agrégé. En effet, pour 2008, année de transition vers le nouveau dispositif Ésane et la nouvelle nomenclature, les données ne sont pas disponibles au niveau le plus fin.

¹ Cf annexe I (annexes définitions et méthodes)

DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE

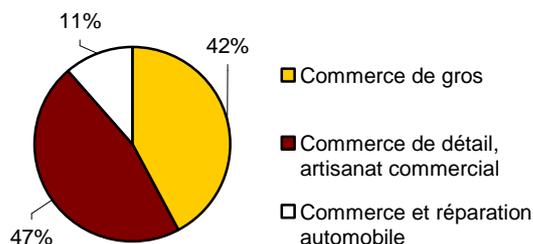
Sauf mention contraire, l'artisanat commercial est compté avec le commerce dans les données ci-dessous

Valeur ajoutée en 2011	Commerce	Part dans l'économie (1)
Valeur ajoutée (en millions d'euros)	192 087	10,7%

Source : Insee, comptes nationaux, comptes du commerce

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

Répartition de la valeur ajoutée en 2011



Source : Insee, comptes du commerce

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

	2010	2011	2012(p)
Commerce de gros	701,8	764,7	783,9
Com. détail, artis. com.	436,2	450,3	457,4
Commerce, répar. auto.	154,4	166,9	160,2
Ensemble commerce	1 292,4	1 381,9	1 401,5

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

	2010	2011	2012(p)
Effectif salarié	3 007,2	3 029,2	3 018,0
Effectif non salarié	381,7	nd	nd

Source : Insee - estimations d'emploi

Taux de marge commerciale

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

	2011
Commerce de gros	18,7%
Commerce de détail	28,6%
Commerce, répar. auto.	14,7%

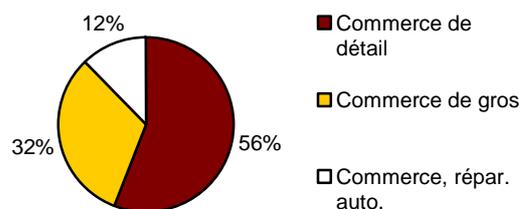
Source : Insee, comptes du commerce

Effectifs salariés au 31/12 dans les secteurs du commerce

	2012(p) en milliers	Part dans secteurs principalement marchands
Commerce de détail	1684,9	10,6%
Commerce de gros	964,7	6,0%
Commerce, répar. auto.	368,4	2,3%
Ensemble commerce	3018,0	18,9%

Source : Insee - estimations d'emploi

Répartition de l'emploi salarié du commerce en 2012



Source : Insee - estimations d'emploi

Démographie d'entreprise (unités légales) 2012

	Commerce	Ensemble de l'économie (*)	Part du commerce
Nombre d'entreprises (en milliers)	775	3 597	21,5%
Nombre de créations (en milliers)	115	550	20,9%
Nombre de créations (hors auto-entrepreneurs, en milliers)	53	242	21,9%
Taux de créations (en %)	14,8%	15,3%	///
Taux de créations (hors auto-entrepreneurs, en %)	6,8%	6,7%	///
Nombre de défaillances (hors artisanat commercial, en milliers)	14	61	23,0%

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 2005 des comptes nationaux et en nomenclature Naf rév.2.

(p) = résultat provisoire, susceptible d'être révisé.

VUE D'ENSEMBLE

Après deux années de rebond, l'activité ralentit nettement en 2012 dans les secteurs du commerce. Le marché intérieur est atone en raison de la contraction de l'investissement des entreprises (- 2,1 %²) et du recul de la consommation des ménages, dont le pouvoir d'achat subit une baisse (- 0,9 %) d'une ampleur inégalée depuis 1984. Les dépenses des ménages en biens manufacturés se replient, particulièrement les achats d'automobiles (- 7,0 % en volume). La contribution du commerce extérieur à la croissance reste légèrement positive (1 point) malgré le ralentissement des exportations (+ 2,4 % après + 5,4 % en 2011).

Les volumes de ventes du **commerce de gros** peinent à se maintenir (- 0,5 %). Dans les secteurs des produits agricoles et, agroalimentaires, ils accusent même un net repli (respectivement - 3,6 %, - 2,4 %). En particulier, les exportations en volume de céréales vers l'Afrique du Nord, l'Italie et l'Allemagne chutent. Les autres secteurs du commerce de gros patissent également d'une demande anémiée. Seuls les grossistes en produits pharmaceutiques, en agroéquipements, en équipements électroniques et de télécommunications ou le commerce de gros de l'industrie du luxe tirent leur épingle du jeu³.

Dans le **commerce de détail et l'artisanat commercial**,⁴ les ventes marquent le pas (+ 0,1 % en volume). La consommation commercialisable des ménages se replie (- 0,9 %) dans un contexte de diminution du pouvoir d'achat des ménages. Les ventes progressent néanmoins de 2 % en valeur sous l'effet de la croissance assez soutenue des prix.

L'activité se contracte en volume pour les formes de ventes alimentaires, mais les ventes progressent en valeur (+ 2,1 %) du fait de la hausse persistante du prix des produits alimentaires.

La croissance est freinée dans le commerce non alimentaire (+ 1,0 % en 2012 après + 2,7 % en 2011) y compris dans le secteur des équipements de l'information et de la communication. A l'exception du carburant, les prix des produits non alimentaires ont plutôt tendance à diminuer ou à augmenter modérément.

L'année 2012 est particulièrement difficile pour l'ensemble du **commerce et de la réparation d'automobiles** : les ventes diminuent en volume de 5,7 % et de 3,8 % en valeur en 2012. La baisse des ventes est particulièrement marquée dans le secteur du commerce de véhicules automobiles (- 7,4 % en volume après + 3,3 % en 2011). Dans un contexte économique dégradé, la demande en voitures neuves a chuté. Les immatriculations de voitures neuves particulières ont diminué de 14,1 % en 2012 et atteignent leur plus bas niveau depuis 15 ans. En valeur, les ventes de véhicules automobiles diminuent de 5,5 %.

L'emploi salarié dans les secteurs commerciaux se contracte entre fin 2011 et fin 2012, mais moins que dans l'ensemble des secteurs marchands (respectivement - 0,4 % et - 0,7 %). La diminution de l'emploi est tirée par le commerce et la réparation automobile où la baisse des effectifs à l'œuvre depuis plusieurs années s'amplifie nettement en 2012 (- 2,2 %).

Les créations d'entreprises commerciales diminuent en 2012 comme elles l'avaient fait en 2011 mais restent à un niveau élevé, encore soutenues par le régime des auto-entrepreneurs mis en place le 1^{er} janvier 2009. Au total, plus de 20 % des créations d'entreprises se font dans les secteurs commerciaux.

² Insee « l'économie française, comptes et dossiers », juin 2013.

³ Le chiffre du commerce extérieur, année 2012 <http://lekiosque.finances.gouv.fr>

⁴ En nouvelle nomenclature (NAF Rév.2), le commerce de détail comprend les ventes de carburants auparavant classées en commerce automobile. En revanche, les services de réparations domestiques quittent le secteur pour rejoindre celui des services. Cf. annexe II (annexes définitions et méthodes).

1 - Les secteurs commerciaux n'échappent pas à la crise

Le ralentissement de l'activité en 2012 n'épargne pas les secteurs commerciaux. Si les ventes en volume restent stables dans le commerce de détail, elles peinent à se maintenir dans le commerce de gros et s'effondrent dans le commerce automobile.

Après avoir enregistré de bons résultats en 2011, les professionnels du **commerce de gros et les intermédiaires** subissent un léger repli de leur activité. Les ventes s'élèvent à 740 milliards d'euros hors taxes, elles diminuent de 0,5 % en volume en 2012 alors qu'elles ont augmenté de + 4,3 % en 2011.

La situation est à peine meilleure pour l'ensemble du **commerce de détail et de l'artisanat commercial** (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) avec une quasi stagnation (+ 0,1 % en volume). Les ventes s'élèvent à 494 milliards d'euros toutes taxes comprises. Les formes de ventes alimentaires enregistrent un recul de 0,8 % en volume et augmentent de 2,1 % en valeur, en raison de la croissance soutenue des prix. Les ventes sont comme en 2011 un peu plus dynamiques dans le commerce non alimentaire : elles augmentent de 1,1 % en volume et de 1,9 % en valeur.

Le secteur du **commerce et réparation d'automobiles** est dans la position la plus difficile avec une diminution des ventes de 5,7 % en volume en 2012. Les ventes atteignent 115 milliards d'euros : elles se replient de 3,8 % en valeur. La conjoncture a été particulièrement défavorable au commerce de véhicules automobiles dont les ventes ont chuté de 7,4 % en volume et 5,5 % en valeur. Le commerce d'équipements automobiles et le secteur de l'entretien et de la réparation ont mieux résisté.

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

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

¹ ventes hors taxes ; ² ventes T.T.C.

Source : Insee - Comptes du Commerce

1.1 - Commerce de gros : repli des volumes, hausse des prix

Après la crise de 2009 puis le rebond de 2010 et surtout de 2011, les ventes du **commerce de gros et des intermédiaires du commerce** diminuent légèrement en volume en 2012 (- 0,5 %). Les prix élevés de certains produits agricoles et de l'énergie permettent aux ventes en valeur de progresser encore en 2012 (+ 2,5 %), mais moins vivement qu'au cours des deux années précédentes.

Les ventes, y compris celles des intermédiaires du commerce et des centrales d'achat, s'élèvent à 740 milliards d'euros. En excluant l'activité des intermédiaires, elles atteignent 617 milliards d'euros (tableau 2). En volume, la plupart des secteurs spécialisés sont en difficulté. La progression de la pharmacie et des industries du luxe tire les ventes des biens domestiques ; seul le dynamisme des équipements électroniques et de télécommunication soutient le commerce de gros d'équipements de l'information et des télécommunications ; le commerce de matériel agricole, avec une progression des ventes en 2012, fait figure d'exception dans le secteur des autres équipements industriels.

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

	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2012p
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	
C.G. de produits agricoles bruts	-0,8	0,6	0,8	-0,3	4,3	23,9	-7,0	-6,2	27,0	2,8	65,5
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-2,9	0,5	-0,6	-2,3	7,8	30,2	-9,1	-3,9	29,5	2,1	50,3
- autres produits (1)	5,1	0,6	4,5	4,7	-3,8	7,7	-0,4	-12,7	19,3	4,9	15,2
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1,2	0,7	3,4	3,1	3,8	4,2	-11,3	4,5	7,2	2,2	125,9
- produits frais (2)	1,9	-0,5	2,1	1,4	4,1	5,5	-16,0	7,3	4,4	3,0	57,8
- boissons (alcoolisées ou non)	4,4	9,1	4,9	2,6	4,8	3,5	-3,1	-5,1	11,8	2,5	24,7
- autres produits (3)	-1,5	-1,9	4,5	5,8	2,7	2,8	-9,1	6,6	8,4	1,1	43,4
C.G. de biens domestiques	4,8	1,5	9,3	5,6	3,3	1,2	-7,6	1,2	6,1	0,3	132,5
- produits pharmaceutiques	9,4	2,2	14,2	7,2	3,8	2,6	-1,6	2,5	4,7	-0,2	57,2
- autres produits (4)	2,2	1,1	6,3	4,5	3,0	0,3	-11,6	0,2	7,2	0,7	75,3
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	-0,2	11,1	7,1	7,5	3,8	-3,5	-14,9	4,8	0,7	1,1	40,5
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	0,2	17,9	6,4	5,8	3,7	-1,3	-16,4	1,2	n. d.	-2,0	23,2
- composants et équipements électroniques et télécommunication	-0,9	-1,8	8,7	11,2	4,0	-8,1	-11,7	12,4	n. d.	5,5	17,3
C.G. d'autres équipements industriels	-2,2	4,7	5,7	-4,2	8,0	2,7	-14,8	3,0	9,4	2,6	80,6
- équipements de bureau (5)	0,2	17,9	6,4	5,8	3,7	-4,9	-15,8	8,6	9,9	0,0	5,0
- matériel électrique	-0,4	-1,4	6,9	10,4	5,1	1,9	-9,4	12,2	15,9	-1,0	14,5
- autres équipements (6)	-2,7	5,0	5,5	-7,4	9,0	3,5	-15,7	0,6	7,8	3,7	61,0
Autres C.G. spécialisés	-1,2	9,0	3,7	7,3	5,3	7,9	-21,4	9,3	9,1	2,0	152,3
- combustibles et produits annexes	1,4	12,8	11,8	6,5	2,8	16,5	-27,4	17,0	14,9	7,6	60,6
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	2,1	8,0	4,3	8,5	6,8	2,5	-11,6	0,6	3,0	-0,8	50,0
- autres produits (8)	-6,6	6,6	-5,0	7,0	6,6	5,0	-25,7	12,4	9,6	-2,1	41,7
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	0,6	4,4	5,4	3,8	4,7	5,3	-12,8	4,6	9,0	1,8	617,5
Intermédiaires du commerce	3,4	5,2	4,7	3,7	5,1	7,6	-11,2	6,0	10,5	6,6	122,4
dont centrales d'achats	6,4	4,3	5,7	3,1	5,5	9,3	-8,3	6,0	9,9	7,5	105,2
Commerce de gros et intermédiaires	1,0	4,5	5,3	3,8	4,8	5,6	-12,6	4,8	9,3	2,5	739,9

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 %)

	Taux de croissance en %					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012p
Commerce de gros de :						
- produits agricoles bruts et animaux vivants	-13,3	17,3	15,3	-16,0	6,4	-3,6
- produits alimentaires, boissons et tabac	0,6	-0,1	-7,6	2,1	5,8	-2,4
- biens domestiques	3,9	1,9	-6,4	2,1	9,1	1,0
- équipements de l'information et de la communication	12,3	4,1	-10,4	11,1	2,4	1,7
- autres équipements industriels	4,8	0,6	-15,8	2,5	6,9	1,0
- Autres commerces de gros spécialisés	0,8	-2,3	-10,1	0,7	-1,3	-1,4
Commerce de gros total :						
(hors intermédiaires du commerce)	1,9	1,7	-6,5	1,6	4,7	-0,8
Intermédiaires du commerce	3,0	-1,1	-1,0	-1,0	2,5	1,3
Commerce de gros et intermédiaires	2,0	1,3	-5,6	1,2	4,3	-0,5

Source : Insee-Comptes du commerce

Dans le commerce de gros de **produits alimentaires**, les ventes sont également orientées à la baisse en volume (- 2,4 %), les valeurs ne progressent (+ 2,2 %) qu'en raison de l'augmentation soutenue des prix. Les exportations de produits du terroir (vins, champagne, cognac, fromages AOC) restent pourtant très dynamiques, en particulier vers les États-Unis, le Royaume-Uni et Singapour. Mais la consommation intérieure est atone, et les exportations de produits laitiers ou à base de viande ralentissent⁵. Les prix sont orientés à la hausse, y compris sur le marché des fruits et légumes. Dans ce secteur, ils bondissent de 7,1 % après le recul enregistré en 2011.

Les ventes en volume des grossistes en **produits agricoles bruts** reculent de 3,6 % en 2012, elles patissent notamment de la baisse des exportations de céréales et d'animaux vivants. Le maintien des cours élevés des matières premières permet toutefois une progression des ventes en valeur (+ 2,8 %).

Les ventes des autres commerces de gros spécialisés sont essentiellement composées de biens intermédiaires non agricoles. Elles diminuent en volume (- 1,4 %) mais augmentent en valeur (+ 2,0 %) stimulées par les hausses de prix des combustibles. Le recul des mises en chantier de logements neufs se répercute dans les ventes de produits pour l'installation de l'habitat et la construction.

La croissance des ventes des grossistes en **biens domestiques** est très ralentie par rapport aux deux années précédentes, tant en volume (+ 1,0 %) qu'en valeur (+ 0,3 %). Pour les produits pharmaceutiques, le dynamisme des échanges internationaux contraste avec la morosité du marché intérieur. En outre, le mouvement des prix (en repli) contrebalance la progression des volumes, de sorte que les valeurs sont stables dans ce secteur. La forte demande internationale pour les produits de luxe soutient toujours les ventes dans la parfumerie et dans l'horlogerie-bijouterie. En revanche, dans les secteurs de l'habillement, du textile ou de l'équipement du foyer, les échanges internationaux sont en berne et les grossistes subissent les conséquences de la baisse du pouvoir d'achat des ménages.

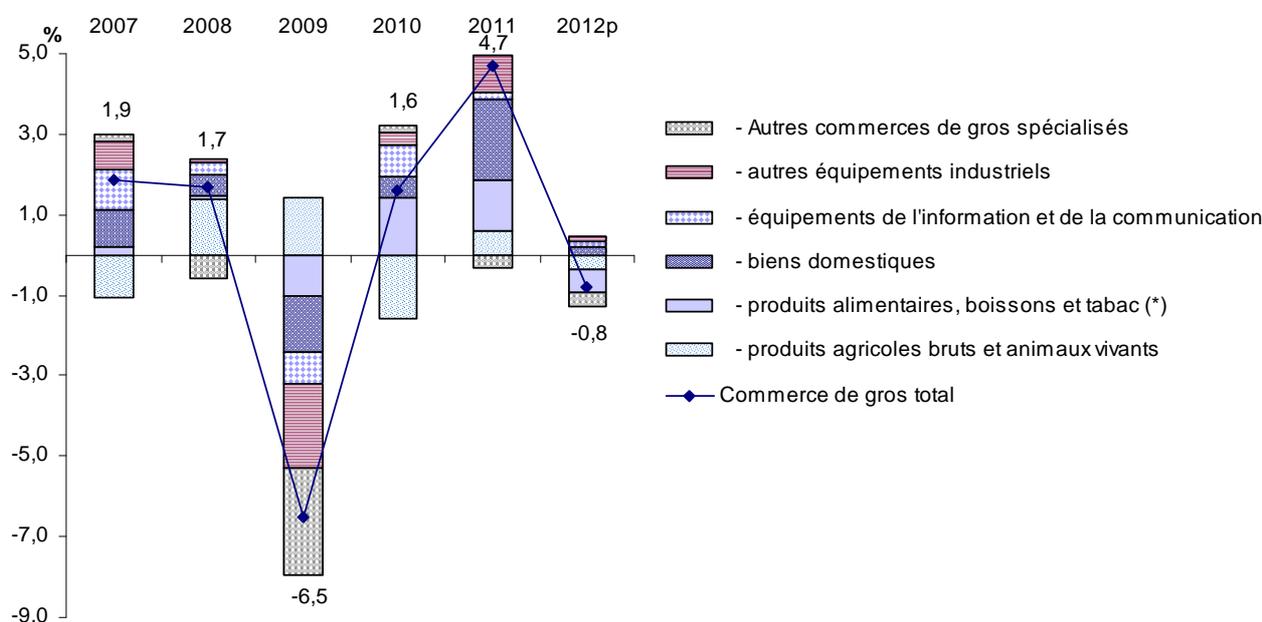
Le secteur des **équipements de l'information et de la communication** pâtit du ralentissement des investissements des entreprises dans ce type de matériel, notamment informatique. Les ventes sont néanmoins soutenues par un marché mondial des composants et équipements électroniques en expansion. Les ventes en volume de l'ensemble du secteur ralentissent (+ 1,7 % après + 2,4 % en 2011 et + 11,1 % en 2010). La baisse des prix qui était la norme depuis plus de dix ans est moins marquée en 2011 et en 2012, pour le commerce de gros d'ordinateurs et d'équipements informatiques en particulier. Au total, les ventes en valeur progressent légèrement (+ 1,1 %).

Dans la plupart des secteurs des **autres équipements industriels**, les grossistes subissent les conséquences d'une conjoncture morose, tant sur le marché intérieur qu'à l'international. Le marché des agroéquipements fait exception : il profite de la volonté d'innovation des constructeurs et d'une bonne tenue des investissements, favorisée par les cours élevés des productions céréalières. Pour les autres produits, les prix peinent à soutenir des ventes en valeurs dont les volumes se replient. Le secteur dans son ensemble enregistre finalement une faible croissance des volumes (+ 1,0 %) mais des valeurs en bonne progression (+ 2,6 %).

⁵ Le chiffre du commerce extérieur, année 2012 <http://lekiosque.finances.gouv.fr>

Les intermédiaires du commerce, dont les ventes représentent 17 % du commerce de gros, tirent leur épingle du jeu. La croissance des ventes enregistrée en 2011 se confirme, pour les centrales d'achat en particulier.

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	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	Poids en 2012
Commerce de gros de:							
- produits agricoles bruts et animaux vivants	-1,1	1,4	1,4	-1,6	0,6	-0,4	10,2%
- produits alimentaires, boissons et tabac (*)	0,2	0,0	-1,0	1,4	1,3	-0,5	23,2%
- biens domestiques	0,9	0,4	-1,4	0,5	2,0	0,2	22,1%
- équipements de l'information et de la communication	1,0	0,3	-0,8	0,8	0,2	0,1	6,8%
- autres équipements industriels	0,7	0,1	-2,1	0,3	0,9	0,1	13,2%
- Autres commerces de gros spécialisés	0,2	-0,5	-2,6	0,2	-0,3	-0,3	24,5%
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	1,9	1,7	-6,5	1,6	4,7	-0,8	100,0%

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

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

Lecture: Le commerce de gros de produits agricoles et d'animaux vivants contribue pour 0,4 point à la baisse des ventes de marchandises du commerce de gros en volume (- 0,8 % en 2012). Les contributions sectorielles s'expliquent par le dynamisme des secteurs et leur poids dans l'ensemble du commerce de gros.

Le recul des ventes du commerce de gros (-0,8 % en volume hors intermédiaires) s'explique surtout en 2012 par celui du secteur des produits alimentaires, boissons et tabac. Ce secteur contribue à hauteur de - 0,5 points à l'évolution d'ensemble. Les ventes alimentaires pèsent en effet pour près d'un quart du total des ventes en gros, et elles se contractent nettement en 2012. Les grossistes en produits agricoles bruts et animaux vivants ainsi que les grossistes spécialisés contribuent, chacun, à hauteur de - 0,4 point et - 0,3 point au recul du commerce de gros. Seuls le secteur des biens domestiques et, dans une moindre mesure, celui des équipements de l'information et de la communication, et celui des autres équipements industriels apportent des contributions positives. Mais celles-ci sont très modérées (respectivement + 0,2, + 0,1 et + 0,1 point).

1.2 - Commerce de détail : la croissance s'essouffle

En 2012, les ventes au détail, toutes taxes comprises, de l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) s'élèvent à 494 milliards d'euros⁶ (tableau 5), soit 2 % de plus que l'année précédente. En volume, elles se stabilisent (+ 0,1 %) après deux années de croissance (tableau 6).

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	2012p	valeur 2012p (en Milliards €)
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	1,8	2,9	0,7	2,1	2,5	1,7	-0,8	2,8	0,6	1,7	42,6
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	4,4	1,6	-1,1	-0,5	1,9	4,4	-0,2	2,3	-0,2	2,4	14,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	3,8	1,7	1,2	2,0	3,2	3,8	-2,9	3,0	3,0	2,2	184,5
Commerce alimentaire en magasin	3,5	1,9	1,0	1,9	3,0	3,4	-2,3	2,9	2,3	2,1	241,7
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,3	5,0	2,0	0,5	4,7	1,0	-1,8	3,9	1,9	4,7	7,6
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	3,6	4,7	5,3	4,8	4,4	3,2	-3,4	2,7	3,8	1,8	217,6
carburant	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	10,8	12,8	4,1	17,7
pharmacie	6,2	6,5	5,1	4,4	3,1	2,2	3,0	2,0	5,2	0,3	43,6
autres	3,0	4,4	4,7	4,9	5,0	2,2	-8,7	2,2	2,5	2,0	156,4
Commerce non alimentaire en magasin	3,6	4,6	5,1	4,7	4,4	3,2	-3,4	2,8	3,7	1,9	225,3
Commerce hors magasin	3,8	5,7	0,9	2,1	2,0	0,1	-3,7	2,0	1,5	1,8	27,5
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	3,6	3,3	2,9	3,2	3,6	3,1	-2,9	2,8	2,9	2,0	494,4

Source : Insee - Comptes du commerce

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

⁶ Une partie des ventes au détail sont réalisées par ailleurs par des grossistes, des prestataires de services et des producteurs.

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	2012p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	-2,4	-2,0	-0,2	0,7	0,6	-2,6	-1,1	0,9	-2,0	-1,5
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	1,7	1,3	-1,4	-2,3	0,6	-0,5	0,6	1,0	-2,3	-0,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	1,9	0,6	0,1	0,5	2,4	-0,5	-0,9	1,2	-0,1	-0,6
Commerce alimentaire en magasin	1,1	0,2	0,0	0,4	2,0	-0,9	-0,9	1,1	-0,6	-0,8
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,1	5,1	2,6	0,5	4,7	-0,4	-2,3	3,1	0,1	1,7
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	3,6	4,7	5,4	5,5	5,3	2,1	-0,8	2,3	2,8	1,0
carburant	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	-0,8	-0,6	-0,6
pharmacie	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	3,8	6,7	2,8
autres	3,1	4,7	5,5	5,5	5,8	1,6	-0,9	0,0	2,2	2,2
Commerce non alimentaire en magasin	3,5	4,7	5,3	5,3	5,3	2,0	-0,9	2,3	2,7	1,1
Commerce hors magasin	3,0	5,9	1,4	1,8	1,8	-0,9	-3,0	2,0	0,9	0,1
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	2,3	2,5	2,4	2,7	3,5	0,5	-1,0	1,7	1,0	0,1

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** accusent à nouveau un recul de 1,5 % après une baisse de 2,0 % en 2011.

Les **petites surfaces d'alimentation générale** et les **magasins de produits surgelés** ainsi que les **grandes surfaces d'alimentation générale** (GSA) connaissent aussi un repli de leurs ventes en volume mais moins marqué (- 0,6 %).

Les prix augmentent sensiblement dans toutes les formes de commerce alimentaire, et soutiennent la croissance des ventes en valeur.

▪ Commerce non alimentaire

Les ventes en volume des **magasins non alimentaires spécialisés** augmentent (+ 1,1 %) mais leur croissance est au niveau le plus bas de ces dix dernières années - si on excepte la crise de 2009 -.

Comme les années précédentes, c'est le secteur des **équipements de l'information et de la communication** qui connaît la hausse en volume la plus conséquente en 2012 (+ 3,5 %), mais elle est plus de deux fois moins vigoureuse qu'en 2011. Parallèlement, la baisse des prix des tablettes, des téléviseurs et de certains équipements de téléphonie entraîne un net repli en valeur (- 2,9 %). L'érosion du pouvoir d'achat des ménages pèse plus directement sur les produits d'amélioration et d'équipement de l'habitat et sur le secteur de **l'équipement du foyer** dont les ventes ne progressent pas (- 0,1 % en volume). Mais ce sont les **biens culturels et de loisirs**, en particulier les livres, CD et DVD qui reculent le plus, victimes de la baisse de la consommation mais aussi de la concurrence d'internet et des ventes numériques.

Le secteur de **l'habillement-chaussure** augmente légèrement (+ 1,0 % en volume), après une année 2011 favorable (+ 2,0 %) et trois années de quasi stagnation. La demande des touristes pour les produits de luxe de la **maroquinerie** ou de la **parfumerie et produits de beauté** stimule les ventes. Pour ces secteurs, les volumes progressent nettement en 2012 (respectivement + 7,9 % et + 3,6 %).

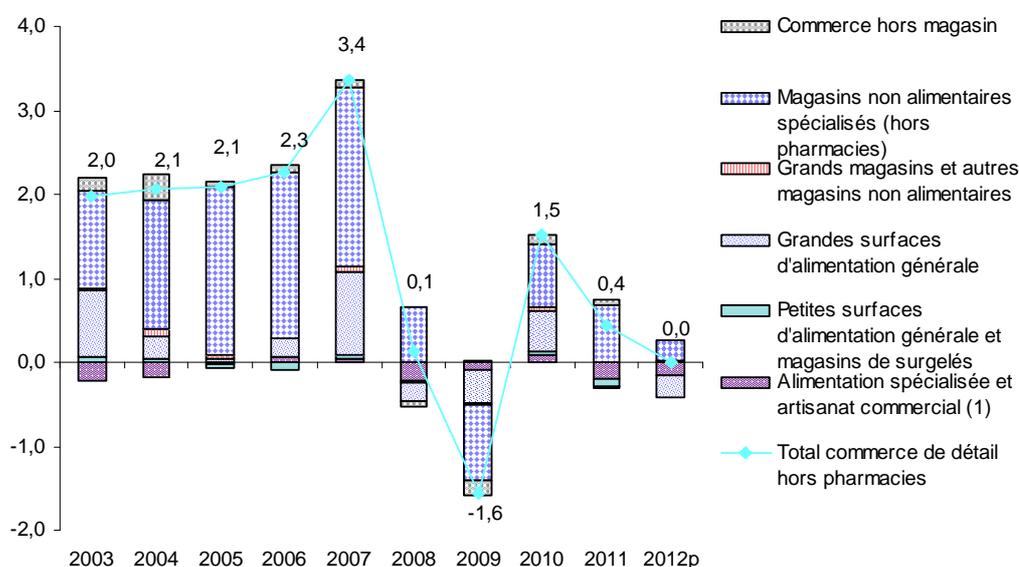
Les ventes de **carburants** continuent de diminuer en volume (- 0,6 %) alors que les prix décèlèrent. La croissance en valeur est ainsi très inférieure à celle des années précédentes (+ 4,1 % après + 12,8 % en 2011 et + 10,8 % en 2010).

La progression des ventes des **pharmacies** est plus modérée que les deux années précédentes (+ 2,8 % en volume après + 6,7 % en 2011 et + 3,8 % en 2010). Enfin, les **grands magasins et autres commerces généralistes non alimentaires** (« bazars ») se singularisent par une croissance des ventes assez vive (+ 1,7 % en volume).

▪ **Commerce hors magasin**

Le **commerce hors magasin** est stable, après deux années d'embellie. Les ventes sur éventaires et marchés reculent (- 2,3 % en volume) tandis que la vente à distance (+ 1,0 %) bénéficie de l'essor du e-commerce. Le poids du commerce hors magasin dans le commerce de détail reste faible (5,6 % en 2012), et ne progresse pas en 2012 contrairement aux années précédentes, malgré le développement du commerce électronique. Celui-ci concerne également d'autres secteurs commerciaux et se développe aussi dans les services, en particulier la distribution de voyages.

Graphique 2 : Contributions des formes de vente à la croissance en volume de l'ensemble des ventes T.T.C. du commerce de détail et de l'artisanat commercial⁷ 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	2012p	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	-0,2	-0,1	9,4
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de surgelés	0,1	0,1	-0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0	3,2
Grandes surfaces d'alimentation générale	0,8	0,3	0,0	0,2	1,0	-0,2	-0,4	0,5	0,0	-0,3	40,7
Grands magasins et autres magasins non alimentaires	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	1,7
Magasins non alimentaires spécialisés (hors pharmacies)	1,2	1,5	2,0	2,0	2,1	0,7	-0,9	0,7	0,7	0,2	38,9
Commerce hors magasin	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	-0,1	-0,2	0,1	0,1	0,0	6,1
Total commerce de détail hors pharmacies	2,0	2,1	2,1	2,3	3,4	0,1	-1,6	1,5	0,4	0,0	100,0

Source : Insee – Comptes du commerce

(1) : Boulangeries, pâtisseries, charcuteries

Lecture:

Les magasins non alimentaires spécialisés ont une contribution positive (à hauteur de 0,2 point) à l'évolution du secteur. La contribution est nulle ou légèrement négative pour les autres secteurs. Les ventes de marchandises du commerce de détail hors pharmacies sont stables en volume en 2012. Les contributions sectorielles s'expliquent par le dynamisme des secteurs et leur poids dans l'ensemble du commerce de détail.

⁷ Une partie des ventes au détail sont réalisées par des grossistes, des prestataires de services et des producteurs.

1.3 - Une mauvaise année pour le commerce et la réparation d'automobiles

En 2012, les ventes au détail de l'ensemble des secteurs du commerce et de la réparation d'automobiles diminuent de 5,7 % en volume, après une année 2011 assez favorable.

Les ventes du secteur du **commerce de véhicules automobiles** baissent de 7,4 % en volume et 5,5 % en valeur en 2012. Le recul du pouvoir d'achat pénalise la consommation des ménages en voitures neuves. Ce secteur patit en outre de la modification du bonus malus écologique, qui avait poussé les ménages à anticiper leurs achats de voitures neuves fin 2011. Les immatriculations sont ainsi à leur plus bas niveau depuis 2007. Les marques françaises souffrent plus de la crise que les marques étrangères et pour la première fois en 2012, elles ne sont plus majoritaires dans les ventes : leur part recule de 4 points en 2012 pour s'établir à 47,2 % des immatriculations.

Les ventes en volume du secteur de **l'entretien et réparation de véhicules automobiles** sont orientées à la baisse (- 2,5 %) pour la cinquième année consécutive. Cette tendance découle en partie du recul du nombre d'accidents de la route et de l'amélioration de la qualité du parc automobile. Mais la raréfaction des interventions s'accompagne d'un coût unitaire plus élevé et les ventes sont stables en valeur (- 0,2 %).

La situation est plus favorable aux secteurs du commerce d'**équipements automobiles** qui résistent. Les ventes en volume sont stables chez les détaillants (- 0,2 %) et progressent légèrement pour les grossistes (+ 1,6 %).

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

Activités	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	Valeur 2012p (en Milliards €)
Commerce de véhicules automobiles	7,3	1,3	-0,2	5,5	7,1	1,6	6,4	-0,4	1,8	1,5	5,9	-5,5	79,4
Entretien et réparation de véhicules automobiles	5,2	5,6	3,1	7,3	2,4	4,3	4,1	1,8	-3,6	-1,0	-2,7	-0,2	22,6
Commerce de gros d'équipements automobiles	1,9	6,8	5,1	-0,4	7,9	6,4	4,2	0,8	-5,6	3,0	n. d.	3,3	2,1
Commerce de détail d'équipements automobiles	1,0	1,6	4,1	-1,2	8,4	1,5	4,6	2,0	1,3	3,5	13,1	1,9	8,7
Commerce et réparation de motocycles	3,9	1,4	1,8	5,0	-3,3	3,9	1,4	0,7	-7,6	-4,3	2,2	-3,5	2,3
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	6,5	2,1	0,7	5,5	5,9	2,3	5,7	0,2	0,4	1,0	5,0	-3,8	115,1

Source : Insee - Comptes du commerce

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

Activités	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p
Commerce de véhicules automobiles	6,3	-0,2	-2,3	3,0	5,4	0,0	3,9	-2,6	1,9	0,4	3,3	-7,4
Entretien et réparation de véhicules automobiles	3,3	2,8	-0,2	3,1	-1,8	0,8	0,4	-3,3	-4,0	-3,9	-5,4	-2,5
Commerce de gros d'équipements automobiles	0,2	4,7	3,2	-4,1	5,1	3,5	0,6	-2,8	-7,6	2,1	n. d.	1,6
Commerce de détail d'équipements automobiles	-0,1	0,0	2,6	-4,9	5,5	-1,4	0,7	-2,2	-0,2	0,8	10,9	-0,2
Commerce et réparation de motocycles	2,7	0,2	1,2	3,3	-4,1	3,1	-0,1	0,0	-8,5	-4,2	1,3	-4,0
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	5,3	0,4	-1,5	2,6	3,7	0,2	2,9	-2,6	0,2	-0,6	2,5	-5,7

Source : Insee - Comptes du commerce

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 automobile

Contributions en points	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	2012p	poids du secteur dans le total (%)
Commerce de véhicules automobiles	-1,6	2,1	3,9	0,0	2,8	-1,8	1,3	0,3	2,3	-5,2	70,2
Entretien et réparation de véhicules automobiles	0,0	0,6	-0,3	0,2	0,1	-0,6	-0,8	-0,8	-1,1	-0,5	18,9
Commerce de gros d'équipements automobiles	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0	0,5	0,0	1,7
Commerce de détail d'équipements automobiles	0,1	-0,2	0,3	-0,1	0,0	-0,2	0,0	0,1	0,7	0,0	7,2
Commerce et réparation de motocycles	0,0	0,1	-0,1	0,1	0,0	0,0	-0,2	-0,1	0,0	-0,1	2,0
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	-1,5	2,6	3,7	0,2	2,9	-2,6	0,2	-0,6	2,5	-5,7	100,0

Source : Insee - Comptes du commerce

Lecture: La baisse des ventes de marchandises du commerce et réparation d'automobiles en volume (- 5,7 % en 2012) est imputable essentiellement au commerce de véhicules automobiles qui contribue à hauteur de -5,2 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 fortement son évolution à celui de l'ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles (-5,2 points en 2012).

En 2012, le secteur de l'entretien et la réparation d'automobiles contribue pour - 0,5 point à l'évolution annuelle du secteur commerce et réparation d'automobiles.

2 - Baisse de l'emploi salarié

En 2012, 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 marchands⁸.

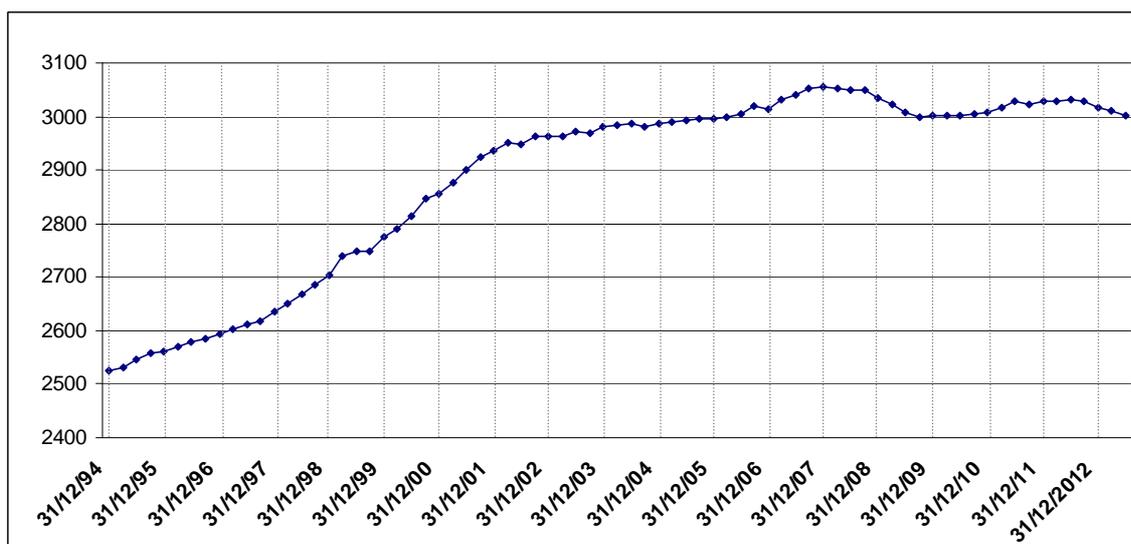
Plus de la moitié d'entre eux exercent dans le commerce de détail, et près d'un tiers dans le commerce de gros. Les non-salariés représentaient 381 700 emplois dans le commerce fin 2010, soit 11 % de l'emploi total.

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 2011⁹). En 2011, dans l'ensemble du commerce, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein de l'emploi à temps partiel) a représenté 65 % d'un temps plein¹⁰. Le volume¹¹ de l'emploi salarié à temps partiel représente 19 % de l'ensemble du volume de l'emploi salarié.

2.1 - Le commerce perd 11 000 salariés en 2012

De 1994 à 2007, l'emploi salarié du commerce n'a pas cessé de croître. De l'ordre de 2,5 millions en 1994, le nombre de salariés a franchi la barre des 3 millions mi-2006 (graphique 4). Après une année difficile en glissement annuel¹² (- 1,1 % en 2009), une année de transition puis une année de hausse (+ 0,7 % en 2011), l'emploi salarié baisse à nouveau à la fin de l'année 2012 (- 0,4 % en glissement annuel, entre le 31/12/2011 et le 31/12/2012) presque au niveau du point bas de la fin du troisième trimestre 2009. Le secteur perd ainsi 11 000 emplois salariés en 2012. Cette baisse est plus faible que celle de l'ensemble de l'emploi salarié des secteurs principalement marchands (- 0,7 %).

Graphique 4 : Effectifs salariés trimestriels de l'ensemble du commerce hors artisanat commercial¹³ de 1994 à 2012 (en milliers, données CVS)



Source : Insee, estimations d'emploi

⁸ 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).

⁹ Données DADS 2011

¹⁰ Cf. annexe méthodologique VI

¹¹ Le volume est mesuré en nombre d'heures, cf. annexe méthodologique VI

¹² 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.

¹³ 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) ¹⁴

SECTEURS D'ACTIVITE	2007	2008	2009	2010	2011	2012(p)
Commerce de détail	1662	1655	1656	1666	1682	1685
Commerce de gros	1002	997	967	963	970	965
Commerce et réparation automobile	391	384	379	378	377	368
Total Commerce	3055	3036	3001	3007	3029	3018
Artisanat commercial	163	163	167	165	167	nd
Secteurs principalement marchands	16397	16210	15949	16005	16080	15968

Source : Insee, estimations d'emploi ; estimations à partir des DADS¹⁵

(p) : données provisoires

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

SECTEURS D'ACTIVITE	2010		2011		2012(p)	
	Variation en milliers	Variation en %	Variation en milliers	Variation en %	Variation en milliers	Variation en %
Commerce de détail	10,6	0,6	15,9	1,0	2,6	0,2
Commerce de gros	-4,0	-0,4	7,8	0,8	-5,6	-0,6
Commerce et réparation automobile	-0,5	-0,1	-1,6	-0,4	-8,2	-2,2
Total Commerce	6,2	0,2	22,0	0,7	-11,2	-0,4
Artisanat commercial	-1,7	-1,0	2,3	1,4	nd	nd
Secteurs principalement marchands	55,2	0,3	75,7	0,5	-112,3	-0,7

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

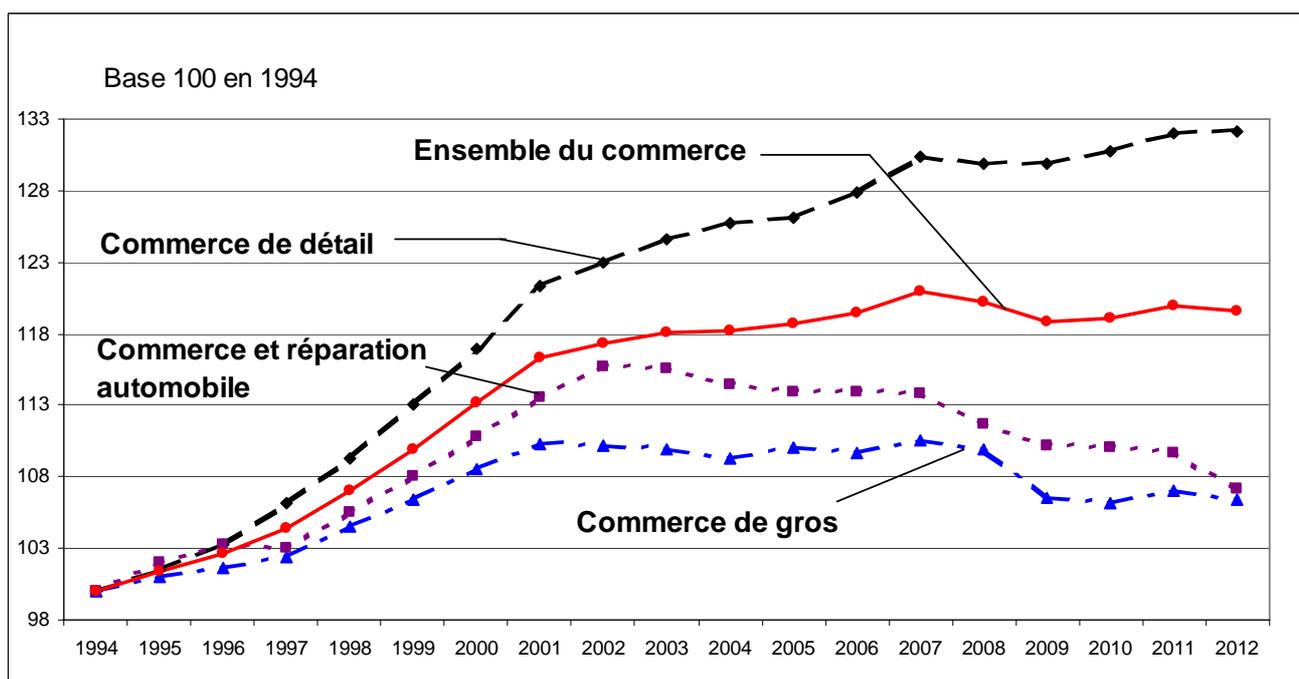
(p) : données provisoires

Après avoir augmenté en 2010 et 2011 (+ 0,6 % en 2010 et + 1,0 % en 2011), l'emploi salarié du commerce de détail se stabilise en 2012 : l'emploi augmente de 0,2 %, soit une hausse de 2 600 salariés. Dans le commerce de gros, après une hausse en 2011, l'emploi salarié diminue en 2012 (- 0,6 %) soit une perte de 5 600 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 2012 (- 2,2 %), comme chaque année depuis la fin 2002. Cette perte équivaut à 8 200 salariés en 2012.

¹⁴ Comme il s'agit de données CVS, les données des années antérieures à 2011 sont sujettes à de légères variations.

¹⁵ 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 salarié¹⁶ 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 gagne 6 600 salariés sur l'année 2012, après la hausse de 2011 (17 600 salariés), soit une hausse de 0,2 % par rapport à 2011 (tableau 13). Il augmente en 2012 dans le secteurs du commerce de détail (+ 0,5 %) et du commerce de gros (+ 0,2 %) et diminue dans le commerce et la réparation automobiles (-1,1 %).

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

SECTEURS D'ACTIVITE	2010	2011		2012 (p)			
	Effectif moyen (milliers)	Effectif moyen (milliers)	Variation en milliers	Variation en %	Effectif moyen (milliers)	Variation en milliers	Variation en %
Commerce de détail	1 661,4	1676,3	+ 14,9	+ 0,9 %	1685,4	+ 9,1	+ 0,5 %
Commerce de gros	963,6	967,3	+ 3,7	+ 0,4 %	968,9	+ 1,6	+ 0,2 %
Commerce et réparation automobile	378,4	377,4	- 1,0	- 0,3 %	373,2	- 4,2	- 1,1 %
Total Commerce	3003,4	3021,0	+ 17,6	+ 0,6 %	3027,6	+ 6,6	+ 0,2 %

Source : Insee, estimations d'emploi

(p) : données provisoires

¹⁶ Les données disponibles ne permettent pas d'isoler les secteurs de l'artisanat commercial.

2.2 - L'emploi non salarié en 2010¹⁷

En 2010, l'**emploi non salarié** du commerce (hors artisanat commercial) est estimé à un effectif de 381 700 personnes, soit 4,9 % de plus qu'en 2009 avec un gain de 18 000 postes qui efface la baisse marquée de 2009 (- 2,9 % soit -11 000 postes).

Dans l'ensemble de l'économie, l'emploi non salarié augmente également fortement (+ 3,8 % en 2010). Cette hausse concerne les effectifs du secteur du tertiaire marchand (+ 6,1 %), du tertiaire non marchand (+ 4,1 %), de la construction (+ 4,2 %) et, dans une moindre mesure de l'industrie (+ 1,5 %). Seule l'agriculture a des effectifs non salariés en baisse en 2010 (- 1,6 %).

Tableau 14 : Effectifs non salariés au 31/12 entre 2008 et 2010 (en milliers) et évolution en pourcentage

Secteur d'activité	2008	2009	2010	2009/2008	2010/2009
Agriculture	454,1	442,9	435,6	-2,5%	-1,6%
Industrie	129,0	127,6	129,5	-1,1%	1,5%
Construction	278,4	277,8	289,4	-0,2%	4,2%
Tertiaire marchand	1 141,4	1 130,6	1 199,1	-1,0%	6,1%
<i>dont Commerce</i>	374,7	363,7	381,7	-2,9%	4,9%
Tertiaire non marchand	368,1	397,6	413,9	8,0%	4,1%
Emploi non salarié total	2 371,1	2 376,6	2 467,5	0,2%	3,8%

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 (+ 9,9 %).

Tableau 15 : Effectifs non salariés du commerce au 31/12 entre 2008 et 2010 (en milliers) et évolution en pourcentage

	2008	2009	2010	2009/2008	2010/2009
Commerce de détail	269,1	263,5	274,7	-2,1%	4,2%
Commerce de gros	62,2	57,9	60,5	-6,9%	4,5%
Commerce automobile	43,4	42,3	46,5	-2,5%	9,9%
Total Commerce	374,7	363,7	381,7	-2,9%	4,9%

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

¹⁷ Les données de 2011 sur les non salariés ne sont pas encore disponibles

2.3 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros

Les salariés du commerce perçoivent en moyenne un salaire brut¹⁸ légèrement supérieur à 16 euros de l'heure en 2011. Le salaire brut horaire moyen est moins élevé dans le commerce que dans l'industrie ou dans les services (tableau 16) en raison notamment d'une plus forte proportion d'employés (tableau 17) et de jeunes salariés¹⁹ dans les secteurs du commerce.

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

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

Source : Insee - DADS 2011

Tableau 17 : Répartition des emplois salariés selon la catégorie socioprofessionnelle en 2012

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

Source : Insee - enquête emploi en 2012

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

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

Source : Insee - DADS 2011

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

¹⁸ 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.

¹⁹ Emploi et salaires - Insee Références - Édition 2013 - mars 2013

3 - Les créations d'entreprises restent à un niveau élevé

Avertissement

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

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

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

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

Depuis 2009, les créations d'entreprises dans le commerce (y compris artisanat) sont très nombreuses, en raison de la mise en place du nouveau régime des auto-entrepreneurs. En 2012, elles représentent 20,8 % de celles de l'économie française. Cette année, comme en 2011, elles sont en baisse mais leur niveau reste élevé. Sur les 114 576 créations d'entreprises commerciales en 2012, 53 % 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 production²⁰. Dans l'ensemble de l'économie, l'auto-entrepreneuriat représente 56 % des créations d'entreprises de 2012.

3.1 - Le nombre d'entreprises commerciales continue d'augmenter entre début 2011 et début 2012

La France compte 731 900 entreprises commerciales au 1er janvier 2012, auxquelles s'ajoutent 43 500 entreprises de l'artisanat commercial (boulangeries-pâtisseries, charcuteries). Le nombre total d'entreprises tous secteurs confondus²¹ étant d'un peu plus de 3,6 millions, les entreprises commerciales (hors artisanat commercial) représentent 20,3 % des entreprises de l'ensemble de l'économie.

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

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2009	2010	2011	2012	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Commerce de gros	178,6	183,5	186,8	187,4	2,7	1,8	0,3
Commerce de détail	411,1	441,5	452,8	455,8	7,4	2,5	0,7
Commerce et réparation automobile	77,0	81,7	85,8	88,6	6,1	5,0	3,3
Total commerce	666,7	706,7	725,4	731,9	6,0	2,6	0,9
Artisanat commercial	45,2	44,6	44,1	43,5	-1,2	-1,2	-1,3
Total commerce et artisanat commercial	711,9	751,3	769,5	775,4	5,5	2,4	0,8

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

Ces 775 400 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, 11 % dans le commerce et la réparation automobile et 6 % dans l'artisanat commercial.

Le nombre d'entreprises commerciales a augmenté de 0,9 % entre début 2011 et début 2012 (tableau 19). Cette hausse du nombre d'entreprises concerne les trois secteurs du commerce : + 0,3 % dans le commerce

²⁰ On estime qu'environ la moitié des demandes de créations d'auto-entreprises déboucheront sur une activité réelle.

²¹ 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).

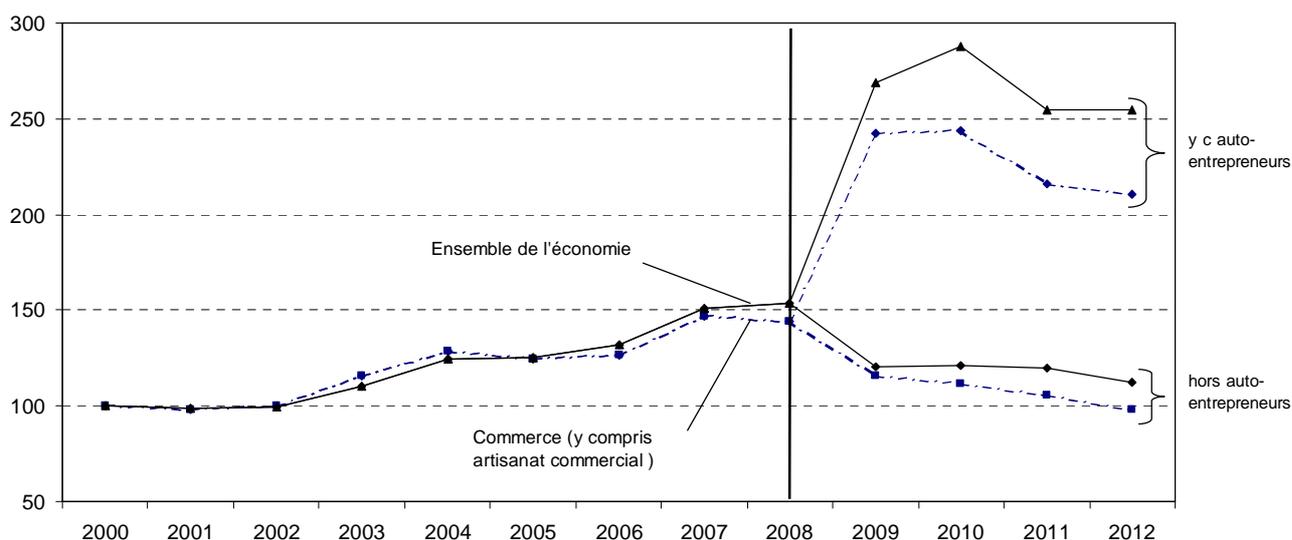
de gros, + 0,7 % dans le commerce de détail et + 3,3 % dans le commerce et la réparation automobile. Les entreprises du commerce sont en majorité composées de S.A.R.L. (48 %) et d'entreprises individuelles (42 %).

3.2 - Davantage de créations d'entreprises en 2012 dans le commerce automobile

En 2012, les créations d'entreprises commerciales diminuent légèrement (- 2,7 % par rapport à 2011) 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). Y compris artisanat commercial et auto-entrepreneurs, 114 600 entreprises commerciales apparaissent en 2012 dans la France entière. Les créations d'entreprises sont stables dans l'ensemble de l'économie (+ 0,0 %). Comme en 2011, le commerce représente ainsi un peu plus de 20 % des créations de l'économie.

Si le régime des auto-entrepreneurs n'avait pas été mis en place, les créations d'entreprises commerciales en 2012 auraient été comprises entre 53 300 (nombre d'entreprises créées sans les auto-entrepreneurs) et 114 600 (nombre de créations total y compris auto-entrepreneurs). Il est difficile d'être plus précis à l'intérieur de cette fourchette : certains auto-entrepreneurs n'auraient pas créé d'entreprise, d'autres auraient choisi une autre forme juridique pour leur création.

Graphique 6 : Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles de 2000 à 2012 (France entière) - base 100 en 2000



Source : Insee-Sirene

En 2012, parmi les 114 600 entreprises créées dans le commerce, 63,8 % appartiennent au commerce de détail, 20,7 % au commerce de gros, 13,7 % au commerce et à la réparation automobile et 1,8 % à l'artisanat commercial.

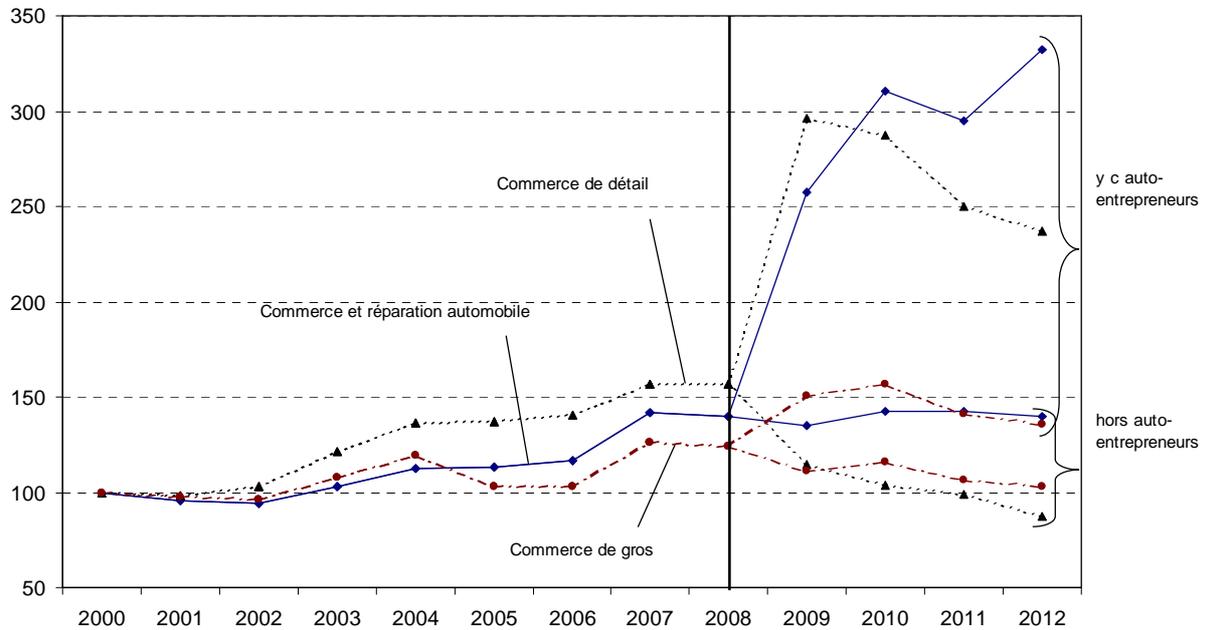
Les créations d'entreprises diminuent en 2012 dans les secteurs du commerce de détail, du commerce de gros et de l'artisanat commercial. A contrario, elles augmentent fortement dans le commerce et la réparation automobile.

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

Dans le commerce et la réparation automobile, les créations augmentent fortement (de + 12,8 %) après avoir diminué de 5 % en 2011, année qui faisait suite à deux années de fortes hausses des créations d'entreprises (+ 84,7 % en 2009 et + 20,5 % en 2010). Cependant dans ce secteur, sans les auto-entrepreneurs, le nombre d'entreprises créées est en baisse.

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 2012, comme en 2011, les créations d'entreprises dans ce secteur sont en baisse (- 3,6 % en 2012 après - 9,9 % en 2011).

Graphique 7 : Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles du commerce par secteur de 2000 à 2012 (France entière) - base 100 en 2000



Source : Insee - Sirene

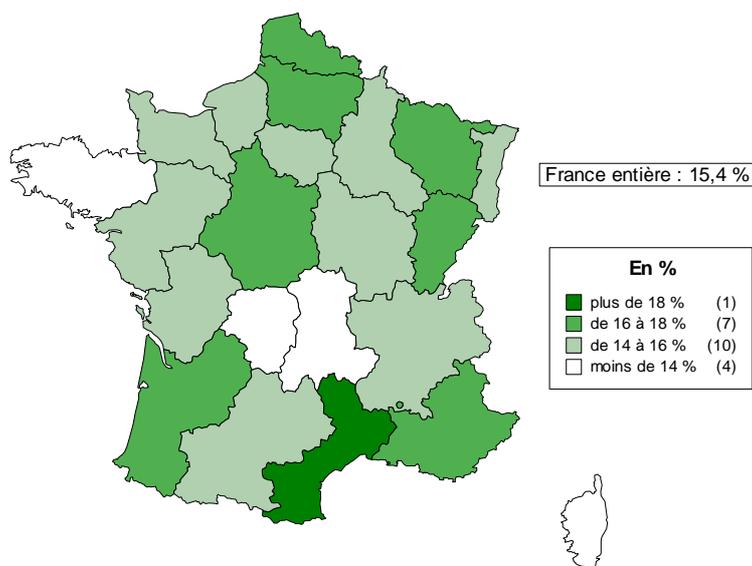
Tableau 20 : Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles dans le commerce entre 2009 et 2012 - France entière

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations d'entreprises				Évolution en %		
	2009	2010	2011	2012	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Commerce de gros	26 253	27 319	24 602	23 707	4,1	-9,9	-3,6
Commerce de détail	91 428	88 644	77 137	73 056	-3,0	-13,0	-5,3
Commerce et réparation automobile	12 189	14 688	13 949	15 730	20,5	-5,0	12,8
TOTAL COMMERCE	129 870	130 651	115 688	112 493	0,6	-11,5	-2,8
Artisanat commercial	2 075	2 207	2 089	2 083	6,4	-5,3	-0,3
TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL	131 945	132 858	117 777	114 576	0,7	-11,4	-2,7
<i>Ensemble de l'économie française</i>	<i>580 193</i>	<i>622 036</i>	<i>549 788</i>	<i>549 967</i>	<i>7,2</i>	<i>-11,6</i>	<i>0,0</i>

Source : Insee - Sirene

En 2012, pour les seules entreprises commerciales (hors artisanat commercial), le taux de création²² national s'établit à 15,4 %. C'est en Languedoc-Roussillon que les créations sont les plus importantes en proportion (18,8 %). Les régions du nord affichent également des taux de création élevés : le Nord-Pas-de-Calais (17,4 %) et la Picardie (16,9 %) (carte 1 ci-après). A l'inverse, les régions Corse (12,5 %), Auvergne (12,6 %), Bretagne (13,5 %) et Limousin (13,8 %) ont les plus faibles taux de création.

Carte 1 : Taux de création de sociétés et d'entreprises individuelles commerciales par région en 2012



Source : Insee - Sirene

²² Le taux de création se définit comme le rapport entre les créations et le stock d'entreprises.

3.3 - Augmentation des défaillances d'entreprises dans le commerce automobile en 2012

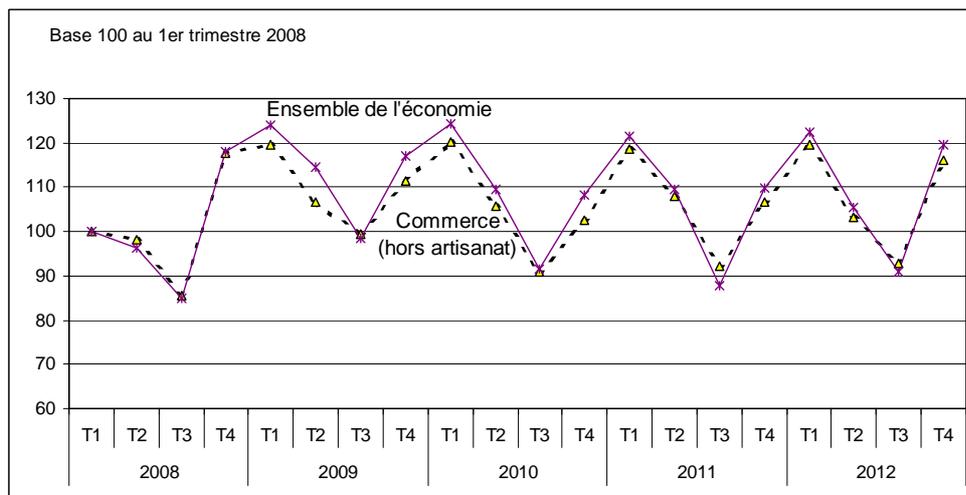
Définitions

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

Les défaillances d'entreprises couvrent l'ensemble des jugements prononçant, soit l'ouverture d'une procédure de redressement judiciaire, soit directement la liquidation judiciaire. Elles ne tiennent pas compte de l'issue des procédures : liquidation ou redressement par continuation ou reprise. Une entreprise est en situation de défaillance ou de dépôt de bilan à partir du moment où une procédure de redressement judiciaire est ouverte à son encontre. Remarque : ces données proviennent de la Banque de France et non plus de l'Insee comme c'était le cas dans les rapports antérieurs à 2013. Aussi, les niveaux sont plus élevés que dans les rapports publiés avant l'année 2013. L'écart provient du fait que la Banque de France intègre l'ensemble des procédures collectives (redressements et liquidations), alors que l'Insee comptabilise uniquement la première procédure constatée. Par ailleurs, l'Insee ne retient pas les liquidations dont le Siren ou l'activité sont manquants dans le BODACC contrairement à la Banque de France.

Comme dans l'ensemble de l'économie (+ 2,3 %), le nombre de défaillances augmente (+ 1,5 %) dans le commerce en 2012. Cette hausse intervient après une hausse d'ampleur comparable en 2011 (+ 1,4 %) et une forte baisse enregistrée en 2010 (- 4,0 % par rapport à 2009).

Graphique 8 : Les défaillances de sociétés et d'entreprises individuelles de 2008 à 2012 (France entière) - base 100 au 1^{er} trimestre 2008 (données brutes en date de jugement)



Source : Banque de France

Pour la quatrième année consécutive, le nombre de défaillances d'entreprises en date de jugement diminue dans le commerce de gros (- 1,8 % en 2012). En 2012, comme en 2011, il augmente dans les deux autres secteurs du commerce : + 1,0 % pour le commerce de détail et + 9,8 % pour le commerce et la réparation automobile.

Tableau 21 : Les défaillances de sociétés et d'entreprises individuelles entre 2009 et 2012 (données brutes en date de jugement)

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de défaillances				Evolution en %		
	2009	2010	2011	2012	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Intermédiaires du commerce de gros	569	531	503	507	-6,7	-5,3	0,8
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	67	57	59	60	-14,9	3,5	1,7
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	424	387	361	405	-8,7	-6,7	12,2
CG de biens domestiques	983	907	813	782	-7,7	-10,4	-3,8
CG d'équipements de l'info et de la communication	259	181	177	172	-30,1	-2,2	-2,8
CG d'autres équipements industriels	557	506	481	408	-9,2	-4,9	-15,2
Autres CG spécialisés	544	512	525	525	-5,9	2,5	0,0
CG non spécialisé	441	464	426	425	5,2	-8,2	-0,2
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	3 844	3 545	3 345	3 284	-7,8	-5,6	-1,8
CD en magasin non spécialisé	666	704	818	782	5,7	16,2	-4,4
CD alimentaire en magasin spécialisé	952	964	1 081	1 135	1,3	12,1	5,0
CD non alimentaire en magasins spécialisés	5 403	5 148	5 094	5 210	-4,7	-1,0	2,3
CD de carburants en magasin spécialisé	68	82	57	62	20,6	-30,5	8,8
CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé	288	273	264	271	-5,2	-3,3	2,7
CD d'autres équipements du foyer en mag spé	1 415	1 302	1 283	1 245	-8,0	-1,5	-3,0
CD de biens culturels et de loisirs en mag spé	664	657	605	615	-1,1	-7,9	1,7
Autres CD en mag spé	2 968	2 834	2 885	3 017	-4,5	1,8	4,6
CD sur éventaires et marchés	763	691	652	578	-9,4	-5,6	-11,3
CD hors magasin, éventaires ou marchés	431	509	542	563	18,1	6,5	3,9
COMMERCE DE DETAIL	8 215	8 016	8 187	8 268	-2,4	2,1	1,0
Commerce de véhicules automobiles	629	684	719	801	8,7	5,1	11,4
Entretien et réparation de véhicules automobiles	736	686	841	895	-6,8	22,6	6,4
Commerce d'équipements automobiles	206	179	182	180	-13,1	1,7	-1,1
Commerce et réparation de motocycles	191	158	174	228	-17,3	10,1	31,0
COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE	1 762	1 707	1 916	2 104	-3,1	12,2	9,8
TOTAL COMMERCE	13 821	13 268	13 448	13 656	-4,0	1,4	1,5
<i>Ensemble de l'économie française</i>	63 205	60 330	59 605	60 966	-4,5	-1,2	2,3

Source : Banque de France

CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS

La croissance marque le pas en 2012 dans le commerce de gros. L'année s'est conclue par un léger recul du volume de ventes (- 0,5 %). Les prix progressent vivement (+ 3,0 %), tirés par la hausse persistante des cours des matières premières et des produits agricoles.

Le retour à la croissance des volumes de vente des intermédiaires du commerce enregistré en 2011 se confirme en 2012 (+ 1,3 %). La hausse des prix des combustibles et des matières premières agricoles engendre une forte croissance en valeur (+ 6,6 %).

Le premier contributeur à l'évolution du commerce de gros, hors intermédiaires, est le secteur des produits alimentaires, boissons et tabac. Presqu'un quart des ventes du commerce de gros en est issu. En 2012, les ventes de ce secteur reculent de 2,4 % en volume en 2012.

Le secteur des produits agricoles bruts et animaux vivants connaît un repli encore plus marqué (- 3,6 % pour les ventes). Mais son impact dans l'ensemble du commerce de gros, hors intermédiaires, est plus limité car il ne représente que 10,2 % du total.

La plupart des autres sous-secteurs du commerce de gros enregistrent une diminution de leurs ventes en volume en 2012. Seuls quelques-uns tirent leur épingle du jeu et connaissent des progressions de ventes en volume, comme les secteurs du commerce de gros de l'industrie du luxe, de la pharmacie, des agroéquipements, ou des équipements électroniques et de télécommunication.

Le commerce de gros emploie 965 000 salariés en 2012, soit presqu'un tiers des effectifs du commerce. Au cours de l'année 2012, ces effectifs sont de nouveau orientés à la baisse.

Au 1^{er} janvier 2012, le nombre d'entreprises du commerce de gros (hors auto-entrepreneurs non actifs) s'élève à 187 400 unités légales, dont près de 24 000 créées en 2012. Plus de la moitié des créations ont lieu dans le secteur des intermédiaires du commerce. Les créations continuent de se replier en 2012.

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

	Taux de croissance en %					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012p
Commerce de gros de :						
- produits agricoles bruts et animaux vivants	-13,3	17,3	15,3	-16,0	6,4	-3,6
- produits alimentaires, boissons et tabac	0,6	-0,1	-7,6	2,1	5,8	-2,4
- biens domestiques	3,9	1,9	-6,4	2,1	9,1	1,0
- équipements de l'information et de la communication	12,3	4,1	-10,4	11,1	2,4	1,7
- autres équipements industriels	4,8	0,6	-15,8	2,5	6,9	1,0
- Autres commerces de gros spécialisés	0,8	-2,3	-10,1	0,7	-1,3	-1,4
Commerce de gros total :						
(hors intermédiaires du commerce)	1,9	1,7	-6,5	1,6	4,7	-0,8
Intermédiaires du commerce	3,0	-1,1	-1,0	-1,0	2,5	1,3
Commerce de gros et intermédiaires	2,0	1,3	-5,6	1,2	4,3	-0,5

Source : Insee - Comptes du commerce

Les évolutions en valeur sont retracées dans la vue d'ensemble tableau 2, page 11

1 - Produits agricoles bruts : les prix soutiennent les ventes

Les ventes en volume des grossistes en produits agricoles bruts se contractent en 2012 (- 3,6 %) après une bonne année 2011. Les évolutions de prix restent dynamiques et soutiennent encore les ventes en valeur (+ 2,8 %). Cependant la hausse des prix est moins forte que celle observée en 2010 et 2011.

Le secteur est essentiellement composé des grossistes en céréales d'une part et en animaux sur pied d'autre part. Ces deux sous-secteurs suivent des évolutions en volume parallèles en 2012, plus marquée pour le premier (- 4,2 %) que pour le second (- 1,7 %). En raison de leur poids prédominant dans le secteur, les grossistes en céréales influencent fortement la tendance de l'ensemble.

L'excédent des échanges de produits agricoles bruts s'établit à 2 milliards d'euros, soit une baisse de 4,7 % par rapport à 2011. En 2012, les exportations chutent (- 11 %) tandis que les importations restent stables. Les volumes exportés sont en recul de 8,5 % et les prix de 4,5 %.

Tableau 1 : Les ventes des produits agricoles bruts

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2012p
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	
EN VALEUR											
C.G. de produits agricoles bruts	-0,8	0,6	0,8	-0,3	4,3	23,9	-7,0	-6,2	27,0	2,8	65,5
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-2,9	0,5	-0,6	-2,3	7,8	30,2	-9,1	-3,9	29,5	2,1	50,3
- autres produits (*)	5,1	0,6	4,5	4,7	-3,8	7,7	-0,4	-12,7	19,3	4,9	15,2
EN VOLUME											
C.G. de produits agricoles bruts				-8,1	-13,3	17,3	15,3	-16,0	6,4	-3,6	
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail				-11,3	-17,1	23,7	18,2	-16,7	5,5	-4,2	
- autres produits (*)				-0,4	-4,4	1,0	6,1	-13,9	9,3	-1,7	

Source : Insee - Comptes du commerce

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

▪ Céréales et aliments du bétail

Les grossistes en **céréales** enregistrent une diminution de leurs ventes en volume (- 4,2 %).

Côté production, l'année 2012 s'est déroulée dans des conditions météorologiques éloignées des normales saisonnières à des moments clés des cycles de production : malgré un début d'année défavorable, marqué par une forte période de gel en février, les cultures ont profité d'un printemps humide. Finalement, l'impact du climat a été favorable à la production française de céréales à paille qui progresse de 11 % par rapport à 2011²³. Il l'est moins pour la production de maïs et d'oléagineux. Celle-ci reste dans la moyenne des cinq dernières années mais le rendement diminuerait de 9 % par rapport à 2011. La production française de colza est stable par rapport à 2011 tandis que celle de tournesol est réduite de 20 %.

Sur l'ensemble de l'année 2012, le prix à la production des produits agricoles augmente de 6 %²⁴.

Les prix céréaliers et oléagineux se sont envolés pendant l'été en réaction à une réduction prévue des récoltes de céréales sur le pourtour de la mer Noire, et de celles de maïs et de soja aux États-Unis. Entre novembre et décembre, les prix céréaliers ont légèrement reflué, mais la hausse par rapport à 2011 se maintient toutefois à 36 %, en moyenne annuelle.

Sur les huit premiers mois de 2012, les pays d'Afrique du Nord réorientant leur demande de blé tendre vers la Russie et les pays de la mer Noire, les exportations de ce produit sont en diminution de 23 % en volume²⁵. De même, les volumes vendus de blé dur se contractent de 33 % en lien avec le tarissement de la demande algérienne.

²³ Agreste, infos rapides grandes cultures et fourrages, novembre 2012

²⁴ Agreste, prix agricoles et alimentaires, février 2013

²⁵ Agreste, Bilan conjoncturel 2012, octobre-novembre 2012

▪ Les animaux vivants et autres produits

Les ventes en gros des autres produits agricoles bruts ont diminué de 1,7 % en volume, alors qu'en valeur elles ont augmenté de 4,9 %.

Les grossistes **en animaux vivants** voient leurs ventes baisser de 1,0 % en volume, mais ces ventes sont soutenues par les prix qui continuent d'augmenter en 2012 (+ 6,7 %). Les exportations fléchissent en volume par rapport à 2011, notamment pour les bovins (- 9,3 %) dont les envois vers l'Italie et la Turquie se réduisent²⁶.

Le bilan²⁷ des échanges extérieurs en 2012 des **produits de l'horticulture** fait apparaître un déficit récurrent proche du milliard d'euros (840,5 millions d'euros). Pour la deuxième année consécutive, le déficit de la balance commerciale s'atténue : - il se réduit de 22 millions après 137 millions l'année précédente, mais les exportations françaises sont toujours en baisse. Les importations (975,7 millions d'euros) ont diminué de 2,4 % (après un recul de 13 % en 2011) et les exportations (135,2 millions d'euros) ont baissé de 1,6 % (après un recul de 8,3 % en 2011).

Quant aux grossistes **en peaux et cuirs**, leurs ventes en volume chutent nettement, - 10,9 %. La hausse des prix atténue la baisse des ventes en valeur (- 2,0 %).

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.

²⁶ Agreste Conjoncture, Panorama au 5 mars 2013, n°2

²⁷ FranceAgriMer, bilan annuel 2012 commerce extérieur des produits de l'horticulture, février 2013

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

En 2012, après deux années de hausse successives, les ventes du commerce de gros de **produits alimentaires** se contractent en volume. Les prix, en hausse sensible (+ 4,6 %), soutiennent toujours les ventes en valeur et permettent de poursuivre la dynamique entamée en 2010. En effet, dans tous les secteurs du commerce de gros de produits alimentaires, les prix sont orientés à la hausse. La hausse de prix la plus importante est celle du commerce de gros de fruits et légumes (+ 7,1 % par rapport à 2011). Le secteur a largement bénéficié du dynamisme de la demande extérieure, la consommation des ménages résidents étant en recul sur l'ensemble de l'année 2012.

En 2012, les échanges extérieurs en produits des industries agroalimentaires restent dynamiques. La progression des exportations (+ 5,1 %) plus marquée que celle des importations (+ 3,7 %) permet une nette amélioration de l'excédent commercial²⁸. Comme en 2011, cette amélioration résulte principalement de la hausse des exportations de boissons, vins et boissons distillées surtout. Celle-ci est suffisante pour compenser le repli très marqué des exportations d'huiles et graisses végétales et animales.

Tableau 2 : Les ventes des produits de consommation alimentaires

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2012p
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	
EN VALEUR											
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1,2	0,7	3,4	3,1	3,8	4,2	-11,3	4,5	7,2	2,2	125,9
- produits frais (*)	1,9	-0,5	2,1	1,4	4,1	5,5	-16,0	7,3	4,4	3,0	57,8
- boissons (alcoolisées ou non)	4,4	9,1	4,9	2,6	4,8	3,6	-3,1	-5,1	11,8	2,5	24,7
- autres produits (**)	-1,5	-1,9	4,5	5,8	2,7	2,8	-9,1	6,6	8,4	1,1	43,4
EN VOLUME											
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac				0,4	0,6	-0,1	-7,6	2,1	5,8	-2,4	
- produits frais (*)				-2,4	-0,3	0,4	-9,9	3,3	3,2	-2,2	
- boissons (alcoolisées ou non)				2,0	2,9	-0,5	-5,4	-5,8	9,8	-1,1	
- autres produits (**)				3,4	0,6	-0,5	-5,5	5,3	7,1	-3,3	

Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

▪ Produits frais.

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

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

Après deux années de croissance, les volumes de ventes des grossistes en *fruits et légumes*²⁹ se contractent en 2012 (- 2,8 %). En particulier, la production française de pommes est la plus faible depuis dix ans. Toutefois les prix sont en forte hausse, + 7,1 %, et en valeur les ventes augmentent de 4,1 %.

Les ventes en volume des grossistes en *viandes de boucherie* sont stables en 2012, après la reprise amorcée en 2011 qui a suivi cinq années consécutives de baisse plus ou moins marquée. Dans ce secteur, les prix sont toujours dynamiques et augmentent de 6,5 %. Sur le marché intérieur, la consommation de viande de boucherie se rétracte pour la deuxième année consécutive. Sur le marché extérieur, le déficit des échanges s'est accru dans le contexte d'une production nationale limitée et de prix internationaux élevés.

²⁸ Agreste conjoncture, Industries agroalimentaires, Avril 2013, n°2013/209

²⁹ 31 % des ventes des produits frais, source Ésane-commerce 2011.

Alors qu'en volume les ventes des grossistes de *volailles et gibiers* continuent de baisser en 2012 (- 1,2 %), en valeur, elles augmentent de 1,4 %. La production et la consommation de volailles se sont quasiment stabilisées en 2012. La bonne performance des exportations en 2011 n'est pas réitérée en 2012 : la filière française est concurrencée sur le marché intracommunautaire par la Pologne, le Brésil et la Thaïlande ; sur le marché des pays tiers, les envois vers la Jordanie et la Russie décrochent³⁰.

Après une bonne année 2011, le secteur du commerce de gros de *produits laitiers et œufs* connaît un ralentissement de ses ventes en volume (- 2,7 %). Toujours soutenues par les prix, les ventes augmentent de 2 % en valeur. La collecte de lait est en légère baisse (- 0,5 %) en 2012 mais les fabrications pour l'export de poudre de lait et de fromage sont en hausse. L'excédent des échanges en produits laitiers approche 4 milliards d'euros, poursuivant la tendance à la hausse des années précédentes. La production d'œufs, limitée par l'obligation de mise aux normes européennes des cages à partir de janvier 2012 est en retrait.

Après deux années plutôt dynamiques, les ventes en volume des grossistes en *poissons et crustacés* se stabilisent (+ 0,6 %). En 2012, les importations régressent légèrement en volume mais les exportations, de seiche et de saumon fumé sont en croissance. La consommation des ménages en produits de la pêche et de l'aquaculture repart à la hausse, grâce à la baisse du prix moyen de ces produits.

▪ **Boissons**

Les ventes des grossistes en *boissons* diminuent de 1,1 % en volume, et augmentent de 2,5 % en valeur.

Les boissons commercialisées par les grossistes sont pour 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 mesure plus modeste par celui des boissons alcooliques distillées (e.g cognac) et du champagne pour lesquels le commerce extérieur joue un rôle important.

En 2012, la croissance des exportations de vins et champagnes est vive, notamment vers le Royaume-Uni, les États-Unis et certains pays asiatiques, mais elle concerne pour l'essentiel des vins moins cotés, notamment sans indication géographique avec mention de cépage. Par ailleurs, la récolte viticole de l'année est historiquement basse, limitant les volumes d'échanges³¹.

▪ **Autres produits alimentaires**

Les ventes des grossistes des autres produits alimentaires sont en baisse en volume (- 3,3 %). Les prix de ce secteur sont relativement homogènes : mis à part le secteur du commerce de gros de café, thé, cacao et épices où les prix sont stables (+ 0,4 %), les prix augmentent en moyenne de 4,7 %.

Après les fortes croissances de 2010 et 2011 (respectivement + 31,7 % et + 18,9 %), les grossistes en sucre, chocolat et confiserie (18 % des ventes de ce groupe) enregistrent une décroissance de leurs ventes en volume (- 8,3 %) en 2012. Les prix ne soutiennent pas suffisamment les ventes qui, en valeur, diminuent de 3,9 %. Les importations de thé et de café reculent en volume de 4 %. Concernant le sucre, les volumes exportés se replient également (- 5,4 %) mais la hausse du prix compense largement la baisse du volume exporté.

Après trois années de hausse successives, les ventes des grossistes en produits surgelés sont en baisse en 2012 (- 3,5 %), en revanche les prix sont toujours dynamique et augmentent de 3 %.

³⁰ France AgriMer, Données et Bilan, février 2013

³¹ Agreste Conjoncture, Panorama au 5 mars 2013, n°2

3 - Les biens domestiques : ventes en légère hausse

En 2012, les ventes augmentent modérément chez les grossistes en biens domestiques, que ce soit en valeur (+ 0,3 %) ou en volume (+ 1,0 %).

Tableau 3 : Les ventes de biens domestiques

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2012p
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	
EN VALEUR											
C.G. de biens domestiques	4,8	1,5	9,3	5,6	3,3	1,2	-7,6	1,2	6,1	0,3	132,5
- produits pharmaceutiques	9,4	2,2	14,2	7,2	3,8	2,6	-1,6	2,5	4,7	-0,2	57,2
- autres produits (*)	2,2	1,1	6,3	4,5	3,0	0,3	-11,6	0,2	7,2	0,7	75,3
EN VOLUME											
C.G. de biens domestiques				7,5	3,9	1,9	-6,4	2,1	9,1	1,0	
- produits pharmaceutiques				11,4	5,4	4,4	0,2	4,3	8,2	3,1	
- autres produits (*)				5,0	3,0	0,2	-10,9	0,4	9,9	-0,7	

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 à l'œuvre depuis 2010 se poursuit en 2012 (+ 3,1 % après + 8,2 % en 2011 et + 4,3 % en 2010). En revanche, le recul des prix s'accroît, du fait de la concurrence des médicaments génériques et de la fin des brevets pour certains produits phare³². En conséquence, les ventes en valeur en 2012 sont stables (- 0,2 %).

Les exportations de produits pharmaceutiques se redressent fortement en 2012 après le net recul observé en 2011 (+ 13,1 % en 2012 après - 6,6 % en 2011), en particulier vers la Belgique, l'Allemagne et les États-Unis. Les importations augmentent aussi mais moins vigoureusement (+ 9,2 %). Elles sont soutenues notamment par d'importants échanges intragroupe des firmes internationales implantées en France. L'excédent commercial pharmaceutique s'améliore pour atteindre + 3 milliards³³.

■ Autres biens domestiques

Chez les grossistes des autres biens domestiques, les ventes en volume diminuent légèrement (- 0,7 %) mais les prix soutiennent les ventes en valeur, moins nettement toutefois qu'en 2011 (+ 0,7 % en 2012 et + 7,2 % en 2011). Les évolutions sont contrastées selon les sous-secteurs, tant pour les prix que pour les volumes.

Suivant la tendance de la production française et du commerce extérieur, les grossistes de *l'habillement-chaussure* voient leurs ventes se contracter en volume (- 3,8 %) et en valeur (- 0,9 %). La consommation est en berne³⁴ (- 2,2 %) et les importations en provenance de Chine et d'Inde refluent.

La situation est à peine meilleure dans le commerce de gros de *textile*, avec un ralentissement de la production (- 2 %), des exportations et des importations ralenties (- 3 %). Les volumes vendus par les grossistes du secteur reculent de 2,2 % et la hausse des prix suffit tout juste à stabiliser les ventes en valeur (+ 0,5 %).

Les secteurs de l'équipement du foyer connaissent un nouveau repli en 2012, quoiqu'un peu moindre que celui de 2011. Les volumes reculent dans l'électroménager et le commerce de gros de meubles, tapis et appareils d'éclairage (respectivement - 1,6 % et - 1,7 %). La baisse des prix dans l'électroménager se poursuit (- 2,6 %). Dans ce secteur, les ventes en valeur diminuent de 4,1 %.

La situation est bien meilleure dans les secteurs proches de l'industrie du luxe qui continue à bénéficier d'une forte demande internationale.

³² Le chiffre du commerce extérieur, études et éclairages, n°37, janvier 2013

³³ Le chiffre du commerce extérieur, année 2012. <http://lekiosque.finances.gouv.fr>

³⁴ IFM, Distribilan/Observatoire économique, n°217, janvier 2013

Si les ventes en volume diminuent un peu après la forte progression de 2011 (- 3,3 % après + 9,8 %) pour les produits de *l'horlogerie bijouterie*, ces derniers connaissent une hausse de prix encore plus forte que l'an dernier (+ 9,4 % en 2012, après + 8,5 % en 2011) liée aux cours de l'or. Dans ce secteur, le haut de gamme tire la croissance : si les consommateurs achètent un peu moins, les transactions portent sur des objets plus chers³⁵ ce qui entraîne une croissance des ventes en valeur de 5,8 %. Les exportations de bijoux restent très dynamiques (+ 21,8 %).

Le commerce de gros de *parfumerie* est un peu moins dynamique à l'international (les exportations de parfums et cosmétiques augmentent de 2,2 % en 2012), mais la demande reste soutenue. Les ventes en gros du secteur progressent de 7,8 % en volume et de 8,5 % en valeur.

4 - Équipements de l'information et de la communication : la croissance s'épuise

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 2012p
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	
EN VALEUR											
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	-0,2	11,1	7,1	7,5	3,8	-3,5	-14,9	4,8	0,7	1,1	40,5
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	0,2	17,9	6,4	5,8	3,7	-1,3	-16,4	1,2	nd(*)	-2,0	23,2
- composants et équipements électroniques et télécommunication	-0,9	-1,8	8,7	11,2	4,0	-8,1	-11,7	12,4	nd(*)	5,5	17,3
EN VOLUME											
C.G. d'équipements de l'information et de la communication				12,4	12,3	4,1	-10,4	11,1	2,4	1,7	
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels				10,6	14,7	9,0	-11,1	9,3	nd(*)	-0,8	
- composants et équipements électroniques et télécommunication				16,4	7,2	-6,3	-8,9	14,9	nd(*)	5,4	

Source : Insee - Comptes du commerce

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

Les ventes en volume de l'ensemble du secteur ralentissent pour la seconde année consécutive (+ 1,7 %), en lien avec l'effritement de l'investissement des entreprises pour ce type de matériel tel qu'il est mesuré en comptabilité nationale.

Le recul marqué et ininterrompu depuis plus de dix ans des prix de ventes d'ordinateurs, d'équipements informatiques périphériques et de logiciels sur le marché intérieur se poursuit, quoique de façon très atténuée depuis deux ans. Les ventes en valeur de ces produits par les grossistes repartent à la baisse en 2012 (- 2 %), après la stabilisation de 2010 et un léger recul en 2011.

En revanche, le marché mondial des composants et équipements électroniques poursuit une croissance entamée en 2010. Dans ce secteur, les ventes progressent en volume (+ 5,4 %) et en valeur (+ 5,5 %).

³⁵ GFK, communiqué de presse, février 2013

5 - Ralentissement 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 bureaux.

Pour satisfaire les besoins en biens d'équipement des entreprises françaises, les grossistes en biens d'équipements industriels 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 le fort rebond enregistré en 2011, la croissance du secteur est très modérée en 2012. Les ventes en volume ne progressent que de 1 % (après + 6,9 % en 2011). La hausse des prix, notamment des matériels agricoles, soutient la croissance en valeur (+ 2,6 %).

Tableau 5 : Les ventes des autres équipements industriels

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2012p
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	
EN VALEUR											
C.G. d'autres équipements industriels	-2,2	4,7	5,7	-4,2	8,0	2,7	-14,8	3,0	9,4	2,6	80,6
- équipements de bureau (*)	0,2	17,9	6,4	5,8	3,7	-4,9	-15,8	8,6	9,9	-0,0	5,0
- matériel électrique	-0,4	-1,4	6,9	10,4	5,1	1,9	-9,4	12,2	15,9	-1,0	14,5
- autres équipements (**)	-2,7	5,0	5,5	-7,4	9,0	3,5	-15,7	0,6	7,8	3,7	61,0
EN VOLUME											
C.G. d'autres équipements industriels				-6,0	4,8	0,6	-15,8	2,5	6,9	1,0	
- équipements de bureau (*)				4,4	1,9	-6,8	-15,3	9,3	6,5	-3,3	
- matériel électrique				4,4	0,7	1,1	-8,6	8,4	11,4	-1,7	
- autres équipements (**)				-8,6	5,9	1,1	-17,2	0,7	5,8	2,0	

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 du secteur des *équipements de bureau* souffrent également de la conjoncture défavorable. Elles régressent nettement en volume (- 3,3 %) et sont stables en valeur.

▪ Le matériel électrique

Le marché des matériels électriques est à la peine. La demande française et les exportations sont atones³⁶ et les ventes des grossistes reculent en volume (- 1,7 %) et en valeur (- 1,0 %).

▪ Les autres équipements

Les ventes des grossistes en *autres biens d'équipement* sont nettement plus dynamiques. Volume et valeur sont en hausse (respectivement, + 2,0 % et + 3,7 %), portés par la bonne tenue des ventes de matériels agricoles. Pourtant, les exportations de machines agricoles et industrielles fléchissent, notamment vers les principaux partenaires européens, et vers le Proche et Moyen-Orient. De même, les importations de machines à usage général pâtissent de la faiblesse des investissements des entreprises³⁷. Le marché des *agroéquipements* est stimulé par les cours élevés des productions céréalières et par l'innovation des constructeurs. Sur les huit premiers mois de l'année, les immatriculations de tracteurs agricoles neufs progressent de 16 % par rapport à la même période de 2011 qui était elle-même très favorable. L'année 2012 se présente aussi comme une année record pour le marché de la charrue. L'évolution des techniques culturales et le renouvellement important des matériels de travail en plaine permettent une croissance de l'ordre de 20 % pour les engins de travail du sol. Par ailleurs, la mise aux normes européennes relatives au bien-être animal a été un facteur stimulant de l'investissement des éleveurs dans l'équipement³⁸. Dans l'ensemble du secteur des matériels agricoles, les ventes des grossistes progressent de 9,7 % en volume et de 12,4 % en valeur. Avec le recul des mises en chantiers de logements, les ventes en gros de *matériel pour la construction* bénéficient d'une conjoncture moins favorable. Elles baissent de 0,7 % en volume et augmentent de 0,7 % en valeur.

³⁶ DGCIS, Le 4 pages trimestriel de conjoncture industrielle, mars 2013

³⁷ Le chiffre du commerce extérieur, année 2012, <http://lekiosque.finances.gouv.fr>

³⁸ AXEMA, union des industriels de l'agroéquipement, communiqué de presse, octobre 2012

6 - Les prix des matières premières soutiennent les ventes en valeur de combustibles

Les ventes des autres commerces de gros spécialisés sont essentiellement composées de biens intermédiaires non agricoles. Elles diminuent en volume et sont soutenues en valeur par les hausses de prix des combustibles.

Tableau 6 : Les ventes des autres commerces de gros spécialisés

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2012p
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	
EN VALEUR											
Autres C.G. spécialisés	-1,2	9,0	3,7	7,3	5,3	7,9	-21,4	9,3	9,1	2,0	152,3
- combustibles et produits annexes	1,4	12,8	11,8	6,5	2,8	16,5	-27,4	17,0	14,9	7,6	60,6
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (*)	2,1	8,0	4,3	8,5	6,8	2,5	-11,6	0,6	3,0	-0,8	50,0
- autres produits (**)	-6,6	6,6	-5,0	7,0	6,6	5,0	-25,7	12,4	9,6	-2,1	41,7
EN VOLUME											
Autres C.G. spécialisés				0,4	0,8	-2,3	-10,1	0,7	-1,3	-1,4	
- combustibles et produits annexes				-3,7	1,1	-5,1	-4,3	-1,8	-3,8	-0,9	
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (*)				4,7	1,0	-0,9	-11,5	0,0	0,4	-1,8	
- autres produits (**)				0,0	0,0	-0,9	-15,6	4,7	-0,4	-1,5	

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

Le recul des volumes vendus par les grossistes en *combustibles et produits annexes* perdure, mais à un rythme très inférieur à celui des années précédentes (- 0,9 %). Les prix, toujours en forte croissance soutiennent les ventes en valeur (+ 7,6 %).

La consommation d'énergie primaire réelle est quasi stable par rapport à 2011³⁹. En fin d'année, toutes les ventes de combustibles sont orientées à la hausse à l'exception du pétrole (- 2,4 % sur l'ensemble de l'année 2012).

Celui-ci subit le recul de la consommation de carburants routiers (- 1,1 %), en lien avec la hausse des prix (+ 4,5 %) et le recul du trafic des poids lourds (- 3,1 % sur le réseau autoroutier⁴⁰).

En moyenne sur l'année, les prix du pétrole brut importé sont en hausse de 10,6 % en euros (l'augmentation est beaucoup plus limitée en dollars + 2,2 % - mais le dollar s'apprécie vis à vis de l'euro). Les prix moyens en euros pour les produits pétroliers raffinés croissent de 15,6 %.

Malgré son recul dans la sidérurgie, la consommation de charbon (+ 14 %) est stimulée par la demande des centrales électriques au charbon dont la compétitivité s'améliore par rapport aux centrales au gaz.

▪ 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* sont en repli en volume et en valeur (respectivement - 1,8 % et - 0,8 %).

Dans ce secteur, seuls les grossistes en *fournitures de plomberie / chauffage* et en *produits chimiques* tirent leur épingle du jeu. Tous les autres sont à la peine qu'il s'agisse du commerce de gros du *bois, des matériaux de construction, des appareils sanitaires, des produits de décoration ou de la quincaillerie*.

Les autorisations de construire des logements baissent en 2012⁴¹ (- 4 % après + 7,6 % en 2011) ainsi que les mises en chantier (- 3 % après + 8,8 % en 2011). Le nombre de logements terminés poursuit son repli (- 5 %), en raison de l'effondrement des nouveaux programmes lors de la crise de 2009. Il reste néanmoins supérieur

³⁹ Commissariat général au développement durable, Chiffres et statistiques n°393, février 2013

⁴⁰ Commissariat général au développement durable, Chiffres et statistiques n°414, avril 2013

⁴¹ CGDD/SOeS, Premiers résultats 2012 – Comptes du logement 2011

à son niveau du début des années 2000. Le nombre de maisons individuelles terminées stagne, celui des logements collectifs achevés connaît sa plus forte baisse depuis 2008 (- 11,2 %). Les travaux d'entretien et d'amélioration des logements augmentent toujours faiblement en valeur (+ 1,2 %) mais les volumes se replient légèrement (- 0,4 %).

▪ Les autres produits intermédiaires

Le recul des ventes en volume est un peu moins marqué pour les autres grossistes du secteur des biens intermédiaires avec - 1,5 %. La baisse des prix vient le renforcer et les ventes en valeur sont en repli de 2,1 %.

Les ventes du sous-secteur des minerais et métaux, dynamiques en 2010 et 2011, reculent nettement en volume (- 6,0 %) et en valeur (- 8,7 %).

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. Pour plus des trois quarts des ventes de ces grossistes, les clients sont des industriels.

Contrairement aux années précédentes, les prix des produits métalliques importés et commercialisés par les grossistes diminuent en 2012 : le prix du minerai de fer recule de 17 % en euros ; celui des métaux non ferreux, de 15 %. Le cours en dollars du nickel perd 23 %, celui du cuivre 10 % et celui du zinc 11 %.

7 - La croissance se poursuit dans les centrales d'achat

Le retour à la croissance des volumes de vente des intermédiaires du commerce enregistré l'an dernier se confirme en 2012.

Tableau 7 : Les ventes de marchandises des intermédiaires du commerce

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2012p
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	
EN VALEUR											
Intermédiaires du commerce	3,4	5,2	4,7	3,7	5,1	7,6	-11,2	6,0	10,5	6,6	122,4
dont :											
- centrales d'achats	6,4	4,3	5,7	3,1	5,5	9,3	-8,3	6,0	9,9	7,5	105,2
<i>alimentaires</i>	6,1	-1,2	-0,1	1,4	4,2	9,7	-3,8	2,7	4,6	7,1	49,0
<i>non alimentaires</i>	6,7	11,1	12,0	4,8	6,8	9,0	-12,5	9,4	15,1	7,9	56,2
- autres intermédiaires du commerce	-7,9	9,1	0,5	6,4	3,2	-0,2	-25,1	5,8	13,8	1,0	17,3
EN VOLUME											
Intermédiaires du commerce				-0,9	3,0	-1,1	-1,0	-1,0	2,5	1,3	
dont :											
- centrales d'achats				-1,7	3,6	-0,1	2,6	-1,2	1,6	2,0	
<i>alimentaires</i>				-1,1	1,8	5,4	-0,9	0,6	1,2	2,9	
<i>non alimentaires</i>				-2,3	5,4	-5,3	5,8	-3,1	2,1	1,3	
- autres intermédiaires du commerce				2,6	0,3	-5,5	-18,1	0,4	7,6	-2,7	

Source : Insee - Comptes du commerce

La croissance se poursuit dans les *centrales d'achat* alimentaires (+ 2,9 % en volume). Les prix, toujours orientés à la hausse, soutiennent la croissance des ventes en valeur (+ 7,1 %).

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. Le ralentissement des prix des carburants (+ 8,6 % en 2012 après + 19,4 % en 2011) permet aux ventes de reprendre légèrement en volume, tandis que leur progression en valeur atteint 10,2 %.

Pour les autres centrales d'achat non alimentaires, la hausse des prix n'a rien de comparable (+ 2,3 %) : les ventes sont en hausse modérée en volume et en valeur (respectivement + 1,0 % et + 3,3 %).

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

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, 82 % 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.

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 marchandises⁴² sur lesquelles ils prennent en moyenne une marge de 4 à 10 %.

Leurs ventes en volume repartent à la baisse en 2012 (- 2,7 %). Les prix restent en hausse dans tous les sous-secteurs de l'intermédiation : matières premières agricoles, denrées, boissons, matériaux, machines, textile, etc. induisant une petite progression des ventes en valeur (+ 1,0 %).

⁴² Essentiellement des ventes pour compte de tiers.

8 - La clientèle intérieure du commerce de gros⁴³

En 2011, l'activité des grossistes (hors intermédiaires du commerce) sur le marché intérieur, est orientée principalement vers l'approvisionnement des producteurs (industrie et artisanat, pour 31 % de leur chiffre d'affaires) et du commerce de détail (26 %). La redistribution des marchandises vers les centrales d'achat (14 %) ou d'autres grossistes (12 %) vient en troisième position de l'ensemble des opérateurs du secteur. Les autres clients professionnels (administration, prestataires de services...) comptent globalement pour 13 % et les ventes directes aux particuliers pour 4 %.

Les secteurs très fortement tributaires (de 30 % à 70 %) des commandes de l'industrie sont les grossistes en produits agricoles (céréales, animaux vivants, cuirs et peaux), les grossistes en autres équipements industriels (matériel agricole, machines-outils, machines pour l'extraction ou la construction, machines pour l'industrie textile et l'habillement, mobilier de bureau, matériel électrique, fournitures et équipements industriels divers) et les autres grossistes spécialisés (minerais et métaux, bois et matériaux de construction, appareils sanitaires, quincaillerie, produits chimiques...). Les grossistes en matériel agricole dépendent pour 66 % des achats directs des agriculteurs et de leurs coopératives. Outre le secteur de la construction (56 %), les grossistes spécialisés dans l'équipement pour la construction sont tributaires pour plus de 13 % des ventes aux particuliers, et également des prestataires de services (ingénierie...) et des administrations (11 %).

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

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

La clientèle professionnelle des grossistes en matériel informatique, ainsi que de ceux spécialisés dans le matériel et les fournitures pour le secteur tertiaire, est répartie différemment : 29 % aux autres grossistes et centrales d'achat, 22 % aux revendeurs au détail, 18 % de revente directe à l'industrie, 16 % à des prestataires de services, 12 % aux administrations et comités d'entreprises et enfin 2 % de ventes aux particuliers.

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

⁴³ Ce paragraphe porte sur l'année 2011 en données définitives. La source est l'Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2011 de l'INSEE

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

Le commerce extérieur n'a pas la même importance pour les différents secteurs du commerce de gros. Ainsi, si les ventes à l'étranger constituent 27 % des ventes totales des grossistes en céréales, elles ne représentent que 11 % de celles des grossistes en produits pharmaceutiques. Les évolutions de la demande étrangère n'ont donc pas les mêmes conséquences pour ces deux secteurs.

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

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

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

En %

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

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2011

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Principes d'évaluation

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

Les résultats de l'année **2011**, définitifs, sont basés sur l'exploitation du nouveau système d'information sur la statistique d'entreprise Esane. Ceux de **2012**, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2011 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee.

Les évolutions présentées sur l'année **2012** sont donc provisoires (p). Elles sont issues des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculées par l'Insee à partir des déclarations CA3 que remplissent les grossistes pour le paiement de la TVA. Par construction, ces indices neutralisent les effets des restructurations connues au moment des évaluations provisoires et ne prennent que partiellement en compte l'évolution démographique des entreprises (créations, cessations). A partir des évolutions de chiffre d'affaires on peut déterminer une évolution des ventes de marchandises par l'application d'un taux de vente (ventes de marchandises / chiffre d'affaires). Ce taux de vente est susceptible d'évoluer, en fonction d'informations annexes disponibles. L'évolution des ventes peut donc ne pas suivre en proportion identique le chiffre d'affaires.

Par ailleurs, les évolutions provisoires peuvent être revues marginalement.

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

		2007	2008	2009	2010	2011	2012
Rapport de décembre 2013 (base 2005)	en valeur	+ 4,7	+ 5,3	- 12,8	+ 4,6	+ 9,0 (def)	+ 1,8 (p)
	en volume	+ 1,9	+ 1,7	- 6,5	+ 1,6	+ 4,7 (def)	- 0,8 (p)
Rapport de juin 2013 (base 2005)	en valeur	+ 4,7	+ 5,3	- 12,8	+ 4,6	+ 8,4 (p)	+ 1,8 (p)
	en volume	+ 1,9	+ 1,7	- 6,5	+ 1,6	+ 4,2 (p)	- 0,8 (p)
Rapport de décembre 2012 (base 2005)	en valeur	+ 4,7	+ 5,3	- 12,8	+ 4,6 (def)	+ 8,4 (p)	
	en volume	+ 1,9 (r)	+ 1,7 (r)	- 6,5 (r)	+ 1,6 (def)	+ 4,2 (p)	
Rapport de juin 2012 (base 2005)	en valeur	+ 4,7	+ 5,3	- 12,8 (def)	+ 6,5 (sd)	+ 8,6 (p)	
	en volume	+ 1,8 (r)	+ 1,6	- 6,6 (def)	+ 3,5 (sd)	+ 4,3 (p)	
Rapports de juin et déc. 2011 (base 2005)	en valeur	+ 4,7 (r)	+ 5,3 (def)	- 11,9 (sd)	+ 6,4 (p)		
	en volume	+ 1,9 (r)	+ 1,6 (def)	- 6,0 (sd)	+ 3,7 (p)		
Rapports de juin et déc. 2010 (base 2000)	en valeur	+ 4,7 (sd)	+ 5,0 (sd)	-11,6(p)			
	en volume	+2,1 (sd)	+ 1,2 (sd)	-5,4 (p)			
Rapports juin et déc. 2009 (base 2000)	en valeur	+ 4,7 (r)	+ 5,0 (p)				
	en volume	+2,1 (r)	+ 1,2 (p)				
Rapport de décembre 2008 (base 2000)	en valeur	+ 4,8 (p)					
	en volume	+ 2,8 (p)					
Rapport de juin 2008 (base 2000)	en valeur	+ 4,9 (p)					
	en volume	+ 2,8 (p)					

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

n.d. : non disponible

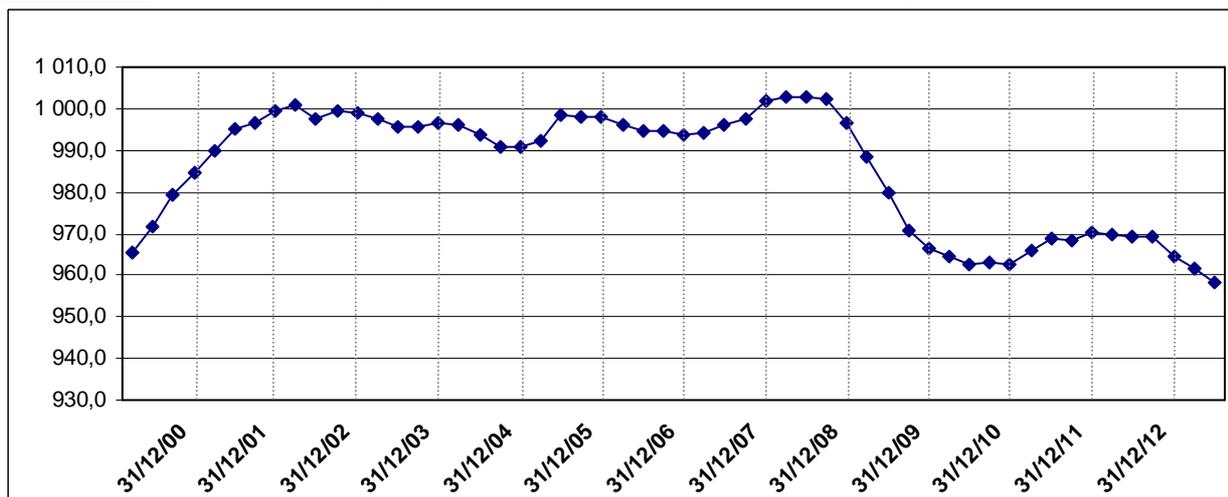
Source Insee - Comptes du commerce

10 - Légère baisse de l'emploi salarié dans le commerce de gros en 2012

Au 31 décembre 2012, le commerce de gros emploie 964 700 salariés, soit près du tiers (32 %) des salariés du commerce.

En glissement annuel, le nombre de salariés du commerce de gros est en repli (- 0,6 %) par rapport à 2011. Cette baisse fait suite à la hausse de 2011 (+ 0,8 %) mais aussi à trois années de fortes baisses de 2008 à 2010. Fin 2012, l'emploi du commerce de gros est revenu à un niveau inférieur à celui de fin 2009.

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



Source : Insee - Estimations d'emploi

Deux tiers des salariés du commerce de gros sont des hommes

Contrairement au commerce de détail, le commerce de gros est un secteur majoritairement masculin (67 % d'hommes en 2012). Il s'agit également du secteur du commerce qui emploie le moins de jeunes de 15 à 24 ans (6 %) ⁴⁴.

D'après « l'enquête emploi » de 2012, 25 % des actifs du commerce de gros sont des ouvriers. Parmi eux, 26 % sont des ouvriers non qualifiés de type industriel, 33 % sont des ouvriers qualifiés de la manutention, du magasinage et du transport, et 19 % exercent la profession de chauffeur (conducteurs routiers, conducteurs livreurs, coursiers...).

Au sein du commerce de gros, 13,6 % des salariés travaillent à temps partiel. Le temps partiel est le plus répandu chez les intermédiaires du commerce, dans le commerce de gros de biens domestiques et dans le commerce de gros non spécialisé.

En 2011, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein du temps partiel) représente 61,8 % d'un temps plein dans le commerce de gros ⁴⁵, et le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel ⁴⁶ équivaut à 8,8 % du volume d'emploi salarié. Si l'emploi à temps partiel était réparti sur l'ensemble des emplois salariés, chaque emploi salarié représenterait 94,8 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

⁴⁴ Cf. tableau V-2 en annexe statistique

⁴⁵ Cf. tableau V-3 en annexe statistique

⁴⁶ Cf. Annexe méthodologique n°VI : Méthodes et sources sur l'emploi

11 - Les créations d'entreprises⁴⁷ diminuent dans le commerce de gros

En 2012, le nombre de créations d'entreprises dans le commerce de gros⁴⁸ diminue (- 3,6 % par rapport à 2011). Cette baisse fait suite au repli marqué des créations d'entreprise de l'année 2011 (- 9,9 % par rapport à 2010). Les créations d'entreprises sont en baisse dans le commerce de gros non spécialisé, les intermédiaires du commerce de gros, le commerce de gros de biens domestiques, et autres commerces de gros spécialisés). Elles augmentent dans le commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et tabac, le commerce de gros d'autres équipements industriels, le commerce de gros de produits agricoles bruts et d'animaux vivants 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 2009 et 2012

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2009	2010	2011	2012	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Intermédiaires du commerce de gros	13 623	14 827	13 150	12 662	8,8	-11,3	-3,7
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	297	306	297	304	3,0	-2,9	2,4
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 881	1 894	1 712	1 796	0,7	-9,6	4,9
CG de biens domestiques	3 178	3 185	2 961	2 870	0,2	-7,0	-3,1
CG d'équipements de l'info et de la communication	668	670	625	631	0,3	-6,7	1,0
CG d'autres équipements industriels	1 581	1 534	1 337	1 395	-3,0	-12,8	4,3
Autres commerces de gros spécialisés	2 068	2 033	1 866	1 851	-1,7	-8,2	-0,8
Commerce de gros non spécialisé	2 957	2 870	2 654	2 198	-2,9	-7,5	-17,2
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	26 253	27 319	24 602	23 707	4,1	-9,9	-3,6

Source : Insee - Sirène (France Entière)

Les cessations de l'année 2012 ne sont pas encore suffisamment connues pour estimer le nombre d'entreprises au 1^{er} janvier 2013. Au 1^{er} janvier 2012, le commerce de gros comprend 187 400 entreprises, soit 0,3 % de plus qu'au 1^{er} janvier 2011 (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 (+ 3,8 % entre début 2011 et début 2012).

Tableau 10 : Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles* (milliers) au 1^{er} janvier et évolution entre début 2009 et début 2012

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2009	2010	2011	2012	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Intermédiaires du commerce de gros	49,1	52,3	54,8	54,5	6,5	4,7	-0,4
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	6,4	6,3	6,2	6,1	-1,4	-2,0	-0,7
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	20,1	20,4	20,6	20,7	1,5	1,0	0,7
CG de biens domestiques	36,9	36,7	36,2	36,1	-0,5	-1,3	-0,5
CG d'équipements de l'info et de la communication	9,3	9,2	9,1	9,1	-1,4	-1,1	0,1
CG d'autres équipements industriels	24,0	24,1	24,4	24,4	0,6	0,9	0,2
Autres commerces de gros spécialisés	18,9	19,5	19,9	20,2	3,2	2,0	1,3
Commerce de gros non spécialisé	13,9	14,9	15,7	16,3	7,5	5,2	3,8
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	178,6	183,5	186,8	187,4	2,7	1,8	0,3

Source : Insee - Sirène (France Entière)

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

⁴⁷ 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.

⁴⁸ Y compris auto-entrepreneurs

CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL

Dans un contexte économique morose, l'activité reste globalement stable en volume (+ 0,1 %) en 2012 dans le secteur du commerce de détail. L'activité se contracte dans les formes de vente à dominante alimentaire (- 0,8 %). Elle progresse pour les formes de vente à dominante non alimentaire (+ 1,1 %), mais à un rythme moins élevé qu'en 2010 et 2011.

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) soit 32,3%. Cette part est restée stable depuis 2009.

L'atonie de l'activité dans le secteur du commerce de détail est défavorable à l'emploi. En 2012, les effectifs salariés du commerce de détail (hors artisanat commercial) stagnent (+ 0,2 % en glissement annuel) après deux années de hausse en 2010 et 2011. Ils s'élèvent à 1,68 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 quart du volume d'emploi salarié.

En 2012, le nombre de créations d'entreprises dans le secteur du commerce de détail diminue de 5 %. Malgré cette baisse, les créations d'entreprises restent encore à un niveau élevé après l'explosion de 2009 due à la mise en place du nouveau statut d'autoentrepreneur.

L'évolution des ventes est d'abord présentée par *forme de vente* (alimentation spécialisée, grandes surfaces d'alimentation générale...) ⁴⁹. 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	2012p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	-2,4	-2,0	-0,2	0,7	0,6	-2,6	-1,1	0,9	-2,0	-1,5
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	1,7	1,3	-1,4	-2,3	0,6	-0,5	0,6	1,0	-2,3	-0,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	1,9	0,6	0,1	0,5	2,4	-0,5	-0,9	1,2	-0,1	-0,6
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,1	5,1	2,6	0,5	4,7	-0,4	-2,3	3,1	0,1	1,7
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	3,6	4,7	5,4	5,5	5,3	2,1	-0,8	2,3	2,8	1,0
carburant	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	-0,8	-0,6	-0,6
pharmacie	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	3,8	6,7	2,8
autres	3,1	4,7	5,5	5,5	5,8	1,6	-0,9	0,0	2,2	2,2
Commerce hors magasin	3,0	5,9	1,4	1,8	1,8	-0,9	-3,0	2,0	0,9	0,1
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	2,3	2,5	2,4	2,7	3,5	0,5	-1,0	1,7	1,0	0,1

Source : Insee - Comptes du commerce

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

⁴⁹ 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 - Essoufflement des ventes du commerce de détail

En 2012, 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 494,4 milliards d'euros (tableaux 1 et 1b). Elles augmentent de 2,0 % en valeur par rapport à 2011, mais ne progressent pas en volume (+ 0,1 %).

L'activité commerciale souffre de la dégradation de la conjoncture économique et du pouvoir d'achat des ménages : les ventes sont stables en 2012 après deux années consécutives de léger redressement (+ 1,7 % en 2010 et + 1,0 % en 2011). Les ventes avaient baissé en 2009, année de crise. Comme en 2010 et 2011, 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 2012, les ventes du secteur du commerce alimentaire diminuent de 0,8 % en volume ; en valeur, elles augmentent de 2,1 % en raison d'une accélération des prix des produits alimentaires. Ces derniers se sont en effet accrus de 3,0 % en 2012. Les prix des produits frais se sont relevés de 5,2 % dans un contexte d'offre réduite (fruits, légumes, viande). Les autres produits alimentaires se sont également renchérissés (+ 2,7 %) sous l'effet de la hausse des prix des boissons et des matières premières importées (café, céréales, oléagineux ...).

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, les ventes progressent de 1,0 % en volume en 2012 après 2,8 % en 2011. En valeur, les ventes augmentent de 1,8 %. A l'exception des carburants, les produits non alimentaires sont moins touchés par l'inflation que les produits alimentaires.

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	2012p	Valeur 2012p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	1,8	2,9	0,7	2,1	2,5	1,7	-0,8	2,8	0,6	1,7	42,6
Boulangeries-pâtisseries	2,6	5,8	1,6	1,7	2,3	2,8	0,9	2,4	1,7	2,0	12,7
Boucheries-charcuteries	-1,5	0,8	-0,5	-0,3	1,1	3,0	0,5	1,3	0,8	1,7	8,8
Autres magasins d'alimentation spécialisée	3,3	2,3	0,7	3,8	3,5	0,5	-2,6	3,8	-0,2	1,4	21,1
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	4,4	1,6	-1,1	-0,5	1,9	4,4	-0,2	2,3	-0,2	2,4	14,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	3,8	1,7	1,2	2,0	3,2	3,8	-2,9	3,0	3,0	2,2	184,5
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,3	5,0	2,0	0,5	4,7	1,0	-1,8	3,9	1,9	4,7	7,6
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacie)	3,6	4,7	5,3	4,8	4,4	3,2	-3,4	2,7	3,8	1,8	217,6
Carburants	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	10,8	12,8	4,1	17,7
Technologie de l'information et de la communication	3,0	6,0	5,1	5,0	5,4	1,4	-6,1	-1,2	-0,4	-2,9	7,0
Équipement du foyer	4,1	6,2	4,7	5,3	6,7	2,3	-1,2	2,0	-0,9	0,2	52,6
Culture, loisirs	2,1	4,9	3,0	2,5	3,6	-1,1	-4,7	2,1	6,4	1,4	21,7
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	3,8	4,0	5,3	5,3	3,9	3,0	-0,1	2,4	4,6	2,5	118,6
Habillage-chaussures	2,8	0,0	4,7	5,4	4,5	0,6	0,6	1,0	2,7	3,1	35,8
Autres équip. de la personne	0,6	6,0	3,3	6,5	6,2	2,8	1,1	4,8	11,4	5,2	19,4
Pharmacies, articles médic. et orthop	6,2	6,5	5,1	4,4	3,1	2,2	3,0	2,0	5,2	0,3	43,6
Autres magasins spécialisés	3,9	4,2	8,1	5,9	2,8	9,2	-8,7	4,0	0,6	3,9	19,8
Commerce hors magasin	3,8	5,7	0,9	2,1	2,0	0,1	-3,7	2,0	1,5	1,8	27,5
Commerce sur éventaire ou marché	2,2	0,1	1,6	-0,5	1,8	-0,1	-0,9	2,4	-0,6	0,7	7,0
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,5	8,2	0,6	3,2	2,1	0,1	-4,7	1,8	2,2	2,2	20,4
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	3,6	3,3	2,9	3,2	3,6	3,1	-2,9	2,8	2,9	2,0	494,4
dont : activités artisanales	1,3	5,5	0,8	0,5	2,1	2,8	1,1	2,3	-2,9	2,0	14,1
dont : commerce de détail (hors pharmacies) et artisanat commercial (2)	3,4	3,1	2,7	3,0	3,6	3,2	-3,5	2,9	2,7	2,2	450,8

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

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

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries

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

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

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

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

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

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

1.1 - Petit commerce alimentaire : des ventes en léger repli

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

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

En %

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

Source : Insee - Comptes du commerce

▪ Une activité moins soutenue pour l'alimentation spécialisée et l'artisanat commercial

En 2012, l'activité est en berne dans le secteur de l'alimentation spécialisée et de l'artisanat commercial : les ventes diminuent de 1,5 % en volume, mais augmentent de 1,7 % en valeur, en raison d'une hausse marquée des prix.

Sur ce segment, les **boulangeries-pâtisseries** sont les formes de vente qui résistent le mieux : leurs ventes augmentent de 0,5 %. Soutenues par la hausse du prix du pain, elles progressent de 2,0 % en valeur.

En lien avec le recul persistant de la consommation de viande de boucherie, les ventes des **boucheries et charcuteries** diminuent en volume de 1,3 %. Elles augmentent toutefois en valeur (+ 1,7 %) du fait de prix à la consommation des viandes dynamiques.

Dans le secteur des autres **magasins d'alimentation spécialisée**, l'activité est orientée à la baisse (- 2,8 % en volume). Les ventes de tabac se replient encore en volume pour la cinquième année consécutive (- 6,7 %) en liaison avec une nouvelle hausse des prix (+ 6,2 %). L'activité décline également dans les commerces de poisson. La baisse est un peu plus modérée dans les secteurs du commerce de fruits et légumes et des boissons.

Le commerce de détail de pain-pâtisserie (dépôt de pain) continue en revanche de tirer son épingle du jeu : les ventes progressent de 5,5 % en volume.

Soutenues par une hausse vigoureuse des prix de la plupart des produits (la hausse des prix dépasse 5 % pour les fruits et légumes), les ventes de l'ensemble des autres magasins d'alimentation spécialisée augmentent de 1,4 % en valeur.

▪ Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés : ces derniers s'en sortent mieux

En 2012, les ventes des petites surfaces d'alimentation générale et des magasins de produits surgelés diminuent légèrement en volume (- 0,6 %) mais progressent de 2,4 % en valeur avec le relèvement des prix .

La conjoncture est plus favorable aux **commerces de détail de produits surgelés** où les ventes progressent en volume (+ 1,1 %) qu'aux **commerces d'alimentation générale, et qu'aux supérettes** où les volumes reculent (respectivement - 0,6 % et - 1,0 %).

1.2 - Activité ralentie pour les grandes surfaces à prédominance alimentaire

En 2012, les ventes des grandes surfaces d'alimentation générale (hypermarchés, supermarchés, magasins multi-commerces)⁵⁰ ou GSA peinent à se maintenir après la petite embellie de 2010. La baisse des ventes en volume est de - 0,8 % en 2012, après une stabilité en 2011.

La place des GSA reste néanmoins prépondérante puisqu'elles réalisent le tiers des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors automobile (tous produits confondus).

Les ventes des GSA s'améliorent toutefois en valeur (+ 2,2 %), soutenues par les hausses de prix des carburants (+ 5,2 %) et dans une moindre mesure des produits alimentaires (+ 1,8 %)⁵¹. La mévente des produits non alimentaires s'est accentuée entre 2011 et 2012 (- 3,5 %) sous l'effet de plusieurs facteurs : un repli des ventes des produits du secteur des technologies de l'information et de la communication conjugué à une baisse des prix, une certaine désaffection pour les produits culturels et par ailleurs la concurrence accrue d'internet pour les achats de biens d'équipement⁵².

Tableau 1-3 : Évolution des ventes des grandes surfaces d'alimentation générale, *en valeur et en volume T.T.C.*

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

Source : Insee - Comptes du commerce

En 2012, les ventes des hypermarchés représentent 57,0 % de l'ensemble des GSA, celles des supermarchés 41,3 % (la part des ventes des magasins multicommerce est de 1,7 %).

Après un petit sursaut en 2010, les ventes des **hypermarchés** sont de nouveau orientées à la baisse. En revanche, les ventes progressent de 2,1 % en valeur en raison de l'inflation sur le carburant et les produits alimentaires.

La situation est assez similaire pour les **supermarchés**. Le niveau des ventes en volume diminue de 0,8 % en 2012. La reprise est cependant positive en valeur : + 2,4 % en 2012. Comme dans les hypermarchés, les prix sont tirés à la hausse par les carburants et dans une moindre mesure par les produits alimentaires.

1.3 - Les ventes du commerce non alimentaire non spécialisé tirées par les « bazars »

En 2012, les ventes réalisées par le commerce non alimentaire non spécialisé connaissent une croissance plus élevée qu'en 2011 (+ 1,7 % en volume après + 0,1 % en 2011). Ce secteur comprend les grands magasins et les « autres commerces non alimentaires non spécialisés » (de type « bazar »).

50 cf. définitions en annexe XII

51 Enquête Emagsa, Insee

52 LSA - 09/07/2012

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	2012p	
En valeur											
Commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé	1,3	5,0	2,0	0,5	4,7	1,0	-1,8	3,9	1,9	4,7	
Grands magasins	-0,8	6,5	1,3	1,0	5,1	-0,3	-2,1	4,4	5,3	4,0	
Autres commerces non alimentaires spécialisés	7,4	0,9	3,9	-1,0	3,6	4,9	-0,9	2,4	-7,9	7,0	
En volume											
Commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé	1,1	5,1	2,6	0,5	4,7	-0,4	-2,3	3,1	0,1	1,7	
Grands magasins	-0,7	6,9	2,1	1,2	5,5	-2,0	-2,6	3,5	3,3	0,8	
Autres commerces non alimentaires spécialisés	6,5	0,5	3,9	-1,5	2,7	4,3	-1,4	1,9	-9,0	4,9	

Source : Insee - Comptes du commerce

Les **grands magasins**, surtout implantés à Paris, continuent de bénéficier d'une large fréquentation. Les ventes de ces magasins sont soutenues grâce à une clientèle internationale à fort pouvoir d'achat, recherchant des produits de luxe. Elles progressent de 0,8 % en volume en 2012. En valeur, la croissance des ventes atteint 4,0 %.

Les **autres commerces non alimentaires non spécialisés** (magasins de type « bazar ») connaissent un rebond en 2012 après le fort recul de l'année précédente : leurs ventes progressent de 4,9 % en volume et de 7,0 % en valeur en 2012.

1.4 - Croissance un peu ralentie pour le commerce non alimentaire spécialisé

Les ventes des secteurs du commerce non alimentaire spécialisé (y compris carburant et pharmacie) augmentent encore en volume, mais à un rythme un peu ralenti par rapport aux deux années précédentes : + 1,0 % en volume en 2012 après + 2,8 % en 2011 et + 2,3 % en 2010.

Au sein du commerce non alimentaire spécialisé, les secteurs les plus dynamiques pour les ventes en volume sont ceux des technologies de l'information même si la croissance y est ralentie en 2012.

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

Évolution des ventes		En %									
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	
En valeur											
Magasins non alimentaires spécialisés (y c. pharmacies)	3,6	4,7	5,3	4,8	4,4	3,2	-3,4	2,7	3,8	1,8	
- carburant	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	10,8	12,8	4,1	
- technologie de l'information et de la communication	3,0	6,0	5,1	5,0	5,4	1,4	-6,1	-1,2	-0,4	-2,9	
- équipement du foyer	4,1	6,2	4,7	5,3	6,7	2,3	-1,2	2,0	-0,9	0,2	
- culture et loisirs	2,1	4,9	3,0	2,5	3,6	-1,1	-4,7	2,1	6,4	1,4	
- autres magasins spécialisés (y c.pharmacies)	3,8	4,0	5,3	5,3	3,9	3,0	-0,1	2,4	4,6	2,5	
En volume											
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)	3,6	4,7	5,4	5,5	5,3	2,1	-0,8	2,3	2,8	1,0	
- carburant	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	-0,8	-0,6	-0,6	
- technologie de l'information et de la communication	7,6	12,1	12,3	11,3	12,7	11,8	3,7	7,1	8,1	3,5	
- équipement du foyer	4,3	7,1	6,3	6,4	8,0	2,6	-0,2	3,2	-0,3	-0,1	
- culture et loisirs	1,7	3,9	4,2	3,7	4,6	-2,2	-6,0	0,6	4,8	-0,6	
- autres magasins spécialisés (y c.pharmacies)	3,8	4,2	5,2	6,0	4,3	2,0	1,8	2,2	4,0	2,0	

Source : Insee - Comptes du commerce

- **Poursuite de la baisse des ventes de carburants**

En moyenne annuelle, les prix des carburants ont décéléré en 2012 (+ 4,9 % après + 14,3 % en 2011). Ils restent cependant toujours élevés en raison des tensions au Moyen-Orient et de la dépréciation de l'euro. Les ventes de carburants dans le commerce de détail de carburant se replient de 0,6 % en volume mais progressent en valeur (+ 4,1 %). Les niveaux élevés des prix des carburants freinent la demande. Par ailleurs, les stations-service continuent de subir la concurrence des grandes surfaces qui ont développé une activité de distribution de carburant à prix coûtant ou à faible marge.

- **Un peu moins de succès pour les ventes au détail d'équipements de l'information et de la communication**

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

Le secteur des TIC montre des signes de ralentissement en 2012 par rapport à la forte hausse habituellement enregistrée. La progression des ventes en volume n'est plus que de 3,5 % en 2012 : c'est la plus faible observée lors des dix dernières années. Le recul persistant des prix pèse sur les ventes en valeur. Celles-ci sont en repli de 2,9 %.

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.

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

Source : Insee - Comptes du commerce

Les ventes des commerces d'**ordinateurs** affichent en 2012 une progression de 5,2 % en volume. En 2011, le taux de croissance était de 8,7 %. La croissance en volume sur le marché informatique a été portée par les tablettes numériques, produit phare de l'année 2012⁵³. Les ventes de ces produits ont plus que doublé en 2012. En revanche, les ventes d'ordinateurs de bureau, de PC portables et de notebooks ont diminué. L'essor exceptionnel des tablettes numériques ne suffit pas à maintenir les ventes en valeur : celles-ci baissent de 0,9 %, conséquence de l'effondrement du prix moyen de la tablette (- 22 %).

Le secteur du **matériel de télécommunication** est toujours dynamique malgré un ralentissement de la croissance des ventes (+ 5,9 % en volume, soit la plus faible hausse des 10 dernières années). Les ventes de smartphones restent en 2012 le moteur principal de la croissance en volume de ce secteur. Ces produits remplacent progressivement les mobiles « classiques ». En 2012, les ventes de smartphones dépassent pour la première fois celles de mobiles traditionnels, mais ne suffisent pas à contrebalancer la baisse des prix de vente de ces téléphones mobiles « classiques ». En 2012, les ventes du secteur du matériel de télécommunication diminuent de 1,4 % en valeur.

Le **commerce de matériel audio et vidéo** est le segment le moins porteur des TIC : les ventes de ce secteur se replient de 2,0 % en volume en 2012, en nette rupture avec la tendance de forte croissance des années précédentes. Les ventes fléchissent de 8,8 % en valeur du fait de la baisse des prix dans l'électronique grand public (-15,0 % pour les téléviseurs notamment).

Les achats de télévisions par les ménages ont fortement baissé en 2012 par rapport à 2011 (- 7,2 %). L'engouement des trois dernières années lié à l'apparition des écrans plats, le passage à la TNT et le développement du « tout numérique » semble retombé. Les ventes de téléviseurs ont retrouvé en 2012 des niveaux plus modérés.

Les ventes de caméscopes et de GPS sont de plus en plus concurrencées par les smartphones.

⁵³ GFK : « Bilan 2012 des marchés de biens techniques en France »

Le secteur audio a résisté à la tendance baissière de l'électronique grand public. Ce marché a renoué avec la croissance sous l'effet d'une bonne demande de chaînes hifi et de casques. Il commence aussi à être porteur pour de nouveaux produits tels les barres de son pour les écrans plats ou encore les stations d'accueil.⁵⁴

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

L'équipement du foyer comprend le commerce de détail d'équipements ménagers, tels que textiles, quincaillerie, tapis, appareils électriques et électroménager ou meubles, en magasins spécialisés. Le marché est plutôt atone en 2012. Globalement, les ventes sont stables en 2012 (en volume), mais les évolutions sont assez hétérogènes selon les produits.

La conjoncture a été plus favorable aux commerces d'**appareils électroménagers** qu'aux autres secteurs. En effet, c'est le seul secteur dont les ventes ont progressé en volume (+ 5,3 %).

En 2012, la hausse des ventes d'appareils électroménagers semble avoir été plus dynamique pour les cuisinistes et les grandes surfaces spécialisées que pour les hypermarchés.

Le marché du petit électroménager continue d'avoir le vent en poupe en 2012. Les ventes sont tirées par des efforts d'innovation. Le succès du « fait maison » incite les consommateurs à acquérir des appareils inspirés du monde professionnel dans l'univers des cuisines (appareils de préparation culinaire tels les robots café, les kitchen machines...). Les produits innovants utilisés pour le repassage ou pour les soins de beauté connaissent également un certain succès.

Le marché du gros électroménager pour sa part résiste assez bien à la crise du fait d'un taux de remplacement relativement élevé des appareils et d'un bon niveau de ventes d'appareils encastrables équipant les cuisines aménagées⁵⁵.

La croissance des ventes en volume du secteur permet une stabilisation des ventes en valeur (- 0,4 %), les prix de l'électroménager continuent de diminuer sensiblement.

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

	<i>En %</i>										
Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	
En valeur											
Équipement du foyer	4,1	6,2	4,7	5,3	6,7	2,3	-1,2	2,0	-0,9	0,2	
Commerce de détail de textile	-3,7	9,3	2,4	-1,3	2,6	3,6	-2,1	0,4	-3,3	0,6	
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (petites surfaces)	0,9	10,7	4,5	6,2	6,3	2,7	-2,3	1,9	8,1	0,3	
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (grandes surfaces)	10,3	8,2	7,2	6,5	8,2	4,2	-0,4	2,2	3,0	1,8	
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	-1,9	-4,2	-3,7	
Commerce de détail d'appareils électroménagers	0,9	4,2	2,9	4,3	4,7	0,9	0,6	1,0	0,3	-0,4	
Commerce de détail de meubles	1,7	4,0	14,2	4,6	6,1	1,3	-2,4	2,6	-3,9	-1,9	
Commerce de détail autres équipements du foyer	5,2	5,6	-30,0	10,5	9,2	1,5	-1,9	2,6	-17,4	1,0	
En volume											
Équipement du foyer	4,3	7,1	6,3	6,4	8,0	2,6	-0,2	3,2	-0,3	-0,1	
Commerce de détail de textile	-4,7	8,9	3,2	-1,9	2,7	3,3	-2,7	1,8	-4,6	-5,1	
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (petites surfaces)	-0,7	9,6	3,6	4,9	4,5	1,4	-3,0	2,6	8,3	-0,6	
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (grandes surfaces)	9,2	7,7	7,0	6,0	7,2	2,1	-2,0	1,4	1,9	-0,2	
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	-2,0	-5,5	-8,2	
Commerce de détail d'appareils électroménagers	5,8	11,1	11,7	12,9	15,7	9,8	10,3	8,8	7,5	5,3	
Commerce de détail de meubles	1,5	4,2	15,5	5,1	6,9	0,4	-2,4	3,2	-4,0	-2,4	
Commerce de détail autres équipements du foyer	4,9	5,8	-28,9	11,8	10,7	0,6	-1,9	2,4	-18,1	-0,6	

Source : Insee-Comptes du commerce

Dans le secteur du **bricolage** (grandes surfaces et petites quincailleries), les ventes marquent un coup d'arrêt en volume après deux années assez prospères. Ce secteur a finalement assez bien résisté à la baisse d'activité sur le marché de l'immobilier et à la crise économique. Le marché continue de bénéficier d'un certain intérêt des Français pour l'amélioration de leur habitat et pour le bricolage « fait soi-même ». En valeur, les ventes progressent de 1,8 % dans les grandes surfaces de bricolage, la hausse est plus modérée dans les magasins traditionnels de plus petite taille.

L'activité se contracte dans le commerce de **textiles** (- 5,1 % en volume) ainsi que dans les commerces spécialisés dans les **revêtements de sols et murs** (- 8,2 %).

Après un sursaut en 2010, le marché des **meubles** est devenu plus terne en 2011 et 2012. Les ventes ont diminué de 2,4 % en volume en 2012 et ont aussi baissé de 1,9 % en valeur. Cette baisse s'explique par les

⁵⁴ GFK Retail and Technology France

⁵⁵ GIFAM : Groupement Interprofessionnel des Fabricants d'Appareils d'équipement ménager

difficultés économiques des Français, la suppression du prêt à taux 0% et un marché immobilier en berne caractérisé par une diminution des transactions dans l'ancien et du nombre de mises en chantiers de logements neufs⁵⁶.

▪ **Marché des biens culturels et de loisirs en berne sauf pour le commerce d'articles de sport**

L'activité des magasins dans le secteur culturel et des loisirs peine à se maintenir en 2012 après une petite embellie les deux années précédentes. Les ventes diminuent de 0,6 % en volume en 2012, mais progressent légèrement en valeur (+ 1,4 %). L'activité est tirée à la baisse par les moindres 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 2,9 % en volume, mais la hausse des prix permet une progression des ventes en valeur (+ 1,8 %).

En 2012, les fermetures de points de vente de la presse se sont poursuivies, traduisant ainsi les difficultés rencontrées par les kiosquiers.

2012 est une année difficile pour le **commerce de livres**. Les ventes de ce secteur diminuent de 4,4 % en volume alors qu'elles avaient progressé en 2011.

La hausse de la TVA (de 5,5 % à 7 % au 1^{er} avril 2012) conjuguée à la baisse du pouvoir d'achat des Français pourraient expliquer les difficultés du marché du livre⁵⁷. Par ailleurs, les librairies doivent faire face à la concurrence croissante des grandes surfaces spécialisées et de la vente de livres sur internet. Le marché du livre numérique, encore marginal, ne menace pas pour l'instant l'activité des librairies.

Depuis 2008, le commerce **d'enregistrement musicaux et vidéos** s'est fragilisé. En 2012, la situation se détériore nettement : les ventes reculent de 12,5 % en volume et de 13,0 % en valeur. Les enseignes du commerce d'enregistrements musicaux et vidéos souffrent des conséquences du développement du marché numérique. En 2012, les ventes physiques de CD et de DVD continuent de reculer au profit des ventes numériques. Comme en 2011, les bons résultats 2012 des ventes en téléchargement ne suffisent pas à compenser la baisse des ventes d'albums en magasins⁵⁸. En 2012, les ventes sur les plateformes de téléchargements (internet et téléphonie mobile) représentent 16 % (en valeur) du marché de détail de la musique enregistrée.

Sur le marché des biens culturels et de loisirs, seul le secteur du commerce **d'articles de sport** est en expansion. Pour la troisième année consécutive, les ventes progressent de 3,0 % en 2012 en volume et 3,0 % en valeur. Ce marché tire son dynamisme de bonnes ventes d'articles de sport dédiés à la pratique du running et du fitness (vêtements et chaussures). Ce marché a été plus particulièrement soutenu par une clientèle masculine⁵⁹. Les ventes de ski ont également contribué à la bonne santé du marché du sport.

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

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

Source : Insee-Comptes du commerce

⁵⁶ LSA : le magazine de la grande distribution (08/02/2013) et bilan FNAEM (Fédération française du négoce de l'ameublement et de l'équipement de la maison)

⁵⁷ Bilan GFK et LSA : le magazine de la grande distribution (18/03/2013)

⁵⁸ SNEP : Syndicat national de l'édition phonographique

⁵⁹ FPS : Fédération Professionnelle des Entreprises du Sport et des Loisirs

Après une année 2011 exceptionnelle, l'activité a tendance à se stabiliser sur le marché des **jeux et jouets**. En 2012, les ventes affichent une légère baisse en volume comme en valeur, mais restent toujours élevées. En 2012, le marché du jouet n'a pas été stimulé par un phénomène de mode, comme cela avait été le cas en 2011 (envolée des ventes de toupies et succès des jouets sous licence)⁶⁰. Par ailleurs, les conditions météo du printemps et de l'été 2012 n'ont pas été propices aux ventes de jouets d'extérieur.

▪ **Une activité encore dynamique 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.*

	<i>En %</i>										
Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	
En valeur											
Habillement-chaussures	2,8	0,0	4,7	5,4	4,5	0,6	0,6	1,0	2,7	3,1	
Commerce de détail d'habillement	3,4	-1,7	6,5	4,9	4,3	0,5	0,5	0,7	4,3	3,2	
Commerce de détail de la chaussure	0,1	8,0	-2,9	7,4	5,3	0,9	1,4	2,7	-5,3	2,9	
Autres équipements de la personne	0,6	6,0	3,3	6,5	6,2	2,8	1,1	4,8	11,4	5,2	
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	8,1	15,1	11,5	
Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté	-1,2	9,6	3,1	3,7	8,1	3,6	0,6	4,4	13,0	4,9	
Commerce de détail d'horlogerie et de bijouterie	-3,3	-0,7	1,5	5,9	7,0	2,8	-1,2	7,7	8,9	7,0	
Commerce de détail d'optique	6,9	8,1	3,7	8,6	3,6	1,8	2,2	2,1	10,4	1,7	
Pharmacies et commerce articles médicaux et orthop.	6,2	6,5	5,1	4,4	3,1	2,2	3,0	2,0	5,2	0,3	
Autres commerce en magasin spécialisés (1)	3,9	4,2	8,1	5,9	2,8	9,2	-8,7	4,0	0,6	3,9	
En volume											
Habillement-chaussures	3,3	-0,1	4,5	5,3	3,9	0,0	-0,3	0,5	2,0	1,0	
Commerce de détail d'habillement	4,0	-1,6	6,4	4,8	3,9	0,0	-0,4	0,4	3,7	1,0	
Commerce de détail de la chaussure	0,3	7,2	-3,6	7,4	4,0	0,0	0,3	1,4	-6,4	1,3	
Autres équipements de la personne	-1,2	4,8	2,6	3,8	4,1	1,2	0,3	3,6	9,2	3,2	
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	7,1	11,6	7,9	
Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté	-4,5	8,2	3,4	2,5	7,1	1,1	-0,8	3,9	11,9	3,6	
Commerce de détail d'horlogerie et de bijouterie	-4,6	-1,7	0,3	-3,4	0,4	-4,2	-6,9	-1,6	-3,5	-1,5	
Commerce de détail d'optique	5,5	6,8	2,6	8,7	3,0	4,9	5,6	5,4	14,3	3,9	
Pharmacies et commerce articles médicaux et orthop.	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	3,8	6,7	2,8	
Autres commerce en magasin spécialisés (1)	3,9	4,5	6,5	5,1	3,3	1,9	-0,2	0,6	-2,9	0,8	

Source : Insee - Comptes du commerce

▪ **Petite progression des ventes des magasins d'habillement-chaussure**

En 2012, les ventes des magasins d'habillement-chaussures augmentent de 1,0 % en volume et de 3,1 % en valeur. Après une stabilité en 2011, les prix de l'habillement-chaussure ont progressé de 2,2% en 2012 en raison d'une hausse des coûts des matières premières.

Dans le secteur de l'**habillement** (grandes enseignes d'habillement et boutiques indépendantes), l'activité progresse de 1,0 % en volume malgré la hausse des prix des vêtements et un pouvoir d'achat plus limité des ménages en 2012.

Comme en 2011, le bilan des soldes 2012 est assez mitigé dans les commerces de prêt-à-porter. Les consommateurs semblent étaler de plus en plus leurs achats de vêtements tout au long de l'année. Les ventes de vêtements en ligne sur des sites internet spécialisés continuent d'avoir le vent en poupe, notamment en période de soldes.

Le marché de l'habillement semble mieux résister sur le segment hommes et enfants que celui pour femmes. Il est dynamisé par les ventes d'accessoires de mode (maroquinerie, bonnets, casquettes...).

Le secteur de la **chaussure** a évolué de façon similaire à celui de l'habillement : les ventes ont cru de 1,3 % en volume et plus fortement en valeur (2,9 %) en raison de prix plus élevés.

⁶⁰ FJP : Fédération française des industries jouet puériculture

- **Forte croissance dans les secteurs de la maroquinerie et des articles de voyage**

Les ventes des magasins consacrés **aux autres équipements de la personne** bénéficient pour la troisième année successive d'une croissance encore assez dynamique (+ 3,2 % en volume). La progression des ventes est davantage marquée en valeur (+ 5,2%).

En 2012, les ventes du commerce de détail de la **maroquinerie et des articles de voyage** poursuivent leur croissance très dynamique (+ 7,9 % en volume et + 11,5 % en valeur) grâce notamment, à l'augmentation persistante de la fréquentation touristique dans les enseignes de la maroquinerie de luxe.

Le résultat est plus mitigé dans le commerce d'**horlogerie et de bijouterie** : en 2012, les ventes poursuivent le mouvement de baisse (- 1,5%), entamé il y a une dizaine d'années. En revanche, elles progressent de 7,0 % en valeur en raison de la vigueur persistante des cours des métaux précieux, notamment de l'or et d'une bonne demande de montres sur le segment haut-de-gamme. En 2012, le marché des montres a été plus dynamique que le marché des bijoux, surtout en or.⁶¹

L'expansion du commerce de la **parfumerie et des produits de beauté** n'est pas aussi florissante qu'en 2011, mais elle bénéficie encore d'une conjoncture favorable en 2012. Les ventes progressent de 3,6 % en volume et de 4,9% en valeur.

Bien que ralentie par rapport à 2011, l'activité du secteur de l'**optique** résiste bien au contexte économique défavorable. Les ventes du commerce d'optique progressent de 3,9 % en volume et de 1,7 % en valeur en 2012. La croissance du marché a été soutenue en 2012 par les bonnes ventes de verres de correction, situés dans une gamme de prix élevés. De plus, ce secteur continue de bénéficier de la croissance et du vieillissement de la population.⁶²

- **Ralentissement des ventes dans les pharmacies**

Les ventes des **commerces de produits pharmaceutiques et d'articles médicaux et orthopédiques** ralentissent nettement en 2012. L'augmentation de 2,8 % des ventes en volume en 2012 est la plus faible de ces dix dernières années.

En valeur, les ventes sont stables (+ 0,3 %) du fait d'une plus forte pénétration des médicaments génériques qui s'accompagne d'une baisse des prix. Le développement des grands conditionnements pour les traitements de longue durée va également dans ce sens.

L'absence d'épidémie hivernale conséquente, la diminution du nombre et des montants des prescriptions et le déremboursement de certains médicaments expliquent le ralentissement du rythme de croissance des ventes de médicaments.

⁶¹ Comité Francéclat et Xerfi

⁶² GFK Retail and Technology France

1.5 - Un bilan en demi-teinte pour le commerce hors magasin

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. En 2012, l'activité est freinée pour le commerce hors magasin : les ventes restent stables en volume après deux années dynamiques.

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	2012p
En valeur										
Commerce hors magasin	3,8	5,7	0,9	2,1	2,0	0,1	-3,7	2,0	1,5	1,8
Commerce sur éventaire ou marché	2,2	0,1	1,6	-0,5	1,8	-0,1	-0,9	2,4	-0,6	0,7
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,5	8,2	0,6	3,2	2,1	0,1	-4,7	1,8	2,2	2,2
En volume										
Commerce hors magasin	3,0	5,9	1,4	1,8	1,8	-0,9	-3,0	2,0	0,9	0,1
Commerce sur éventaire ou marché	0,5	0,5	1,0	-2,3	0,3	-2,7	-1,1	0,8	-2,0	-2,3
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,2	8,4	1,6	3,5	2,4	-0,2	-3,7	2,4	2,0	1,0

Source : Insee - Comptes du commerce

L'activité du **commerce sur éventaire ou marché** se replie après l'embellie de 2010. Les ventes de ce secteur diminuent de nouveau en 2012 de 2,3 % en volume ; en valeur, elles se stabilisent.

La progression des ventes est de 1,0 % pour la **vente à distance et les autres formes de commerce**. Les évolutions sont assez disparates au sein de ce secteur. Les ventes à distance sur catalogue spécialisé progressent de 3,9 % en volume et celles sur catalogue général de 0,8 %. En valeur, les ventes progressent respectivement de 4,3 % et 1,9 %.

A l'inverse, les autres formes de vente à distance connaissent des résultats plus médiocres (-1,6 % pour les ventes à domicile et - 4,4 % pour les ventes par automate).

Les ventes sur internet continuent de progresser en 2012. Le commerce sur internet a profité de l'arrivée de nouveaux acheteurs en ligne, de la création de sites marchands et de la hausse du nombre de transactions. En revanche, le montant moyen de la transaction est en baisse.

Les ventes sur internet de vêtements, de produits high-tech et électroménagers continuent de croître en 2012⁶³. Cependant, les plus gros chiffres d'affaires du commerce électronique concernent les ventes de services, notamment les voyages⁶⁴.

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. L'estimation de ces ventes par le biais de la source d'entreprise Esane est à l'étude.

⁶³ FEVAD : Fédération e-commerce et vente à distance

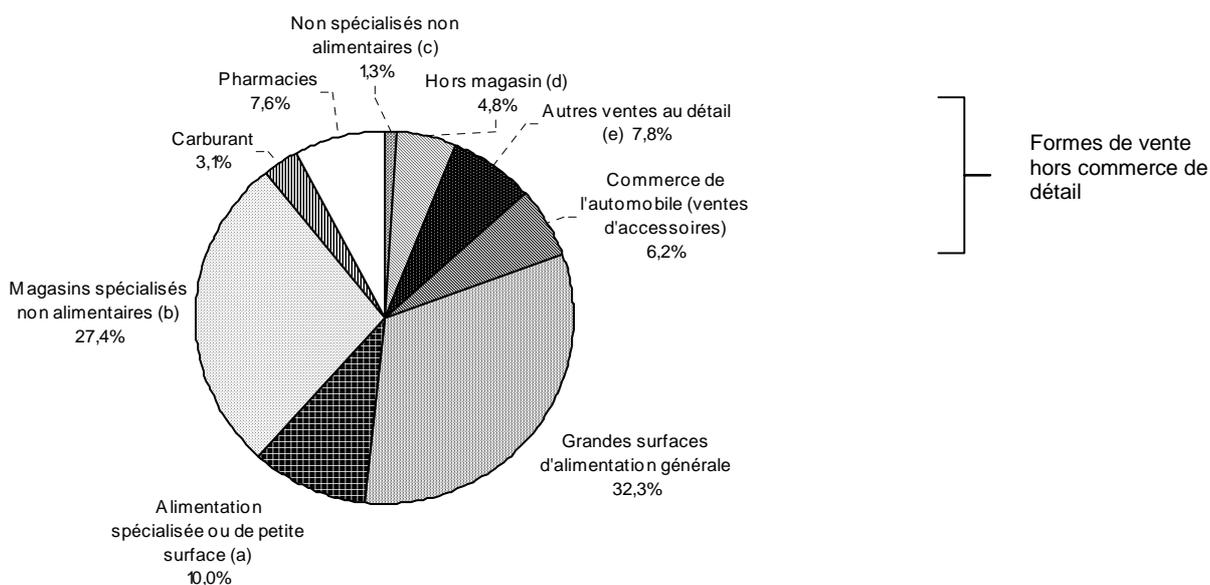
⁶⁴ Ces ventes de services ne sont pas comptabilisées dans les montants du tableau 1-9 qui ne concerne que les ventes de marchandises des secteurs commerciaux.

2 - Les parts de marché par forme de vente

En 2012, l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial réalise 86,6 % des ventes de produits commercialisables hors ventes d'automobiles⁶⁵ (graphique 1 et tableau 2). Le secteur du commerce et de la réparation automobile représente 6,2 % de ces ventes (équipements automobiles, vente et réparation de motocycles). Les autres secteurs (grossistes, producteurs et prestataires de services) réalisent le complément (7,2 % 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, 5,7 milliards d'euros en 2012.

Graphique 1 : Parts de marché par forme de vente (en pourcentage des ventes des produits commercialisables hors véhicules automobiles) en 2012



Source : Insee - Comptes du commerce

- (a) Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale
- (b) Hors commerces de carburant et pharmacies
- (c) Grands magasins, drugstores, bazars...
- (d) Vente sur marchés, vente à distance et autres...
- (e) Ventes au détail des grossistes et des prestataires de services, ventes directes des producteurs

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

⁶⁵ 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	2012p
Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale	10,3	10,3	10,0	10,0
Grandes surfaces d'alimentation générale	32,2	32,2	32,1	32,3
Supermarchés	13,1	13,2	13,2	13,3
Hypermarchés	18,5	18,5	18,3	18,4
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,3	1,3	1,3	1,3
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)	37,9	37,8	38,0	38,1
Carburant	2,6	2,8	3,0	3,1
Pharmacies (1)	7,7	7,6	7,7	7,6
Autres	27,7	27,5	27,3	27,4
Commerce hors magasin	4,9	4,9	4,8	4,8
Eventaire et marché	1,3	1,3	1,2	1,2
Vente à distance	2,7	2,7	2,8	2,8
Autres formes	0,9	0,9	0,8	0,8
ENSEMBLE COMMERCE DE DETAIL ET ARTISANAT A CARACTERE COMMERCIAL	86,6	86,5	86,3	86,6
Ventes au détail du commerce automobile (2)	6,4	6,4	6,4	6,2
Autres ventes au détail (3)	7,0	7,1	7,3	7,2
ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL (EN %)	100%	100%	100%	100%
ENSEMBLE DES VENTES AU DETAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC	529,0	544,4	561,7	571,0

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 32,3 % en 2012. Elle a peu bougé lors des trois années précédentes.

La part des commerces alimentaires spécialisés se maintient à 10,0 %.

La part des commerces non alimentaires spécialisés se stabilise aux alentours de 38 %. Au sein de ce secteur, la part de marché des pharmacies s'établit à 7,6 %.

Enfin, la part du commerce et réparation automobile s'élève à 6,2 % en 2012.

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 générale⁶⁶ commercialisent un peu moins de deux tiers des produits alimentaires (hors tabac) (tableau 3). En 2012, leur part de marché sur ces produits s'élève à 64,4 %, en recul de 2,2 points par rapport à 2010.

La part des **petites surfaces alimentaires** (supérettes, alimentations générales, commerces de surgelés) reste stable à 7,2 % en 2012. La part des **commerces alimentaires spécialisés**, y compris l'artisanat commercial s'élève à 18,5 % en 2012, en hausse de 0,1 point par rapport à 2010.

Les **ventes hors magasin** de produits alimentaires représentent 6,0 % des ventes totales de produits alimentaires en 2012, elles ont gagné 0,8 point en deux ans.

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

Formes de vente *	2009	2010	2011	2012p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial	18,4	18,4	18,6	18,5
Boulangeries-pâtisseries	7,1	7,1	7,1	7,0
Boucheries-charcuteries	5,1	5,0	4,9	4,8
Autres magasins d'alimentation spécialisée	6,3	6,3	6,7	6,7
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	7,2	7,2	7,1	7,2
Grandes surfaces d'alimentation générale	66,6	66,6	65,4	64,4
Supermarchés	29,1	29,1	28,5	27,6
Hypermarchés	36,3	36,3	35,7	35,5
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	0,1	0,1	0,1	0,2
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)	0,8	0,8	1,1	1,3
Carburant	0,2	0,2	0,3	0,4
Pharmacies (1)	0,3	0,3	0,4	0,4
Autres	0,7	0,7	0,7	0,7
Commerce hors magasin	5,2	5,2	5,5	6,0
Eventaire et marché	2,8	2,8	2,8	2,8
Vente à distance	1,2	1,2	1,5	1,9
Autres formes	1,2	1,2	1,3	1,3
ENSEMBLE COMMERCE DE DETAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL	98,3	98,4	97,9	97,6
Ventes au détail du commerce automobile	0,0	0,0	0,0	0,0
Autres ventes au détail (2)	1,6	1,6	2,1	2,4
ENSEMBLE DES VENTES AU DETAIL (EN %)	100%	100%	100%	100%
ENSEMBLE DES VENTES AU DETAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC	168,0	171,4	176,3	182,4

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

⁶⁶ 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 2012, la part de marché des **grandes surfaces d'alimentation générale** sur le marché des produits non alimentaires s'élève à 18,1 % (tableau 4), en légère progression par rapport aux années précédentes.

L'ensemble du **commerce non alimentaire spécialisé** représente 56,7 % 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 40,6 %. Le développement de ces commerces est à relier à celui des grandes surfaces spécialisées (la nomenclature ne permettant pas de les isoler directement, elles sont abordées avec une méthodologie différente dans le chapitre 3 sur le grand commerce non alimentaire spécialisé).

Les **grands magasins** maintiennent leur part de marché en 2012. Ils représentent 2,0 % du marché des produits non alimentaires.

La part de marché de la **vente à distance**, principale composante du commerce hors magasin, pour les produits non alimentaires atteint 3,4 % en 2012. Cette part reste encore modérée malgré la percée des ventes sur internet. Pour rappel, elle a été calculée sur le champ des établissements dont l'activité principale est la vente à distance. Pour l'ensemble des secteurs de l'artisanat commercial et du commerce de détail, la part du chiffre d'affaires de la vente à distance est estimée à 4,4 % (3,2 % via internet), selon l'enquête annuelle d'entreprises 2011. Cette part est chiffrée sur l'ensemble des produits (alimentaires ou non alimentaires).

Les autres formes de ventes hors magasins (**marchés, vente à domicile et vente par automate**) représentent seulement 1,0 % de l'ensemble des formes de ventes pour les produits non alimentaires.

Tableau 4 : Parts de marché (en %) - Produits non alimentaires (y compris produits énergétiques et liés à l'automobile, hors véhicules automobiles), en valeur T.T.C.

Formes de vente *	2009	2010	2011	2012p
Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale	0,9	0,9	0,7	0,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	16,9	17,2	17,8	18,1
Supermarchés	5,9	6,1	6,6	7,0
Hypermarchés	10,7	10,8	10,9	11,0
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,9	1,9	1,9	2,0
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)	56,6	56,3	56,3	56,7
Carburant	3,8	4,1	4,4	4,6
Pharmacies (1)	11,6	11,5	11,7	11,6
Autres	41,2	40,7	40,2	40,6
Commerce hors magasin	5,0	4,9	4,7	4,4
Eventaire et marché	0,6	0,6	0,6	0,5
Vente à distance	3,6	3,5	3,5	3,4
Autres formes	0,8	0,8	0,6	0,5
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL	81,3	81,3	81,3	81,8
Ventes au détail du commerce automobile (2)	9,8	9,8	9,8	9,6
Autres ventes au détail (3)	8,9	8,9	8,9	8,6
ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL EN %	100%	100%	100%	100%
ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC	343,8	354,9	366,4	369,1

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 - Baisse en volume de la consommation commercialisable des ménages

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

En 2012, la consommation commercialisable, y compris le poste « vente et réparation automobile », s'élève à 558 milliards d'euros. Elle est en hausse de 1,0 % en valeur, mais se replie de 0,9 % en volume (après + 1,0 % en 2011 et + 1,2 % en 2010). Elle n'avait pas connu un tel recul depuis 1993. Les évolutions observées les cinq dernières années contrastent avec celles, plutôt dynamiques, du début des années 2000. La hausse moyenne calculée sur la période de 2000 à 2007 s'élève à 2,5 % (voir annexe statistique III).

En 2012, le commerce de détail et de le commerce automobile sont en phase avec ces évolutions : les ventes cumulées de ces deux secteurs progressent de 0,8 % en valeur et diminuent de 1,1% en volume.

Les achats d'automobiles sont usuellement isolés au sein de la consommation commercialisable. En effet, bien que les achats d'automobiles effectués par les ménages soient classés par la comptabilité nationale en consommation finale, de tels achats, par leur importance et leur pérennité, sont intermédiaires entre consommation courante et investissement. Ils fluctuent davantage que l'ensemble de la consommation commercialisable. Conséquence de l'effondrement des achats de voitures neuves par les ménages en 2012, la consommation des produits automobiles diminue de 5,8 % en volume et de 3,9 % en valeur.

Hors achats d'automobiles, la consommation commercialisable augmente en 2012 de 2,0 % en valeur et se stabilise en volume (+ 0,1 %).

La consommation de **produits alimentaires y compris tabac** est globalement stable en volume (+ 0,1 %), mais progresse de 3,4 % en valeur grâce à une progression importante des prix. Seuls le pain-pâtisserie, les fruits et légumes, la chocolaterie et l'épicerie ont connu des hausses des volumes consommés.

La consommation de **produits non alimentaires, hors achats d'automobiles** s'érode en volume : - 0,3 % en 2012 après + 1,3 % en 2011 et + 1,8 % en 2010. Ce résultat s'explique par le ralentissement de la demande en biens techniques.

Après une stabilisation en 2011, le **poste « vente et réparation automobile »** diminue sensiblement en 2012 (- 8,3 % en volume et - 6,0 % en valeur).

La conjoncture dégradée de 2012 pénalise les achats de **voitures , en particulier ceux de voitures neuves** (- 13,6 % en volume). La consommation des ménages en **voitures d'occasion**, qui ne comprend que la marge des revendeurs diminue légèrement en 2012 (- 0,8 %) après avoir augmenté en 2011.

Enfin, les dépenses d'**entretien et réparation de véhicules automobiles** fléchissent de 3,7 % en volume.

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

SECTEUR	a	b	c	d	e	f = a+b+c+d+e	g	h	i = f+g+h	j	k=i - j
	Commerce d'alimentation spécialisée et de petite surface (1)	Grandes surfaces d'alimentation générale	Commerce non alimentaire non spécialisé	Commerce non alimentaire spécialisé	Commerce hors magasin	Total commerce de détail et artisanat	Commerce et réparation automobile	Ventes au détail des autres secteurs (2)	Total des ventes au détail (y.c. commerce automobile)	Correction (3)	Consommation commercialisable des ménages
ACTIVITÉS											
Ventes au détail de marchandises (hors auto)											
Produits alimentaires	55,1	117,6	0,4	8,2	11,1	192,3	0,0	9,5	201,9	10,8	191,1
Produits non alimentaires	1,8	39,7	7,2	191,8	16,2	256,7	0,4	27,6	284,6	39,6	245,0
Produits liés à l'automobile	0,4	27,2	0,0	17,6	0,1	45,3	35,1	4,1	84,5	12,4	72,0
Total des ventes au détail (hors auto)	57,2	184,4	7,6	217,5	27,5	494,3	35,5	41,2	571,0	62,8	508,1
Vente et réparation automobile	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	79,6	3,6	83,3	33,4	50,0
Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile en secteur d'établissement	57,2	184,5	7,6	217,6	27,5	494,4	115,1	44,8	654,3	96,2	558,1
Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile en secteur d'entreprise (4)=(6)+(5)	51,9	192,5	8,0	230,7	25,4	508,5	111,7				
Valorisation des commissions en ventes - ventes ne relevant pas du commerce de détail (5)	2,5	-17,2	-0,5	-5,4	-1,8	-22,5	-76,1				
Chiffre d'affaires en secteur d'entreprise (6)	49,4	209,8	8,5	236,1	27,2	531,0	187,8				

Passage de la consommation commercialisable des ménages au chiffre d'affaires du commerce de détail et du commerce et réparation automobile en 2012 (milliards d'euros TTC)

Source : Insee - Comptes du Commerce

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

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

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

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

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

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

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

Lecture :

a) Le **chiffre d'affaires total du commerce de détail et de l'artisanat** en secteur d'entreprise (colonne f), s'élève à 531 milliards d'euros. Le montant des *ventes au détail et de ventes et réparation automobile en secteur d'entreprise* est de 508,5 milliards d'euros. Pour obtenir les ventes, il a fallu ajouter au chiffre d'affaires la valorisation des ventes de produits sur lesquelles les professionnels du commerce ne perçoivent que des commissions et déduire les ventes qui ne relèvent pas du commerce de détail (commerce de gros, ventes de services, ventes de biens). Une seconde phase consiste à transformer les ventes en secteur d'entreprise en ventes en secteur d'établissement à l'aide d'une matrice de passage entreprise/établissement qui ventile le chiffre d'affaires des entreprises par formes de vente.

b) Pour passer à la consommation commercialisable, il a fallu ajouter aux 494,4 milliards d'euros de *ventes au détail et de ventes et réparations automobile* des secteurs du commerce de détail et de l'artisanat les 115,1 milliards des *ventes et réparations du secteur du commerce et réparation automobile* et les 44,8 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 654,3 milliards d'euros.

c) L'ensemble de la **consommation commercialisable**, de 558,1 milliards d'euros, s'obtient en retranchant à la totalité des 654,3 milliards d'euros de *ventes au détail réalisées par l'ensemble des secteurs de l'économie*, 96,2 milliards de ventes correspondant soit aux *achats effectués au détail par des utilisateurs professionnels*, soit à la *correction appliquée pour les biens existants*. Les biens d'occasion, en effet, ne sont comptabilisés en consommation des ménages que pour la seule valeur de la marge commerciale perçue par l'opérateur commercial.

Encadré 2 : Évaluation et révision des ventes au détail

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

Les évolutions des ventes au détail présentées sur l'année 2012 sont **provisoires** (p). Elles sont issues de la version provisoire de la consommation commercialisable⁶⁷ et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations que remplissent les entreprises pour le paiement de la TVA. Par construction, le traitement des restructurations pour ces indices au moment des évaluations provisoires diffère légèrement du traitement effectué *in fine* sur les déclarations fiscales des entreprises.

Les évolutions de 2011 sont **définitives**. Elles se fondent sur la version définitive de la consommation commercialisable, identique à la version semi-définitive en base 2005, 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 :

		2007	2008	2009	2010	2011	2012
Rapport de décembre 2013 (base 2005)	en valeur	+ 3,6	+ 3,1	- 2,9	+ 2,8	+ 2,9 (def)	+ 2,0 (p)
	en volume	+ 3,5	+ 0,5	- 1,0	+ 1,7	+ 1,0 (def)	+ 0,1 (p)
Rapport de juin 2013 (base 2005)	en valeur	+ 3,6	+ 3,1	- 2,9	+ 2,8	+ 3,2 (p)	+ 2,0 (p)
	en volume	+ 3,5	+ 0,5	- 1,0	+ 1,7	+ 1,2 (p)	+ 0,1 (p)
Rapport de déc.2012 (base 2005)	en valeur	+ 3,6	+ 3,1	- 2,9	+ 2,8 (def)	+ 3,1 (p)	
	en volume	+ 3,5	+ 0,5	- 1,0	+ 1,7 (def)	+ 1,9 (p)	
Rapport de juin 2012 (base 2005)	en valeur	+ 3,6 (r)	+ 3,1 (def)	- 2,9 (def)	+ 2,4 (r)	+ 3,1 (p)	
	en volume	+ 3,5 (r)	+ 0,5 (def)	- 1,0 (def)	+ 1,4 (p)	+ 1,3 (p)	
Rapports de juin et déc. 2011 (base 2005)	en valeur	+ 3,6 (r)	+ 3,1 (def)	- 2,9 (r)	+ 2,6 (p)		
	en volume	+ 3,5 (r)	+ 0,5 (def)	- 1,0 (r)	+ 1,6 (p)		
Rapports de juin et déc. 2010 (base 2000)	en valeur	+ 3,7 (r)	+ 2,6 (r)	- 1,5(p)			
	en volume	+3,6 (r)	+ 0,2 (r)	+0,0 (p)			
Rapport déc. 2009 (base 2000)	en valeur	+ 3,7 (r)	+ 2,5 (p)				
	en volume	+3,6 (r)	+ 0,2 (p)				
Rapport juin 2009 (base 2000)	en valeur	+ 3,4 (r)	+ 2,5 (p)				
	en volume	+ 3,4 (r)	+ 0,2 (p)				

(def) données définitives

(r) données révisées ou semi-définitives

(p) données provisoires

⁶⁷ Voir l'avertissement, page 7

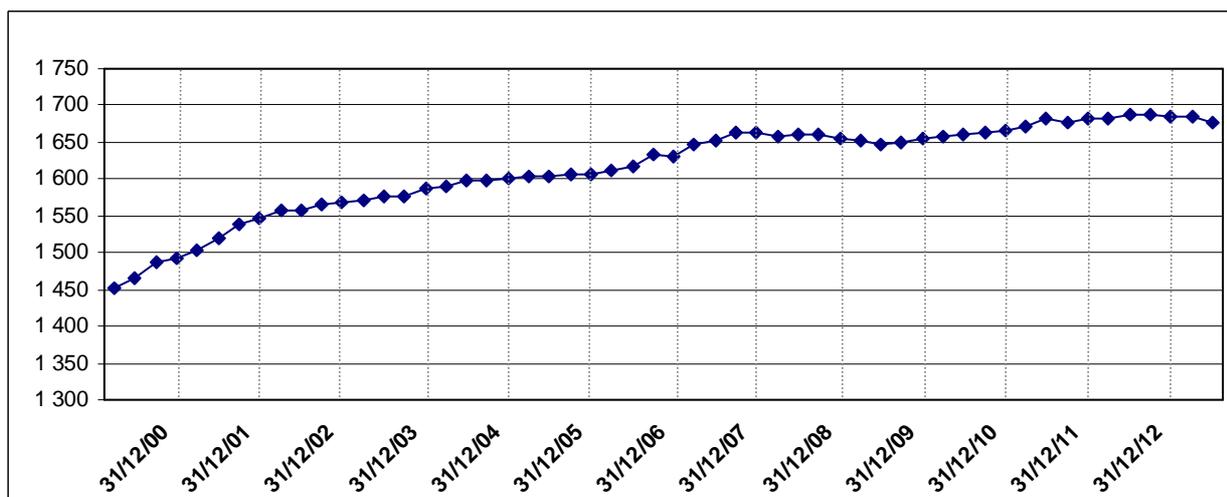
4 - Très légère hausse des effectifs salariés dans le commerce de détail

Au 31 décembre 2012, le commerce de détail (hors artisanat commercial) emploie 1 684 900 salariés, soit plus de la moitié (56 %) des effectifs salariés du commerce. 47 % des salariés du commerce de détail sont des employés, 44 % sont des artisans, commerçants et chefs d'entreprise et 9 % sont des ouvriers.

4.1 - En 2012, l'emploi salarié augmente très légèrement en glissement annuel

L'emploi salarié du commerce de détail (hors artisanat commercial) comprend 2 600 salariés de plus fin 2012 qu'un an plus tôt. Il augmente donc à peine en 2012 (+ 0,2 %), après avoir retrouvé son rythme de croissance en 2011 (+ 1,0 %) et en 2010 (+ 0,6 %).

Graphique 2 : 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 2012, respectivement 12,7 % et 22,7 % des salariés de ces secteurs ont moins de 25 ans). Le commerce de détail est également très féminisé (59,9 % de femmes). Près de la moitié des salariés du commerce de détail sont des employés, proportion élevée par rapport à l'ensemble de l'économie (28,2 %)⁶⁸.

L'emploi à temps partiel est environ trois fois plus répandu dans le commerce de détail (35,9 % de l'emploi en 2011) que dans le commerce de gros et le commerce et la réparation automobile où il représente respectivement 13,6 % et 10,7 % de l'emploi total. En conséquence, en 2011, le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel⁶⁹ représente 27,1 % du volume d'emploi salarié dans le commerce de détail, contre seulement 8,8 % dans le commerce de gros et 6,2 % dans le commerce et la réparation automobile.

En 2011, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein du temps partiel) a représenté 66,6 % d'un temps plein dans le commerce de détail⁷⁰. Si l'emploi à temps partiel était réparti uniformément sur l'ensemble des emplois salariés, chaque emploi salarié représenterait 88,0 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

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

⁶⁸ Cf. tableau V-2 en annexe

⁶⁹ Cf. annexe méthodologique n°VI : Méthodes et sources sur l'emploi

⁷⁰ Cf. tableau V-3 en annexe

4.3 - 41 % des employés du commerce de détail travaillent le dimanche en 2012

En 2012, 32 % des actifs tous secteurs confondus travaillent le dimanche occasionnellement ou habituellement. Ils sont 41 % dans le commerce de détail. Les plus concernés par le travail dominical sont les vendeurs du commerce de détail de fleurs et les vendeurs de produits sur éventaires et marchés : plus des trois quarts d'entre eux travaillent le dimanche. Sont également très concernés : les vendeurs du commerce de détail de fruits et légumes, ceux du commerce de poissons, les vendeurs de pain, pâtisserie et confiserie, ceux du commerce de tabac et les commerçants de carburants en magasins spécialisés : plus des 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, c'est dans l'agriculture (69 %), et dans l'hébergement et la restauration (63 %) qu'il est le plus répandu. Il est aussi fréquent dans l'agroalimentaire (42 %) et dans le domaine de l'administration publique, enseignement, santé humaine et action sociale (41 %).

D'autre part, 52 % des actifs tous secteurs confondus travaillent le samedi occasionnellement ou habituellement en 2012. Parmi les employés du commerce de détail, ce taux s'élève à 86 % en 2012. 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 - Le taux de sous-emploi en légère diminution entre 2011 et 2012 dans le commerce de détail

En 2012, comme en 2011, la précarité⁷¹ touche 12 % des actifs occupés du commerce de détail. Toutes catégories socioprofessionnelles confondues, elle concerne 12 % des femmes (12 % en 2011) et 10 % des hommes (12 % en 2011).

Comme en 2011, le taux de sous-emploi⁷² a baissé d'un point en 2012 dans le secteur du commerce de détail, après avoir augmenté de deux points en 2010. Parmi les personnes travaillant à temps partiel dans le commerce de détail, la part de temps partiel subi⁷³ diminue (- 3 points en 2012). Cette diminution bénéficie aux hommes (- 6 points), employés en tête (- 9 points). Pour les femmes, la part de temps partiel subi diminue faiblement (- 1 point). Elle diminue en particulier pour les artisanes, commerçantes, chefs d'entreprise, cadres et professions intermédiaires (- 7 points) et pour les ouvrières (- 6 points).

Tableau 5 : Précarité de l'emploi dans le commerce de détail en 2010, 2011 et 2012

	Part des emplois précaires (en %)								
	2010			2011			2012		
	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble
Employés	17	14	15	22	17	18	18	17	17
Ouvriers	15	20	16	18	12	17	17	14	16
Autres *	4	6	5	5	4	5	4	6	5
Ensemble	10	11	11	12	12	12	10	12	12

Source : Insee - Enquêtes emploi de 2010, 2011 et 2012

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

⁷¹ Les emplois précaires sont des emplois salariés dont la durée est soit limitée (contrats de durée déterminée, stages, emplois aidés comme les contrats emploi solidarité, les contrats initiative emploi, les emplois jeunes), soit incertaine (intérim).

⁷² 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.

⁷³ La part de temps partiel subi rapporte le nombre de personnes à temps partiel en situation de sous-emploi au nombre total de personnes travaillant à temps partiel.

Tableau 6 : Sous-emploi dans le commerce de détail en 2010, 2011 et 2012

	Taux de sous-emploi (en %)								
	2010			2011			2012		
	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble
Employés	7	18	15	9	14	13	6	15	13
Ouvriers	5	22	9	5	19	8	4	12	6
Autres *	4	4	4	4	5	4	4	4	4
Ensemble	5	13	10	5	11	9	4	11	8

Source : Insee - Enquêtes emploi de 2010, 2011 et 2012

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

Tableau 7 : Part de temps partiel subi dans le commerce de détail en 2010, 2011 et 2012

	Part de temps partiel subi (en %)								
	2010			2011			2012		
	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble
Employés	33	42	41	45	36	37	36	37	37
Ouvriers	51	51	51	51	43	46	55	37	44
Autres *	32	21	24	34	27	29	29	20	22
Ensemble	36	38	38	42	34	36	36	33	33

Source : Insee - Enquêtes emploi de 2010, 2011 et 2012

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

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

Au 1^{er} janvier 2012, 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 2012). Les créations d'entreprises dans le commerce de détail diminuent (- 5,3 %) en 2012, tout comme 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 2009 et 2012

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2009	2010	2011	2012	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Commerce de détail en magasin non spécialisé	3 999	4 001	3 925	3 790	0,1	-1,9	-3,4
CD alimentaire en magasin spécialisé	4 721	4 907	4 538	4 325	3,9	-7,5	-4,7
CD non alimentaire en magasins spécialisés	26 738	25 822	23 475	22 189	-3,4	-9,1	-5,5
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	162	132	121	122	-18,5	-8,3	0,8
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	2 005	1 569	1 255	1 121	-21,7	-20,0	-10,7
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	4 210	4 005	3 514	3 228	-4,9	-12,3	-8,1
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	2 269	2 172	1 930	1 763	-4,3	-11,1	-8,7
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	18 092	17 944	16 655	15 955	-0,8	-7,2	-4,2
Commerce de détail sur éventaires et marchés	32 969	29 165	24 621	23 461	-11,5	-15,6	-4,7
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	23 001	24 749	20 578	19 291	7,6	-16,9	-6,3
COMMERCE DE DETAIL	91 428	88 644	77 137	73 056	-3,0	-13,0	-5,3

Source : Insee - Sirène (France Entière)

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

Tableau 9 : Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles* en milliers au 1^{er} janvier et leur évolution en % entre début 2009 et début 2012

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2009	2010	2011	2012	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Commerce de détail en magasin non spécialisé	33,0	34,2	35,0	37,3	3,6	2,4	6,6
CD alimentaire en magasin spécialisé	45,8	46,5	47,2	47,4	1,7	1,3	0,6
CD non alimentaire en magasins spécialisés	230,9	234,8	236,3	236,3	1,7	0,6	0,0
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	4,3	4,2	4,0	4,0	-2,7	-4,5	-1,9
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	7,1	8,0	8,3	8,4	12,7	4,2	1,3
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	40,0	39,7	39,3	38,8	-0,9	-1,0	-1,2
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	27,8	27,6	27,3	26,8	-0,5	-1,2	-1,7
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	151,6	155,3	157,4	158,2	2,4	1,3	0,6
Commerce de détail sur éventaires et marchés	86,2	97,7	98,3	96,4	13,4	0,6	-2,0
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	15,3	28,3	36,0	38,4	84,7	27,4	6,8
COMMERCE DE DETAIL	411,1	441,5	452,8	455,8	7,4	2,5	0,7

Source : Insee - Sirène (France Entière)

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

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 vente⁷⁴). Les évolutions ne sont donc pas parfaitement comparables.

Définition :

Le grand commerce non alimentaire spécialisé est défini⁷⁵ comme l'ensemble des entreprises⁷⁶ dont l'activité principale relève du commerce non alimentaire en magasin spécialisé (NAF 474, 475, 476, 477 hors commerces de produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion) et répondant à l'une des 3 conditions suivantes :

- employer 100 salariés ou plus ;
- employer 50 salariés ou plus, et :
 - soit exploiter 10 magasins ou plus ;
 - soit exploiter au moins un magasin de 2 500 m² et plus de surface de vente.

Avec un chiffre d'affaires de 69,5 milliards d'euros hors taxe en 2012, le grand commerce non alimentaire spécialisé représente la moitié de l'activité du commerce non alimentaire en magasin spécialisé. Hormis pour le secteur équipement de la personne, la croissance en volume du grand commerce ralentit.

1 - Une croissance ralentie du grand commerce non alimentaire spécialisé

En 2012, le grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé continue de croître mais de façon beaucoup plus modérée qu'en 2011 et 2010. Ce ralentissement s'observe aussi bien en volume (+ 2,4 %) qu'en valeur (+ 2,9 %).

Comparées à celles de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé en 2012 (+ 0,6 % en volume et + 1,1 % en valeur), les évolutions du grand commerce sont plus dynamiques. En 2012, la part du grand commerce s'élève à 50,7 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé.

⁷⁴ 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.

⁷⁵ Définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998

⁷⁶ 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	2009	2010	2011	2012p	mds d'euros 2012p
En valeur					
TIC	-1,9	-1,7	-3,0	-2,3	4,8
Équipement du foyer	1,6	3,1	2,4	2,0	28,0
Culture et loisirs	2,9	4,9	6,0	1,1	11,0
Habillement-Chaussures	3,0	5,8	4,7	4,2	16,8
Équipement de la personne	2,5	10,7	9,5	11,0	6,2
Autres (4776Z et 4778C)	0,2	0,9	7,0	5,1	2,6
Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé	1,9	4,2	3,8	2,9	69,5
En volume					
TIC	12,4	7,7	8,2	4,9	
Équipement du foyer	0,2	2,9	1,6	0,9	
Culture et loisirs	2,2	4,6	5,1	0,3	
Habillement-Chaussures	2,0	5,4	4,7	1,7	
Équipement de la personne	0,2	7,9	5,9	7,8	
Autres (4776Z et 4778C)	9,7	8,8	16,2	12,0	
Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé	2,6	5,0	4,4	2,4	

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

Source : Insee - *Ésane Comptes du Commerce*

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

Secteurs	2009	2010	2011	2012p	Mds d'euros 2012p
En valeur					
TIC	-4,5	-5,2	-0,8	-3,5	7,4
Équipement du foyer	-1,3	2,5	-1,8	-0,4	46,8
Culture et loisirs	-4,7	8,2	4,7	0,9	20,6
Habillement-Chaussures	3,1	0,8	2,2	2,7	32,4
Équipement de la personne	2,7	11,3	11,0	4,8	17,5
Autres (4776Z et 4778C)	-6,5	4,0	0,9	0,5	12,2
Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé	-1,1	3,5	1,8	1,1	137,0
En volume					
TIC	9,4	3,9	10,5	3,6	
Équipement du foyer	-2,7	2,3	-2,5	-1,5	
Culture et loisirs	-5,5	8,0	3,8	0,2	
Habillement-Chaussures	2,0	0,4	2,2	0,2	
Équipement de la personne	0,4	8,5	7,3	1,8	
Autres (4776Z et 4778C)	2,3	12,1	9,6	7,0	
Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé	-0,4	4,3	2,4	0,6	

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

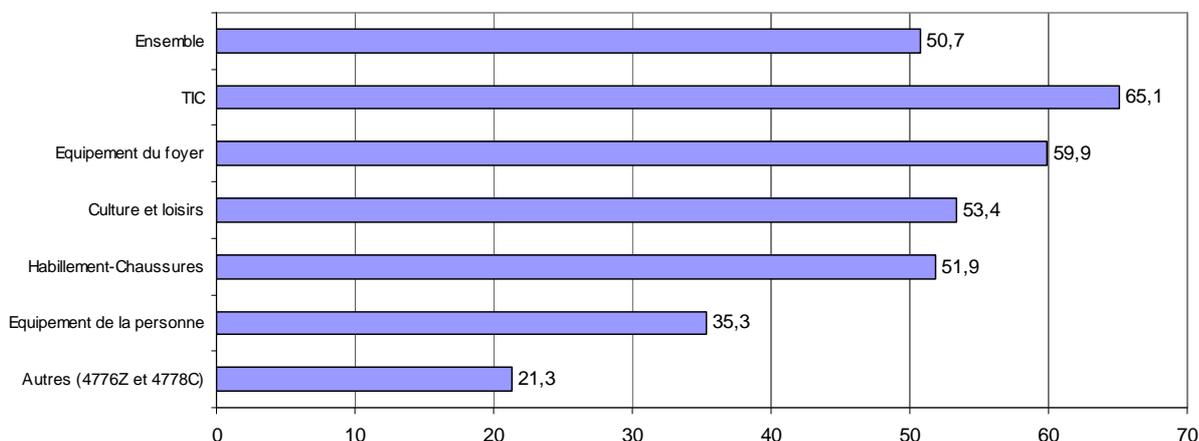
Source : Insee - *Ésane Comptes du Commerce*

- **Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)**

Dans le secteur des TIC, le grand commerce enregistre une croissance du chiffre d'affaires en volume de 4,9 %. Cette évolution est en recul par rapport à celle de l'année 2011 (+ 8,2 % en volume). Elle reste néanmoins plus marquée que celle de l'ensemble du secteur (+ 3,6 %). 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 Relais Fnac et Micromania. Après une très forte progression des volumes de ventes en 2011, les ventes ralentissent en 2012. Ce mouvement s'explique par un taux élevé d'équipement des Français en écrans plats et des arbitrages budgétaires défavorables aux produits high-tech en période de crise⁷⁷. Ces magasins souffrent également de la concurrence des sites Internet qui ne cessent de gagner les parts de marchés sur la vente de biens techniques (TV, ordinateurs...)⁷⁸. Comme les années précédentes, la croissance des volumes ne suffit pas à maintenir les ventes en valeur : celles-ci baissent de 2,3 %, conséquence de la chute continue des prix sur le marché de l'électronique grand public.

Avec 65,1 % du chiffre d'affaires, le secteur des TIC est celui où le grand commerce a le poids le plus important.

Graphique 1 : Part du chiffre d'affaires HT du grand commerce dans l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé en 2012



Source : Insee -Ésane Comptes du Commerce

- **Équipement du foyer**

En 2012, le grand commerce de l'équipement du foyer poursuit sa croissance en volume mais à un rythme ralenti (+ 0,9 %). Contrairement au grand commerce, l'équipement du foyer dans son ensemble affiche un repli de ses ventes en volume de 1,5 %. Le grand 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). La diminution en 2012 s'explique en partie par la baisse du pouvoir d'achat, la suppression du prêt à taux zéro, la baisse des transactions immobilières et des mises en chantier de logements neufs⁷⁹. Ceci ne remet pas pour autant en cause le goût des Français pour la décoration et la tendance du fait soi-même (« do it yourself »⁸⁰). Concernant le grand commerce spécialisé dans les appareils électroménagers, les consommateurs ont confirmé leur enthousiasme pour le « fait maison » et les appareils de type professionnel (kitchen machine, épilateur à lumière pulsée...)⁸¹. Les entreprises du grand commerce de l'équipement du foyer réalisent 59,9 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur.

⁷⁷ GFK : « Bilan 2012 des marchés de biens techniques en France »

⁷⁸ Revue LSA : la magazine de la grande distribution (revue du 22/02/2013)

⁷⁹ Revue LSA : la magazine de la grande distribution (revue du 08/03/2013)

⁸⁰ Eurostaf.fr « Le marché et la distribution de bricolage grand public en France à l'horizon 2015 »

⁸¹ Gifam : Groupement interprofessionnel des fabricants d'appareils électroménagers

▪ Culture-loisirs

Ce secteur regroupe les magasins de sport, les librairies-papeteries-journaux, les magasins spécialisés dans les enregistrements musicaux et vidéos... Le chiffre d'affaires du grand commerce du secteur augmente très légèrement (+ 0,3 % en volume) par rapport à 2011. Les ventes en valeur sont soutenues par les prix, elles augmentent de 1,1 %. La part du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 53,4 % de l'ensemble du secteur.

▪ Habillement-chaussure

Parmi les magasins du grand commerce spécialisé dans l'habillement-chaussure, on trouve par exemple, Kiabi Europe, Zara France, Camaïeu... Après une progression en 2011 de 4,7 % en volume le chiffre d'affaires dans l'habillement-chaussure continue de croître en 2012 à un rythme bien inférieur (+ 1,7 %). Là encore, la hausse est plus soutenue que celle de l'ensemble du secteur. La croissance en valeur, nettement supérieure à celle en volume, s'explique par l'augmentation des prix en 2012 tirés par la hausse des cours des matières premières. Si le bilan des soldes est plutôt mitigé, les enseignes ont profité d'une progression de leurs ventes en ligne⁸².

Les grandes enseignes de l'habillement-chaussure réalisent en 2012, 51,9 % du chiffre d'affaires du secteur.

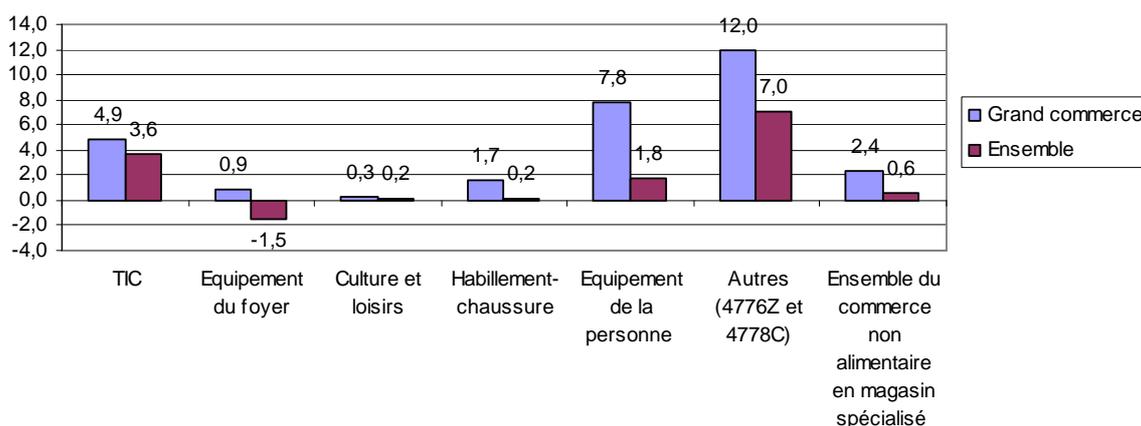
▪ Autres équipements de la personne

Le grand commerce spécialisé dans les secteurs des autres équipements de la personne (parfumerie et produits de beauté, optique, maroquinerie et articles de voyage, horlogerie et bijouterie) poursuit sa progression en 2012 (+ 7,8 % en volume). Cette croissance est plus marquée en valeur (+ 11 %). Cela s'explique en partie par l'importante hausse des prix dans le secteur de la bijouterie et de l'horlogerie en raison de l'envolée du cours de l'or en 2012. Cette inflation n'empêche pas la croissance des volumes de ventes du grand commerce. Le segment des montres de luxe a ainsi fortement progressé en 2012.

Le grand commerce spécialisé dans la maroquinerie et les articles de voyage doit sa très forte croissance aux ventes de produits de grandes marques dans les enseignes de luxe. Ce secteur est toujours bien soutenu par la clientèle étrangère.

Pour l'équipement de la personne, l'évolution en 2012 du chiffre d'affaires en volume des entreprises du grand commerce spécialisé est supérieure de 6 points à celle de l'ensemble du secteur. Cet écart met en lumière le fait que les fortes évolutions de chiffre d'affaires des enseignes de luxe ne suffisent pas à contrebalancer la stagnation du chiffre d'affaires de certaines entreprises du petit commerce spécialisé dans les secteurs des autres équipements de la personne. Le grand commerce réalise ainsi 35,3 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur des autres équipements de la personne.

Graphique 2 : Évolution du chiffre d'affaires *en volume HT* en 2012 dans le grand commerce et dans l'ensemble des secteurs concernés (en%)



Source : Insee - *Ésane Comptes du Commerce*

⁸² Crocis : Chambre de commerce et d'industrie de Paris (bilan des soldes)

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 marchés⁸³

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 2012, la croissance en volume du chiffre d'affaires du grand commerce spécialisé dans le commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés est légèrement inférieure à 2011. Ce ralentissement s'explique par le recul en 2012 des leaders de la vente par correspondance que la progression du e-commerce ne compense pas⁸⁴. Dans ce secteur, le grand commerce affiche une évolution plus marquée en valeur qu'en volume (respectivement + 3,0 % et + 1,5 %).

La croissance du grand commerce en volume est plus forte que celle de l'ensemble de ce secteur en 2012 (respectivement + 1,5 % et + 1 %).

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

	En %		
Hors magasins, éventaires ou marchés	2010	2011	2012p
En valeur			
Grand commerce (50 salariés ou plus)	4,2	2,3	3,0
Ensemble	2,0	2,4	2,4
En volume			
Grand commerce (50 salariés ou plus)	4,1	1,7	1,5
Ensemble	1,9	1,8	1,0

Source : Insee-Esane-Comptes du commerce

⁸³ 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.

⁸⁴ Revue LSA : le magazine de la grande distribution (revue du 3/10/2012)

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

Le grand commerce du secteur grands magasins et autres commerce de détail en magasin non spécialisé (essentiellement des bazars) correspond simplement à un élargissement du champ aux magasins non spécialisés. Les critères de nombre de salariés, nombre de magasins ou surface sont les mêmes.

Tableau 4 : Évolution du chiffre d'affaires en valeur et en volume HT en 2012 du grand commerce des grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé.

	En %		
Grands magasins et autres commerce de détail en magasin non spécialisé	2010	2011	2012p
En valeur			
Grand commerce	3,4	6,0	4,6
Ensemble	3,0	1,0	4,4
En volume			
Grand commerce	3,0	5,1	2,8
Ensemble	2,6	0,2	2,7

Source : Insee - Esane Comptes du Commerce

Les ventes en volume du grand commerce des grands magasins continuent de progresser en 2012 (+ 2,8 %) à un rythme proche de celui de 2010. L'évolution du grand commerce est très proche de celle de l'ensemble du secteur (2,7 %). Tout comme en 2011, les grands magasins de type Galeries Lafayette ou Printemps affichent en 2012 une hausse importante de leur chiffre d'affaires. Les soldes d'hiver et d'été profitent aux grands magasins en raison de remises importantes sur les articles de grandes marques et à la présence d'une clientèle internationale à fort pouvoir d'achat à la recherche de produits de luxe (maroquinerie, horlogerie-bijouterie...) ⁸⁵.

⁸⁵ Crocis : Chambre de commerce et d'industrie de Paris (bilan des soldes)

3 - L'emploi dans le grand commerce en 2011

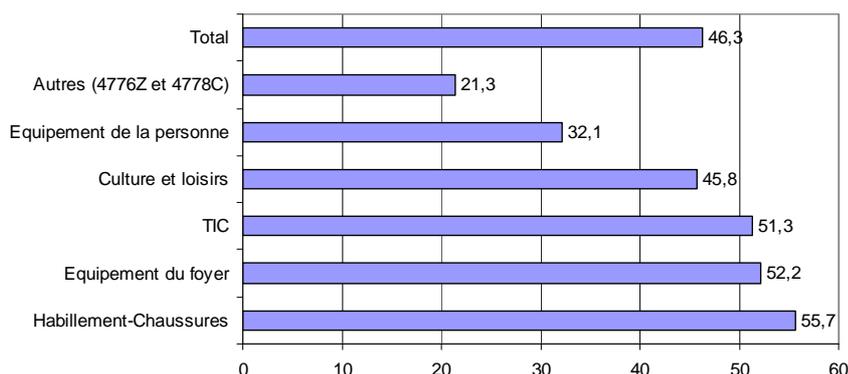
Au 31 décembre 2011, 311 800 personnes travaillent dans le grand commerce tel que défini par la commission des comptes commerciaux de la Nation, ce qui représente 46,3 % de l'ensemble des salariés des secteurs du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé. Comme le chiffre d'affaires du grand commerce s'élève en 2011 à la moitié du chiffre d'affaires de l'ensemble, la productivité relative du travail mesurée ici par le rapport entre la part du chiffre d'affaire réalisé et la proportion des salariés est donc un peu plus élevée dans le grand commerce que dans les autres établissements des secteurs concernés⁸⁶.

Le secteur de l'habillement-chaussures est celui où la part de salariés dans le grand commerce est la plus élevée (55,7 %) avec 102 400 personnes. La productivité relative du travail y est proche de 1 en 2011. Pour le secteur de l'équipement du foyer, les grandes enseignes emploient plus de la moitié des salariés du secteur (52,2 %) pour une productivité relative de 1,1.

Le secteur des TIC emploie 15 100 personnes dans le grand commerce ce qui représente 51,3 % 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 45,8% et 32,1 %). La productivité relative du travail pour ces trois secteurs y est proche de 1,2.

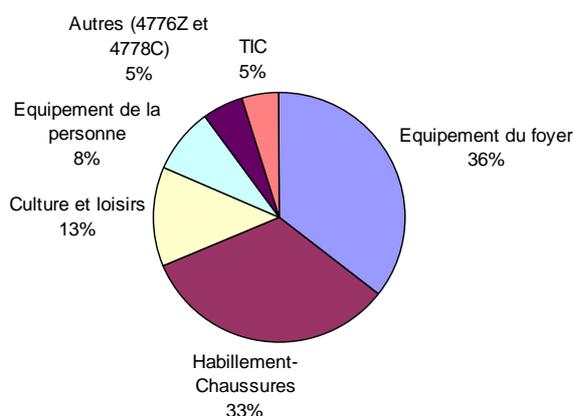
Enfin le secteur « autres » (4776Z et 4778C) est celui où la part des salariés travaillant dans le grand commerce est la plus faible avec 21,3 % ce qui correspond à 16 500 personnes.

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



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2011)
*Sont pris en considération les effectifs salariés au 31/12

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



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2011)

⁸⁶ Lorsque ce rapport est supérieur à 1, la productivité 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 entreprises⁸⁷ n'ont qu'un seul magasin

Pour le commerce de détail, l'enquête sectorielle annuelle d'entreprise dans le commerce, d'où sont issues les données présentées ici, donne la situation du parc fin 2011. S'agissant d'une enquête par sondage, la précision des résultats ne doit pas être considérée à l'unité près.

Dans le commerce de détail alimentaire (y compris artisanat commercial) et non-alimentaire, les magasins de moins de 400 m² restent très majoritaires (respectivement 90 % et 89 % du parc). Les magasins de plus de 2 500 m² sont pour l'essentiel des hypermarchés ou des magasins d'équipement du foyer.

En 2011, 96 % des entreprises du **commerce de détail à prédominance alimentaire** ne comptent qu'un seul magasin. Ces entreprises réalisent plus de la moitié du chiffre d'affaires du secteur (55 %). Même si les entreprises possédant dix magasins ou plus sont très peu nombreuses (0,2 %), elles génèrent 39 % du chiffre d'affaires du secteur. Dans le commerce alimentaire en grandes surfaces, les entreprises ayant seulement un ou deux magasins correspondent généralement aux supermarchés et aux hypermarchés des réseaux d'indépendants (principalement les enseignes Leclerc, Intermarché, Système U). Elles représentent 98 % des entreprises et réalisent 52 % du chiffre d'affaires du secteur. À l'opposé, les grandes entreprises succursalistes possédant au moins dix magasins, peu nombreuses (1 %), réalisent 46 % du chiffre d'affaires.

Dans le **commerce de détail non alimentaire en magasin (hors pharmacies et carburants)**, les entreprises du secteur habillement-chaussures ayant 10 magasins ou plus (c'est à dire 0,7 % des entreprises) réalisent 55 % du chiffre d'affaires et celles qui possèdent un ou deux magasins (c'est-à-dire 94 % des entreprises) réalisent 34 % du chiffre d'affaires du secteur. Dans le domaine des biens culturels et de loisirs, les entreprises possédant 10 magasins ou plus sont peu nombreuses (0,2 % des entreprises) mais génèrent à elles seules plus de la moitié du chiffre d'affaires du secteur (54 %). Dans le commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication, les entreprises qui possèdent un seul magasin (c'est à dire 92 % des entreprises) réalisent 40% du chiffre d'affaires du secteur. Enfin, dans le commerce de détail des autres équipements de la personne, la part des entreprises ayant un ou deux magasins s'élève à 96 % pour une part de chiffre d'affaires de 52 %.

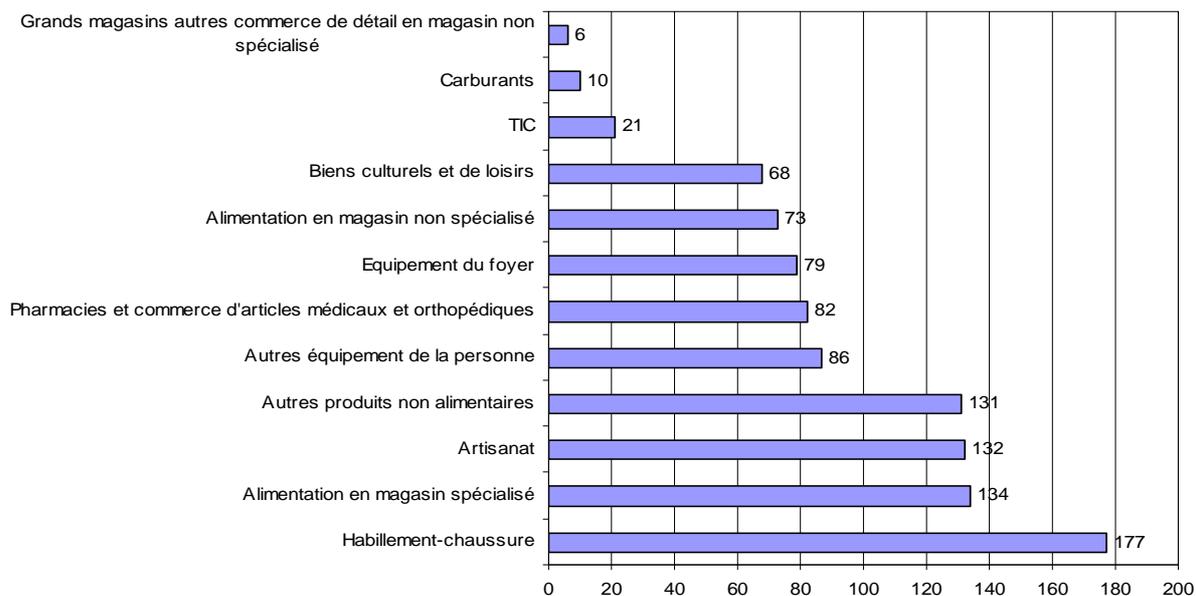
Tableau 1 : Le nombre de magasins des entreprises⁸⁷ du commerce de détail et de l'artisanat commercial en 2011

Secteurs d'activité	2011
Prédominance alimentaire en magasins	128 400
Moins de 120 m2	101 400
De 120 m2 à moins de 400 m2	14 500
De 400 m2 à moins de 2500 m2	10 400
2500 m2 et plus	2 100
Pharmacies	28 300
Moins de 120 m2	21 800
Plus de 120m2	6 500
Non alimentaire en magasins hors pharmacies	219 200
Moins de 120 m2	152 600
De 120 m2 à moins de 400 m2	41 700
De 400 m2 à moins de 2500 m2	21 900
2500 m2 et plus	3 000
Carburants	3 700
Moins de 120 m2	3 200
De 120 m2 à moins de 400 m2	200
De 400 m2 à moins de 2500 m2	200
2500 m2 et plus	100

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

⁸⁷ Le terme d' « entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene. Pour plus de précisions, cf. l'avertissement de la page 24.

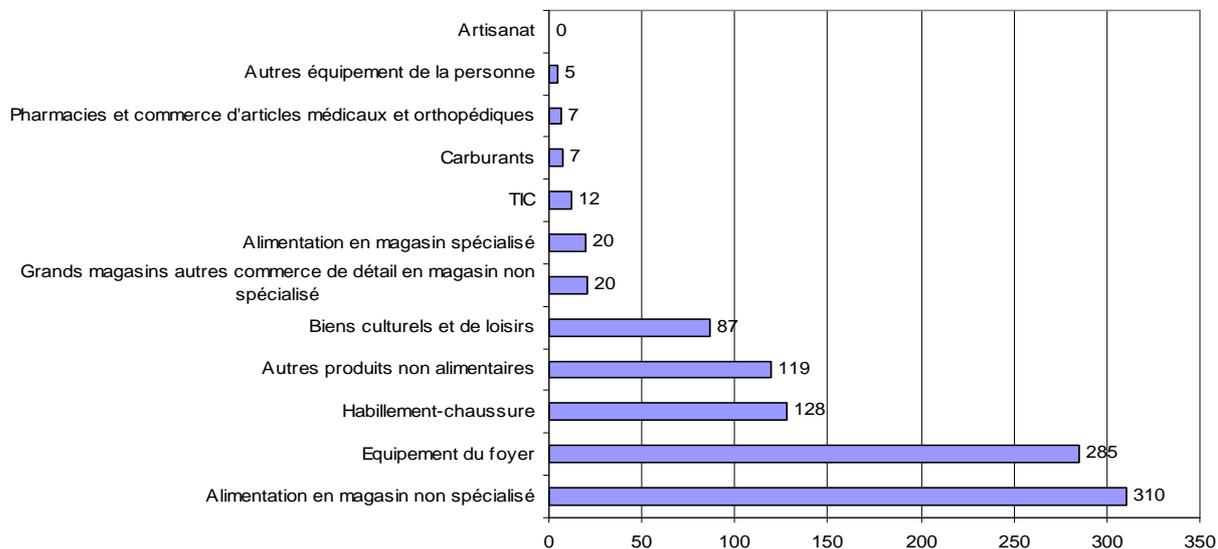
Graphique 1 : Répartition du nombre de magasins de moins de 400 m² par secteur d'activité en 2011



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

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

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



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

Note de lecture : sur 1 000 magasins de plus de 400 m², 310 sont des magasins de l'alimentation en magasin non spécialisé.

1.1 - Le nombre de stations-service diminue toujours

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

Depuis 30 ans, le parc automobile s'accroît, mais le nombre de distributeurs de carburants s'est fortement réduit : on dénombrait 40 400 points de vente en 1980, soit plus de trois fois plus qu'aujourd'hui. Leur implantation s'est beaucoup modifiée. Ainsi, 435 points de vente sont situés en bordure d'autoroute, contre 226 en 1980, et 4 990 sont implantés sur un site d'hypermarché ou de supermarché, contre 1 290 en 1980.

Le nombre de stations-services liées d'une manière ou d'une autre aux raffineurs, diminue de 3,5 % en 2012. Elles ne représentent plus que 47 % des stations-services en 2012 (80 % en 2002). Les autres sont des indépendants qui s'approvisionnent auprès de grossistes en carburants.

1.2 - La construction de locaux du commerce

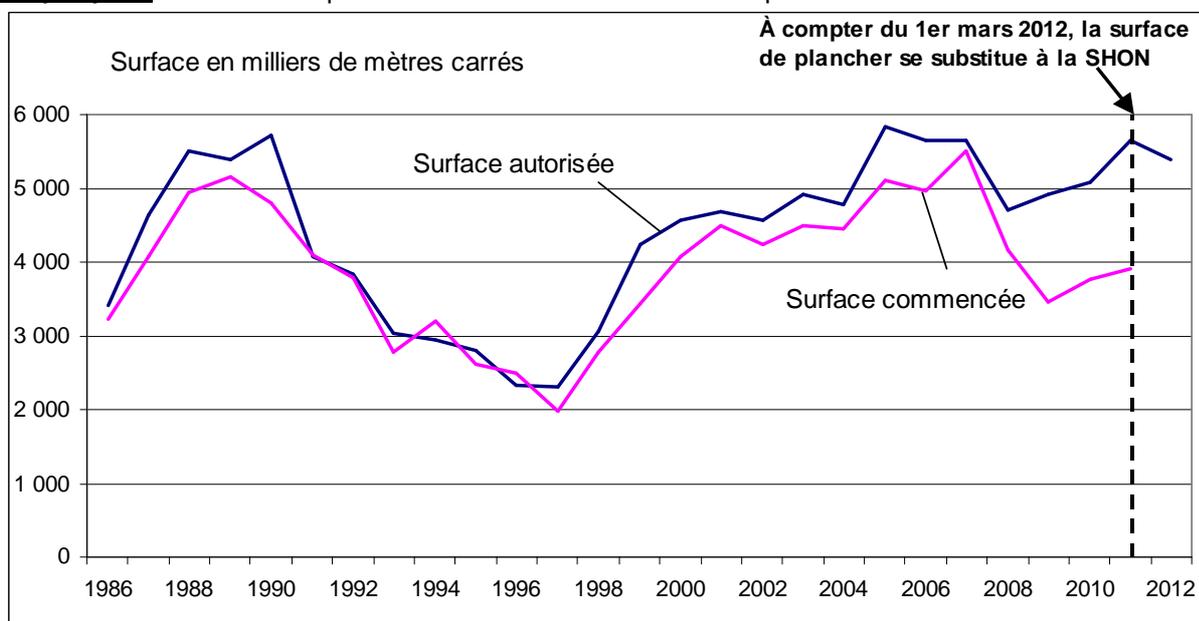
Avertissement

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

Comme en 2010, les surfaces commencées à la construction sont en hausse en 2011. Elles augmentent de 3,8 % et atteignent 3,9 millions de m². Cette augmentation paraît prendre en compte avec retard les hausses des surfaces autorisées enregistrées en 2009 et 2010. Les augmentations de 2010 et 2011 font suite à deux années de fort recul des surfaces commerciales commencées (- 24,3 % en 2008, puis - 16,8 % en 2009).

De 2008 à 2011, les surfaces autorisées à la construction sont reparties à la hausse (+ 4,6 % en 2009, puis + 3,0 % en 2010 et + 11,5 % en 2011). La baisse des surfaces autorisées en 2012 est difficilement interprétable compte tenu du changement de la définition des surfaces survenu au 1^{er} mars 2012.

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



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

Source : SoeS, Sit@del2 (France entière)

Tableau 2 : Surfaces de plancher commencées et autorisées en milliers de m² pour l'ensemble du commerce et évolution en % de 2009 à 2012

	2009	2010	2011	2012 (1)	2010/2009	2011/2010	2012/2011 (1)
Surface autorisée	4 923,5	5 072,8	5 656,1	5 396,1	3,0	11,5	-4,6
Surface commencée	3 461,5	3 769,3	3 913,7	nd	8,9	3,8	nd

Source : SoeS, Sit@del2 (France entière)

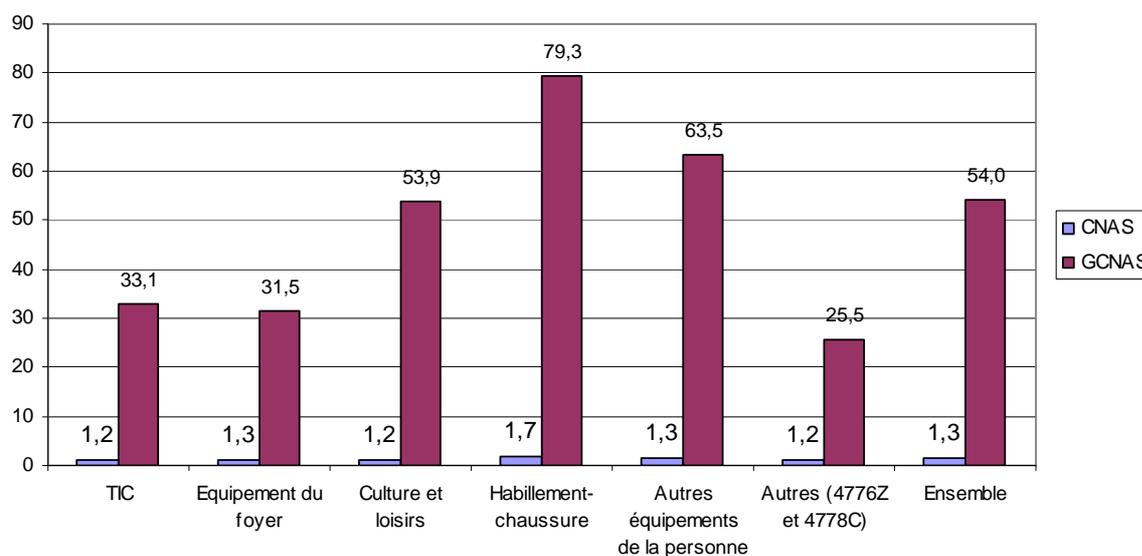
2 - L'équipement commercial dans le grand commerce⁸⁸

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

Le secteur de l'équipement du foyer est par exemple caractérisé par un nombre moyen de magasins par entreprise pour le grand commerce nettement inférieur à la moyenne. Cependant, ces magasins peu nombreux mais de grande taille génèrent à eux seuls plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur. Il en va de même dans le secteur des technologies de l'information et de la communication. En comparaison, les grandes enseignes de l'habillement-chaussure qui ont en moyenne 79 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 entreprises⁸⁹ pour le grand commerce



Source : Insee - *États Comptes du Commerce*

CNAS : commerce non alimentaire spécialisé

GCNAS : grand commerce non alimentaire spécialisé

⁸⁸ On s'en tient ici à la définition traditionnelle du grand commerce non alimentaire spécialisé.

⁸⁹ 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 2012

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

Les GSA regroupent les catégories suivantes :

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

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

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

- Les fichiers issus de la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) ; ces fichiers comprennent en particulier la surface de vente, le chiffre d'affaires et le numéro Siret du magasin ; on utilise en premier lieu le fichier 2012, qui donne une photographie du parc début 2012.
- Ces fichiers ne sont pas tout à fait exhaustifs pour différentes raisons : les magasins créés avant 1960 ne sont pas concernés par Tascom, il existe un seuil de CA pour la déclaration (460 000 euros), les identifiants d'établissements peuvent être saisis avec erreur ...
- Pour ces raisons, on complète les données de Tascom en utilisant le répertoire Sirene et les données des DADS agrégées au niveau des établissements ; ces données complémentaires renseignent en particulier sur l'effectif salarié de l'établissement, sa date de création, de cessation, et son code d'activité. On utilise l'information sur les effectifs salariés pour repérer les grandes surfaces. Pour cela, on fixe un seuil d'effectifs salariés au delà duquel on est pratiquement sûr (à 90%) que l'établissement a une surface de plus de 400 m². On détermine ces seuils grâce à l'enquête Points de vente 2010, qui comporte une information à la fois sur les surfaces et sur l'emploi.
- On utilise enfin des « contours de réseaux » constitués à la division Commerce de l'Insee dressant la liste des établissements appartenant aux plus grands réseaux d'enseignes.

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

Rappelons en outre que :

- par construction, les différentes catégories de grandes surfaces reposent sur des seuils de surface de vente ; un supermarché de 2499 m² apparaîtra en hypermarché dans certaines sources, en supermarché dans d'autres sources ;
- Les magasins de hard discount ne sont pas isolés par la nomenclature d'activité Naf rév.2 ; ils ne peuvent être identifiés qu'à partir des contours de réseaux ou de l'enseigne du magasin ; celle-ci n'est pas toujours disponible. Il est rappelé que seuls les hard discounts d'une surface de plus de 400 m² font partie des GSA.

Tableau 3 : Nombre de Grandes surfaces alimentaires par département

Départements		Nombre de grandes surfaces alimentaires			
		Hypermarchés	Supermarchés	Hard Discount	"Magasins multicommerce"
1	Ain	21	51	35	1
2	Aisne	20	43	62	5
3	Allier	9	39	31	3
4	Alpes-de-Hte-Provence	6	20	14	1
5	Hautes - Alpes	6	22	S	1
6	Alpes-Maritimes	17	105	35	6
7	Ardèche	7	34	24	.
8	Ardennes	6	34	30	.
9	Ariège	3	23	18	.
10	Aube	9	30	30	1
11	Aude	12	28	34	2
12	Aveyron	8	36	14	2
13	Bouches-du-Rhône	36	121	130	9
14	Calvados	31	60	59	3
15	Cantal	3	18	9	.
16	Charente	16	35	22	.
17	Charente-Maritime	26	68	35	2
18	Cher	10	38	26	.
19	Corrèze	8	37	22	1
21	Côte-d'Or	17	66	42	1
22	Côtes-d'Armor	35	68	44	2
23	Creuse	4	15	9	1
24	Dordogne	15	53	33	2
25	Doubs	17	63	42	1
26	Drôme	16	42	36	1
27	Eure	24	55	51	1
28	Eure-et-Loir	14	40	39	1
29	Finistère	44	105	55	4
30	Gard	22	66	68	4
31	Haute - Garonne	32	117	83	2
32	Gers	7	27	16	.
33	Gironde	45	137	91	3
34	Hérault	33	78	84	5
35	Ille-et-Vilaine	48	87	54	5
36	Indre	7	33	17	.
37	Indre-et-Loire	21	58	36	2
38	Isère	27	92	69	4
39	Jura	7	49	23	.
40	Landes	17	51	27	.
41	Loir-et-Cher	10	33	23	1
42	Loire	17	57	50	1
43	Haute - Loire	5	26	13	.
44	Loire-Atlantique	59	97	63	1
45	Loiret	19	72	39	1
46	Lot	4	29	13	1
47	Lot-et-Garonne	18	29	28	.
48	Lozère	S	9	S	.
49	Maine-et-Loire	35	64	43	1
50	Manche	20	66	42	1

Tableau 3 (suite et fin)

Départements		Nombre de grandes surfaces alimentaires			
		Hypermarchés	Supermarchés	Hard Discount	"Magasins multicommerce"
51	Marne	18	47	55	1
52	Haute - Marne	8	21	22	.
53	Mayenne	12	26	18	.
54	Meurthe-et-Moselle	25	53	79	3
55	Meuse	9	19	22	1
56	Morbihan	30	97	44	3
57	Moselle	42	81	136	1
58	Nièvre	10	28	20	2
59	Nord	60	226	256	4
60	Oise	38	49	71	2
61	Orne	13	23	24	1
62	Pas-de-Calais	35	158	179	2
63	Puy-de-Dôme	11	64	38	1
64	Pyrénées-Atlantiques	19	70	40	2
65	Hautes - Pyrénées	9	26	17	4
66	Pyrénées-Orientales	13	51	36	2
67	Bas - Rhin	36	102	72	3
68	Haut - Rhin	22	64	57	2
69	Rhône	25	129	67	8
70	Haute - Saône	11	30	26	1
71	Saône-et-Loire	20	60	52	1
72	Sarthe	28	52	51	1
73	Savoie	12	54	25	2
74	Haute - Savoie	24	88	32	4
75	Paris	8	317	32	54
76	Seine-Maritime	40	101	96	2
77	Seine-et-Marne	32	111	79	4
78	Yvelines	25	116	46	7
79	Deux - Sèvres	17	29	22	1
80	Somme	19	60	64	2
81	Tarn	16	25	33	2
82	Tarn-et-Garonne	7	27	22	1
83	Var	24	104	63	2
84	Vaucluse	19	47	43	.
85	Vendée	36	45	35	2
86	Vienne	14	35	31	2
87	Haute - Vienne	13	49	27	1
88	Vosges	15	47	51	1
89	Yonne	17	35	30	1
90	Territoire de Belfort	6	12	10	1
91	Essonne	28	89	74	2
92	Hauts-de-Seine	11	139	27	27
93	Seine-Saint-Denis	25	86	54	13
94	Val-de-Marne	18	115	42	13
95	Val-d'Oise	23	81	55	4
97	DOM	33	161	10	9
2A	Corse-du-Sud	S	23	.	1
2B	Haute-Corse	7	22	.	.
Total		1 882	6 120	4 256	286

Sources : répertoire Sirene, enquête d'amélioration du répertoire 2012, 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	182	34	20	25	16	9	13
2	Aisne	154	28	19	20	16	8	12
3	Allier	107	16	13	18	7	7	10
4	Alpes-de-Hte-Provence	37	7	3	7	3	3	4
5	Hautes - Alpes	46	6	6	8	3	6	S
6	Alpes-Maritimes	208	31	47	20	8	23	10
7	Ardèche	86	13	6	12	11	10	6
8	Ardennes	65	14	6	8	S	3	10
9	Ariège	48	8	7	7	7	3	5
10	Aube	112	35	15	14	6	6	8
11	Aude	120	19	12	13	12	9	8
12	Aveyron	75	14	12	12	S	5	8
13	Bouches-du-Rhône	382	61	52	45	23	37	29
14	Calvados	213	37	32	27	11	14	9
15	Cantal	52	9	8	10	3	3	4
16	Charente	112	15	16	17	16	8	9
17	Charente-Maritime	211	30	35	31	16	13	17
18	Cher	107	17	17	17	7	3	7
19	Corrèze	87	15	13	11	8	5	5
21	Côte-d'Or	155	25	24	20	21	7	9
22	Côtes-d'Armor	196	37	26	25	19	14	10
23	Creuse	36	5	3	6	7	S	S
24	Dordogne	145	22	16	27	10	14	10
25	Doubs	179	28	27	22	11	9	15
26	Drôme	148	22	18	19	11	10	9
27	Eure	145	25	17	25	17	9	12
28	Eure-et-Loir	123	18	18	15	11	6	13
29	Finistère	313	63	52	39	37	27	10
30	Gard	181	31	21	25	10	13	9
31	Haute - Garonne	330	59	37	48	28	28	16
32	Gers	53	6	5	12	12	S	3
33	Gironde	405	69	53	59	24	34	25
34	Hérault	268	55	36	29	14	25	20
35	Ille-et-Vilaine	324	61	51	36	21	18	14
36	Indre	74	17	12	11	5	3	4
37	Indre-et-Loire	172	31	28	22	10	10	13
38	Isère	315	50	33	47	29	27	26
39	Jura	88	12	15	11	9	6	8
40	Landes	130	15	14	47	6	7	5
41	Loir-et-Cher	91	11	14	11	13	7	5
42	Loire	173	27	29	19	9	13	17
43	Haute - Loire	55	9	6	12	3	5	4
44	Loire-Atlantique	354	64	63	49	19	29	19
45	Loiret	196	36	25	30	15	14	11
46	Lot	55	6	8	13	3	4	S
47	Lot-et-Garonne	117	17	17	12	12	8	7
48	Lozère	26	3	3	7	.	.	4
49	Maine-et-Loire	225	36	39	27	17	11	12
50	Manche	192	37	31	37	9	10	6

Tableau 4 (suite et fin)

		Nombre de grandes surfaces non alimentaires						
Départements		Total	Habillement	Meuble	Bricolage	Jardinerie	Sport	Chaussure
51	Marne	196	36	31	21	13	10	11
52	Haute - Marne	65	12	9	12	9	4	5
53	Mayenne	107	13	15	16	14	6	5
54	Meurthe-et-Moselle	208	34	28	22	13	11	19
55	Meuse	55	11	6	10	4	3	4
56	Morbihan	250	46	44	28	20	17	9
57	Moselle	377	65	49	33	15	20	30
58	Nièvre	77	14	10	15	6	6	5
59	Nord	598	118	74	51	40	43	51
60	Oise	211	43	21	19	21	11	17
61	Orne	80	18	9	14	4	4	3
62	Pas-de-Calais	470	76	62	38	57	23	43
63	Puy-de-Dôme	177	28	22	21	11	13	17
64	Pyrénées-Atlantiques	210	32	31	28	21	14	12
65	Hautes - Pyrénées	73	6	7	19	4	3	7
66	Pyrénées-Orientales	127	19	15	15	9	12	8
67	Bas - Rhin	245	39	35	27	20	19	14
68	Haut - Rhin	197	33	34	20	13	11	16
69	Rhône	316	63	46	31	18	21	24
70	Haute - Saône	80	11	9	9	10	5	7
71	Saône-et-Loire	215	36	27	30	18	14	14
72	Sarthe	226	50	32	32	11	16	12
73	Savoie	152	18	20	20	9	32	10
74	Haute - Savoie	243	32	39	26	20	27	11
75	Paris	421	179	51	18	8	19	4
76	Seine-Maritime	335	70	47	37	29	14	19
77	Seine-et-Marne	371	85	51	35	23	14	31
78	Yvelines	298	52	44	29	20	17	20
79	Deux - Sèvres	122	18	21	20	8	7	6
80	Somme	169	34	12	24	18	5	17
81	Tarn	106	22	13	16	11	8	7
82	Tarn - et - Garonne	74	11	10	12	6	S	5
83	Var	207	29	24	24	11	19	15
84	Vaucluse	165	39	23	18	11	14	7
85	Vendée	223	33	32	28	27	13	13
86	Vienne	130	26	18	13	13	10	10
87	Haute - Vienne	108	14	15	16	12	8	8
88	Vosges	143	28	19	16	8	7	15
89	Yonne	109	16	13	21	12	5	6
90	Territoire de Belfort	50	10	10	4	4	S	5
91	Essonne	280	50	30	31	19	21	20
92	Hauts-de-Seine	110	28	8	19	3	5	8
93	Seine-Saint-Denis	189	53	21	16	5	11	11
94	Val-de-Marne	232	63	30	16	9	9	19
95	Val-d'Oise	235	41	35	16	19	13	20
97	DOM	233	30	33	52	8	18	4
2A	Corse-du-Sud	34	5	7	6	S	S	S
2B	Haute-Corse	42	4	6	11	S	S	S
Total		17 009	3 099	2 328	2 139	1 253	1 135	1 123

Sources : répertoire Sirene, enquête d'amélioration du répertoire 2012, Contours de réseaux, Tascam

Calculs Insee

S : secret statistique

3.2 - Densité en grandes surfaces par département

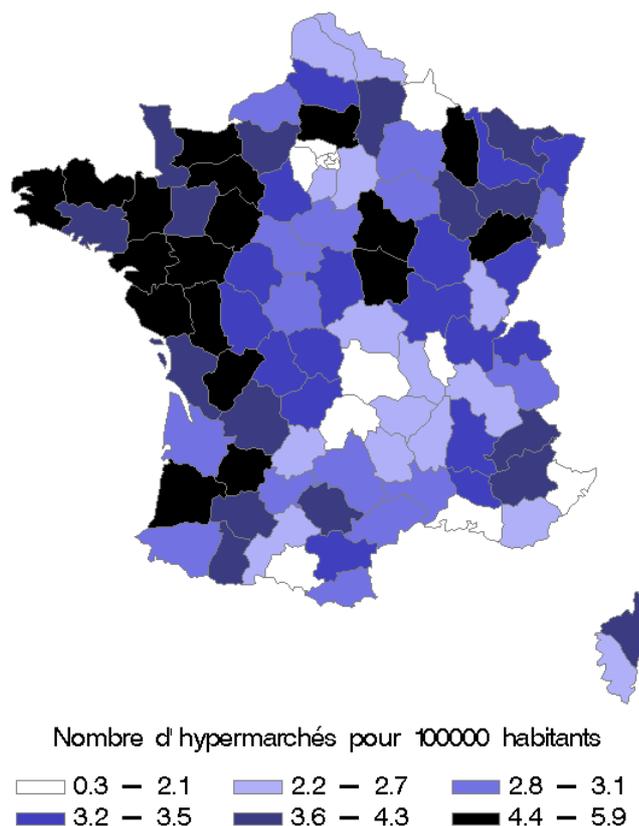
Pour compléter l'analyse locale de l'équipement commercial, le nombre de magasins a été rapporté à la population de chaque département.

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

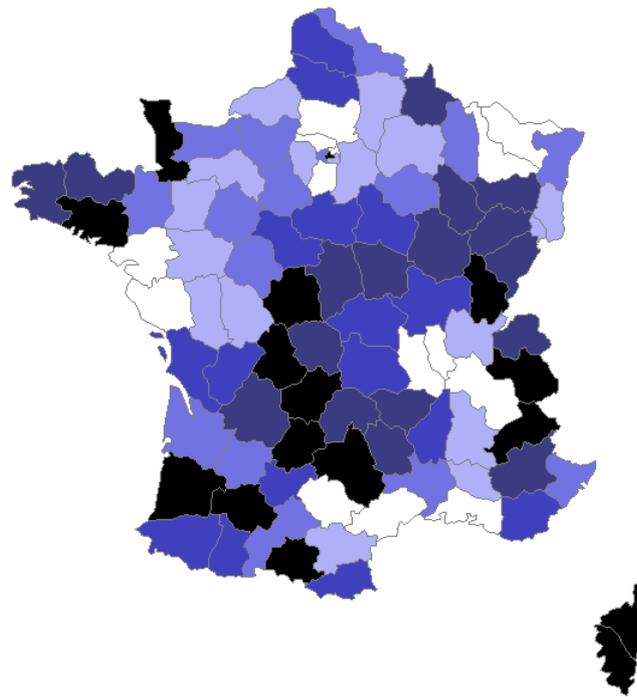
En regard du nombre total des GSA pour 100 000 habitants, est cartographié le nombre de salariés des GSA pour 100 000 habitants, qui permet de prendre en compte l'hétérogénéité de la taille des magasins dans le calcul de la densité en GSA.

Les différentes cartes mettent en évidence des disparités selon les régions. Ainsi, concernant l'alimentaire, ce sont les régions de l'ouest qui sont le plus dotées d'hypermarchés par habitant, tandis que le centre de la France concentre davantage les supermarchés. Le hard discount, lancé en Allemagne et dont les premiers magasins Lidl et Aldi sont apparus dans le nord de la France à la fin des années 80, se concentre principalement dans le nord-est du pays.

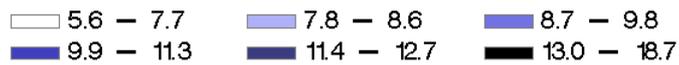
Dans les autres secteurs, d'autres disparités apparaissent. Si le nord concentre davantage de grandes surfaces d'habillement par habitant, celles de sport sont plus présentes dans le sud. Les grandes surfaces de chaussures se concentrent dans le centre et le nord-est tandis que celles de bricolage se trouvent davantage dans le centre et le sud-ouest.



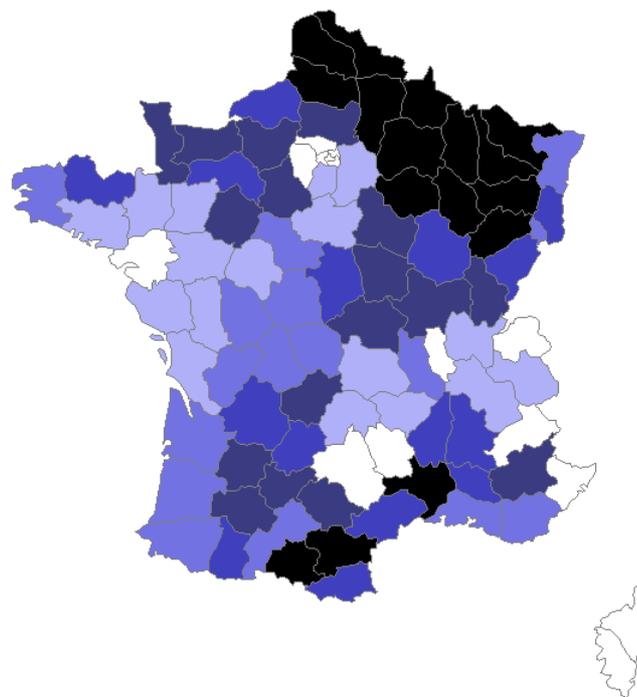
Source : Insee - Comptes du commerce



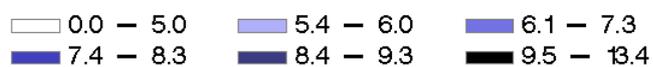
Nombre de supermarchés pour 100000 habitants



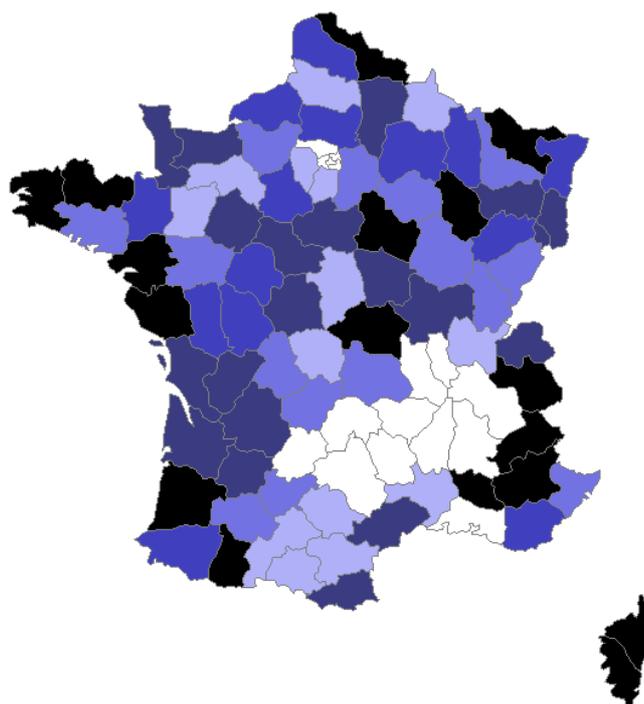
Source : Insee - Comptes du commerce



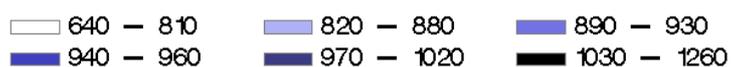
Nombre de Hard Discount pour 100000 habitants



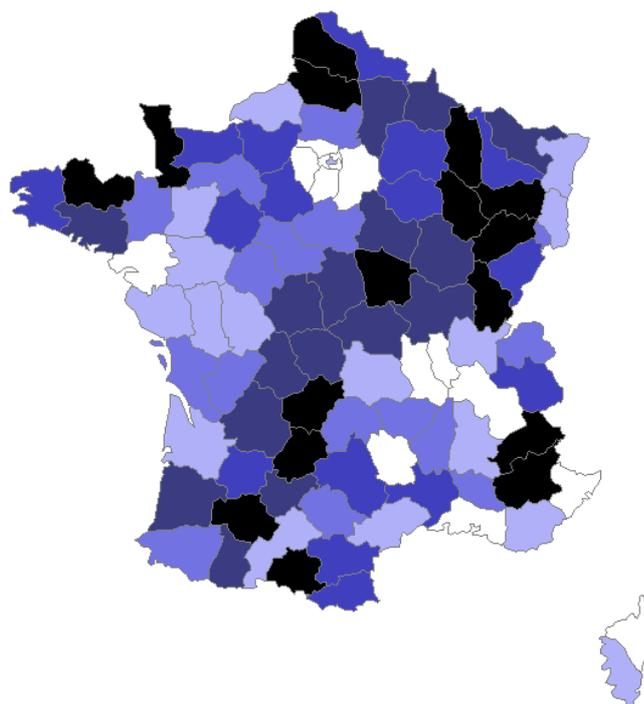
Source : Insee - Comptes du commerce



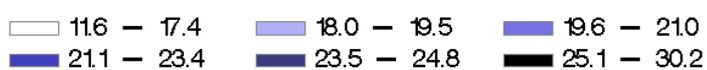
Salariés de GSA pour 100000 habitants



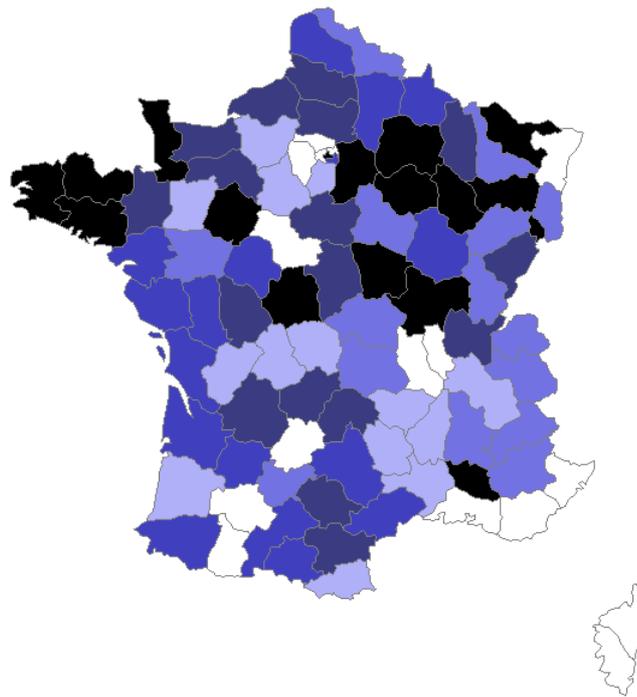
Source : Insee - Compte du commerce



Nombre de GSA pour 100000 habitants



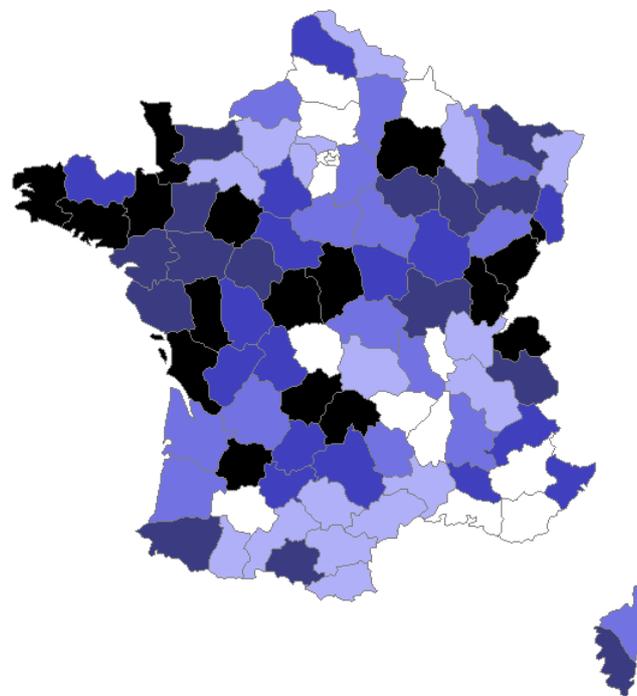
Source : Insee - Comptes du commerce



Nombre de GS d'habillement pour 100000 habitants

1.7 – 3.6	3.7 – 4.2	4.3 – 4.6
4.7 – 5.2	5.3 – 6.1	6.2 – 11.5

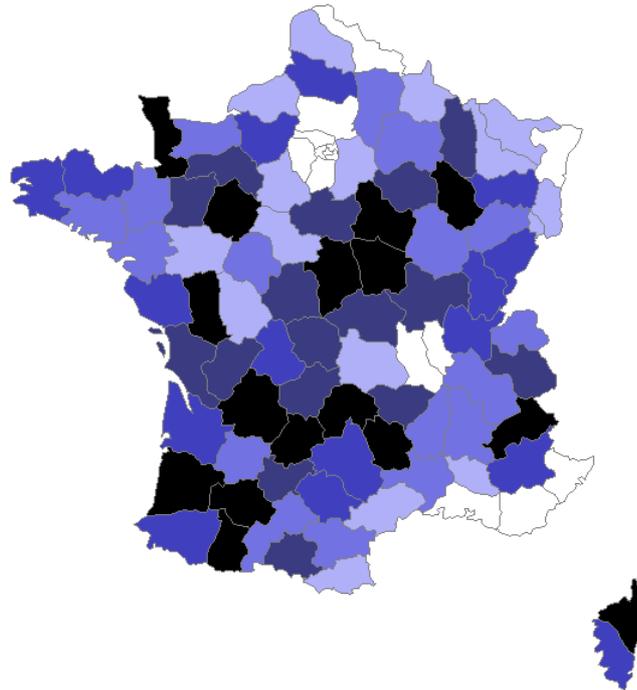
Source : Insee - Comptes du commerce



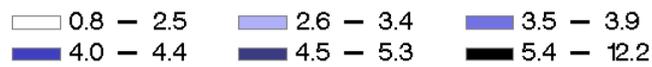
Nombre de GS de meubles pour 100000 habitants

0.5 – 2.6	2.7 – 3.4	3.5 – 3.8
3.9 – 4.5	4.6 – 5.0	5.1 – 6.9

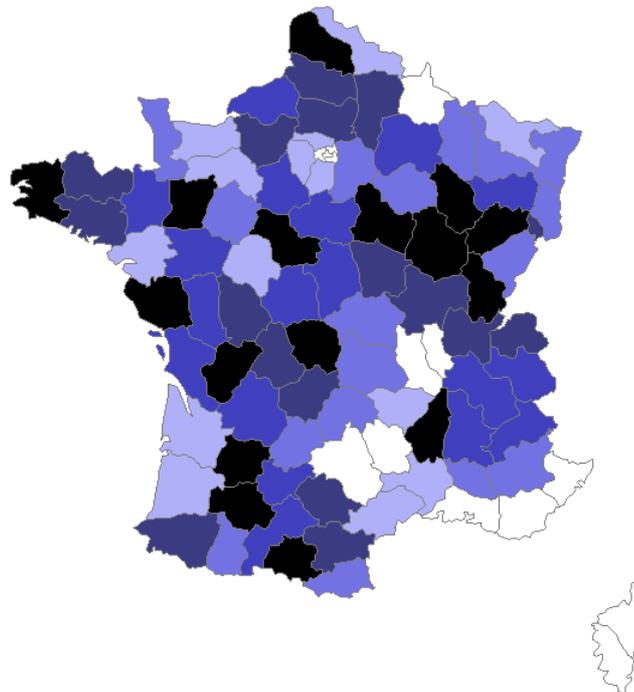
Source : Insee - Comptes du commerce



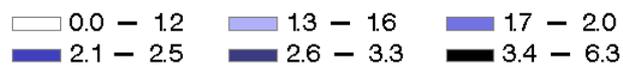
Nombre de GS de bricolage pour 100000 habitants



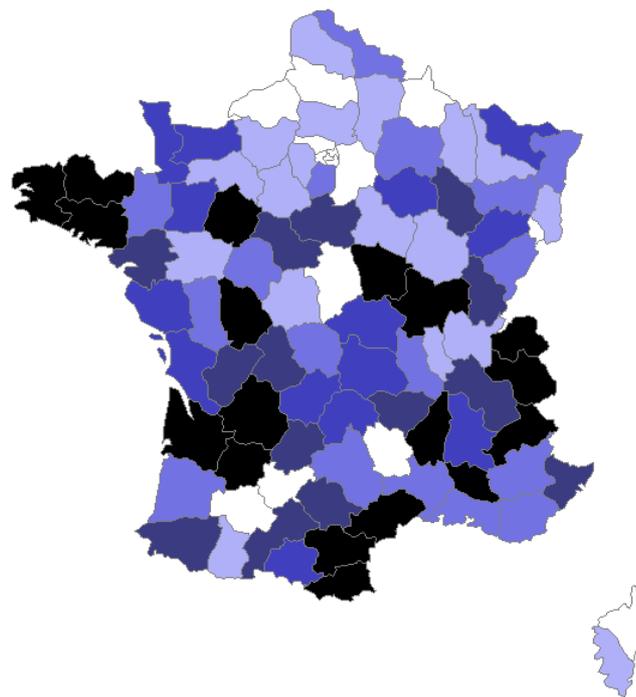
Source : Insee - Comptes du commerce



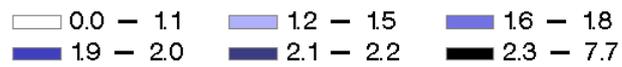
Nombre de GS de jardinerie pour 100000 habitants



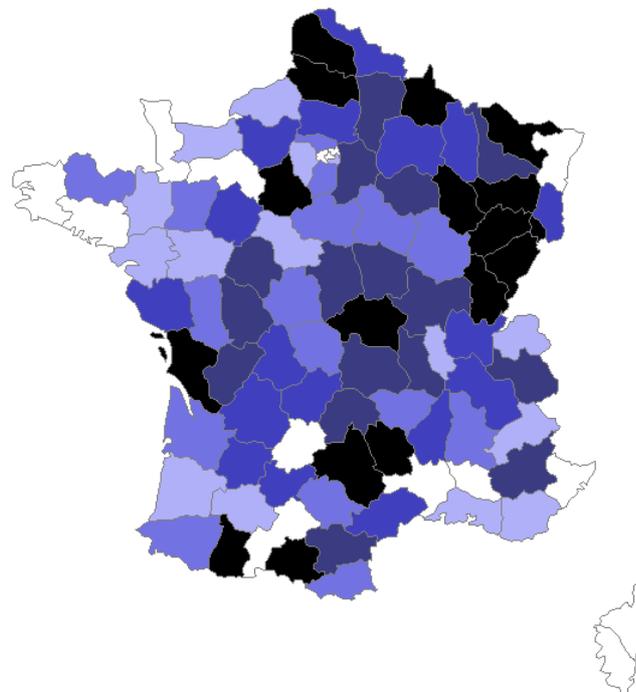
Source : Insee - Comptes du commerce



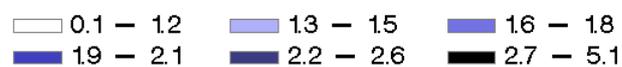
Nombre de GS de sport pour 100000 habitants



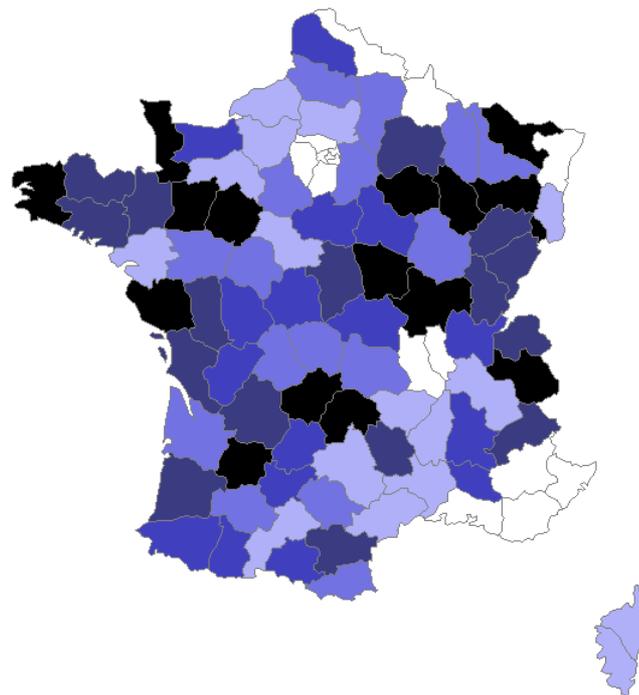
Source : Insee - Comptes du commerce



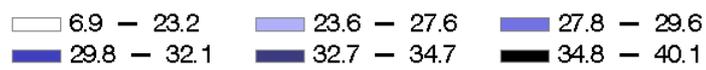
Nombre de GS de chaussure pour 100000 habitants



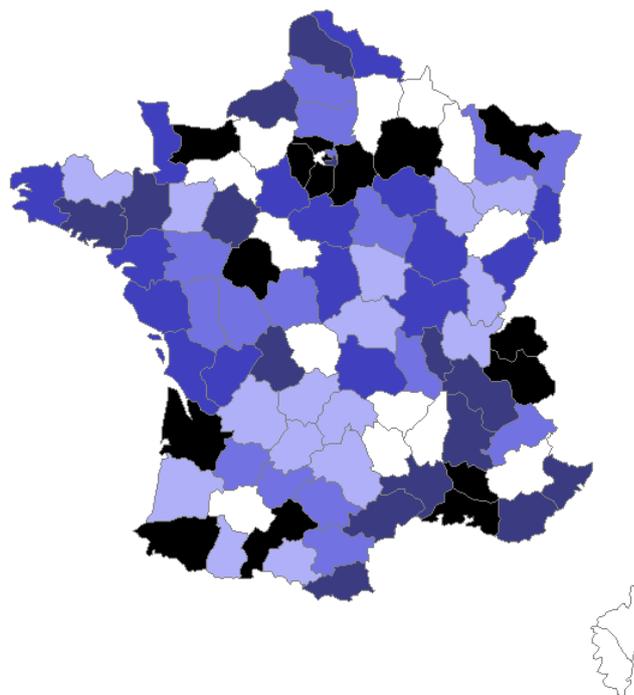
Source : Insee - Comptes du commerce



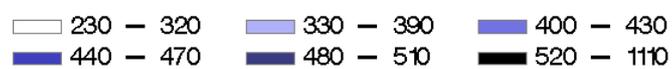
Nombre de GSNA pour 100000 habitants



Source : Insee - Comptes du commerce



Salariés de GSNA pour 100000 habitants



Source : Insee - Comptes du commerce

CHAPITRE V : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES

Le bilan 2012 est plutôt négatif dans l'ensemble du commerce et de la réparation d'automobiles⁹⁰. Les ventes toutes taxes comprises atteignent 115,1 milliards d'euros (tableau 1). Elles diminuent de 3,8 % en valeur et de 5,7 % en volume (tableau 2).

Ce résultat est dû essentiellement aux mauvaises performances du secteur du commerce de véhicules automobiles dont les ventes ont chuté de 7,4 % en volume après trois années de redressement. La dégradation du contexte économique en 2012 conjuguée à une absence de mesures de soutien du marché comme cela avait été le cas en 2009 et 2010 (dispositif de prime à la casse) s'est répercutée sur le niveau des ventes de véhicules automobiles.

L'activité du secteur de l'entretien et réparation de véhicules automobiles se contracte de 2,5 % en volume, mais se maintient en valeur.

Le recul de l'activité dans le commerce et la réparation automobile s'accompagne d'une diminution de l'emploi. Les effectifs salariés du secteur (368 400 salariés au 31 décembre 2012) sont en repli de 2,2 % en 2012.

Dans un contexte pourtant peu favorable, les créations d'entreprises sont en hausse en 2012. Le nombre d'entreprises dans le secteur du commerce et réparation automobile est estimé au 1^{er} janvier 2012 à 88 600, en augmentation de 3,3 %.

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	Valeur 2012p (en G €)
Commerce de véhicules automobiles	-0,2	5,5	7,1	1,6	6,4	-0,4	1,8	1,5	5,9	-5,5	79,4
Entretien et réparation de véhicules automobiles	3,1	7,3	2,4	4,3	4,1	1,8	-3,6	-1,0	-2,7	-0,2	22,6
Commerce de gros d'équipements automobiles	5,1	-0,4	7,9	6,4	4,2	0,8	-5,6	3,0	n. d.	3,3	2,1
Commerce de détail d'équipements automobiles	4,1	-1,2	8,4	1,5	4,6	2,0	1,3	3,5	13,1	1,9	8,7
Commerce et réparation de motocycles	1,8	5,0	-3,3	3,9	1,4	0,7	-7,6	-4,3	2,2	-3,5	2,3
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	0,7	5,5	5,9	2,3	5,7	0,2	0,4	1,0	5,0	-3,8	115,1

Source : Insee - Comptes du commerce

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

Activités	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Commerce de véhicules automobiles	-2,3	3,0	5,4	0,0	3,9	-2,6	1,9	0,4	3,3	-7,4
Entretien et réparation de véhicules automobiles	-0,2	3,1	-1,8	0,8	0,4	-3,3	-4,0	-3,9	-5,4	-2,5
Commerce de gros d'équipements automobiles	3,2	-4,1	5,1	3,5	0,6	-2,8	-7,6	2,1	n. d.	1,6
Commerce de détail d'équipements automobiles	2,6	-4,9	5,5	-1,4	0,7	-2,2	-0,2	0,8	10,9	-0,2
Commerce et réparation de motocycles	1,2	3,3	-4,1	3,1	-0,1	0,0	-8,5	-4,2	1,3	-4,0
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	-1,5	2,6	3,7	0,2	2,9	-2,6	0,2	-0,6	2,5	-5,7

Source

: Insee - Comptes du commerce

⁹⁰ 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 - Mauvaise tenue du commerce de véhicules automobiles

En 2012, le secteur du **commerce de véhicules automobiles** souffre. Les ventes diminuent de 7,4 % en volume après trois années plutôt honorables. Malgré une hausse des prix des voitures, les ventes ne se maintiennent pas en valeur (- 5,5 %).

▪ Forte baisse des immatriculations de véhicules particuliers neufs

Le marché des voitures neuves est bien morose en 2012. Le nombre d'immatriculations de voitures particulières neuves baisse de 14,1 %. Avec 1,9 million d'immatriculations, le marché est à son plus bas niveau depuis 1997.

La baisse du pouvoir d'achat des ménages s'est répercutée sur les achats de véhicules neufs. Par ailleurs, le marché automobile n'a plus été soutenu, comme cela avait été le cas en 2009, 2010 et encore au 1^{er} trimestre 2011, par le dispositif de la prime à la casse.

Les ventes de véhicules neufs ont accéléré en décembre 2012, les consommateurs ayant probablement anticipé des achats de véhicules avant le renforcement du malus écologique sur les voitures les plus polluantes au 1er janvier 2013. Ce regain d'activité de fin d'année n'a cependant pas permis de compenser la dégradation des mois précédents⁹¹.

En 2012, l'attrait pour les modèles moyen de gamme se confirme. Entre 2011 et 2012, la part de ces modèles s'est accrue de 3,1 points (45,1% des immatriculations contre 42,0 % les deux années précédentes). Les immatriculations de voitures de la gamme économique et inférieure (petites voitures) représentent 49 % du marché des voitures neuves, soit 3,5 points de moins qu'en 2011 et 8 points de moins qu'en 2010.⁹²

La part des véhicules diesel dans les immatriculations de voitures particulières neuves s'établit à 73,2 % en 2012, en hausse de 0,6 point par rapport à 2011. Elle est moins élevée qu'en 2008 (77,5 %), mais reste sensiblement supérieure à son niveau du début des années 2000 (49 % en 2000).

En 2012, les ventes de voitures neuves de marques françaises reculent plus fortement que celles de marques étrangères (respectivement - 18 % contre - 6,9 %). La part des marques françaises dans les immatriculations neuves est ainsi tombée à 47,2 % en 2012.

Les voitures particulières neuves sont de moins en moins polluantes : en 2012, leurs émissions moyennes de CO₂ s'élèvent à 124 g/km contre 127g/km en 2011. 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 influencée par des facteurs économiques que la demande en voitures neuves. Le marché des voitures d'occasion ne subit pas la forte baisse du marché des voitures neuves. Cependant, le nombre des immatriculations de voitures particulières d'occasion (5,4 millions) diminue de 1,0 % en 2012, après deux années de hausse (+ 0,7 % en 2011 et + 2,8 % en 2010)⁹³. En 2012, il s'est échangé 2,8 voitures d'occasion pour une voiture neuve, c'est un peu plus que lors des trois dernières années.

⁹¹ Le dispositif de bonus-malus, créé par le Grenelle de l'environnement (lancé en juillet 2007), vise à réduire les émissions de CO₂ : il récompense les acquéreurs de voitures neuves émettant le moins de CO₂ et pénalise ceux qui optent pour les modèles les plus polluants. Le bonus est appliqué depuis le 5 décembre 2007 et le malus est entré en vigueur le 1er janvier 2008 (depuis le 1^{er} janvier 2009, les propriétaires de véhicules neufs émettant plus de 250 g de CO₂/km doivent payer une taxe annuelle en plus du malus).

⁹² CFCA : Comité des Constructeurs Français d'Automobiles

⁹³ Chiffres et statistiques n°397, février 2013 – Commissariat général au développement durable

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

Les ventes du secteur de **l'entretien et réparation** de véhicules automobiles baissent de 2,5 % en volume en 2012.

La fiabilité croissante des véhicules, ainsi que le mouvement de baisse continue du nombre d'accidents corporels de la route⁹⁴ (- 6,9 % en 2012) ont pour conséquence 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 est stable en valeur (- 0,2 %).

En ce qui concerne le commerce d'**équipements automobile**, les ventes progressent légèrement en volume dans les secteurs du commerce de gros et dans le commerce de détail (respectivement + 1,6 % et - 0,2 %).

Les prix des équipements automobiles augmentent sous l'effet du développement des équipements électroniques embarqués (GPS, lecteur vidéo...) et tirent les ventes en valeur. La hausse atteint 3,3 % pour les ventes en gros d'équipement automobiles et 1,9 % pour les ventes au détail.

3 - Activité au plus bas dans le commerce et réparation de motocycles

Durement touché par la crise en 2009, le commerce et réparation de motocycles (motos et scooters de plus de 50 CC) ne se redresse pas. Après la petite embellie de 2011, les ventes diminuent de 4,0 % en volume. Les immatriculations de motocyclettes neuves reculent pour la cinquième année consécutive et le marché est au plus bas depuis 2005. En valeur, les ventes du secteur baissent de 3,5 %.

⁹⁴ 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 sont **provisoires** (p). Elles sont issues de la version provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations que remplissent les entreprises pour le paiement de la TVA. Par construction, le traitement des restructurations pour ces indices au moment des évaluations provisoires diffère légèrement du traitement effectué *in fine* sur les déclarations fiscales des entreprises.

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

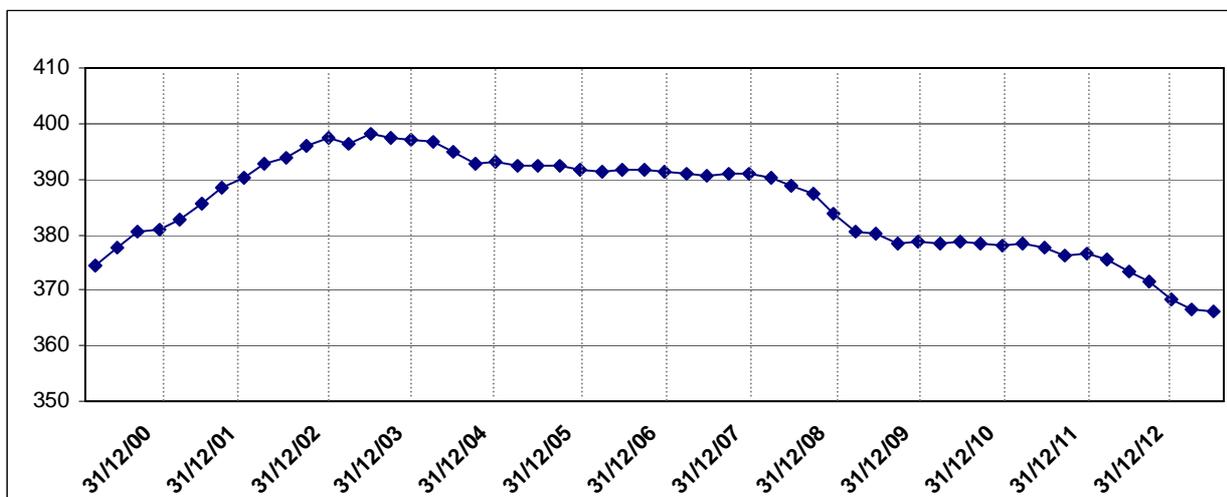
		2007	2008	2009	2010	2011	2012
Rapport de décembre 2013 (base 2005)	en valeur	+ 5,7	+ 0,2	+ 0,4	+ 1,0	+ 5,0 (def)	- 3,8 (p)
	en volume	+ 2,9	- 2,6	+ 0,2	- 0,6	+ 2,5 (def)	- 5,7 (p)
Rapport de juin 2013 (base 2005)	en valeur	+ 5,7	+ 0,2	+ 0,4	+ 1,0	+ 4,1 (p)	- 3,9 (p)
	en volume	+ 2,9	- 2,6	+ 0,2	- 0,6	+ 1,7 (p)	- 5,8 (p)
Rapport de déc.2012 (base 2005)	en valeur	+ 5,7	+ 0,2	+ 0,4	+ 1,0 (def)	+ 3,8 (p)	
	en volume	+ 2,9	- 2,6	+ 0,2	- 0,6 (def)	+ 1,2 (p)	
Rapport de juin 2012 (base 2005)	en valeur	+ 5,7 (r)	+ 0,2 (def)	+ 0,4 (def)	+ 2,7 (r)	+ 3,7 (p)	
	en volume	+ 2,9	- 2,6 (def)	+ 0,2 (def)	+ 0,9 (r)	+ 1,0 (p)	
Rapports de juin et déc. 2011 (base 2005)	en valeur	+ 5,7 (r)	+ 0,2 (def)	+ 0,4 (r)	+ 2,9 (p)		
	en volume	+ 2,9 (r)	- 2,6 (def)	+ 0,2 (r)	+ 1,2 (p)		
Rapports de juin et déc. 2010 (base 2000)	en valeur	+ 5,2 (def)	+ 1,3 (r)	-1,7 (p)			
	en volume	+ 2,6 (def)	- 2,9 (r)	- 0,6 (p)			
Rapport déc. 2009 (base 2000)	en valeur	+ 5,2 (def)	+ 1,3 (p)				
	en volume	+ 2,6 (def)	- 2,8 (p)				
Rapport juin 2009 (base 2000)	en valeur	+ 5,0 (r)	+ 1,3 (p)				
	en volume	+ 2,4 (r)	- 2,8 (p)				

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

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

Au 31 décembre 2012, 368 400 salariés travaillent dans le secteur du commerce et de la réparation automobile. Ils représentent 12 % des salariés du commerce. Le nombre de salariés dans ce secteur a augmenté jusqu'en 2003 avant de diminuer régulièrement jusqu'en 2007. Depuis, la baisse s'est nettement accentuée en 2008 (- 1,8 %) et en 2009 (- 1,3 %). En 2010, le nombre de salariés est resté quasiment stable, avant de baisser à nouveau en 2011. En 2012, la baisse s'amplifie, le commerce automobile perd 8 200 salariés (- 2,2 %). En glissement annuel, entre décembre 2002 et décembre 2012, le secteur a perdu 29 000 salariés.

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



Source : Insee - Estimations d'emploi

Avec 83 % d'hommes, le commerce et la réparation automobile est un secteur très masculin. Une part importante des salariés sont des ouvriers (42 %), et parmi eux, la majorité (70 %) sont des ouvriers qualifiés.

Le temps partiel est peu répandu dans le commerce et la réparation automobile : il concerne 10,7 % des salariés en 2011. Comme dans les autres secteurs, il touche plus les femmes (26,1 %) que les hommes (7,3 %). Ce sont des temps partiels relativement courts : en moyenne, le nombre d'heures d'un salarié à temps partiel représente 54,9 % d'un temps plein. Le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel⁹⁵ représente 6,2 % du volume d'emploi salarié. Si l'emploi était réparti uniformément sur l'ensemble des emplois salariés, il reviendrait à ce que chaque emploi salarié représente en moyenne 95,2 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

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

5 - Forte hausse des créations d'entreprises du commerce et de la réparation automobile en 2012

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

Tableau 3 : Nombre de créations de sociétés et d'entreprises individuelles et leur évolution en % entre 2009 et 2012

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2009	2010	2011	2012	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Commerce de véhicules automobiles	4 660	5 828	6 179	7 331	25,1	6,0	18,6
Entretien et réparation de véhicules automobiles	5 607	6 861	5 857	6 566	22,4	-14,6	12,1
Commerce d'équipements automobiles	1 097	1 115	1 155	1 154	1,6	3,6	-0,1
Commerce et réparation de motocycles	825	884	758	679	7,2	-14,3	-10,4
COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE	12 189	14 688	13 949	15 730	20,5	-5,0	12,8

Source : Insee - Sirène (France Entière)

Les cessations de l'année 2012 ne sont pas encore entièrement connues pour estimer le nombre d'entreprises au 1^{er} janvier 2013. Début 2012, le secteur du commerce et de la réparation automobile compte 88 600 entreprises, soit 3,3 % de plus qu'en 2011. Cette forte augmentation est due au régime d'auto-entrepreneur qui a stimulé les créations d'entreprises depuis 2009. Cette progression concerne tous les sous-secteurs du commerce et de la réparation automobile.

Tableau 4 : Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles* en milliers au 1^{er} janvier et évolution en % entre début 2009 et début 2012

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2009	2010	2011	2012	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Commerce de véhicules automobiles	26,8	28,0	28,9	29,9	4,2	3,3	3,5
Entretien et réparation de véhicules automobiles	37,6	40,5	43,2	44,6	7,7	6,6	3,1
Commerce d'équipements automobiles	7,0	7,4	7,8	8,1	5,7	4,5	4,2
Commerce et réparation de motocycles	5,5	5,8	6,0	6,1	4,3	3,5	2,0
COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE	77,0	81,7	85,8	88,6	6,1	5,0	3,3

Source : Insee - Sirène (France Entière)

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

CHAPITRE VI : LES OPÉRATIONS INTERNATIONALES

1 - Les échanges internationaux de marchandises des sociétés commerciales

1.1 - Essoufflement des échanges de la France

En 2012, les échanges s'essoufflent. Les exportations ralentissent (+ 3,4 % en 2012 après + 8,6 % en 2011), tirées vers le bas par les contre-performances de l'industrie automobile et des produits agricoles. La progression des importations marque le pas (+ 2,3 % après + 12,6 %), en raison du recul des achats automobiles, de produits métallurgiques et de machines et équipements.

Malgré la décélération des exportations, le nombre d'exportateurs s'inscrit en hausse. Il atteint 119 700, après 116 300 en 2011, soit une hausse de + 2,9 % (après - 2,0 % en 2011). De son côté, le nombre d'importateurs ne progresse plus que faiblement (+ 0,6 % après + 11,1 % en 2011).

1.2 - Ralentissement des échanges du commerce

Après une année 2011 dynamique, le ralentissement des échanges du commerce est plus marqué en comparaison des autres secteurs. La croissance des ventes revient ainsi à + 5,3 % (après + 14,7 %), tout en restant mieux orientée que dans l'industrie ou les services. Cette évolution s'explique en grande partie par l'atonie du marché Européen et le recul des exportations agricoles (- 6,0 % après + 26,0 % en 2011). Pour sa part, le nombre d'exportateurs relevant du commerce rebondit (+ 3,4 %, après - 2,6 % en 2011).

Les importations du commerce, soit près de la moitié de l'ensemble des achats de la France, décèlent également (+ 4,1 % après + 9,4 % en 2011). Leur croissance est néanmoins supérieure à celle des autres secteurs. Le nombre d'importateurs du commerce augmente quant à lui de manière significative (+ 5,8 % après + 2,6 % en 2011). Au final, en 2012 le déficit du commerce est pratiquement stable à -117 milliards d'euros en 2012 (-115 milliards en 2011).

Tableau 1 : Répartition des opérateurs du commerce extérieur selon le secteur d'activité en 2012

	Exportateurs 2012			Importateurs 2012		
	Nombre d'entreprises exportatrices	Structure (en % du total)	Evolution 2012/2011 (en %)	Nombre d'entreprises importatrices	Structure (en % du total)	Evolution 2012/2011 (en %)
Commerce	52 553	43,9%	3,4%	83 111	52,9%	5,8%
Industrie	31 903	26,6%	0,4%	36 523	23,2%	7,0%
Services	18 034	15,1%	5,5%	26 329	16,8%	11,5%
Autre	17 226	14,4%	3,7%	11 166	7,1%	-43,9%
Total	119 716	100,0%	2,9%	157 129	100,0%	0,6%

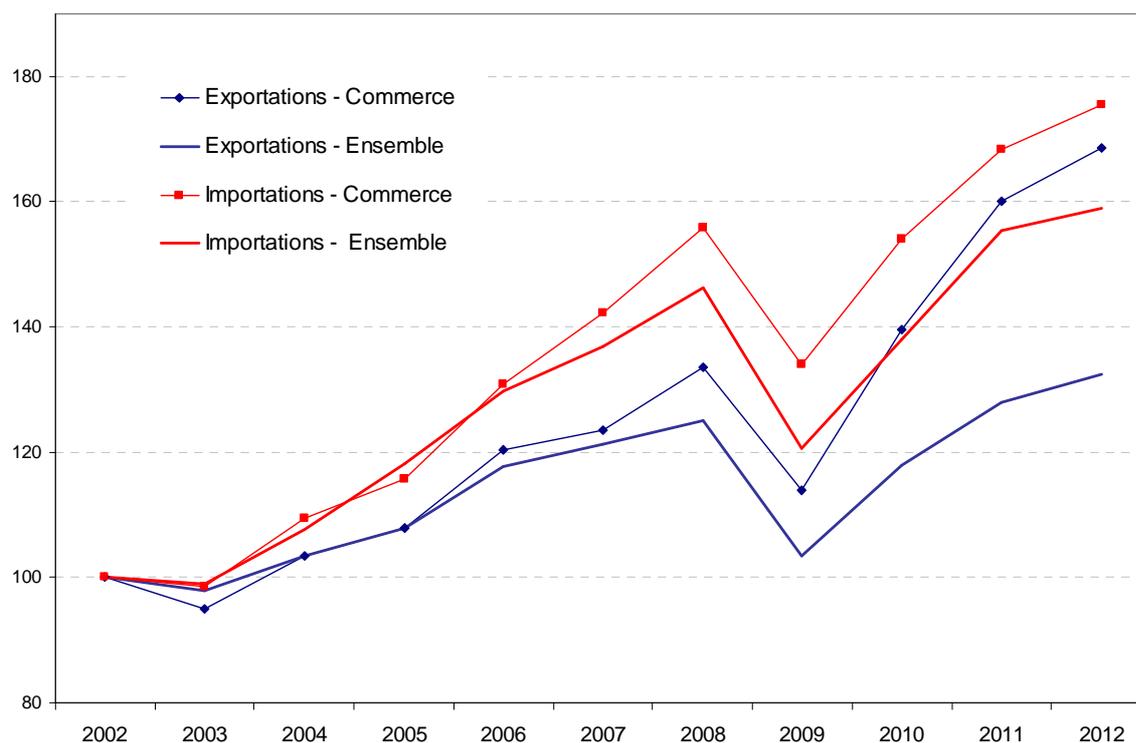
Source : Douanes

Tableau 2 : Répartition des montants échangés selon le secteur d'activité en 2012

	Exportations 2012			Importations 2012		
	Valeur des produits exportés (millions d'euros)	Structure (en % du total)	Evolution 2012/2011 (en %)	Valeur des produits importés (millions d'euros)	Structure (en % du total)	Evolution 2012/2011 (en %)
Commerce	115 497	26,4%	5,3%	232 881	44,4%	4,1%
Industrie	290 404	66,4%	2,7%	238 633	45,5%	0,1%
Services	20 526	4,7%	1,3%	42 679	8,1%	1,4%
Autre	10 723	2,5%	7,1%	9 898	1,9%	23,4%
Total	437 150	100,0%	3,4%	524 091	100,0%	2,3%

Source : Douanes

Graphique 1 : Évolution des échanges des entreprises du commerce et de l'ensemble des entreprises (base 100 en 2002)



Source : Douanes

1.3 - Les petites structures impactées

Les entreprises exportatrices du commerce sont essentiellement des PME, avec une part prépondérante de petites structures, employant moins de 20 salariés. En 2012, leurs ventes ralentissent mais demeurent dynamiques (+ 10,4 %), expliquant par là même l'essentiel de la hausse des exportations du commerce en 2012. Elles voient également leur nombre augmenter de nouveau en 2012 (+ 4,1 %, après - 0,4 % en 2011). De son côté, le nombre d'entreprises de taille moyenne (20 à 5 000 salariés) stagne, alors que le montant de leurs ventes diminue. Les grandes firmes, de plus de 5 000 salariés, sont très peu nombreuses mais connaissent une vive croissance de leurs ventes.

Le ralentissement des importations du commerce touche les entreprises de toutes les tranches de taille. La tranche des entreprises de moins de 20 salariés, qui représente plus de 80% des importateurs, voit ses effectifs augmenter (+ 5,7 %) mais ses achats ralentissent à + 7,1 % (après + 9,7 %).

Tableau 3 : Structure et évolution par taille des entreprises du commerce et montant des échanges en 2012

	Nombre d'entreprises			Millions d'euros	Echanges	
	Effectif	Structure (%)	Evolution (en %)		Structure (en %)	Evolution (en %)
Exportations						
Moins de 20 salariés	43 626	83,0%	4,1%	64 247	55,6%	10,4%
De 20 à 250 salariés	8 172	15,6%	-0,1%	27 755	24,0%	2,9%
De 250 à 5 000 salariés	725	1,4%	0,0%	22 232	19,2%	-5,4%
Plus de 5 000 salariés	30	0,1%	3,4%	1 262	1,1%	23,7%
Total exportations	52 553	100,0%	3,4%	115 497	100,0%	5,3%
Importations						
Moins de 20 salariés	69 568	83,7%	5,7%	91 951	39,5%	7,1%
De 20 à 250 salariés	12 512	15,1%	7,0%	67 181	28,8%	-0,3%
De 250 à 5 000 salariés	994	1,2%	3,0%	65 222	28,0%	5,0%
Plus de 5 000 salariés	37	0,0%	12,1%	8 527	3,7%	3,1%
Total importations	83 111	100,0%	5,8%	232 881	100,0%	4,1%

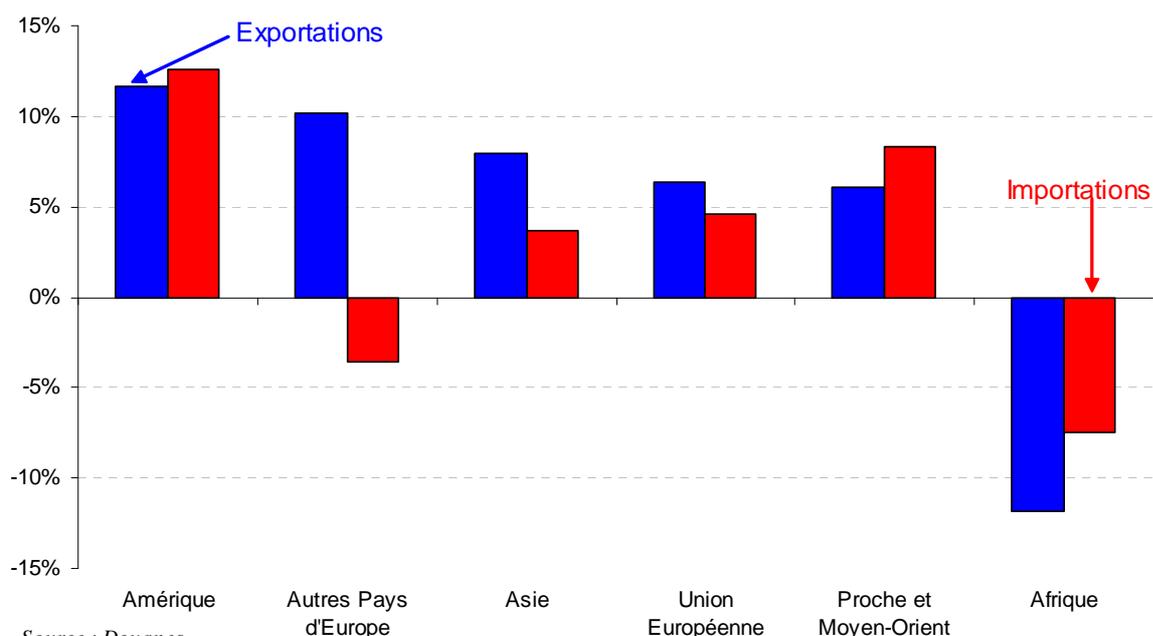
Source : Douanes

1.4 - Echanges avec l'Europe au ralenti

En 2012, les échanges souffrent de l'atonie de l'activité dans l'Union européenne (UE). La croissance des exportations vers l'UE ralentit de moitié, à + 6,3 %. Les ventes à l'Allemagne sont moins vigoureuses, bien qu'encore dynamiques. Celles à destination des pays de l'Europe du sud, où l'activité piétine, ne progressent que faiblement (Espagne) ou se replient (Italie). Les exportations avec les pays tiers (hors UE) décélèrent également fortement, notamment vis-à-vis de l'Asie (+ 8,0 %, après + 23,7 %). Celles avec l'Afrique reculent nettement. Seules les ventes aux États-Unis restent relativement fermes (+ 11,4 %).

Les importations ralentissent vis-à-vis de la plupart des zones, à l'exception notable des États-Unis (+ 13,7 %). C'est notamment le cas des achats en provenance de l'Union européenne et de l'Asie. Les importations d'Afrique marquent de leur côté un net recul.

Graphique 2 : Croissance des échanges des entreprises du commerce entre 2011 et 2012 par zone (en %)



Source : Douanes

Tableau 4 : Échanges des entreprises du commerce par zones géographiques en 2012

	Exportations				Importations			
	Millions d'euros	Part de la zone dans les échanges	Croissance 2012/2011	Part du commerce dans les échanges avec la zone	Millions d'euros	Part de la zone dans les échanges	Croissance 2012/2011	Part du commerce dans les échanges avec la zone
Europe	84 713	73,3%	6,7%	28,5%	158 107	67,9%	3,9%	44,3%
Union Européenne	76 504	66,2%	6,3%	29,5%	144 951	62,2%	4,6%	46,4%
Zone Euro	59 303	51,3%	5,2%	29,5%	115 163	49,5%	5,0%	45,4%
<i>Allemagne</i>	16 958	14,7%	9,5%	23,6%	37 698	16,2%	0,9%	41,4%
<i>Espagne</i>	9 602	8,3%	1,2%	32,4%	14 587	6,3%	14,2%	45,9%
<i>Italie</i>	10 887	9,4%	-4,9%	33,6%	21 359	9,2%	1,5%	55,9%
Afrique	9 376	8,1%	-11,9%	33,2%	4 743	2,0%	-7,5%	16,4%
Amérique	6 994	6,1%	11,7%	16,6%	16 076	6,9%	12,5%	34,7%
<i>Etats-Unis</i>	4 494	3,9%	11,4%	16,9%	11 573	5,0%	13,7%	35,1%
Asie	11 434	9,9%	8,0%	20,5%	52 694	22,6%	3,7%	65,2%
<i>Chine</i>	2 193	1,9%	1,1%	14,5%	28 968	12,4%	2,7%	70,0%
Proche et Moyen-Orient	2 980	2,6%	6,1%	21,9%	1 261	0,5%	8,3%	11,4%
Total	115 497	100,0%	5,3%	26,4%	232 881	100,0%	4,1%	44,4%

Source : Douanes

Guide de lecture : en 2012, les entreprises du commerce ont exporté 76 500 millions d'euros vers l'Union européenne. Les exportations vers l'Union européenne représentent 66,2 % des exportations des entreprises du commerce et 29,5 % de l'ensemble des ventes vers cette zone.

1.5 - Repli des ventes de produits agricoles et de produits de l'industrie automobile

En 2012, le repli des ventes de produits agricoles (- 6,0 % après + 26,0 %), notamment de céréales, et de produits de la construction automobile (- 4,6 % après + 11,8 %) pèse sur les exportations. En revanche, les ventes sont bien orientées dans les points forts de la spécialisation française (chimie, parfums et cosmétiques, pharmacie). Les exportations de produits informatiques et électroniques sont également dynamiques (+ 11,1 %), alors que la croissance des achats stagne, d'où la réduction du déficit commercial pour ces produits.

Les importations souffrent du repli des achats de véhicules (-8,4 %, après + 12,8 % en 2011). Par contre, elles bénéficient de la bonne tenue des achats de produits pharmaceutiques (+ 33,8 % après - 1,6 % en 2011).

Tableau 5 : Répartition par produits des entreprises du commerce en 2012

	Exportations				Importations			
	Montants (en millions d'euros)	Part du produit	Croissance 2012/2011	Part du commerce	Montants (en millions d'euros)	Part du produit	Croissance 2012/2011	Part du commerce
AZ - Produits agricoles	12 356	10,7%	-6,0%	80,0%	7 619	3,3%	6,0%	64,7%
C1 - Produits des IAA	15 238	13,2%	8,9%	35,0%	20 956	9,0%	4,8%	58,8%
DE - Hydrocarbures	1 774	1,5%	-5,9%	15,9%	2 814	1,2%	-14,3%	4,5%
C2 - Produits pétroliers raffinés	3 224	2,8%	8,5%	23,4%	14 255	6,1%	32,7%	44,1%
C3 - Equip. mécaniques, mat. électrique, électronique et informatique	21 405	18,5%	3,9%	25,6%	54 492	23,4%	0,6%	52,9%
<i>dont :</i>								
<i>CI - Informatique - électronique</i>	9 737	8,4%	11,1%	34%	26 602	11,4%	-0,5%	59%
C4 - Matériels de transport	5 864	5,1%	2,7%	6,3%	27 908	12,0%	-5,4%	36,0%
<i>dont :</i>								
<i>C29A - Produits construction automobile</i>	2 513	2,2%	-4,6%	10,0%	20 829	8,9%	-8,4%	67,0%
<i>C29B - Équipements pour automobiles</i>	1 640	1,4%	1,8%	11,4%	3 360	1,4%	4,6%	28,2%
C5 - Autres produits industriels	54 252	47,0%	8,1%	31,4%	102 967	44,2%	6,3%	52,0%
<i>dont :</i>								
<i>CE - Chimie, parfums et cosmétiques</i>	17 268	15,0%	10,3%	33%	20 002	8,6%	9,5%	44%
<i>CB - Habillement, cuir</i>	11 320	9,8%	6,4%	58%	23 065	9,9%	0,7%	74%
<i>CF - Pharmacie</i>	9 434	8,2%	15,9%	33%	15 973	6,9%	33,8%	62%
Autres	1 383	1,2%	14,9%	35,1%	1 870	0,8%	-2,3%	49,4%
Total	115 497	100,0%	5,3%	26,4%	232 881	100,0%	4,1%	44,4%

Source : Douanes

1.6 - Ralentissement des ventes du commerce de gros

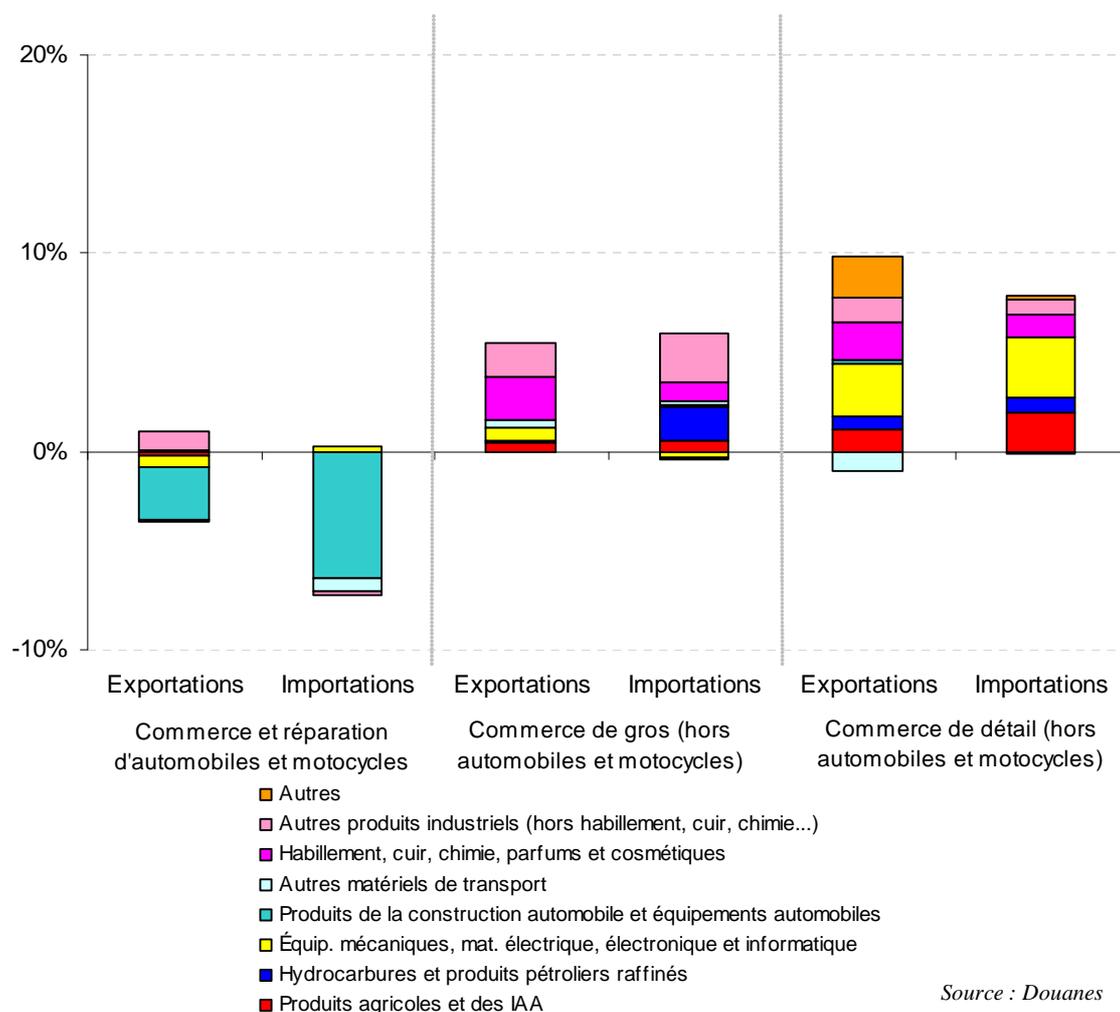
De façon structurelle, l'évolution des échanges du commerce est dictée par le commerce de gros, qui représente 90 % des ventes et 75 % des achats. En 2012, la décélération des échanges du commerce de gros explique ainsi la quasi-totalité des évolutions du secteur. Le ralentissement des échanges du commerce de détail et le repli de ceux du commerce et de la réparation d'automobiles et de motocycles jouent un rôle plus marginal.

Tableau 6 : Répartition par sous-secteur des échanges du commerce en 2012

	Montants (millions d'€)	Part en %	Exportations Croissance du montant	Nombre d'entreprises	Croissance du nombre	Montants (millions d'€)	Part en %	Importations Croissance du montant	Nombre d'entreprises	Croissance du nombre
Commerce et réparation d'automobile et motocycle	5 489	4,8%	-2,5%	5 901	6,4%	27 755	11,9%	-7,0%	6 518	11,3%
Commerce de gros (à l'expection des automobiles et motocycles)	103 308	89,4%	5,5%	35 594	2,0%	176 747	75,9%	5,6%	51 899	7,0%
Commerce de détail, (à l'expection des automobiles et motocycles)	6 700	5,8%	8,8%	11 058	6,4%	28 379	12,2%	7,7%	24 694	2,1%
Ensemble commerce	115 497	100,0%	5,3%	52 553	3,4%	232 881	100,0%	4,1%	83 111	5,8%

Source : Douanes

Graphique 3 : Contributions à l'évolution des échanges des entreprises du commerce par sous-secteurs en 2012 (en %)



Source : Douanes

1.7 - Commerce de gros : repli des ventes de produits agricoles et des IAA

Le repli des exportations de produits agricoles et le moindre dynamisme de la plupart des produits industriels contribuent au ralentissement des ventes du commerce de gros. En revanche, les ventes de produits pharmaceutiques, de produits pétroliers raffinés, d'équipements mécaniques, électroniques et informatiques, de produits chimiques et de parfums/cosmétiques sont vigoureuses.

Les importations du commerce de gros sont tirées vers le bas par la baisse des achats d'équipements mécaniques et de matériel électrique, de produits métallurgiques et métalliques, ainsi que par celle des IAA.

Les exportations vers les pays de l'Afrique, notamment vers l'Afrique du nord (Algérie, Maroc et Tunisie notamment), se replient, après la forte croissance de 2011 (- 14,3 % en 2012 après + 18,3 %). Les échanges avec l'Union européenne sont moins vigoureux en 2012 (+ 7,4 % après + 12,6 %) et reculent même vers l'Italie (- 4,7 % après + 17,8 %). Les importations sont quant à elles encore vigoureuses vers toutes les zones, sauf vers la Chine où elles sont à l'arrêt (+ 0,0 % après + 9,6 %).

Tableau 7 : Exportations et importations des entreprises du commerce de gros par produit et par zone géographique

Produits	Exportations		Importations		Solde (millions d'euros)
	Millions d'euros	Evolution 2012/2011	Millions d'euros	Evolution 2012/2011	
Produits agricoles	12 261	-5,9%	6 570	4,3%	5 691
Hydrocarbures naturels	14 800	8,5%	17 812	3,5%	-3 012
Produits des industries agroalimentaires	1 665	-6,9%	2 773	-14,4%	-1 108
Produits pétroliers raffinés	3 049	8,0%	13 301	33,3%	-10 253
Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	19 687	3,5%	48 286	-1,1%	-28 599
Matériel de transport	2 391	17,2%	3 816	16,7%	-1 425
dont : Produits de la construction automobile	267	-0,7%	495	8,0%	-227
Equipements pour automobiles	594	7,9%	1 010	16,8%	-416
Aéronautique	1 240	32,9%	1 881	24,3%	-641
Cycles et motocycles	197	4,6%	347	0,5%	-149
Autres produits industriels	48 828	8,5%	82 979	7,4%	-34 151
dont : Textiles, habillement, cuir et chaussures	9 190	6,5%	12 997	-1,3%	-3 807
Produits chimiques, parfums et cosmétiques	16 597	10,9%	19 024	10,3%	-2 426
Produits pharmaceutiques	9 219	17,0%	15 769	33,6%	-6 551
Produits métallurgiques et métalliques	5 906	0,9%	11 256	-5,0%	-5 349
Produits manufacturés divers	4 652	5,5%	10 833	2,9%	-6 181
Autres	627	9,7%	1 209	-6,3%	-583
Total	103 308	5,5%	176 747	5,6%	-73 439

Source : Douanes

Zone géographique	Exportations		Importations		Solde (millions d'euros)
	Millions d'euros	Evolution 2012/2011	Millions d'euros	Evolution 2012/2011	
Europe	75 182	7,6%	116 338	5,9%	-41 155
Union Européenne	68 312	7,4%	105 665	7,3%	-37 354
Zone Euro	52 925	6,4%	83 697	8,5%	-30 772
Allemagne	15 054	10,3%	23 043	5,3%	-7 989
Espagne	8 551	1,2%	10 380	21,8%	-1 829
Italie	9 814	-4,7%	16 309	2,7%	-6 495
Asie	10 621	6,0%	40 235	3,0%	-29 614
Chine	2 088	0,6%	21 717	0,0%	-19 629
Amérique	6 263	11,9%	15 288	13,9%	-9 025
Etats-Unis	3 939	10,7%	11 043	14,9%	-7 104
Afrique	8 471	-14,3%	3 712	-6,8%	4 759
Proche et Moyen-Orient	2 771	8,2%	1 175	9,6%	1 596
Total	103 308	5,5%	176 747	5,6%	-73 439

Source : Douanes

1.8 - Commerce et réparation automobiles : recul des échanges

En 2012, les échanges du secteur du commerce et de la réparation automobiles reculent, de façon plus marquée à l'importation (- 7,0 %) qu'à l'exportation (- 2,5 %). Le déficit commercial du sous-secteur se réduit ainsi à - 22 milliards d'euros (- 24 milliards en 2011).

Le recul des exportations s'explique principalement par la baisse des ventes de véhicules (-5,7 %) et d'équipements automobiles (-1,4%). Seuls les produits en caoutchouc et en plastique voient leurs ventes augmenter. Le repli des importations vient également de la baisse des achats de véhicules et d'équipements automobiles, alors que les achats d'équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique sont en hausse (+ 3,8 %).

Les ventes du commerce automobile pâtissent du repli vers l'Union Européenne (-10,0 %), où les demandes intérieures sont atones. En revanche, elles sont dynamiques vers les pays tiers, où l'activité est mieux orientée, notamment vers l'Afrique, l'Asie et l'Amérique. Les importations fléchissent vis-à-vis de l'ensemble des zones, notamment celles en provenance de l'Union européenne (- 6,5 %).

Tableau 8 : Exportations et importations des entreprises du commerce et de la réparation d'automobile et de motocycles par produit et par zone géographique

Produits	Exportations		Importations		Solde (millions d'euros)
	Millions d'euros	Evolution 2012/2011	Millions d'euros	Evolution 2012/2011	
Produits agricoles	13	-26,6%	3	-11,7%	10
Hydrocarbures naturels	17	-29,0%	5	45,8%	12
Produits des industries agroalimentaires	20	21,2%	4	-31,9%	16
Produits pétroliers raffinés	12	-10,7%	20	5,4%	-8
Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	513	-6,1%	1 733	3,8%	-1 220
Matériel de transport	3 369	-4,3%	23 756	-8,1%	-20 387
dont : Produits de la construction automobile	2 196	-5,7%	20 412	-8,6%	-18 216
Equipements pour automobiles	1 042	-1,4%	2 316	0,0%	-1 274
Cycles et motocycles	124	-1,1%	1 011	-15,3%	-887
Autres produits industriels	1 533	3,5%	2 203	-2,0%	-670
dont : Textiles, habillement, cuir et chaussures	53	-10,4%	120	3,7%	-67
Produits en caoutchouc et en plastique, produits minéraux divers	1 362	4,5%	1 751	-1,9%	-388
Produits métallurgiques et métalliques	50	-0,8%	180	-3,9%	-130
Autres	12	7,9%	30	-11,9%	-18
Total	5 489	-2,5%	27 755	-7,0%	-22 266

Source : Douanes

Zone géographique	Exportations		Importations		Solde (millions d'euros)
	Millions d'euros	Evolution 2012/2011	Millions d'euros	Evolution 2012/2011	
Europe	4 121	-9,0%	24 419	-6,5%	-20 298
Union Européenne	3 698	-10,0%	23 580	-6,2%	-19 882
Zone Euro	2 689	-13,8%	18 169	-8,5%	-15 480
Allemagne	936	-4,9%	11 192	-9,1%	-10 257
Espagne	415	-6,3%	2 353	-13,4%	-1 938
Italie	339	-23,9%	1 745	-2,3%	-1 405
Asie	332	68,6%	2 604	-7,7%	-2 272
Chine	51	32,5%	374	5,4%	-323
Amérique	353	17,5%	273	-20,0%	80
Etats-Unis	263	24,2%	217	-12,9%	46
Afrique	629	24,3%	434	-18,8%	195
Proche et Moyen-Orient	54	-44,6%	24	-18,5%	30
Total	5 489	-2,5%	27 755	-7,0%	-22 266

Source : Douanes.

1.9 - Commerce de détail : moindre progression des échanges de produits textiles, d'habillement et de cuir et de chaussures

En 2012, les exportations du secteur du commerce de détail ralentissent (+ 8,8 % après + 16,6 % en 2011), tout comme ses importations (+ 7,7 % après +11,5%). Cette évolution s'explique par la moindre hausse des échanges de produits textiles et d'habillement, de produits chimiques et de parfums et cosmétiques qui représentent les deux tiers du commerce de détail.

Vers l'Union Européenne, principale zone géographique d'exportation du commerce de détail, les ventes décélèrent (5,7 % en 2012 après + 17,4 %). Vers la Chine, où les ventes étaient dynamiques, elles reculent en 2012 (- 2,8 % après + 59,1 %). Les importations décélèrent également, vers les principales zones géographiques (Europe, Asie et Afrique).

Tableau 9 : Exportations et importations des entreprises du commerce de détail par produit et par zone géographique

	Exportations		Importations		Solde (millions d'euros)
	Millions d'euros	Evolution 2012/2011	Millions d'euros	Evolution 2012/2011	
Produits agricoles	82	-16,4%	1 046	18,6%	-964
Hydrocarbures naturels	421	25,6%	3 139	12,9%	-2 718
Produits des industries agroalimentaires	88	13,0%	36	-0,7%	52
Produits pétroliers raffinés	163	19,7%	933	25,8%	-770
Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	1 206	15,7%	4 473	22,0%	-3 267
Matériel de transport	104	-30,6%	335	-9,1%	-231
<i>dont : Produits de la construction automobile</i>	49	43,7%	71	4,1%	-21
<i>Navires et bateaux</i>	40	-60,6%	92	-33,0%	-52
<i>Cycles et motocycles</i>	9	22,8%	134	6,0%	-125
Autres produits industriels	3 891	5,3%	17 786	2,8%	-13 895
<i>dont : Textiles, habillement, cuir et chaussures</i>	2 077	6,5%	9 948	3,3%	-7 871
<i>Produits chimiques, parfums et cosmétiques</i>	646	-1,5%	919	-3,5%	-272
<i>Produits manufacturés divers</i>	641	9,5%	3 723	4,8%	-3 082
Autres	744	19,9%	631	7,1%	113
Total	6 700	8,8%	28 379	7,7%	-21 680

Source : Douanes

Zone géographique	Exportations		Importations		Solde (millions d'euros)
	Millions d'euros	Evolution 2012/2011	Millions d'euros	Evolution 2012/2011	
Europe	5 410	7,6%	17 350	6,7%	-11 940
Union Européenne	4 495	5,7%	15 705	5,2%	-11 211
Zone Euro	3 689	4,1%	13 297	4,7%	-9 608
<i>Allemagne</i>	969	14,5%	3 463	9,7%	-2 494
<i>Espagne</i>	636	6,8%	1 854	21,2%	-1 218
<i>Italie</i>	733	4,3%	3 305	-2,2%	-2 572
Asie	481	30,5%	9 854	10,5%	-9 373
<i>Chine</i>	54	-2,8%	6 877	11,9%	-6 823
Amérique	378	4,4%	515	-0,2%	-137
<i>Etats-Unis</i>	292	11,8%	313	-1,0%	-21
Afrique	276	11,9%	597	-1,8%	-322
Proche et Moyen-Orient	155	2,6%	62	-1,2%	93
Total	6 700	8,8%	28 379	7,7%	-21 680

Source : Douanes

Methodologie :

L'étude prend en compte tous les échanges effectués avec des pays de l'Union européenne et avec des pays tiers (hors Union européenne).

Pour les échanges intracommunautaires, il existe un seuil déclaratif de 460 000 euros, en deçà duquel les entreprises ne sont pas tenues de faire une déclaration statistique. Le nombre d'opérateurs sous le seuil est important (43 000 exportateurs sous le seuil en 2012), mais la valeur de leurs échanges est faible ; le seuil a été déterminé de manière à couvrir 95 % des introductions et 97 % des expéditions, conformément aux préconisations des instances européennes. Pour des raisons fiscales, les exportateurs doivent déclarer leurs échanges dès le 1^{er} euro, et c'est à partir de ces données fiscales que sont calculés le nombre d'exportateurs sous le seuil et leurs échanges. Le nombre d'importateurs sous le seuil et leurs échanges sont quant-à-eux estimés à partir de la distribution du nombre des exportateurs par tranche de chiffre d'affaire à l'exportation et à partir des données TVA.

A l'extracommunautaire, tous les échanges avec les pays tiers sont comptabilisés depuis le 1er janvier 2010.

2 - Les stocks d'investissements directs des entreprises commerciales

2.1- La position créditrice nette en investissements directs des secteurs du commerce se contracte

Fin 2012, la France détenait en investissements directs étrangers (IDE) une position créditrice nette⁹⁶ en valeur comptable de 411 milliards d'euros, en légère hausse 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 258 milliards fin 2012, devant le secteur des activités financières et d'assurance (110 milliards). En revanche, les investissements immobiliers et dans les activités liées à l'immobilier présentent une position débitrice (- 71 milliards). Pour leur part, les stocks d'investissements directs dans le commerce affichent une position proche de l'équilibre (+ 6 milliards).

Après avoir significativement progressé en 2008 et 2009 (pour dépasser 27 milliards fin 2009), la position créditrice nette du secteur du commerce décroît depuis trois ans. Cette évolution est due à l'effet combiné d'une baisse des investissements directs à l'étranger et d'une reprise des investissements étrangers en France (graphique 4).

Si l'on retranche des investissements directs étrangers en France les fonds en capital social investis par les filiales étrangères de groupes français dans d'autres filiales françaises (qui ne sont pas concernés par la règle du principe directionnel étendu), on constate également une hausse des stocks d'investissements étrangers depuis 2010, ces derniers repassant au-dessus du niveau qu'ils atteignaient il y a dix ans et s'établissant au plus haut de la décennie (graphique 4 et tableaux 17 et 18).

Les statistiques d'investissements directs étrangers (IDE), produites par la Banque de France, sont établies conformément à la nouvelle méthodologie dite « du principe directionnel étendu », recommandée par le 6^{ème} manuel de balance des paiements du FMI (2008). Celle-ci va devenir la norme officielle dans l'Union européenne à compter de 2014. Pour des raisons d'homogénéité des séries statistiques, les données géographiques et sectorielles des années 2001 à 2012 sont retraitées selon la même méthodologie.

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

L'objectif de ce reclassement est de neutraliser les flux et les stocks d'investissements directs entrants et sortants liés au développement par les multinationales de réseaux internationaux de filiales susceptibles de porter des créances et des engagements 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. Lorsque le centre de trésorerie du groupe est à l'étranger, les créances des premières étaient enregistrées, dans l'ancienne méthodologie, en investissements français à l'étranger alors que les engagements des secondes figuraient en investissements étrangers en France.

Dans la nouvelle méthodologie, la position nette, positive ou négative, vis-à-vis du centre de trésorerie non résident figure uniquement dans les investissements français à l'étranger, ce qui a pour effet de réduire du même montant les investissements entrants et sortants. Il faut noter que cette méthode de classement peut conduire à des stocks négatifs. Les encours négatifs correspondent aux cas de groupes puisant davantage de fonds dans la trésorerie de leurs filiales étrangères que ce qu'ils y ont investi.

Des éléments d'explications plus détaillés de la nouvelle méthodologie de présentation des investissements directs sont fournis 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 et de la position extérieure de la France, disponibles respectivement 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_bdp/bdf_bdp_ra_2009.pdf

⁹⁶ Égale à la différence entre investissements directs sortants et investissements directs 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'IDE qu'il n'en effectue lui-même à l'étranger. Elle évolue d'une année sur l'autre en fonction des flux nets d'IDE 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.

Tableau 10 : Position nette de la France en investissements directs par secteur d'activité de l'investisseur (en valeur comptable)⁹⁷

Ensemble des secteurs											
	(en milliards d'euros)										
	2002	2003	2001	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Agriculture, sylviculture et pêche (A)	-0,2	-0,2	-0,3	-0,3	-0,3	-0,1	-0,1	-0,1	-0,1	-0,2	-0,2
Industries (B à E)	103,4	97,5	96,7	140,7	131,0	127,9	172,7	197,1	212,3	236,3	258,3
Construction (F)	0,1	2,0	1,1	1,2	1,3	1,9	9,6	16,6	17,4	18,5	19,3
Commerce, réparation d'automobiles (G)	9,5	8,8	9,9	9,1	7,7	10,3	20,6	27,4	25,3	16,2	5,9
Transports et entreposage (H)	0,9	1,5	1,3	2,8	1,3	3,9	1,0	2,2	2,8	1,8	1,1
Hébergement et restauration (I)	5,6	5,6	5,1	2,9	3,0	1,5	1,1	1,4	2,0	3,0	4,1
Information et communication (J)	41,2	23,1	4,4	61,8	46,1	43,4	48,8	49,8	55,4	62,8	60,3
Activités financières et d'assurance (K)	41,8	36,9	65,3	52,8	88,1	87,7	94,7	105,5	118,2	111,2	109,8
Activités immobilières (L)	-30,5	-35,8	-41,3	-45,3	-49,7	-50,8	-64,7	-56,1	-57,3	-65,8	-71,0
Autres services (M à S)	19,0	13,5	4,0	-17,9	-14,6	-3,6	1,9	5,2	14,9	11,9	15,7
Non ventilé	1,0	3,0	3,3	-3,9	0,3	3,1	5,2	3,1	3,7	9,6	7,7
Total tous secteurs	191,8	155,8	149,5	203,8	214,4	225,1	290,8	352,1	394,6	405,5	411,0

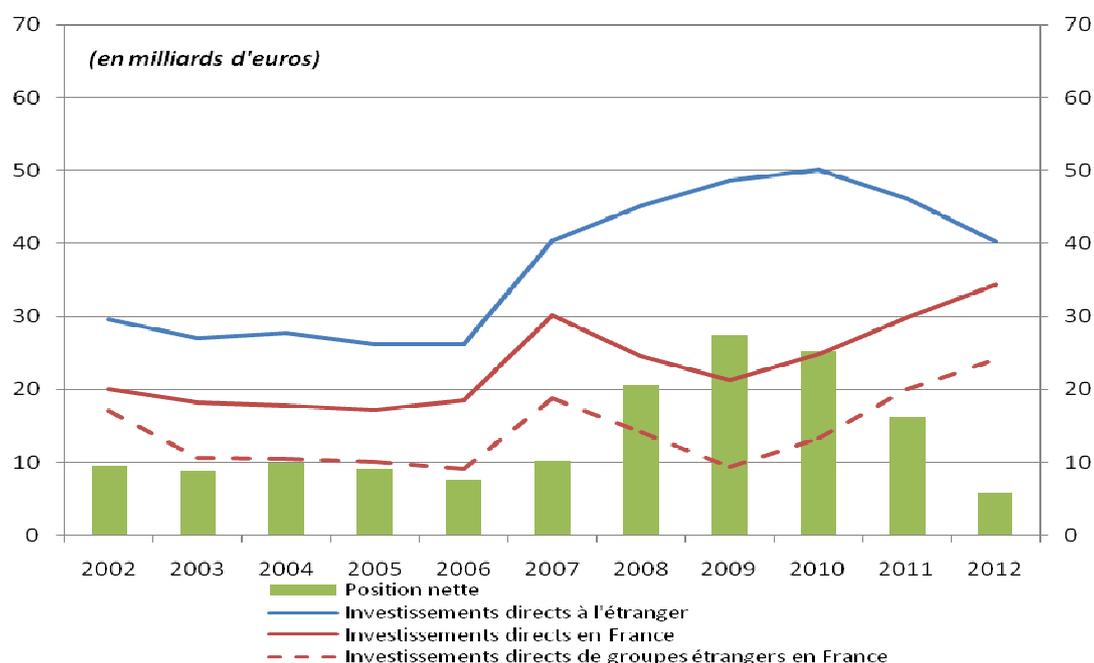
Source et réalisation :

Banque de France

Mise à jour : 19 novembre 2013

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

Graphique 4 : Évolution des investissements directs français des secteurs du commerce depuis 2002



⁹⁷ Données agrégées conformes à celles de l'édition 2012 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-2012.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.

2.2 - Investissements français à l'étranger en 2012 : un repli imputable au commerce de détail en magasins non spécialisés

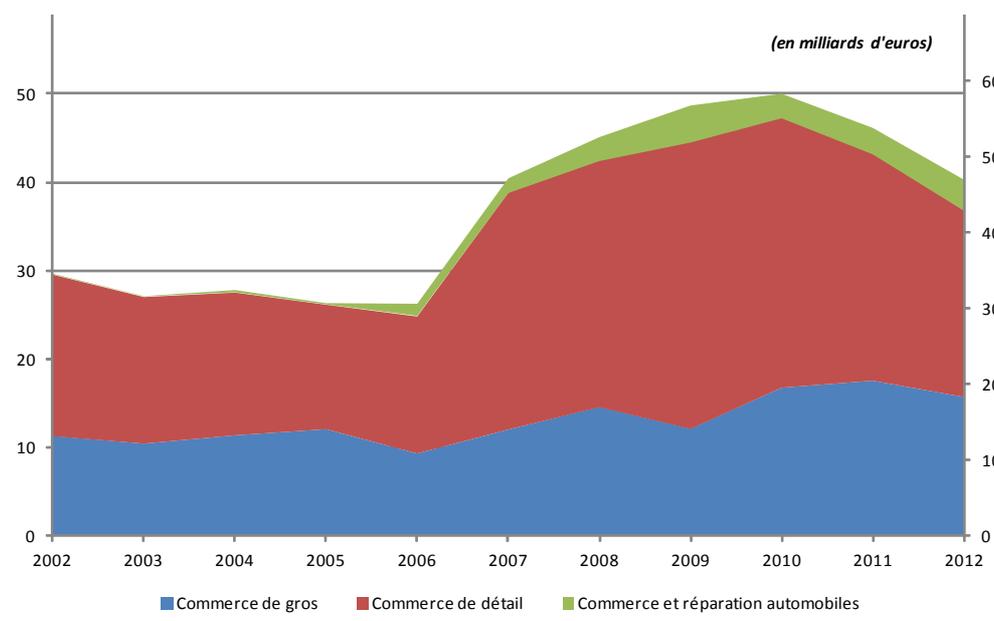
Fin 2012, les stocks d'investissements directs à l'étranger des entreprises commerciales résidentes s'établissent à 40 milliards, en baisse d'un peu plus de 12 % par rapport à fin 2011 (tableau 11). Le commerce est le quatrième secteur résident investisseur à l'étranger, derrière l'industrie (392 milliards), les activités financières et d'assurance (258 milliards) et le secteur de l'information et de la communication (74 milliards).

Au sein des secteurs du commerce, le commerce de détail demeure le premier investisseur à l'étranger, mais celui-ci a vu sa place reculer sensiblement depuis 2010, l'encours passant de 32 milliards à 21 milliards à la fin de 2012 (graphique 5 et tableau 12).

Du fait d'un recul des stocks moins marqué, le commerce de gros a vu son poids progresser, notamment pour ce qui concerne le commerce de gros en biens domestiques (tableau 12).

Dans le secteur du commerce de détail, le **commerce de détail en magasin non spécialisé** représente à lui seul près de 33 % du total des investissements directs des entreprises commerciales résidentes à fin 2012, mais cette part s'est amenuisée au cours des quatre dernières années (50 % en 2009). Le **commerce de détail non alimentaire en magasins spécialisés** est le deuxième secteur investisseur (avec un encours de 8 milliards fin 2012), suivi du **commerce de gros de biens domestiques** (6 milliards) et des **autres commerces de gros spécialisés** (5 milliards).

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



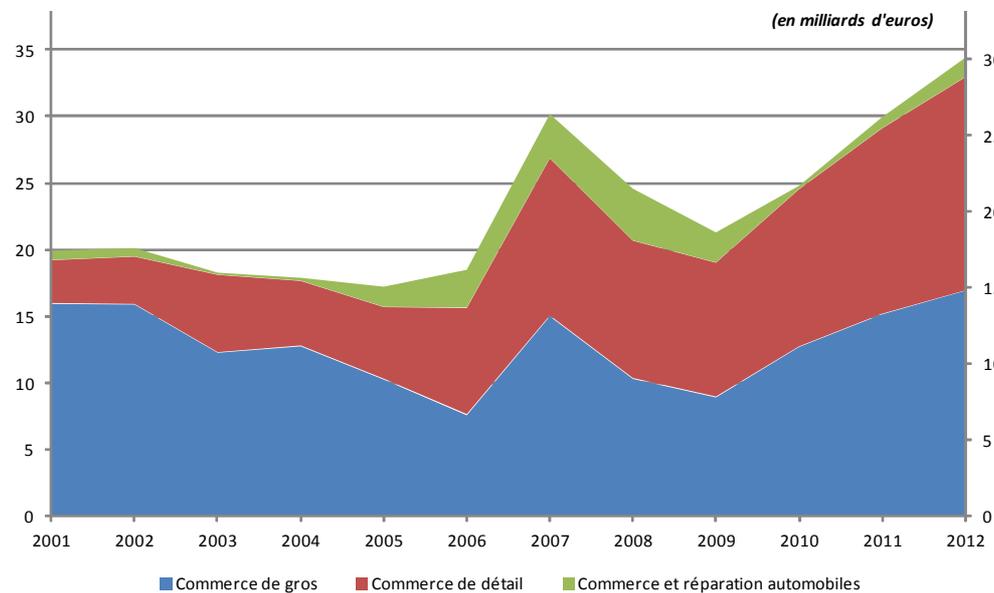
2.3 - Investissements étrangers en France : une progression marquée depuis quatre ans

Les stocks d'investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes ont augmenté pour leur part de près de 15%, s'élevant à 34 milliards fin 2012 (tableau 13). Le secteur du commerce se situe ainsi à la cinquième place des secteurs les plus investis par des non-résidents derrière les activités financières et d'assurance (148 milliards), l'industrie (134 milliards), l'immobilier (110 milliards) et les « autres services » (39 milliards).

Le commerce de détail recueille 60 % du total des investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes. Au premier rang figure le **commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé** (9 milliards), suivi du **commerce de détail en magasin non spécialisé** (7 milliards).

Les autres commerces de gros spécialisés (4 milliards), le commerce de gros des autres équipements industriels (4 milliards), les intermédiaires du commerce de gros (3 milliards) et le commerce de gros de biens domestiques (3 milliards) accueillent également des montants significatifs d'investissements de la part de non-résidents (tableau 14 et graphique 6).

Graphique 6 : Évolution de la composition sectorielle des investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes



2.4 - L'orientation géographique⁹⁸ : une prédominance de l'Union européenne

Les investissements directs français à l'étranger : un net recul de la Belgique

L'Union européenne constitue la principale destination immédiate des investissements directs français à l'étranger (tableau 15). Avec 30 milliards d'euros fin 2012, elle compte pour 75 % 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**, avec 9 milliards d'investissements, suivis par le **Royaume-Uni** (7 milliards) et l'**Espagne** (5 milliards). À noter le recul de la Belgique, avec 3 milliards d'euros d'encours fin 2012 contre plus de 11 milliards en 2009.

Cette baisse résulte pour l'essentiel d'opérations effectuées par la centrale de trésorerie d'un grand groupe français implanté en Belgique. Les excédents de trésorerie de cette filiale belge font l'objet de prêts à la maison mère, dont les montants ont fortement augmenté depuis 2010. Ces opérations sont enregistrées en investissements directs français à l'étranger, qu'il s'agisse de prêts ou d'emprunts. En l'occurrence, ce sont des emprunts auprès de la filiale belge, qui réduisent d'autant les encours d'investissements directs⁹⁹.

Les stocks d'investissements directs français dans les **autres pays industrialisés** ont également baissé entre fin 2011 et fin 2012, pour s'établir à 4 milliards. Cette évolution résulte principalement de la contraction du stock des investissements directs aux **États-Unis** (1 milliard fin 2012 contre 3 milliard à la fin de l'année précédente).

La part du **reste du monde** s'accroît depuis quelques années (16 % à fin 2012), avec un stock en progression de plus de 6 % en 2011, à 7 milliards.

⁹⁸ 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.

⁹⁹ Les encours négatifs correspondent aux cas de groupes puisant davantage de fonds dans la trésorerie de leurs filiales étrangères que ce qu'ils y ont investi.

Les investissements directs étrangers en France

Établie sur la base du pays de provenance immédiate des capitaux (tableau 16), la ventilation géographique des stocks d'investissements directs étrangers dans le commerce en France souligne là aussi le poids prépondérant des pays de **l'Union européenne**: 28 milliards fin 2012, soit 80 % du total. Les premiers pays de provenance immédiate sont **l'Allemagne** (7 milliards), les **Pays-Bas** (7 milliards) et le **Luxembourg** (6 milliards).

2.5 – L'origine ultime des investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes

Grâce à l'enquête sur les liens financiers (LiFi) conduite par la direction des statistiques d'entreprise de l'INSEE, il est possible d'établir également une ventilation des stocks d'investissements directs étrangers en France selon le pays de résidence de l'investisseur ultime. Cette ventilation géographique supplémentaire, désormais recommandée par l'OCDE, permet de présenter une analyse plus précise et plus exacte de l'origine géographique réelle des fonds investis dans les entreprises résidentes¹⁰⁰.

L'identification des pays d'origine des investissements directs étrangers en France (définis comme les pays de résidence de la tête de groupe des entités recevant des investissements), montre que le premier pays investisseur en France dans le secteur du commerce est la France elle-même (avec un encours de 10 milliards à la fin de 2012, soit 30 % du total). Ce résultat *a priori* surprenant s'explique par le fait que plusieurs groupes multinationaux français, tels que Carrefour, Auchan ou Casino, disposent de réseaux internationaux de filiales susceptibles de détenir des participations financières (enregistrées dans les stocks d'IDE) pour le compte du groupe. Ainsi, un groupe français peut décider de détenir ses filiales en France via un réseau complexe 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. L'existence de telles opérations explique que l'on puisse constater des investissements étrangers en France significatifs, alors même qu'ils sont le fait de groupes français¹⁰¹.

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 significativement la hiérarchie des principaux pays investisseurs en France par rapport au classement établi sur la base du pays de provenance immédiate des fonds investis (tableau 17). Si l'on exclut les investissements directs originaires de France, le premier pays investisseur en France dans le secteur du commerce est le **Royaume-Uni** (7 milliards fin 2012), suivi de **l'Allemagne** (7 milliards). Les **Pays-Bas**, premier pays investisseur selon la ventilation géographique établie à partir du pays de provenance immédiate, ne détiennent plus qu'un encours négligeable.

Par ailleurs, les ID étrangers en France qui ne sont pas le fait de groupes français s'orientent principalement vers les secteurs du commerce de gros (encours de 14 milliards à fin 2012 contre 13 milliards pour les secteurs du commerce de détail), même si le premier secteur investi par des groupes étrangers demeure celui du **commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé** (tableau 18).

¹⁰⁰ A l'inverse, il n'est pas possible pour l'instant d'établir de ventilation géographique des investissements directs français à l'étranger selon les pays de destination ultime, compte tenu de l'absence des données nécessaires.

¹⁰¹ Ce résultat n'est pas propre au secteur du commerce et peut être généralisé à l'ensemble des secteurs investis. Cela est mis en évidence dans la note de la Banque de France disponible à l'adresse suivante : http://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/Economie_et_Statistiques/SID13-36z_Stocks_IDEF.pdf

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

Ensemble des secteurs		<i>(en milliards d'euros)</i>										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Agriculture, sylviculture et pêche (A)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,2	0,3	0,1	0,2	
Industries (B à E)	187,5	183,1	189,7	227,9	229,3	230,2	278,3	301,0	339,3	373,9	392,0	
Construction (F)	1,1	1,9	2,5	2,1	2,8	4,2	11,3	22,4	23,9	24,9	25,8	
Commerce, réparation d'automobiles (G)	29,6	27,1	27,7	26,3	26,2	40,4	45,1	48,7	50,0	46,2	40,3	
Transports et entreposage (H)	1,8	2,5	3,3	5,0	5,0	6,6	5,9	6,3	8,8	8,7	9,1	
Hébergement et restauration (I)	6,8	6,7	6,5	7,1	6,8	6,6	6,7	8,8	9,0	8,5	9,2	
Information et communication (J)	48,2	31,6	15,6	73,2	67,9	62,4	71,4	70,6	76,7	75,7	74,4	
Activités financières et d'assurance (K)	124,1	148,6	187,2	167,1	196,5	209,9	219,2	232,4	253,0	256,6	257,9	
Activités immobilières (L)	9,0	12,0	13,9	19,7	26,0	37,8	26,8	34,2	41,9	37,6	39,4	
Autres services (M à S)	29,6	27,1	20,0	7,3	8,9	24,5	33,6	46,0	53,7	44,0	54,3	
Non ventilé	31,3	27,0	24,3	15,9	9,4	14,0	15,7	9,6	7,9	12,2	11,3	
Total tous secteurs	469,3	467,8	490,9	551,5	578,9	636,8	714,3	780,3	864,5	888,2	913,9	

Source et réalisation :

Banque de France

Mise à jour : 19 novembre 2013

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

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

Secteurs du commerce		<i>(en milliards d'euros)</i>										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Commerce de gros (y compris intermédiaires)	11,3	10,5	11,4	12,1	9,4	12,1	14,6	12,2	16,8	17,6	15,7	
Intermédiaires du commerce de gros	0,4	0,3	0,4	0,5	0,4	0,5	1,3	0,9	1,1	0,9	0,9	
CG produits agricoles bruts et animaux vivants	0,3	0,1	0,1	-0,1	-0,1	0,0	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	
CG produits alimentaires, boissons, tabac	1,0	2,0	1,9	1,2	1,5	1,7	1,9	1,7	2,7	2,0	2,0	
CG biens domestiques	6,4	5,6	5,8	6,8	3,2	4,1	4,5	3,4	4,9	5,4	5,6	
CG équipements information et communication	1,6	0,2	0,2	0,3	0,2	0,7	0,9	0,6	0,6	0,7	0,7	
CG autres équipements industriels	0,1	0,8	1,0	1,3	1,1	1,4	1,4	1,6	1,6	1,6	1,6	
Autres CG spécialisés	1,4	1,4	1,9	2,0	2,9	3,5	4,5	3,9	4,4	4,2	4,6	
CG non spécialisé	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	1,2	2,5	0,0	
Commerce de détail	18,2	16,5	16,1	14,0	15,5	26,7	27,8	32,3	30,5	25,6	21,0	
CD en magasin non spécialisé	14,9	12,3	11,6	12,5	13,9	22,3	21,9	24,1	23,8	18,0	13,2	
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	3,3	4,1	4,4	1,3	1,2	4,0	5,6	8,1	6,5	7,5	7,7	
CD sur éventaies 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, éventaies ou marchés	0,0	0,1	0,1	0,2	0,4	0,4	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	
Commerce et réparation automobile	0,1	0,0	0,3	0,1	1,4	1,7	2,7	4,2	2,8	3,0	3,5	
Total commerce	29,6	27,1	27,7	26,3	26,2	40,4	45,1	48,7	50,0	46,2	40,3	

Source et réalisation :

Banque de France

Mise à jour : 19 novembre 2013

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 comptable)

Ensemble des secteurs											
	(en milliards d'euros)										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Agriculture, sylviculture et pêche (A)	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4
Industries (B à E)	84,1	85,6	93,0	87,2	98,3	102,3	105,6	103,9	127,0	137,6	133,7
Construction (F)	1,0	-0,1	1,4	0,9	1,4	2,3	1,7	5,8	6,5	6,4	6,5
Commerce, réparation d'automobiles (G)	20,1	18,2	17,8	17,2	18,4	30,2	24,6	21,2	24,8	29,9	34,4
Transports et entreposage (H)	0,9	1,0	2,1	2,2	3,7	2,7	4,9	4,1	6,0	6,8	8,1
Hébergement et restauration (I)	1,2	1,1	1,4	4,2	3,8	5,1	5,6	7,4	6,9	5,5	5,1
Information et communication (J)	7,0	8,5	11,2	11,4	21,8	19,0	22,6	20,8	21,2	12,9	14,1
Activités financières et d'assurance (K)	82,3	111,7	121,9	114,2	108,3	122,3	124,5	126,9	134,8	145,4	148,0
Activités immobilières (L)	39,6	47,9	55,2	65,0	75,7	88,7	91,5	90,3	99,3	103,4	110,4
Autres services (M à S)	10,7	13,6	16,0	25,2	23,5	28,1	31,7	40,8	38,8	32,0	38,6
Non ventilé	30,2	24,0	21,0	19,8	9,1	10,9	10,6	6,5	4,2	2,6	3,6
Total tous secteurs	277,5	311,9	341,4	347,7	364,5	411,7	423,5	428,1	469,9	482,7	502,9

Source et réalisation :

Banque de France

Mise à jour : 19 novembre 2013

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 comptable)

Secteurs du commerce												
	(en milliards d'euros)											
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Commerce de gros (y compris intermédiaires)	15,9	12,3	12,8	10,3	7,6	15,0	10,3	8,9	12,7	15,2	16,9	
Intermédiaires du commerce de gros	0,9	0,3	0,5	0,2	1,3	1,0	1,5	1,7	2,4	3,2	2,5	
CG produits agricoles bruts et animaux vivants	0,3	0,3	0,2	0,1	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,5	0,5	
CG produits alimentaires, boissons, tabac	3,6	3,1	3,4	3,3	3,0	2,7	0,4	0,6	1,1	0,9	1,7	
CG biens domestiques	4,1	4,0	4,0	1,5	-0,3	1,7	1,6	0,4	1,1	2,6	2,5	
CG équipements information et communication	-0,1	1,0	0,9	0,4	-0,7	-0,3	0,2	1,3	0,8	1,8	1,7	
CG autres équipements industriels	2,8	1,5	1,3	1,5	0,4	2,5	2,7	2,6	2,9	3,3	3,7	
Autres CG spécialisés	4,2	1,9	2,3	3,2	3,4	6,8	3,3	1,8	4,2	2,9	4,3	
CG non spécialisé	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,3	0,3	0,2	-0,1	-0,1	0,0	
Commerce de détail	3,5	5,8	4,9	5,4	8,0	11,8	10,3	10,1	11,8	14,0	16,0	
CD en magasin non spécialisé	-0,2	2,1	1,7	2,7	2,8	5,4	4,7	5,4	5,5	4,9	7,0	
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	3,6	3,0	2,5	5,0	6,3	5,6	4,6	6,1	8,7	8,6	
CD sur éventaies 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, éventaies ou marchés	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,0	0,0	0,3	0,3	0,4	
Commerce et réparation automobile	0,6	0,2	0,2	1,5	2,8	3,3	3,9	2,3	0,2	0,8	1,4	
Total commerce	20,1	18,2	17,8	17,2	18,4	30,2	24,6	21,2	24,8	29,9	34,4	

Source et réalisation:

Banque de France

Mise à jour : 19 novembre 2013

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

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

Secteurs du commerce		<i>(en milliards d'euros)</i>									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Union européenne (à 27)	23,6	21,0	21,9	20,4	20,3	33,5	36,6	42,8	41,1	34,9	30,1
Union économique et monétaire à 17	19,3	16,6	17,4	15,7	17,6	27,8	28,8	34,7	32,7	26,1	21,1
Allemagne	0,9	0,3	0,7	1,0	1,2	1,7	2,6	2,5	2,6	2,4	2,4
Belgique	4,2	-1,3	-1,7	-1,4	-3,0	6,3	6,2	11,1	6,7	5,5	2,5
Espagne	2,4	1,2	1,3	1,0	1,1	1,1	1,2	2,4	8,5	5,5	5,0
Irlande	0,0	0,4	0,4	0,1	0,0	-0,3	-0,2	0,2	0,1	0,2	0,3
Italie	2,6	3,6	2,8	2,8	3,8	4,5	4,7	5,0	3,0	1,3	1,5
Luxembourg	-0,2	0,1	0,0	-0,1	0,0	0,1	0,3	0,2	0,1	0,1	0,3
Pays-Bas	9,3	12,1	13,5	12,1	13,9	13,7	13,5	13,0	11,5	10,9	8,7
Autres pays de l'Union européenne	4,2	4,5	4,5	4,6	2,7	5,7	7,9	8,1	8,4	8,8	9,0
Pologne	0,5	0,3	0,5	0,2	0,3	0,9	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1
République tchèque	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,4	0,5	0,5	0,5	0,4
Roumanie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2	0,3	0,1	0,1
Royaume-Uni	3,6	3,9	3,5	4,2	2,1	4,3	6,2	6,5	6,3	7,0	7,0
Suède	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Autres pays industrialisés	4,1	4,3	3,8	3,6	3,5	4,2	4,6	1,4	2,8	5,0	3,6
États-Unis	3,1	2,6	2,6	2,7	2,9	3,2	2,6	0,2	0,5	2,5	1,1
Japon	0,1	0,2	0,4	0,2	0,2	0,4	0,6	0,5	0,7	1,2	0,9
Suisse	0,7	1,0	0,3	0,5	0,2	0,4	0,9	0,1	0,2	0,3	0,9
Reste du monde	1,9	1,7	2,1	2,3	2,4	2,7	3,9	4,5	6,1	6,3	6,7
Brésil	0,4	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,5	0,6	1,2	1,3	0,8
Chine	0,2	0,1	0,2	0,3	0,3	0,1	0,2	0,3	0,8	0,3	0,3
Inde	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,3
Russie	0,0	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,3	0,2	0,4
Turquie	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Total	29,6	27,1	27,7	26,3	26,2	40,4	45,1	48,7	50,0	46,2	40,3

Source et réalisation:

Banque de France

Mise à jour : 19 novembre 2013

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

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

Secteurs du commerce		<i>(en milliards d'euros)</i>									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Union européenne (à 27)	16,7	15,8	14,8	13,0	13,5	23,6	19,2	15,4	19,6	25,8	27,6
Union économique et monétaire à 17	9,4	9,2	10,1	8,4	8,8	18,7	16,7	15,3	17,5	22,5	24,2
Allemagne	3,3	1,6	0,1	-0,7	-1,2	4,5	5,6	5,5	6,0	5,2	6,8
Belgique	1,1	0,2	1,4	0,7	-0,3	0,1	-0,5	-0,6	-0,2	1,0	0,5
Espagne	-1,0	-0,4	1,0	1,4	1,9	2,2	2,0	1,8	1,9	2,1	2,3
Irlande	0,4	0,3	0,3	0,1	-0,4	-0,1	-0,2	-0,2	-0,3	-0,2	-0,1
Italie	0,6	0,4	0,2	0,1	0,3	0,8	0,6	0,7	1,0	1,5	1,2
Luxembourg	2,0	2,2	2,3	2,1	3,1	3,7	6,0	5,8	5,0	5,7	5,6
Pays-Bas	2,6	4,5	4,4	4,5	5,0	7,2	2,9	1,8	3,5	5,9	6,6
Autres pays de l'Union européenne	7,3	6,7	4,7	4,7	4,7	5,0	2,5	0,1	2,2	3,3	3,4
Pologne	0,0	0,0	0,0	-0,1	-0,1	-0,2	-0,2	-0,3	0,0	0,0	0,0
République tchèque	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	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	6,8	6,4	4,5	4,7	4,8	4,9	2,2	-0,5	0,6	1,6	2,0
Suède	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2
Autres pays industrialisés	3,3	2,3	2,7	3,6	4,1	5,0	4,1	5,2	4,6	3,2	5,7
États-Unis	1,7	1,4	1,7	1,1	1,4	2,1	1,6	2,7	2,0	1,2	1,6
Japon	0,9	0,8	0,9	2,6	2,6	2,5	2,6	2,8	1,1	1,3	3,5
Suisse	0,7	-0,1	0,0	-0,2	-0,1	0,3	-0,1	-0,2	1,4	0,7	0,5
Reste du monde	0,1	0,1	0,3	0,6	0,9	1,5	1,3	0,6	0,5	1,0	1,1
Brésil	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Chine	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Inde	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
Russie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0
Turquie	0,0	0,0	0,0	-0,1	-0,1	0,0	0,0	-0,1	-0,1	-0,1	-0,1
Total	20,1	18,2	17,8	17,2	18,4	30,2	24,6	21,2	24,8	29,9	34,4

Source et réalisation:

Banque de France

Mise à jour : 19 novembre 2013

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

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

Secteurs du commerce

(en milliards d'euros)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
France	3,0	7,5	7,4	7,1	9,3	11,4	10,5	11,8	11,5	9,9	10,3
Union européenne (à 27)	13,8	12,3	10,8	9,9	10,3	20,1	14,2	10,8	17,4	20,8	22,8
Union économique et monétaire à 17	7,2	4,7	3,0	4,8	2,9	11,9	11,1	8,5	12,3	13,5	14,4
Allemagne	2,9	1,6	1,2	1,6	-0,5	5,5	5,3	5,5	5,6	4,9	6,5
Belgique	1,8	1,3	1,3	2,8	2,3	2,5	2,3	-1,2	1,5	1,7	1,5
Espagne	0,2	-0,1	-0,1	-0,1	0,3	0,7	0,7	0,7	0,8	0,9	0,9
Irlande	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,7	0,6	0,2	0,2
Italie	0,4	0,6	0,5	0,6	1,2	1,7	1,8	1,7	1,3	2,7	2,2
Luxembourg	0,0	0,1	-0,1	-0,2	0,0	0,2	0,1	0,3	0,7	0,6	0,7
Pays-Bas	1,5	0,8	-0,2	-0,2	-0,7	0,8	0,4	0,6	1,4	1,4	1,3
Autres pays de l'Union européenne	6,6	7,6	7,9	5,1	7,4	8,2	3,1	2,3	5,1	7,3	8,4
Pologne	0,0	0,0	0,0	0,0	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	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Royaume-Uni	6,1	7,3	7,7	5,3	7,6	7,8	2,8	1,9	3,8	5,9	7,3
Suède	0,3	0,3	0,1	0,2	0,1	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3
Autres pays industrialisés	4,2	1,9	3,1	3,5	3,0	3,8	4,4	3,4	0,4	3,0	5,2
États-Unis	1,6	0,4	1,0	0,5	-0,4	-0,6	-0,1	-0,2	-2,3	0,0	-0,1
Japon	1,8	0,9	1,3	2,4	2,9	2,9	2,7	2,7	1,4	1,4	3,6
Suisse	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	1,2	1,5	0,6	1,1	1,4	1,6
Reste du monde	0,6	0,2	0,2	0,2	0,5	0,7	0,7	1,2	1,3	1,1	1,2
Brésil	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Chine	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Inde	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1	-0,1	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	-0,1	0,0	0,0	-0,1	-0,1	-0,1	-0,1
Total	20,1	18,2	17,8	17,2	18,4	30,2	24,6	21,2	24,8	29,9	34,4
Total hors France	17,1	10,7	10,4	10,1	9,1	18,8	14,1	9,4	13,3	20,0	24,1

Source et réalisation:

Banque de France

Mise à jour : 19 novembre 2013

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

Tableau 18 : Stocks d'investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes (en valeur comptable), par secteur d'activité de la société investie lorsque l'investisseur ultime n'est pas résident en France

Secteurs du commerce

(en milliards d'euros)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Commerce de gros (y compris intermédiaires)	14,8	11,3	11,8	9,3	5,8	13,8	8,8	6,9	10,2	12,5	13,6
Intermédiaires du commerce de gros	0,9	0,3	0,5	0,2	1,3	1,0	1,2	1,5	2,1	2,9	2,2
CG produits agricoles bruts et animaux vivants	0,2	0,2	0,1	0,1	0,3	0,3	0,4	0,3	0,2	0,4	0,4
CG produits alimentaires, boissons, tabac	3,4	2,9	3,2	3,2	2,6	2,5	0,1	0,2	0,7	0,5	1,3
CG biens domestiques	3,9	3,7	3,7	1,3	-0,9	1,2	0,9	-0,1	0,1	1,6	1,2
CG équipements information et communication	-0,1	1,0	0,9	0,3	-0,7	-0,4	0,1	1,1	0,7	1,7	1,3
CG autres équipements industriels	2,6	1,4	1,1	1,4	0,3	2,4	2,6	2,1	2,7	3,1	3,5
Autres CG spécialisés	3,8	1,7	2,2	2,7	2,8	6,6	3,2	1,5	3,8	2,4	3,9
CG non spécialisé	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,3	0,3	0,2	-0,1	-0,1	0,0
Commerce de détail	1,6	-0,8	-1,5	-0,7	1,1	3,6	2,8	1,6	3,1	6,7	9,1
CD en magasin non spécialisé	-0,3	-2,2	-2,3	-3,2	-3,8	-2,7	-2,4	-2,4	-2,7	-1,8	0,6
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	1,7	1,3	0,6	2,3	4,8	6,2	5,1	4,0	5,6	8,2	8,1
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	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,0	0,0	0,2	0,3	0,4
Commerce et réparation automobile	0,6	0,1	0,1	1,5	2,1	1,3	2,6	1,0	0,0	0,8	1,4
Total commerce	17,1	10,7	10,4	10,1	9,1	18,8	14,1	9,4	13,3	20,0	24,1

Source et réalisation:

Banque de France

Mise à jour : 19 novembre 2013

Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

3- 24 % 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 19), soit environ 24 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des opérateurs commerciaux intervenant sur le territoire français¹⁰².

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 19: 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%
commerce de gros	210 423	229 298	37%
centrales d'achats	3 084	2 815	3%
hors centrales d'achats	7 785	8 266	34%
intermédiaires du commerce	10 869	11 081	8%
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%
commerce de détail	46 321	49 004	11%
commerce et réparation automobile	36 355	40 659	25%
total commerce	303 968	330 042	24%

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 %). A 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.

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

	2010	2011	Répartition en 2011 (en %)
EUROPE	214 057	228 105	69,2
UNION EUROPÉENNE	191 928	203 771	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
AUTRES PAYS D'EUROPE	22 129	24 334	7,4
dont NORVÈGE	797	812	0,2
dont SUISSE	20 983	22 993	7,0
dont RUSSIE	293	445	0,1
AFRIQUE	861	3 297	1,0
AMÉRIQUE	61 302	67 992	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
ASIE	27 350	30 169	9,1
dont CHINE	1 358	2 088	0,6
dont INDE	167	214	0,1
dont ISRAEL	802	2 134	0,6
dont JAPON	16 449	17 335	5,3
OCÉANIE	234	286	0,1

Source : Insee-Lifi

ANNEXES - MÉTHODES ET DÉFINITIONS

ANNEXE I - Les comptes du commerce en base 2005

Les comptes du commerce s'insèrent dans le dispositif d'ensemble des comptes nationaux français dont ils reprennent les concepts et définitions. Les comptes nationaux sont publiés en « base 2005 » depuis la mi 2011. Les séries du commerce reflètent les modifications générées par ce changement de base.

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

L'impact le plus fort pour les secteurs du commerce vient du reclassement sectoriel de nombreuses entreprises autrefois classées en industrie, dans les secteurs de la pharmacie ou de la parfumerie en particulier, qui se trouvent désormais dans le commerce de gros. Le niveau des chiffres d'affaires de ces secteurs du commerce de gros est donc plus élevé qu'en base 2000. Au total, on estime que le chiffre d'affaires des secteurs commerciaux est réévalué à la hausse de 30 milliards d'euros.

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

Par secteur fin il a été possible de tenir compte de ces deux effets, d'une part en utilisant des clés de passage données par l'EAE 2007 qui était disponible en Naf rév.1 et en Naf rév.2, d'autre part en évaluant l'impact des reclassements sectoriels à partir d'Ésane 2008. Les données antérieures ont pu être redressées en conséquence de façon à rétropoler les séries de ventes en valeur. Celles-ci sont obtenues en estimant l'évolution 2008/2007 à partir des évolutions sectorielles de chiffres d'affaires issues des déclarations de TVA (CA3) publiées. Dans ce rapport, elles sont donc présentées de 2000 à 2011. Pour les volumes, on trouvera seulement les années 2006 à 2010, les indices de prix en nouvelle nomenclature n'étant pas tous disponibles avant 2005.

L'impact du passage à un nouveau système d'information (Ésane) sur la statistique d'entreprise affecte aussi les niveaux des variables détaillées des comptes de résultat. Il est apparu nécessaire de lisser l'évolution entre les années 2007 et 2008 à l'aide des évolutions sectorielles de chiffres d'affaires issues des déclarations de TVA (CA3), l'impact du changement de système n'ayant pas pu être chiffré de façon suffisamment robuste.

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

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

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

1 - Les principaux changements

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

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

1.1 - Les changements dans les contours des activités

Les principales modifications sont les suivantes :

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

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

Commerce et réparation d'automobiles : la division 45 associe le commerce de gros ou de détail de véhicules automobiles ou de motos et leur réparation ainsi que le commerce de gros ou de détail d'équipements automobiles.

- le commerce de véhicule automobile est éclaté entre commerce de véhicules automobiles légers (moins de 3,5t) (4511Z) et commerce d'autres véhicules automobiles (4519Z) ; la même distinction est retenue pour l'entretien et la réparation ;
- le commerce de détail de carburants en magasin spécialisé quitte le commerce automobile pour rejoindre le commerce de détail (4730Z).

Commerce de gros et intermédiaires : la division 46 couvre le commerce de gros (hors automobile) en distinguant intermédiaires et grossistes

- les centrales d'achat de carburant (4612A) sont isolées des autres centrales d'achats non alimentaires (4619A) ;
- le commerce de gros de bois et celui de matériaux de construction sont regroupés (4673A) ; en revanche, le commerce de gros d'appareils sanitaires relève d'une autre activité (4673B), à laquelle appartient le commerce de gros de produits de décoration (papiers peints et revêtements de sol).

Commerce de détail : la division 47 recouvre le commerce de détail (hors automobiles)

- l'ancienne activité de « commerce de détail divers en magasin spécialisé » est éclatée dans cinq nouvelles NAF, notamment le commerce de détail d'ordinateurs, unités périphériques et logiciels (4741Z), le commerce de détail de matériels de télécommunication (4742Z)... ;
- l'ancienne activité de « commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision » est éclatée dans quatre nouvelles NAF, notamment le commerce de détail de matériels audio et vidéo (4743Z), le commerce de détail d'appareils électroménagers (4754Z), le commerce de détail d'enregistrement musicaux et vidéo (4763Z) ;
- le « commerce hors magasin », toujours séparé du « commerce en magasin », est éclaté dorénavant en 2 groupes (« éventaires et marchés » et « autres commerces hors magasin ») ; le commerce de détail non alimentaire sur éventaires et marchés est éclaté entre d'une part le textile, l'habillement et les chaussures (4782Z) et d'autre part les autres commerces non alimentaires (4789Z). Des activités classées en services en NAF rév1 sont intégrées au commerce de détail hors magasin : il s'agit des ventes aux enchères hors Internet, classées en 748K « services annexes à la production » en NAF rév1 qui rejoignent le commerce de détail de biens d'occasion (4779Z) en NAF rév2 ; les ventes aux

enchères par Internet (748K) intègrent le commerce de vente à distance spécialisé et général (4791B et 4791A).

- la réparation d'articles domestiques quitte le commerce pour aller dans les services.

1.2 - Les changements de dénomination et de regroupements

Les principales modifications sont les suivantes :

- pour les activités de commerce de gros, il est ajouté entre parenthèses la mention « commerce interentreprises » ;
- la dénomination « magasins populaires » étant obsolète, elle est remplacée par l'intitulé « magasins multi-commerces » (4711E).
- l'appellation « vente par correspondance » ne représentant plus totalement l'activité, la dénomination de cette sous-classe devient « vente à distance » (4791A et 4791B).
- Dans le commerce de gros et le commerce de détail, apparaissent des regroupements spécifiques pour les activités de ventes d'équipements de l'information et de la communication. Celles-ci sortent du commerce de gros de biens de consommation non alimentaires et d'équipements industriels, et du commerce de détail en magasin spécialisé.

1.3 - Les changements dans les principes de détermination de l'activité principale (APE)

Les principales modifications sont les suivantes :

- le « commerce de gros non spécialisé » est séparé du « commerce de gros spécialisé » en fonction du nombre de gammes commerciales (alors qu'auparavant, le classement se faisait sur la base de la déclaration de l'entreprise) ;
- dans le commerce de détail, les « biens d'occasion » ne sont plus isolés dans un groupe séparé ;
- le « commerce de détail non spécialisé » est toujours séparé du « commerce de détail spécialisé », en fonction du nombre de gammes commerciales mais ces gammes sont redéfinies, une gamme étant représentée par une classe NACE ; les différents groupes spécialisés sont au même niveau, alors qu'auparavant, on séparait l' « alimentaire » du « non-alimentaire », puis à l'intérieur de ces derniers la « pharmacie et la parfumerie » du reste. Cela veut dire que pour être spécialisé en alimentaire, il suffit maintenant que le chiffre d'affaires du groupe alimentaire soit plus important que celui de chaque groupe non-alimentaire et non plus que celui de l'ensemble du non-alimentaire.

1.4 - Les changements dans le classement des donneurs d'ordre

Les donneurs d'ordres qui achètent des produits pour la revente en l'état relèvent, pour cette activité, du commerce. Cependant, en NAF rév 1, s'ils ont une implication majeure dans la conception du produit, ils sont considérés comme producteurs. Par exemple, l'entreprise propriétaire de la formule d'un parfum est classée dans l'industrie, même si elle en sous-traite la fabrication.

Au sens de la NAF rév 2, une entreprise qui possède les principales matières premières et qui sous-traite l'ensemble du processus de production industrielle à une autre unité est considérée comme donneur d'ordre et relève de l'industrie manufacturière. En revanche, une entreprise qui ne possède pas les principales matières premières et qui sous-traite l'ensemble du processus de production industrielle à une autre unité n'est pas considérée comme donneur d'ordre et relève du commerce, si c'est sa seule activité.

Ainsi, une entreprise (industrielle en NAF rév1) qui conçoit un produit et le vend, mais le fait fabriquer par un sous-traitant

- sera en NAF rév2 industrielle si elle possède la matière première (son sous-traitant aussi, mais lui rendra un service industriel) ;
- sera en NAF rév2 commerçante (voire entreprise de services, si la partie conception est plus importante que la partie vente) dans le cas contraire. Le sous-traitant, lui, est industriel.

Une entreprise (commerciale en NAF rév1) qui commercialise des produits fabriqués par une autre entreprise sous une marque de distributeur (avec un cahier des charges spécifique...)

- sera en NAF rév2 industrielle, si elle possède les matières premières ;
- restera en NAF rév2 commerçante dans le cas contraire.

Ces changements affectent principalement le commerce de gros de la pharmacie et de la parfumerie où sont reclassées des unités précédemment classées dans l'industrie.

2 - Les principes retenus pour l'évaluation de l'impact de ces changements

Le passage à la NAF rév2 introduit une rupture dans le suivi des secteurs d'activité. Pour assurer une continuité des séries, l'enquête annuelle d'entreprise relative à l'exercice 2006 a reposé sur une nomenclature intermédiaire d'activités, qui a permis de recueillir des données en ancienne et en nouvelle nomenclature. La division commerce a établi à partir de ces observations et des données collectées en NAF rév2 dans l'enquête annuelle d'entreprise, une clé de répartition (en termes de chiffre d'affaires ou de nombre d'entreprises) qui régit le passage de l'ancienne à la nouvelle nomenclature.

3 - L'impact

Cette partie présente la plupart des secteurs qui ont été affectés par le changement de nomenclature

COMMERCE ET RÉPARATION D'AUTOMOBILES

naf rev1	naf rev2	Intitulé de poste rev1	Intitulé de poste rev2	Part dans l'ancien secteur (NAF rév.1) en nombre d'entreprises	Part dans l'ancien secteur (NAF rév.1) en chiffre d'affaires	Remarques
501Z	4511Z	Commerce de véhicules automobiles	Commerce de voitures et de véhicules automobiles légers	85%	91%	Le commerce et réparation d'automobiles dans la nouvelle nomenclature prend en compte la notion de véhicules légers et d'autres véhicules
501Z	4519Z	Commerce de véhicules automobiles	Commerce d'autres véhicules automobiles	8%	8%	
501Z	4520A	Commerce de véhicules automobiles	Entretien et réparation de véhicules automobiles légers	7%	1%	
501Z	4520B	Commerce de véhicules automobiles	Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles	0%	0%	
502Z	4520A	Entretien et réparation de véhicules automobiles	Entretien et réparation de véhicules automobiles légers	87%	89%	Le commerce et réparation d'automobiles dans la nouvelle nomenclature prend en compte la notion de véhicules légers et d'autres véhicules
502Z	4520B	Entretien et réparation de véhicules automobiles	Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles	12%	10%	
502Z	5221Z	Entretien et réparation de véhicules automobiles	Services auxiliaires des transports terrestres	1%	1%	
505Z	4730Z	Commerce de détail de carburants	Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé	100%	100%	Le commerce de détail de carburants ne fait plus partie du commerce automobile. Ce secteur a été intégré dans le commerce de détail spécialisé

Lecture : activité 501Z : 85% des entreprises ayant une activité principale en « commerce de véhicules automobiles », en NAF rév1, sont passées dans une activité de « commerce de voitures et de véhicules automobiles légers », en NAF rév2, avec le nouveau code 4511Z. Ces 85% d'entreprises représentent 91% du chiffre d'affaires du secteur 501Z.

COMMERCE DE GROS ET INTERMÉDIAIRES DU COMMERCE

naf rev2	naf rev1	Intitulé de poste rev1	Intitulé de poste rev2	Part du nombre d'entreprises du secteur	Part de chiffre d'affaires du secteur	Remarques
511U	4612A	Centrales d'achats non alimentaires	Centrales d'achat de carburant	1%	61%	La distinction entre centrale de carburant et autres centrales non alimentaires est désormais visible dans la nomenclature.
511U	4619A	Centrales d'achats non alimentaires	Centrales d'achat non alimentaires	99%	39%	
514F	4643Z	Commerce de gros d'appareils électroménagers et de radios et télévisions	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils électroménagers	84%	70%	Dans ce secteur les appareils d'éclairage sont mis à part pour rejoindre le secteur du commerce de gros de meubles et tapis. On distingue aussi les appareils électroménagers qui forment un secteur à part entière. Le reste intégrant le commerce de gros lié à l'électronique et la télécommunication
514F	4647Z	Commerce de gros d'appareils électroménagers et de radios et télévisions	Commerce de gros (commerce interentreprises) de meubles, de tapis et d'appareils d'éclairage	5%	2%	
514F	4652Z	Commerce de gros d'appareils électroménagers et de radios et télévisions	Commerce de gros (commerce interentreprises) de composants et d'équipements électroniques et de télécommunication	11%	27%	
514H	4644Z	Commerce de gros de vaisselle et verrerie de ménage	Commerce de gros (commerce interentreprises) de vaisselle, verrerie et produits d'entretien	80%	67%	On distingue désormais les produits de vaisselle, verrerie pour les rapprocher des produits d'entretiens. Le reste intégrant le commerce de gros d'autres biens domestiques.
514H	4649Z	Commerce de gros de vaisselle et verrerie de ménage	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres biens domestiques	20%	33%	
514J	4644Z	Commerce de gros de produits pour l'entretien et l'aménagement de l'habitat	Commerce de gros (commerce interentreprises) de vaisselle, verrerie et produits d'entretien	89%	85%	En nouvelle nomenclature les produits liés à l'aménagement de l'habitat et les produits d'entretiens sont distingués. Les produits d'entretien sont rapprochés du commerce de gros de vaisselle et verrerie.
514J	4673B	Commerce de gros de produits pour l'entretien et l'aménagement de l'habitat	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils sanitaires et de produits de décoration	11%	15%	

514S	4643Z	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils électroménagers	2%	10%	La définition de nouveaux secteurs en nouvelle nomenclature redéfinit le secteur « autres commerce de gros de biens de consommation ». Les entreprises sont donc réallouées dans les secteurs correspondants à leurs activités principales
514S	4647Z	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) de meubles, de tapis et d'appareils d'éclairage	3%	9%	
514S	4648Z	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'articles d'horlogerie et de bijouterie	3%	5%	
514S	4649Z	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres biens domestiques	92%	75%	
514S	4673B	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils sanitaires et de produits de décoration	1%	1%	
515F	4673A	Commerce de gros de matériaux de construction et d'appareils sanitaires	Commerce de gros (commerce interentreprises) de bois et de matériaux de construction	76%	83%	Les secteurs de matériaux de construction et d'appareils sanitaires sont différenciés en nouvelle nomenclature
515F	4673B	Commerce de gros de matériaux de construction et d'appareils sanitaires	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils sanitaires et de produits de décoration	24%	17%	
515L	4675Z	Commerce de gros de produits chimiques	Commerce de gros (commerce interentreprises) de produits chimiques	95%	93%	En nouvelle nomenclature les matières plastiques et caoutchouc sont distingués des produits chimiques pour être intégrés dans « autres produits intermédiaires »
515L	4676Z	Commerce de gros de produits chimiques	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres produits intermédiaires	5%	7%	
518H**	4665Z	Commerce de gros d'autres machines et équipements de bureau	Commerce de gros (commerce interentreprises) de mobilier de bureau	33%	20%	Les produits de mobilier de bureaux et d'équipement de bureaux sont différenciés, en nouvelle nomenclature
518H**	4666Z	Commerce de gros d'autres machines et équipements de bureau	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres machines et équipements de bureau	67%	80%	

**** Note de lecture :**

activité 518H : 33% des entreprises ayant une activité principale en « Commerce de gros d'autres machines et équipements de bureau », en NAF rév1, sont passées dans une activité de « Commerce de gros (commerce interentreprises) de mobilier de bureau », en NAF rév2, avec le nouveau code 4665Z. Ces 33% d'entreprises représentent 20% du chiffre d'affaires du secteur 518H.

COMMERCE DE DÉTAIL ET RÉPARATIONS

naf rev1	naf rev2	Intitulé de poste rev1	Intitulé de poste rev2	Part du nombre d'entreprises du secteur	Part de chiffre d'affaires du secteur	Remarques
522P	4721Z	Commerces de détail alimentaires spécialisés divers	Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé	14%	16%	Les fruits et légumes ont été élargis aux fruits secs. Ces fruits concernent 14% des commerces de détail alimentaires spécialisés divers
522P	4729Z	Commerces de détail alimentaires spécialisés divers	Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé	86%	84%	
524J	4753Z	Commerce de détail d'équipement du foyer	Commerce de détail de tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols en magasin spécialisé	7%	3%	Le commerce de détail de revêtement a été élargi aux produits de voilages et rideaux
524J	4759B	Commerce de détail d'équipement du foyer	Commerce de détail d'autres équipements du foyer	93%	97%	
524L	4743Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail de matériels audio et vidéo en magasin spécialisé	27%	30%	« Le commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et télévision » a été subdivisé en « audio et vidéo » d'une part, en « enregistrement musicaux et vidéo » et en « électroménagers spécialisé » d'autres part. Cette distinction permet de mieux cibler les produits vendus dans ce secteur
524L	4754Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé	48%	41%	
524L	4759B	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail d'autres équipements du foyer	10%	3%	
524L	4763Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé	15%	26%	
524R	4761Z	Commerce de détail de livres, journaux et papeterie	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé	66%	60%	Les livres et les journaux ont été séparés dans la nouvelle nomenclature
524R	4762Z	Commerce de détail de livres, journaux et papeterie	Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé	34%	40%	
524T	4778A	Commerce de détail d'optique et de photographie	Commerces de détail d'optique	96%	98%	L'optique et la photographie ont été séparés dans la nouvelle nomenclature
524T	4778C	Commerce de détail d'optique et de photographie	Autres commerces de détail spécialisés divers	4%	2%	

524W	4764Z	Commerce de détail d'articles de sport et de loisir	Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé	96%	98%	Les articles de sport ont rejoint pour 96% d'entre eux le commerce d'articles de sport spécialisé . Avant, ce secteur comprenait le sport et le loisir
524W	4778C	Commerce de détail d'articles de sport et de loisir	Autres commerces de détail spécialisés divers	4%	2%	
524Z	4741Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé	15%	22%	Toutes les activités du « commerce de détail divers » ont été affinées. Certaines gammes de produits ont été mieux précisées notamment dans le secteur de l'électronique. Désormais on retrouve le commerce d'ordinateurs et de télécommunication comme secteur à part entière
524Z	4742Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de matériels de télécommunication en magasin spécialisé	6%	7%	
524Z	4759A	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de meubles	1%	0%	
524Z	4765Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de jeux et jouets en magasin spécialisé	9%	14%	
524Z	4776Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé	5%	4%	
524Z	4778C	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Autres commerces de détail spécialisés divers	64%	53%	
524Z	4778C	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Autres commerces de détail spécialisés divers	64%	53%	
526E	4782Z	Commerce de détail non alimentaire sur éventaires et marchés	Commerce de détail de textiles, d'habillement et de chaussures sur éventaires et marchés	36%	32%	La part importante que représentent le textile et les chaussures sur les éventaires et 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

- 45.1 Commerce de voitures et véhicules automobiles légers
- 1Z 45.1 Commerce d'autres véhicules automobiles
- 9Z

45.2 Entretien et réparation de véhicules automobiles

- 45.2 Entretien et réparation de véhicules automobiles légers
- 0A 45.2 Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles
- 0B

45.3 Commerce d'équipements automobiles

- 45.3 Commerce de gros d'équipements automobiles
- 1Z 45.3 Commerce de détail d'équipements automobiles
- 2Z

45.4 Commerce et réparation de motocycles

- 45.4 Commerce et réparation de motocycles
- 0Z

46 Commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motocycles

46.1 Intermédiaires du commerce de gros

- 46.1 Matières premières agricoles, animaux vivants, textiles et produits semi-finis
- 1Z 46.1 Centrales d'achat de carburant
- 2A 46.1 Combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques
- 2B 46.1 Bois et matériaux de construction
- 3Z 46.1 Machines, équipements industriels, navires et avions
- 4Z 46.1 Meubles, articles de ménage et quincaillerie
- 5Z 46.1 Textiles, habillement, fourrures, chaussures et articles en cuir
- 6Z 46.1 Centrales d'achat alimentaires
- 7A 46.1 Denrées, boissons et tabac
- 7B 46.1 Spécialisés dans le commerce d'autres produits spécifiques
- 8Z 46.1 Centrales d'achat non alimentaires
- 9A 46.1 Autres intermédiaires du commerce en produits divers
- 9B

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

- 46.2 Céréales, tabac non manufacturé, semences, aliments pour le bétail
- 1Z 46.2 Fleurs et plantes
- 2Z 46.2 Animaux vivants
- 3Z 46.2 Cuirs et peaux
- 4Z

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

- 46.3 Fruits et légumes
- 1Z

- 46.3 Viandes de boucherie
- 2A 46.3 Produits à base de viande
- 2B 46.3 Volailles et gibier
- 2C 46.3 Produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses comestibles
- 3Z 46.3 Boissons
- 4Z 46.3 Produits à base de tabac
- 5Z 46.3 Sucre, chocolat et confiserie
- 6Z 46.3 Café, thé, cacao et épices
- 7Z 46.3 Poissons, crustacés et mollusques
- 8A 46.3 Alimentaire spécialisé divers
- 8B 46.3 Produits surgelés
- 9A 46.3 Alimentaire non spécialisé
- 9B

46.4 Commerce de gros de biens domestiques

- 46.4 Textiles
- 1Z 46.4 Habillement et chaussures
- 2Z 46.4 Appareils électroménagers
- 3Z 46.4 Vaisselle, verrerie et produits d'entretien
- 4Z 46.4 Parfumerie et produits de beauté
- 5Z 46.4 Produits pharmaceutiques
- 6Z 46.4 Meubles, tapis et appareils d'éclairage
- 7Z 46.4 Articles d'horlogerie et bijouterie
- 8Z 46.4 Autres biens domestiques
- 9Z

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

- 46.5 Ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels
- 1Z 46.5 Composants et équipements électroniques et télécommunication
- 2Z

46.6 Commerce de gros d'autres équipements industriels

- 46.6 Matériel agricole
- 1Z 46.6 Machines-outils
- 2Z 46.6 Machines pour l'extraction, la construction et le génie civil
- 3Z 46.6 Machines pour l'industrie textile et l'habillement
- 4Z 46.6 Mobilier de bureau
- 5Z 46.6 Autres machines et équipements de bureau
- 6Z 46.6 Matériel électrique
- 9A 46.6 Fournitures et équipements industriels divers
- 9B 46.6 Fournitures et équipements divers pour le commerce et les services
- 9C

46.7 Autres commerces de gros spécialisés

- 46.7 Combustibles et produits annexes
- 1Z 46.7 Minerais et métaux
- 2Z 46.7 Bois, matériaux de construction
- 3A 46.7 Appareils sanitaires, produits de décoration
- 3B 46.7 Quincaillerie
- 4A 46.7 Fournitures pour la plomberie et le chauffage
- 4B 46.7 Produits chimiques
- 5Z 46.7 Autres produits intermédiaires
- 6Z 46.7 Déchets et débris
- 7Z

46.9 Commerce de gros non spécialisé

- 46.9 Commerce de gros non spécialisé
- 0Z

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

47.1 Commerce de détail en magasin non spécialisé

- 47.1 Produits surgelés
- 1A 47.1 Alimentation générale
- 1B 47.1 Supérettes
- 1C 47.1 Supermarchés
- 1D 47.1 Magasins multi-commerces
- 1E 47.1 Hypermarchés
- 1F 47.1 Grands magasins
- 9A 47.1 Autres commerces de détail
- 9B

47.2 Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé

- 47.2 Fruits et légumes
- 1Z 47.2 Viandes et produits à base de viande
- 2Z 47.2 Poissons, crustacés et mollusques
- 3Z 47.2 Pain, pâtisserie et confiserie
- 4Z 47.2 Boissons
- 5Z 47.2 Produits à base de tabac
- 6Z 47.2 Autres commerces de détail alimentaires
- 9Z

47.3 Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé

- 47.3 Commerce de détail de carburants
- 0Z

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

- 47.4 Ordinateurs, unités périphériques et logiciels
- 1Z 47.4 Matériels de télécommunication
- 2Z 47.4 Matériels audio et vidéo
- 3Z

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

- 47.5 Textiles
- 1Z 47.5 Quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m²)
- 2A 47.5 Quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m² ou plus)
- 2B 47.5 Tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols
- 3Z 47.5 Appareils électroménagers
- 4Z 47.5 Meubles
- 9A 47.5 Autres équipements du foyer
- 9B

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

- 47.6 Livres
- 1Z 47.6 Journaux et papeterie
- 2Z 47.6 Enregistrements musicaux et vidéo
- 3Z 47.6 Articles de sport
- 4Z 47.6 Jeux et jouets
- 5Z

47.7 Autres commerces de détail en magasin spécialisé

- 47.7 Habillement
- 1Z 47.7 Chaussure
- 2A 47.7 Maroquinerie et articles de voyage
- 2B 47.7 Produits pharmaceutiques
- 3Z 47.7 Articles médicaux et orthopédiques
- 4Z 47.7 Parfumerie et produits de beauté
- 5Z 47.7 Fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour animaux
- 6Z 47.7 Articles d'horlogerie et bijouterie
- 7Z

- 47.7 Optique
- 8A 47.7 Charbons et combustibles
- 8B 47.7 Autres commerces de détail spécialisés divers
- 8C 47.7 Biens d'occasion en magasin
- 9Z

47.8 Commerce de détail sur éventaires et marchés

- 47.8 Alimentaire
- 1Z 47.8 Textiles, habillement et chaussures
- 2Z 47.8 Autres commerces de détail
- 9Z

47.9 Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés

- 47.9 Vente à distance sur catalogue général
 - 1A 47.9 Vente à distance sur catalogue spécialisé
 - 1B 47.9 Vente à domicile
 - 9A 47.9 Vente par automates et autres commerces hors magasin, éventaires ou marchés n.c.a.
 - 9B
-

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 (37 % en 2011). 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.

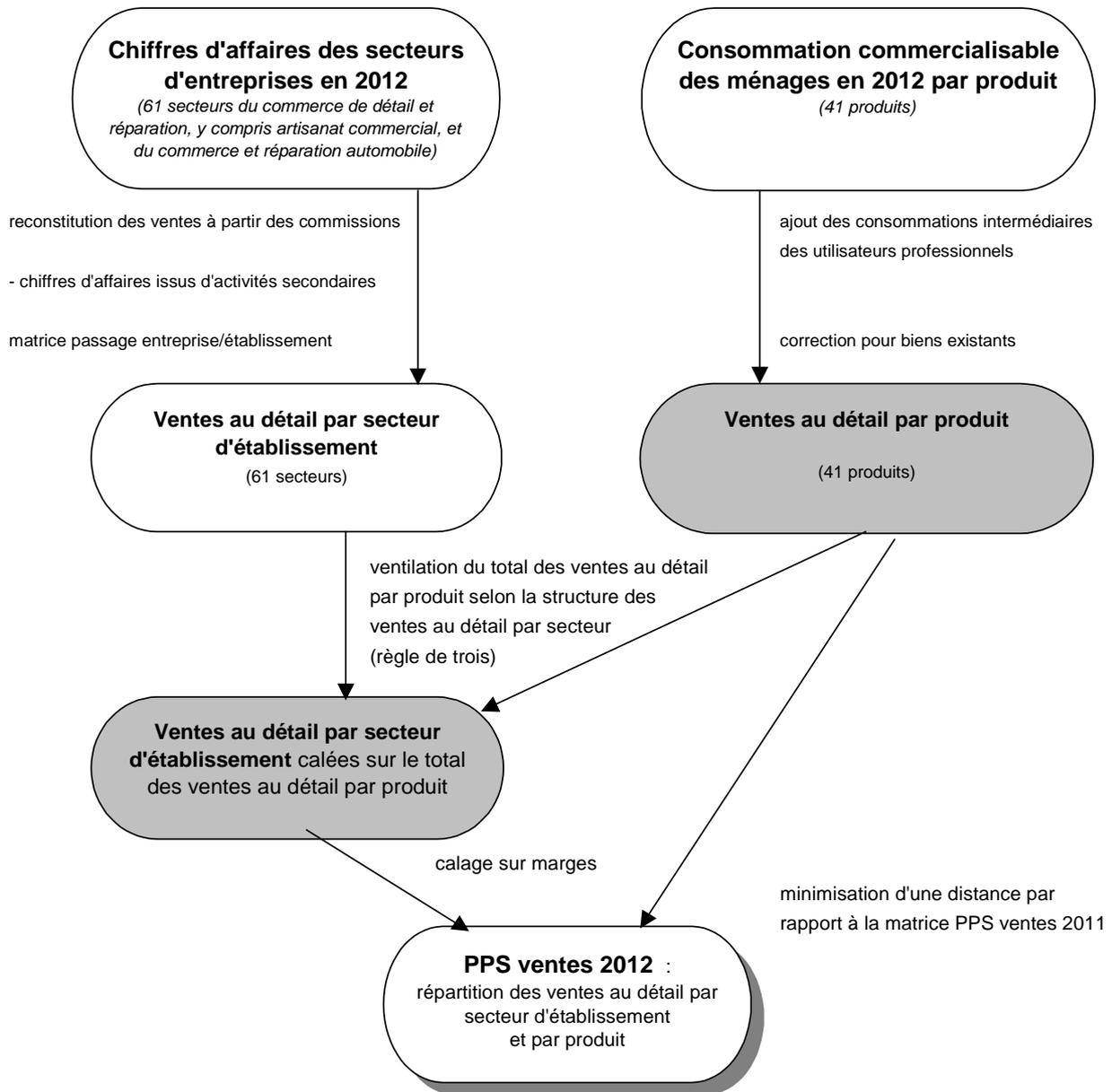
La première étape consiste à effectuer un *passage secteur d'entreprise* → *forme de vente*, c'est-à-dire à estimer les chiffres d'affaires des formes de ventes à partir des chiffres d'affaires des secteurs d'entreprises.

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 vente¹⁰³) 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.

¹⁰³ La notion de forme de vente est proche de celle d'établissement ou de magasin. La locution "forme de vente" est plus générale car elle convient mieux au commerce hors magasin (vente à distance, marchés sur éventaires etc..).



La mesure en volume de l'activité des formes de vente

Le passage produits-secteurs, c'est-à-dire le tableau ventilant les ventes des secteurs d'établissement¹ entre les différents produits, est établi sur des données en valeur HT. Pour obtenir un tableau équivalent en volume, on déflate les données en valeur par des indices de prix.

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

A défaut d'indices de prix très détaillés reflétant l'évolution spécifique du prix de chaque produit dans chaque forme de vente, on retient des indices de prix France entière et toutes formes de ventes confondues. Ces indices, disponibles pour 41 produits, sont utilisés pour déflater les données en valeur et en déduire les ventes en volume. Ainsi, pour un produit donné, le même indice de prix est appliqué aux ventes de toutes les formes de ventes commercialisant ce produit.

Les ventes en volume sont agrégées, ce qui permet de calculer des indices de prix par forme de vente. Ceux-ci tiennent compte de la structure des ventes de chaque forme de vente par produit mais ne reflètent pas le comportement spécifique de prix de la forme de vente. On fait ainsi l'hypothèse, non pas que les prix sont égaux d'une forme de vente à l'autre, mais que leurs évolutions sont égales.

Considérons, par exemple, la situation schématique où les ventes des hypermarchés seraient constituées pour 50 % de produits alimentaires et pour 50 % de produits manufacturés, alors que celles des supermarchés seraient constituées pour 80 % de produits alimentaires et pour 20 % de produits manufacturés. Notre méthode consiste, pour chaque produit, à appliquer le même indice élémentaire aux deux formes de ventes (par exemple + 2 % pour l'alimentaire et - 2 % pour les produits manufacturés). L'indice de prix d'ensemble des hypermarchés serait stable et celui des supermarchés augmenterait de 1,2 %.

Les indices de prix agrégés dans la grande distribution calculés par l'INSEE ne sont pas utilisables dans le PPS

Pour calculer l'indice des prix à la consommation, l'INSEE collecte les prix dans différentes formes de vente et différentes agglomérations puis les agrège pour obtenir l'indice national. L'échantillon de l'indice est optimisé de façon à ce que, pour un produit donné, l'indice national toutes formes de ventes et agglomérations confondues présente une précision acceptable. Il serait matériellement possible de calculer des indices par forme de vente mais leur précision ne serait pas suffisante. En effet, la variable « forme de vente » est utilisée pour le tirage de l'échantillon, mais n'intervient pas dans le calcul de l'indice, c'est-à-dire que l'agrégat le plus élémentaire regroupe les différentes formes de vente.

Depuis quelques années, l'INSEE calcule des indices de prix dans la grande distribution. Ces indices concernent quatre formes de vente : *hypermarchés*, *supermarchés*, *grande distribution étendue* (c'est-à-dire hypermarchés + supermarchés + supérettes, hors hard discount) et *autres formes de ventes*. Toutefois ces indices ne sont pas utilisables dans le PPS car, pour conserver une bonne précision, ils ne portent pas sur les produits élémentaires mais sur des regroupements de produits (viandes, boissons, autres produits alimentaires, produits d'entretien-hygiène-beauté). Ils ont en effet été conçus non comme des *déflateurs* mais comme des *comparateurs* de l'évolution des prix dans la grande distribution et dans le reste de l'appareil commercial. Par construction, ils mesurent donc l'évolution des prix d'un panier commun de consommation, sans tenir compte de la composition des ventes par produits, différente selon la forme de vente.

ANNEXE V - Les indicateurs de la démographie des entreprises

Avertissement

Le terme « d'entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene, notion qui ne coïncide pas nécessairement avec celle d'entreprise « acteur économique » définie au sens de la LME et du décret n° 2008-1354 du 18 décembre 2008. Par ailleurs, le classement des entreprises dans les secteurs d'activité venant de Sirene peut différer de celui qui est tiré de l'enquête statistique annuelle (ESA) et qui figure sur le site insee.fr. La source Sirene a été préférée ici car elle permet la publication de séries plus longues.

1. Les stocks d'entreprises :

Les bases de stock d'entreprises et d'établissements regroupent les entreprises et les établissements actifs au 1er janvier 2011 du secteur marchand non agricole : champ économique retenu depuis le 1er janvier 2007 pour la démographie des entreprises et des établissements. Ce champ couvre l'ensemble des unités légales locales réunissant trois conditions :

- avoir une réalité économique, c'est-à-dire être exploitant dans le langage SIRENE
- exercer une activité marchande
- exercer son activité principale dans l'industrie, la construction, le commerce ou les services, à l'exclusion de l'agriculture.

Les évolutions de stocks d'entreprises résultent du solde des créations et des cessations. Les mouvements démographiques sont nombreux, et concernent particulièrement les entreprises de petite taille.

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

2. Les créations

La définition des créations d'entreprises dénombrées par l'Insee s'appuie sur les concepts harmonisés au niveau européen. Les créations d'entreprises correspondent aux nouvelles immatriculations dans le répertoire Sirene, qui enregistrent un début d'activité relevant de l'un des cas suivants :

- création de nouveaux moyens de production ;
- cas où l'entrepreneur redémarre une activité après une interruption de plus d'un an ;
- cas où l'entrepreneur redémarre une activité après une interruption de moins d'un an, mais avec changement d'activité ;
- reprise, par une entreprise nouvelle, des activités d'une autre entreprise s'il n'y a pas continuité entre la situation du cédant et celle du repreneur, en termes d'activité et de localisation.

Toutefois, dans le cas des auto-entreprises, on ne peut dénombrer les créations au sens du concept européen. Il y a bien immatriculation dans le répertoire Sirene mais on ne sait pas s'il y aura ou pas un début d'activité. On comptabilise donc des « **demandes de création** » ; environ la moitié se traduiront par une vraie création d'activité, d'autres par un démarrage différé, voire jamais réalisé. Une partie de ces demandes, enfin, seront invalidées par l'Acos : les personnes relevant de la mutualité sociale agricole ou de diverses professions réglementées n'ont en effet pas le droit d'être auto-entrepreneurs, ce qui entraîne finalement le rejet de leur affiliation.

Le régime de l'auto-entrepreneur :

Le régime de l'auto-entrepreneur a été créé par la **loi de modernisation de l'économie (LME)** d'août 2008. Il s'applique depuis le 1er janvier 2009 aux personnes physiques qui créent ou possèdent déjà une entreprise individuelle pour exercer une activité commerciale, artisanale ou libérale (hormis certaines activités), à titre principal ou complémentaire. L'entreprise individuelle doit remplir les conditions du régime fiscal de la microentreprise (réaliser moins de 80 000 euros de chiffre d'affaires pour une activité commerciale ou moins de 32 000 euros pour les prestations de services et les activités libérales). La personne physique doit opter pour exercer en franchise de TVA. Le régime de l'auto-entrepreneur offre des formalités de création d'entreprises allégées ainsi qu'un mode de calcul et de paiement simplifié des cotisations sociales et de l'impôt sur le revenu.

L'auto-entrepreneur bénéficie ainsi :

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

3. Les défaillances

Il ne faut pas confondre la notion de défaillance avec la notion de cessation. Une entreprise est en situation de défaillance à partir du moment où une procédure de redressement judiciaire est ouverte à son encontre. Une telle procédure doit être déclenchée dès que l'entreprise est en état de cessation de paiement. L'entreprise est alors tenue de déposer son bilan au greffe du tribunal compétent. Les deux termes de **dépôt de bilan** ou de défaillance désignent de façon équivalente la situation de l'entreprise à la suite du jugement prononçant l'ouverture du redressement judiciaire qui est publié au B.O.D.A.C.C. (Bulletin Officiel d'Annonces Civiles et Commerciales). La publication d'un jugement au B.O.D.A.C.C. intervient, en général, dans un délai de plusieurs semaines après le prononcé de ce jugement (près de 98 % des jugements sont publiés dans le délai de trois mois). On distingue ainsi les statistiques de défaillance en date de jugement et en date de publication.

4. Les cessations

La cessation d'une entreprise signifie l'arrêt total de son activité. Une cessation peut être la conséquence d'une liquidation judiciaire faisant suite à une défaillance. Sinon, il s'agit d'une « mort naturelle » de l'entreprise, son chef prenant lui-même l'initiative de cesser toute activité. Par exemple, du fait de son âge ou parce qu'à la tête d'une petite entreprise récemment créée, il veut éviter de se trouver confronté à des difficultés économiques ou financières graves, il décide de cesser son activité. Environ 20 % des cessations résultent d'une défaillance de l'entreprise.

Les différentes formes juridiques des entreprises

Au sein des entreprises, on distingue :

- les entreprises individuelles (personnes physiques)
- les sociétés (personnes morales).

Les sociétés sont généralement classées selon trois catégories :

- les « sociétés de personnes », qui regroupent les sociétés en nom collectif et les sociétés en commandite simple,
- les sociétés à responsabilité limitée (S.A.R.L.),
- les « sociétés de capitaux », qui regroupent les sociétés anonymes et les sociétés en commandite par action.

L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (E.U.R.L.) est une forme particulière de société à responsabilité limitée ne comprenant qu'un seul associé. Cette forme d'entreprise, instituée par la loi du 11 juillet 1985, permet à une seule personne de doter son entreprise de la personnalité morale.

Depuis la loi pour l'initiative économique d'août 2003, le montant du capital social pour les S.A.R.L. est fixé librement, sans montant minimum.

Les autres types de sociétés comprennent notamment les groupements de droit privé non dotés de la personnalité morale.

ANNEXE VI - Méthodes et sources sur l'emploi

Méthodologie des estimations d'évolution de l'emploi de l'Insee

Pour l'emploi salarié :

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

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

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

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

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

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

Pour l'emploi non salarié :

La périodicité de l'évaluation de l'emploi non salarié est annuelle (situation au 31 décembre).

L'évolution de l'emploi non salarié est estimée par l'Insee à l'aide de fichiers transmis par l'Acoss (Agence Centrale des Organismes de Sécurité sociale), qui enregistre les cotisations des employeurs et des travailleurs indépendants.

Les indicateurs de mesure de l'emploi salarié à temps partiel

Le pourcentage du temps partiel est obtenu en rapportant le nombre de postes à temps partiel au nombre total de postes (temps partiel + temps complet). C'est donc la proportion de salariés travaillant à temps partiel.

Le volume d'emploi à temps partiel est le nombre d'heures à temps partiel rapporté au nombre total d'heures. En proportion, il mesure la part des heures travaillées par des salariés à temps partiel.

L'équivalent temps plein de l'emploi salarié « (ETP emploi total salarié) » est calculé par : (équivalent temps plein du temps partiel x pourcentage du temps partiel) + pourcentage du temps complet. En proportion, il mesure le nombre de postes à temps plein répartis pour cent salariés.

Source : exploitation du fichier « postes » des Déclarations annuelles de données sociales (DADS), sondage au douzième.

Données sur les salaires

Les salaires publiés sont les **salaires bruts horaires moyens**. Le salaire brut correspond à l'intégralité des sommes perçues par le salarié au titre de son contrat de travail, avant toute déduction de cotisations obligatoires.

Source : Déclarations annuelles de données sociales (DADS)

Données sur la précarité et le sous-emploi

Les données sont tirées de l'Enquête Emploi en continu. Cette enquête vise à observer à la fois de manière structurelle et conjoncturelle la situation des personnes sur le marché du travail. Elle s'inscrit dans le cadre des enquêtes "Forces de travail" défini par l'Union européenne ("Labour Force Survey"). C'est la seule source fournissant une mesure des concepts d'activité, chômage, emploi et inactivité tels qu'ils sont définis par le Bureau international du travail (BIT).

Les emplois précaires sont des emplois salariés dont la durée est soit limitée (contrats de durée déterminée, stages, emplois aidés comme les emplois d'avenir, les contrats d'accès à l'emploi dans les départements d'outre-mer, les contrats d'accompagnement dans l'emploi, les contrats initiative emploi), soit incertaine (intérim).

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

- elles travaillent à temps partiel, souhaitent travailler davantage pendant la période de référence utilisée pour définir l'emploi, et sont disponibles pour le faire, qu'elles recherchent activement un emploi ou non ;
- elles travaillent à temps partiel (et sont dans une situation autre que celle décrite ci-dessus) ou à temps complet, mais ont travaillé moins que d'habitude pendant une semaine de référence en raison de chômage partiel, ralentissement des affaires, réduction saisonnière d'activité ou mauvais temps.

La part de temps partiel subi représente quant à elle le nombre de personnes en situation de sous-emploi rapporté au nombre de personnes travaillant à temps partiel.

ANNEXE VII - Les comptes du grand commerce non alimentaire

L'établissement des comptes du grand commerce non alimentaire spécialisé

pour les comptes définitifs et semi-définitifs

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

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

Le travail s'effectue en deux étapes : on commence tout d'abord par vérifier l'exhaustivité de la population relevant du champ du « grand commerce ». On s'assure ainsi de la présence permanente des plus grandes entreprises. Celles-ci ne devraient disparaître de notre champ d'étude qu'en cas de cessation d'activité. Ensuite, on mobilise les données correspondant aux comptes de ces entreprises.

Pour une comparaison stricte de notre compte du grand commerce avec les comptes de secteur portant sur l'ensemble des entreprises commerciales relevant des mêmes activités, les montants comptables des entreprises du grand commerce sont redressés pour fraude et évasion fiscale, selon les mêmes règles que les comptes de secteur. De même, si la déclaration d'une entreprise sélectionnée correspond à un exercice supérieur à douze mois, il est procédé à une correction. Cette méthode par référence aux comptes de secteur permet de s'affranchir des aléas d'échantillonnage qui entachent les résultats globaux issus des enquêtes annuelles.

ANNEXE VIII - Les indices de prix utilisés dans le commerce de gros

Pour obtenir les évolutions en volume des ventes des grossistes, on déflate l'évolution de leurs ventes de marchandises en valeur par un indice de prix de ces ventes. Les prix de ventes pratiqués par les grossistes ne sont pas observés directement comme ils pourraient l'être avec des enquêtes adressées spécifiquement aux grossistes pour chaque secteur de gros et chaque produit vendu.

Les prix utilisés pour l'indice de prix des grossistes

Un indice de prix est donc estimé pour déflater les ventes de marchandises de chaque secteur du commerce de gros (au niveau des classes de la NAF). Cet indice est une moyenne d'indices de prix élémentaires déjà existants dans le système statistique. Pour chaque produit déclaré dans les ventes de l'enquête statistique annuelle (ÉSA) d'un secteur grossiste, on attache un indice de prix élémentaire. Par exemple pour les ventes du secteur des grossistes en produits laitiers, on va utiliser pour le produit "Lait de consommation", l'indice de prix de la production française commercialisée sur le marché français du lait liquide. Pour les autres produits commercialisés par ces grossistes (lait en poudre, œufs, fromages, yaourt, beurre) on attache un autre indice de prix élémentaire à chacun de ces autres produits.

Les pondérations utilisées et la prise en compte du commerce extérieur

Ces différents indices de prix élémentaires sont ensuite "moyennés" une première fois en utilisant comme pondération la ventilation des ventes déclarées dans l'ÉSA-Commerce, ce qui produit un indice de prix des ventes intérieures pour chaque secteur. Ensuite, on calcule sur le même principe un indice de prix des ventes à l'export à partir des indices de prix de vente à l'exportation.

Enfin l'indice de prix du marché total de chaque secteur grossiste peut être calculé en faisant la moyenne pondérée de l'indice de prix de ventes intérieures et de celui des ventes à l'export en utilisant pour pondération le poids des ventes à l'export dans les ventes totales déclarées dans l'ÉSA-Commerce.

La variété des indices de prix élémentaires utilisés

Au total, près de 150 indices de prix élémentaires sont utilisés pour les ventes intérieures des différents grossistes, et une centaine d'indices de prix de production de l'industrie française pour les marchés extérieurs. Les indices de prix élémentaires pour les ventes intérieures peuvent être des indices de prix à la consommation ou à la production.

ANNEXE IX - Le prix du service commercial ou de la marge commerciale

Prestataire de service, le commerce a une production de marge commerciale prélevée en rétribution d'un « service commercial ». Pour décomposer l'évolution de la production de marge commerciale en une évolution en volume et une évolution en prix, on se heurte à une double difficulté : ni le volume, ni le prix du service commercial ne sont observables directement.

L'évolution en valeur de la production de marge commerciale est le produit d'une évolution en volume par une évolution en prix : la définition de l'indice de prix de la production de marge commerciale (service commercial) en découle.

- Au niveau de chaque activité élémentaire, l'évolution en valeur de la production de service commercial est mesurée par définition par :

$$a) \frac{\text{marge}_1}{\text{marge}_0} = \frac{r_1 \times \text{CA}_1}{r_0 \times \text{CA}_0} = \frac{r_1}{r_0} \times \frac{\text{CA}_1}{\text{CA}_0}$$

où r_i est le taux de marge de la période i (ici 0 ou 1) et CA_i le chiffre d'affaires sur les ventes de marchandises.

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

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

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

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

En reportant b) dans a), on obtient :

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

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

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

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

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

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

ANNEXE X - Les formes du commerce par taille

Grand commerce / petit et moyen commerce

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

Le grand commerce alimentaire

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

Les grands magasins

Entreprises du commerce de détail non spécialisé sans prédominance alimentaire dont les magasins ont une surface de vente égale ou supérieure à 2500 m² (NAF 4719A) et qui réalisent moins d'un tiers de leurs chiffres d'affaires en produits alimentaires.

Les grandes entreprises de vente par correspondance

Ensemble des entreprises de vente par correspondance à catalogue général ou spécialisé ayant au moins 100 salariés (NAF 4791A et 4791B).

Grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé

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

- employer 100 salariés ou plus ;

- employer 50 salariés ou plus, et :

➢ soit exploiter 10 magasins ou plus ;

➢ soit exploiter au moins un magasin de 2 500 m² et plus de surface de vente.

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

Cette distinction vise à suivre l'évolution du commerce concentré constitué des entreprises de grande taille.

Cette approche ne tient pas compte de la concentration réalisée par la constitution de réseaux de petits détaillants (franchise, groupements d'achats).

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

Le petit commerce alimentaire

Ensemble des entreprises ayant pour activité principale le commerce de produits surgelés, l'alimentation générale de petite surface, la gestion de supérettes et le commerce alimentaire spécialisé (4711A, 4711B, 4711C et 472).

Le petit et moyen commerce non alimentaire

Il comprend le petit et moyen commerce non alimentaire en magasin spécialisé, les entreprises de vente par correspondance ne faisant pas partie du grand commerce, l'ensemble des entreprises vendant hors magasins (hormis la vente par correspondance) et les entreprises ayant pour activité la réparation d'articles personnels ou domestiques. Au sein de cette catégorie se trouvent en particulier classées des entreprises franchisées ou adhérentes à des groupements d'achats.

ANNEXE XI - Définition de l'artisanat commercial retenu pour les comptes du commerce

L'artisanat commercial correspond à l'activité des entreprises et établissements des industries alimentaires qui assurent à la fois une fabrication à caractère artisanal de leurs produits et la vente au détail de ceux-ci. La nomenclature d'activité a prévu de faire la distinction entre fabrication artisanale et production industrielle dans deux cas :

10.13.1.1	Préparation de produits à base de viande :
10.13A	Préparation industrielle de produits à base de viande
10.13B	Charcuterie
10.71	Fabrication de pain et de pâtisserie fraîche :
10.71A	Fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche
10.71B	Cuisson de produits de boulangerie
10.71C	Boulangerie et boulangerie-pâtisserie
10.71D	Pâtisserie

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

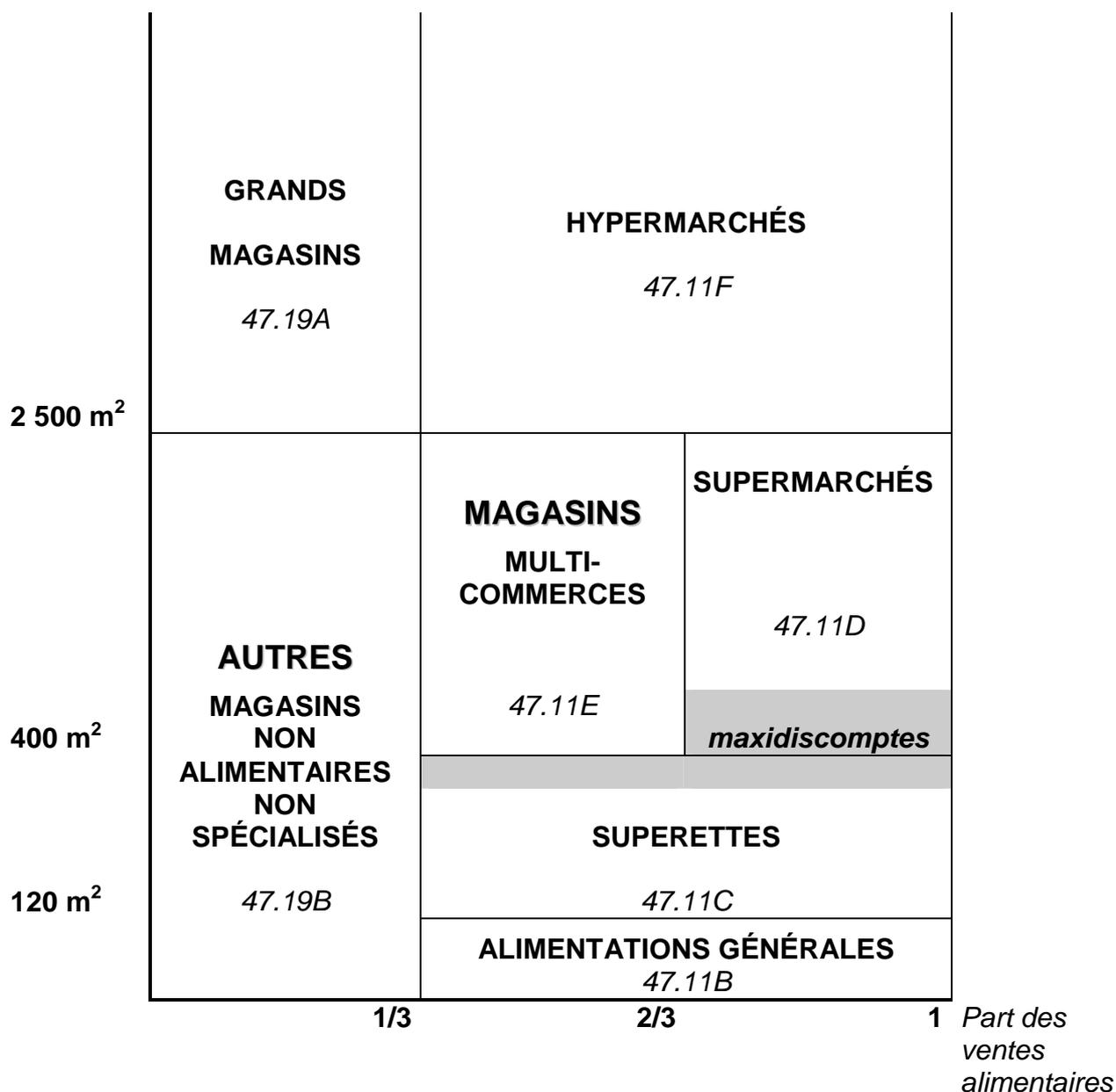
Les entreprises classées dans d'autres NAF et dont l'activité répondrait à la définition ci-dessus sont classées le plus souvent en industrie agro-alimentaires. Il en est ainsi des glaciers et confiseurs.

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

ANNEXE XII - Typologie des magasins non spécialisés

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

Surfaces
des magasins



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

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

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

- les « grands magasins » (Printemps, Galeries Lafayette, Samaritaine...), dont la surface de vente est d'au moins 2 500 m² ;

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

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

- **les grandes surfaces** :

* les « hypermarchés », dont la surface de vente est d'au moins 2 500 m² ;

* les « supermarchés », dont la surface est comprise entre 400 m² et 2 500 m² et qui réalisent plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires ;

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

- **les petites surfaces** :

* les « supérettes », dont la surface de vente est comprise entre 120 m² et 400 m² ;

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

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

ANNEXE XIII - La réglementation du commerce

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

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

Professions réglementées

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

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

Activités réglementées

Parmi les principales, on relève le régime des autorisations préalables d'exploitation commerciale. La mise en oeuvre de la loi d'orientation du commerce et de l'artisanat du 27 décembre 1973 dite loi Royer, modifiée par la loi n°96-603 du 5 juillet 1996 dite loi Raffarin, a instauré une procédure spécifique d'autorisation préalable d'exploitation commerciale, indépendante de la délivrance du permis de construire. Cette procédure s'appliquait notamment à tous les projets de création ou d'extension de commerce de détail et d'ensemble commercial d'une surface de vente supérieure à 300 m².

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

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

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

.../...

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

Par ailleurs, le seuil du déclenchement de la procédure d'autorisation d'exploitation commerciale est relevé de 300 m² à 1 000 m². Ainsi, ce nouveau dispositif vise à assurer un développement équilibré de toutes les formes de commerce en prévenant les risques de dévitalisation des centres-villes et de désertification des zones rurales tout en répondant à des objectifs d'aménagement équilibré du territoire et de développement durable.

Interdiction de la revente à perte

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

Ventes au déballage

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

Ventes en liquidation

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

Soldes

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

Ouverture et fermeture des commerces

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

Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC)

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

Les CDAC sont composées de huit membres (cinq élus locaux et trois personnalités qualifiées en matière de consommation, de développement durable et d'aménagement du territoire). Le rôle de ces commissions est de garantir le respect de la liberté d'entreprendre et le développement maîtrisé des activités commerciales tout en permettant un aménagement équilibré du territoire, avec la prise en compte de critères rénovés tels que l'aménagement du territoire et le respect de la protection de l'environnement. Enfin, ces autorisations d'exploitation commerciale doivent être compatibles avec les schémas de cohérence territoriale, documents d'urbanisme organisant les aires urbaines. Au cours des dernières années, les commissions d'équipement commercial ont vu leur activité augmenter régulièrement. Les commissions départementales examinent environ 3 700 dossiers par an pour environ 4,7 millions de m² de surface de vente, soit une évolution de près de 27 % en 5 ans. Moins de 10 % de ces demandes font l'objet d'un recours devant la Commission nationale. Au total, toutes commissions confondues, plus de 80 % des demandes sont autorisées. Les décisions des commissions sont susceptibles de recours pour excès de pouvoir devant le juge administratif.

Pour en savoir plus

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ACTIVITÉS ARTISANALES A CARACTERE COMMERCIAL

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) des industries alimentaires qui assurent à la fois une fabrication à caractère artisanal de leurs produits et la vente au détail de ceux-ci (NAF 10.13B, 10.71B, 10.71C, 10.71D).

COMMERCE

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) dont l'activité principale est l'achat pour la revente en l'état (NAF 45, 46 et 47). Les regroupements d'entreprises sont désignés sous le nom de secteurs d'activité, ceux d'établissements sous le nom de formes de ventes.

COMMERCE ET RÉPARATION D'AUTOMOBILES

Le commerce et réparation d'automobiles (NAF 45) comprend notamment les activités de commerce de gros et de détail en produits liés à l'automobile sauf le carburant (véhicules, motocycles, équipements), ainsi que l'entretien et la réparation automobile.

COMMERCE DE GROS ET INTERMÉDIAIRES DU COMMERCE

Le commerce de gros et intermédiaires du commerce (NAF 46) comprend notamment la vente pour compte propre de biens à des détaillants ou à des entreprises, ainsi que l'activité des intermédiaires du commerce de gros qui agissent pour compte de tiers.

COMMERCE DE DÉTAIL

Le commerce de détail (NAF 47) comprend notamment la vente de biens neufs ou d'occasion à des particuliers.

COMMERCE DE DÉTAIL A PRÉDOMINANCE ALIMENTAIRE

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) qui réalisent plus d'un tiers de leur chiffre d'affaires de détail en produits alimentaires.

COMMERCE DE DÉTAIL A PRÉDOMINANCE ALIMENTAIRE, EN MAGASIN NON SPECIALISÉ

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) du commerce de détail alimentaire qui offrent plusieurs gammes de produits alimentaires sans qu'aucune de ces huit gammes ne couvre plus de la moitié du chiffre d'affaires.

Les différentes gammes de produits alimentaires sont :

- fruits et légumes frais ; • viandes et produits à base de viande ;
- poissons, crustacés et mollusques ; • boissons ; • pain, pâtisserie et confiserie ;
- produits laitiers ; • tabac et cigarettes ; • épicerie et divers .

Ces unités se ventilent en :

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

COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE, EN MAGASIN SPÉCIALISÉ

Regroupe les unités faisant plus de la moitié de leur chiffre d'affaires dans l'une des huit gammes de produits alimentaires (cf ci-dessus magasin non spécialisé) (NAF 47.2). Aucun critère de taille ou de nombre de magasins n'est introduit.

COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) qui réalisent au moins deux tiers de leur chiffre d'affaires de détail en produits non alimentaires.

COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE, EN MAGASIN NON SPÉCIALISÉ

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) du commerce de détail non alimentaire qui offrent plusieurs gammes de produits non alimentaires sans qu'aucune de ces onze gammes ne couvre plus de la moitié du chiffre d'affaires.

Les différentes gammes de produits non alimentaires sont :

- produits pharmaceutiques ; • articles médicaux et orthopédiques ;
- parfums et produits de beauté ; • textiles ; • habillement ;
- chaussures et articles en cuir ; • meubles et équipement du foyer ;
- électroménager et radiotélévision ; • quincaillerie, peintures et verre ;
- livres, journaux et papeterie ; • produits divers non alimentaires.

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

COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE, EN MAGASIN SPÉCIALISÉ

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

COMMERCE DE DÉTAIL HORS MAGASIN

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

CONSOMMATION COMMERCIALISABLE DES MÉNAGES

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

CORRECTION POUR BIENS ÉXISTANTS

Dans l'évaluation de la consommation commercialisable des ménages, les achats d'occasion ne sont comptabilisés que par la marge prise par le commerçant ; en effet dans la consommation des ménages, la valeur du bien d'occasion vendu par un ménage et racheté par un autre ne doit être comptée qu'une seule fois, augmentée de la marge de l'intermédiaire.

DÉMARQUE INCONNUE

Partie de la consommation commercialisable des ménages qui n'a pas fait l'objet d'une vente commerciale. On y trouve principalement les vols et pertes de marchandises, on y classe également les prélèvements ou dons faits par le commerçant.

GRAND COMMERCE

La définition du grand commerce a été arrêtée en 1987 par la commission des comptes commerciaux de la nation, et réactualisée en 1998. Le grand commerce est défini par différents critères selon le secteur d'activité :

- Le grand commerce alimentaire : ensemble des entreprises ayant pour activité principale la gestion de supermarchés, magasins multicommerces et hypermarchés (NAF 47.11D, 47.11E et 47.11F). Ces entreprises peuvent également gérer à titre secondaire d'autres formes de vente, en particulier des supérettes.
- Les grands magasins : entreprises gérant principalement des «grands magasins» (NAF 47.17A),
- Les grandes entreprises de vente par correspondance : ensemble des entreprises de vente par correspondance à catalogue général ou spécialisé ayant au moins 50 salariés (NAF 47.91A et 47.91B).
- Grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé : ensemble des entreprises du commerce de détail en magasin spécialisé (NAF 474,475,476,477 hors produits pharmaceutiques, combustibles et biens d'occasion) satisfaisant à une des conditions suivantes :
 - employer 100 salariés ou plus ;
 - employer 50 salariés et plus, et :
 - soit exploiter 10 magasins ou plus ;
 - soit exploiter au moins un magasin de 2 500 m² et plus de surface de vente.

PART DE MARCHÉ

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

PRODUIT COMMERCIALISABLE

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

SURFACE DE VENTE

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

VENTES AU DÉTAIL DU COMMERCE

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

VENTES AU DÉTAIL HORS COMMERCE

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

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

ANNEXE XV - Lexique des définitions statistiques et comptables

CHIFFRE D'AFFAIRES DU COMMERCE (CA)

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

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

VALEUR (ÉVOLUTION EN VALEUR)

Évaluation établie aux prix courants de l'année. L'indice de valeur d'une grandeur pour l'année n est le rapport du niveau de cette grandeur aux prix courants de l'année n à son niveau aux prix courants de l'année précédente.

VOLUME (ÉVOLUTION EN VOLUME)

Évaluation établie à prix constants, ici aux prix de l'année précédente, afin d'éliminer l'effet des variations de prix. L'indice de volume s'obtient par le rapport de l'indice de valeur à l'indice de prix approprié. L'évaluation en volume n'est pas une évaluation en quantités physiques.

ÉVOLUTION EN GLISSEMENT ANNUEL

Évolution d'une variable entre une période déterminée (mois ou trimestre) d'une année et la même période de l'année précédente.

ÉVOLUTION EN MOYENNE ANNUELLE

Évolution d'une variable entre l'ensemble des mois (ou trimestres) d'une année et l'ensemble des mois (ou trimestres) de l'année précédente.

INDICE DU PRIX DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'UN SECTEUR DU COMMERCE DE DÉTAIL

Indice calculé, pour chaque secteur du commerce de détail, en pondérant les indices de prix à la consommation des ménages par produit, par les ventes en ces produits du secteur considéré. Il est "calculé ou implicite", dans la mesure où il ne résulte pas d'une observation directe des prix de vente dans chaque secteur.

INDICE DU PRIX DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'UN SECTEUR DU COMMERCE DE GROS

Indice calculé pour chaque secteur en fonction :

- des indices de prix des produits achetés par ce secteur, en tenant compte du poids des importations dans les achats ;
- des indices de prix des produits vendus par ce secteur à destination des consommations intermédiaires ou des ménages, de l'investissement ou de l'exportation.

INDUSTRIE MANUFACTURIERE

Les industries manufacturières sont des industries de transformation des biens, c'est-à-dire principalement des industries de fabrication pour compte propre, mais elles concernent aussi la réparation et l'installation d'équipements industriels, ainsi que des opérations en sous-traitance pour un tiers donneur d'ordre

ANNEXE I - Les ventes de marchandises du commerce de gros

Tableau I-1 Évolution des ventes de marchandises du commerce de gros (C.G.) en volume hors taxes

	Taux de croissance en %					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012p
C.G. de produits agricoles bruts	-13,3	17,3	15,3	-16,0	6,4	-3,6
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-17,1	23,7	18,2	-16,7	5,5	-4,2
- autres produits (1)	-4,4	1,0	6,1	-13,9	9,3	-1,7
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	0,6	-0,1	-7,6	2,1	5,8	-2,4
- produits frais (2)	-0,3	0,4	-9,9	3,3	3,2	-2,2
- boissons (alcoolisées ou non)	2,9	-0,5	-5,4	-5,8	9,8	-1,1
- autres produits (3)	0,6	-0,5	-5,5	5,3	7,1	-3,3
C.G. de biens domestiques	3,9	1,9	-6,4	2,1	9,1	1,0
- produits pharmaceutiques	5,4	4,4	0,2	4,3	8,2	3,1
- autres produits (4)	3,0	0,2	-10,9	0,4	9,9	-0,7
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	12,3	4,1	-10,4	11,1	2,4	1,7
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	14,7	9,0	-11,1	9,3	-8,6	-0,8
- composants et équipements électroniques et télécommunication	7,2	-6,3	-8,9	14,9	23,9	5,4
C.G. d'autres équipements industriels	4,8	0,6	-15,8	2,5	6,9	1,0
- équipements de bureau (5)	1,9	-6,8	-15,3	9,3	6,5	-3,3
- matériel électrique	0,7	1,1	-8,6	8,4	11,4	-1,7
- autres équipements (6)	5,9	1,1	-17,2	0,7	5,8	2,0
Autres C.G. spécialisés	0,8	-2,3	-10,1	0,7	-1,3	-1,4
- combustibles et produits annexes	1,1	-5,1	-4,3	-1,8	-3,8	-0,9
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	1,0	-0,9	-11,5	0,0	0,4	-1,8
- autres produits (8)	0,0	-0,9	-15,6	4,7	-0,4	-1,5
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	1,9	1,8	-6,5	1,6	4,7	-0,8
Intermédiaires du commerce dont centrales d'achats	3,0	-1,1	-1,0	-1,0	2,5	1,3
	3,6	-0,1	2,6	-1,2	1,6	2,0
Commerce de gros et intermédiaires	2,0	1,3	-5,6	1,2	4,3	-0,5

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 2012p
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012p	
C.G. de produits agricoles bruts	-0,8	0,6	0,8	-0,3	4,3	23,9	-7,0	-6,2	27,0	2,8	65,5
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-2,9	0,5	-0,6	-2,3	7,8	30,2	-9,1	-3,9	29,5	2,1	50,3
- autres produits (1)	5,1	0,6	4,5	4,7	-3,8	7,7	-0,4	-12,7	19,3	4,9	15,2
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1,2	0,7	3,4	3,1	3,8	4,2	-11,3	4,5	7,2	2,2	125,9
- produits frais (2)	1,9	-0,5	2,1	1,4	4,1	5,5	-16,0	7,3	4,4	3,0	57,8
- boissons (alcoolisées ou non)	4,4	9,1	4,9	2,6	4,8	3,5	-3,1	-5,1	11,8	2,5	24,7
- autres produits (3)	-1,5	-1,9	4,5	5,8	2,7	2,8	-9,1	6,6	8,4	1,1	43,4
C.G. de biens domestiques	4,8	1,5	9,3	5,6	3,3	1,2	-7,6	1,2	6,1	0,3	132,5
- produits pharmaceutiques	9,4	2,2	14,2	7,2	3,8	2,6	-1,6	2,5	4,7	-0,2	57,2
- autres produits (4)	2,2	1,1	6,3	4,5	3,0	0,3	-11,6	0,2	7,2	0,7	75,3
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	-0,2	11,1	7,1	7,5	3,8	-3,5	-14,9	4,8	0,7	1,1	40,5
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	0,2	17,9	6,4	5,8	3,7	-1,3	-16,4	1,2	-9,9	-2,0	23,2
- composants et équipements électroniques et télécommunication	-0,9	-1,8	8,7	11,2	4,0	-8,1	-11,7	12,4	21,2	5,5	17,3
C.G. d'autres équipements industriels	-2,2	4,7	5,7	-4,2	8,0	2,7	-14,8	3,0	9,4	2,6	80,6
- équipements de bureau (5)	0,2	17,9	6,4	5,8	3,7	-4,9	-15,8	8,6	9,9	0,0	5,0
- matériel électrique	-0,4	-1,4	6,9	10,4	5,1	1,9	-9,4	12,2	15,9	-1,0	14,5
- autres équipements (6)	-2,7	5,0	5,5	-7,4	9,0	3,5	-15,7	0,6	7,8	3,7	61,0
Autres C.G. spécialisés	-1,2	9,0	3,7	7,3	5,3	7,9	-21,4	9,3	9,1	2,0	152,3
- combustibles et produits annexes	1,4	12,8	11,8	6,5	2,8	16,5	-27,4	17,0	14,9	7,6	60,6
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	2,1	8,0	4,3	8,5	6,8	2,5	-11,6	0,6	3,0	-0,8	50,0
- autres produits (8)	-6,6	6,6	-5,0	7,0	6,6	5,0	-25,7	12,4	9,6	-2,1	41,7
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	0,6	4,4	5,4	3,8	4,7	5,3	-12,8	4,6	9,0	1,8	617,5
Intermédiaires du commerce	3,4	5,2	4,7	3,7	5,1	7,6	-11,2	6,0	10,5	6,6	122,4
dont centrales d'achats	6,4	4,3	5,7	3,1	5,5	9,3	-8,3	6,0	9,9	7,5	105,2
Commerce de gros et intermédiaires	1,0	4,5	5,3	3,8	4,8	5,6	-12,6	4,8	9,3	2,5	739,9

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 2011

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Commerce de détail	Activités artisanales	Commerce et réparation automobile	Commerce de gros et intermédiaires du commerce	Ventes au détail des autres secteurs	TOTAL DES VENTES	Consommations intermédiaires et correction pour biens existants	CONSOMMATION COMMERCIALISABLE
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	4 274	11 480	0	4	271	16 029	1 869	14 160
Fruits et légumes	20 999	5	0	134	16	21 154	354	20 800
Viandes et produits dérivés	33 509	1 295	19	209	372	35 404	1 098	34 306
Poissons, crustacés, coquillages	8 821	5	0	38	0	8 864	422	8 441
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	67 603	12 785	19	384	659	81 450	3 743	77 707
Chocolaterie, confiserie	7 484	545	5	22	16	8 071	384	7 687
Vins, liqueurs et apéritifs	16 669	141	2	242	57	17 111	2 852	14 259
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	11 349	117	1	173	464	12 104	576	11 528
Epicerie, produits alimentaires divers	55 687	229	2	507	1 106	57 531	2 948	54 584
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	91 188	1 033	11	943	1 643	94 818	6 760	88 058
Tabac et cigarettes	14 143	3	1	32	4 892	19 071	0	19 071
TOTAL ALIMENTAIRE	172 934	13 821	31	1 360	7 193	195 339	10 503	184 836
Pneumatiques	34	0	2 547	10	8	2 599	695	1 904
Pièces détachées et équipements automobiles	1 111	0	28 609	257	301	30 279	6 305	23 974
Vente et réparation de motocycles	12	0	2 041	1	0	2 054	113	1 941
Carburants et lubrifiants	42 355	0	2 466	2 367	1 302	48 491	5 195	43 295
TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE	43 512	0	35 663	2 635	1 612	83 422	12 308	71 114
Produits pharmaceutiques	37 333	0	0	79	1 342	38 754	0	38 754
Matériels médicaux et orthopédiques	3 600	0	0	40	348	3 989	12	3 977
TOTAL PHARMACIE	40 933	0	0	119	1 691	42 743	12	42 731
Habillement	39 535	0	0	458	387	40 380	6 388	33 992
Chaussures	8 972	0	0	90	66	9 128	231	8 897
Maroquinerie, articles de voyage	3 133	0	0	8	153	3 294	157	3 137
Parfumerie et produits de beauté	18 955	0	0	185	894	20 035	354	19 681
Optique et photographie	7 095	0	0	46	110	7 252	224	7 028
Horlogerie, bijouterie	5 241	0	0	54	108	5 404	14	5 390
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	82 932	1	0	842	1 718	85 493	7 369	78 124
Meubles, literie	14 491	0	0	228	239	14 958	727	14 231
Equipement du foyer	10 634	0	0	114	181	10 930	2 411	8 519
Electroménager	11 121	0	0	164	503	11 788	1 965	9 824
Produits bruns	8 039	0	0	64	245	8 348	1 333	7 015
Micro-informatique et téléphones	9 313	0	5	382	4 013	13 713	2 743	10 970
Produits d'entretien ménager	7 144	0	0	48	27	7 219	2 135	5 084
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 613	0	0	15	125	3 752	899	2 854
Revêtements sols et murs	2 210	0	0	367	89	2 666	1 312	1 354
Quincaillerie, bricolage, peinture	21 908	0	113	2 682	1 028	25 731	10 267	15 464
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	9 793	0	0	333	354	10 480	499	9 981
Livres, journaux, papeterie	8 521	14	0	76	4 353	12 965	184	12 781
Vente et réparation de cycles	1 371	0	187	0	7	1 565	204	1 361
Sports et loisirs	8 699	0	11	4	318	9 032	1 505	7 526
Jeux et jouets	3 083	0	0	15	25	3 123	31	3 092
Autres produits non alimentaires	6 529	1	1	29	2 078	8 637	4 903	3 734
Charbons et combustibles	4 053	0	29	5 601	122	9 805	1 120	8 685
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	130 521	16	346	10 122	13 708	154 712	32 238	122 475
TOTAL NON ALIMENTAIRE	297 899	17	36 009	13 718	18 728	366 371	51 926	314 444
Voitures particulières d'occasion	15	0	28 362	558	605	29 540	19 197	10 343
Voitures particulières neuves	2	0	37 540	685	693	38 919	11 703	27 216
Caravanes, remorques	0	0	1 360	21	46	1 427	238	1 189
Entretien et réparation automobile	73	0	16 305	88	847	17 312	2 885	14 427
TOTAL AUTOMOBILE	90	0	83 566	1 352	2 191	87 199	34 023	53 175
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	470 923	13 838	119 606	16 430	28 112	648 908	96 452	552 456

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 B

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

Année 2011

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	
PRODUITS														
Pain, pâtisserie	15 755	11 904	11 796	109	3 654	9	1	8	0	0	187	24	163	
Fruits et légumes	21 004	4 217	2 611	1 606	15 443	8	1	6	0	0	1 337	146	1 191	
Viandes et produits dérivés	34 804	9 967	8 572	1 395	22 826	12	2	10	0	0	1 998	202	1 796	
Poissons, crustacés, coquillages	8 825	1 554	1 209	345	6 707	3	0	2	0	0	562	100	462	
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	80 388	27 643	24 187	3 456	48 630	31	4	27	0	0	4 084	473	3 611	
Chocolaterie, confiserie	8 029	2 615	1 570	1 045	4 215	469	0	151	318	0	730	56	674	
Vins, liqueurs et apéritifs	16 810	4 817	3 582	1 235	10 296	275	28	142	104	0	1 423	479	944	
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	11 466	1 688	787	901	8 726	134	1	60	73	0	917	286	631	
Epicerie, produits alimentaires divers	55 917	8 618	2 736	5 882	43 405	1 314	215	281	95	723	2 579	1 348	1 231	
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	92 221	17 738	8 675	9 063	66 642	2 191	243	634	590	723	5 649	2 169	3 480	
Tabac et cigarettes	14 146	8 280	7 890	390	77	5 574	37	5 488	48	0	215	169	46	
TOTAL ALIMENTAIRE	186 755	53 662	40 753	12 909	115 349	7 797	285	6 150	638	724	9 948	2 811	7 137	
Pneumatiques	34	0	0	0	0	34	0	1	33	0	0	0	0	
Pièces détachées et équipements automobiles	1 111	16	3	13	855	234	7	76	151	0	6	4	2	
Vente et réparation de motocycles	12	0	0	0	0	10	0	10	0	0	2	2	0	
Carburants et lubrifiants	42 355	410	137	273	25 079	16 732	2	835	15 892	4	134	49	84	
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	43 513	426	141	286	25 934	17 010	8	921	16 076	4	142	56	86	
Produits pharmaceutiques	37 333	0	0	0	46	37 284	0	464	0	36 819	3	2	0	
Matériels médicaux et orthopédiques	3 600	1	0	0	2	3 274	0	162	0	3 112	323	71	252	
TOTAL PHARMACIE	40 933	1	0	1	48	40 558	0	627	0	39 931	326	73	253	
Habillement	39 535	52	12	41	3 743	31 839	2 796	29 008	0	35	3 901	3 104	797	
Chaussures	8 972	10	0	10	846	7 311	192	7 105	0	14	805	604	201	
Maroquinerie, articles de voyage	3 133	3	1	2	176	2 815	229	2 581	0	5	140	125	15	
Parfumerie et produits d'hygiène	18 955	630	306	324	9 239	8 276	560	5 054	0	2 661	811	705	106	
Optique et photographie	7 095	4	0	4	341	6 621	0	6 615	0	6	130	127	2	
Horlogerie, bijouterie	5 241	6	1	5	429	4 513	538	3 960	0	15	293	281	12	
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	82 932	706	321	385	14 773	61 374	4 315	54 322	0	2 737	6 079	4 947	1 132	
Meubles, literie	14 491	6	1	6	517	12 733	260	12 471	0	2	1 235	958	277	
Equipped du foyer	10 634	116	23	93	2 707	6 729	916	5 808	0	5	1 083	732	352	
Electroménager	11 121	30	6	24	2 072	7 980	74	7 905	0	0	1 039	941	97	
Produits bruns	8 039	18	0	17	1 966	5 385	5	5 378	2	0	670	644	27	
Micro-informatique et téléphones	9 313	33	6	27	2 092	5 818	21	5 794	3	0	1 370	1 318	52	
Produits d'entretien ménager	7 144	208	8	201	5 399	1 216	127	1 088	0	1	322	48	274	
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 613	15	0	14	805	1 970	547	1 423	0	0	823	589	234	
Revêtements sols et murs	2 210	3	0	3	195	1 928	57	1 870	0	0	84	83	1	
Quincaillerie, bricolage, peinture	21 908	35	14	21	1 926	19 170	215	18 944	7	4	777	341	436	
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	9 793	22	1	21	1 877	7 230	43	7 150	0	36	664	296	368	
Livres, journaux, papeterie	8 536	658	530	129	2 160	5 363	89	5 262	12	0	354	283	72	
Vente et réparation de cycles	1 371	1	0	1	75	1 284	0	1 284	0	0	11	5	5	
Sports et loisirs	8 699	43	30	12	1 173	6 829	26	6 802	0	0	654	574	80	
Jeux et jouets	3 083	9	0	9	705	2 117	101	2 015	0	0	252	230	22	
Autres produits non alimentaires	6 530	106	87	19	243	5 327	168	5 125	29	5	854	647	207	
Charbons et combustibles	4 053	68	26	41	485	3 198	27	3 020	138	13	302	65	237	
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	130 536	1 370	732	637	24 398	94 275	2 677	91 339	190	69	10 494	7 753	2 741	
TOTAL NON ALIMENTAIRE	297 915	2 503	1 194	1 309	65 153	213 218	7 001	147 210	16 266	42 741	17 042	12 829	4 212	
Voitures particulières d'occasion	15	0	0	0	0	15	0	0	14	0	0	0	0	
Voitures particulières neuves	2	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Entretien et réparation automobile	73	1	1	0	13	59	0	2	57	0	0	0	0	
TOTAL AUTOMOBILE	90	1	1	0	13	76	0	3	74	0	0	0	0	
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	484 760	56 166	41 948	14 218	180 515	221 090	7 285	153 362	16 978	43 465	26 990	15 640	11 349	

Tableau II-1 C

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

Année 2011

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Détail alimentaire spécialisé et activités artisanales								Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	TOTAL détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et artisanat
	Boulangeries, pâtisseries	Boucheries, charcuteries	Fruits et légumes	Poissonnerie	Boissons	Tabac	Autres commerces de détail alimentaire	TOTAL ALIMEN-TAIRE SPECIA-LISE		
PRODUITS										
Pain, pâtisserie	11 613	5	56	0	1	10	110	11 796	109	11 904
Fruits et légumes	2	74	2 063	10	13	0	448	2 611	1 606	4 217
Viandes et produits dérivés	3	8 070	310	2	10	1	178	8 572	1 395	9 967
Poissons, crustacés, coquillages	0	10	71	1 074	1	0	53	1 209	345	1 554
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	11 618	8 159	2 499	1 086	25	11	788	24 187	3 456	27 643
Chocolaterie, confiserie	1 264	2	43	1	58	39	164	1 570	1 045	2 615
Vins, liqueurs et apéritifs	150	49	763	4	2 382	20	215	3 582	1 235	4 817
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	121	32	41	0	378	2	213	787	901	1 688
Epicerie, produits alimentaires divers	361	427	155	44	79	13	1 658	2 736	5 882	8 618
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	1 895	510	1 001	48	2 897	74	2 250	8 675	9 063	17 738
Tabac et cigarettes	130	0	0	0	30	7 705	24	7 890	390	8 280
TOTAL ALIMENTAIRE	13 643	8 669	3 501	1 135	2 952	7 791	3 062	40 753	12 909	53 662
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	1	0	0	0	1	0	1	3	13	16
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	62	0	0	0	27	29	20	137	273	410
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	63	0	0	0	27	29	21	141	286	426
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TOTAL PHARMACIE	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Habillement	0	0	0	0	1	5	5	12	41	52
Chaussures	0	0	0	0	0	0	0	0	10	10
Maroquinerie, articles de voyage	1	0	0	0	0	0	0	1	2	3
Parfumerie et produits d'hygiène	0	0	3	0	56	104	144	306	324	630
Optique et photographie	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	0	0	1	5	6
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	1	0	3	0	57	109	150	321	385	706
Meubles, literie	0	0	0	0	0	0	0	1	6	6
Equipement du foyer	2	0	0	0	0	0	20	23	93	116
Electroménager	0	0	0	0	0	5	0	6	24	30
Produits bruns	0	0	0	0	0	0	0	0	17	18
Micro-informatique et téléphones	0	0	0	0	0	5	0	6	27	33
Produits d'entretien ménager	0	7	0	0	0	0	0	8	201	208
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	0	0	0	0	0	0	0	14	15
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
Quincaillerie, bricolage, peinture	0	0	0	0	0	0	14	14	21	35
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	0	0	0	0	0	1	21	22
Livres, journaux, papeterie	20	0	0	0	1	507	1	530	129	658
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	0	0	0	0	0	30	0	30	12	43
Jeux et jouets	0	0	0	0	0	0	0	0	9	9
Autres produits non alimentaires	4	0	0	0	1	81	2	87	19	106
Charbons et combustibles	0	0	0	0	25	0	1	26	41	68
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	27	8	1	0	29	628	39	732	637	1 370
TOTAL NON ALIMENTAIRE	91	8	4	0	114	767	211	1 194	1 309	2 503
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	0	1	0	1
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	13 734	8 678	3 504	1 135	3 065	8 558	3 273	41 948	14 218	56 166

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 D

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

Année 2011

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Grandes surfaces d'alimentation générale				Petites surfaces d'alimentation générale et produits surgelés			
	Hyper-marchés	Super-marchés	Magasins multi-commerces	TOTAL	Commerces de détail de produits surgelés	Commerces d'alimentation générale	Supérettes	TOTAL
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	2 332	1 216	106	3 654	0	22	87	109
Fruits et légumes	8 195	7 043	205	15 443	308	653	646	1 606
Viandes et produits dérivés	12 319	10 070	438	22 826	311	347	737	1 395
Poissons, crustacés, coquillages	4 166	2 516	25	6 707	266	12	68	345
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	27 012	20 844	774	48 630	884	1 034	1 538	3 456
Chocolaterie, confiserie	2 214	1 998	4	4 215	0	398	647	1 045
Vins, liqueurs et apéritifs	5 505	4 594	197	10 296	0	518	717	1 235
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	5 224	3 361	141	8 726	0	372	529	901
Epicerie, produits alimentaires divers	22 967	19 377	1 062	43 405	980	2 205	2 697	5 882
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	35 910	29 329	1 403	66 642	980	3 492	4 591	9 063
Tabac et cigarettes	17	38	22	77	0	317	74	390
TOTAL ALIMENTAIRE	62 939	50 212	2 198	115 349	1 864	4 843	6 202	12 909
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	776	78	2	855	0	3	10	13
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	11 068	13 978	33	25 079	0	36	237	273
TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE	11 844	14 056	34	25 934	0	39	247	286
Produits pharmaceutiques	29	17	0	46	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	0	1	1	2	0	0	0	0
TOTAL PHARMACIE	29	18	1	48	0	0	0	1
Habillement	2 877	590	276	3 743	0	11	30	41
Chaussures	696	149	2	846	0	2	7	10
Maroquinerie, articles de voyage	154	21	1	176	0	0	1	2
Parfumerie et produits d'hygiène	6 143	2 777	318	9 239	0	94	230	324
Optique et photographie	308	32	1	341	0	1	3	4
Horlogerie, bijouterie	398	30	1	429	0	1	4	5
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	10 575	3 599	599	14 773	0	110	275	385
Meubles, literie	418	98	1	517	0	1	4	6
Equipement du foyer	1 644	1 023	40	2 707	0	7	86	93
Electroménager	1 763	305	4	2 072	0	5	19	24
Produits bruns	1 849	114	3	1 966	0	4	13	17
Micro-informatique et téléphones	1 876	193	23	2 092	0	7	21	27
Produits d'entretien ménager	2 801	2 591	6	5 399	0	78	122	201
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	658	133	14	805	0	2	12	14
Revêtements sols et murs	87	108	0	195	0	0	2	3
Quincaillerie, bricolage, peinture	1 465	401	60	1 926	0	4	16	21
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	1 223	652	3	1 877	0	5	16	21
Livres, journaux, papeterie	1 704	424	31	2 160	0	66	63	129
Vente et réparation de cycles	62	13	0	75	0	0	1	1
Sports et loisirs	1 008	132	32	1 173	0	3	9	12
Jeux et jouets	608	83	14	705	0	2	7	9
Autres produits non alimentaires	147	87	9	243	0	1	17	19
Charbons et combustibles	315	169	1	485	0	26	15	41
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	17 627	6 526	245	24 398	1	214	422	637
TOTAL NON ALIMENTAIRE	40 075	24 198	880	65 153	1	364	944	1 309
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	9	2	1	13	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	9	2	2	13	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	103 024	74 412	3 079	180 515	1 865	5 207	7 146	14 218

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 2011

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Carburant	Technologie de l'information et de la communication				Equipe-ment 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	Electro-ménager	Meubles	Autres équipements du foyer	TOTAL
PRODUITS												
Pain, pâtisserie	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
Viandes et produits dérivés	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
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
Chocolaterie, confiserie	318	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	104	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	73	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Epicerie, produits alimentaires divers	95	2	0	0	2	1	1	2	1	0	2	7
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	590	3	0	0	3	1	2	3	1	0	3	10
Tabac et cigarettes	48	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	3
TOTAL ALIMENTAIRE	638	5	0	0	5	1	3	4	2	1	4	14
Pneumatiques	33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	151	0	1	0	1	0	48	0	0	0	1	49
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	9
Carburants et lubrifiants	15 892	0	0	0	0	0	3	0	0	0	1	4
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	16 076	0	1	0	1	0	61	0	0	0	1	62
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
TOTAL PHARMACIE	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
Habillement	0	4	0	0	4	180	35	5	2	44	21	286
Chaussures	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	6
Parfumerie et produits d'hygiène	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	3
Optique et photographie	0	211	1	16	227	0	0	0	18	0	0	19
Horlogerie, bijouterie	0	1	0	0	1	0	0	0	0	8	1	9
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	0	217	1	16	234	180	36	12	21	52	24	324
Meubles, literie	0	5	0	27	32	33	1 190	16	186	10 236	334	11 993
Equipe-ment du foyer	0	4	0	10	14	106	1 195	12	115	914	2 379	4 722
Electroménager	0	27	2	561	589	8	1 536	4	4 385	1 244	69	7 246
Produits bruns	2	623	25	824	1 472	4	362	1	2 674	392	29	3 462
Micro-informatique et téléphones	3	3 262	393	283	3 937	2	229	1	1 227	232	12	1 703
Produits d'entretien ménager	0	1	0	0	1	5	863	16	2	48	134	1 068
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	1	0	1	2	684	63	35	12	282	102	1 178
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	41	1 131	544	3	90	38	1 847
Quincaillerie, bricolage, peinture	7	2	0	3	5	62	17 059	233	32	275	193	17 854
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie	0	6	0	0	6	1	540	1	2	40	27	611
Livres, journaux, papeterie	12	465	2	23	491	1	2	0	3	1	8	15
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	15	0	0	0	0	15
Sports et loisirs	0	405	2	22	429	0	2	1	22	0	1	26
Jeux et jouets	0	16	0	1	17	0	0	0	1	37	0	38
Autres produits non alimentaires	29	12	0	0	13	2	201	1	15	31	48	299
Charbons et combustibles	138	0	0	0	1	0	30	0	0	0	4	35
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	190	4 830	424	1 754	7 009	949	24 419	864	8 677	13 823	3 379	52 111
TOTAL NON ALIMENTAIRE	16 266	5 048	427	1 770	7 244	1 129	24 515	876	8 698	13 875	3 405	52 499
Voitures particulières d'occasion	14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	2	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	57	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	74	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	16 978	5 053	427	1 770	7 250	1 130	24 518	880	8 700	13 876	3 409	52 513

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 2011

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Culture-loisirs					Habillement-chaussures			Autres équipements de la personne				
	Livres, journaux, papeterie	Enregistrements musicaux et vidéo	Articles de sport	Jeux et jouets	TOTAL	Habillement	Chaussures	TOTAL	Maroquinerie et articles de voyage	Parfumerie et produits de beauté	Horlogerie-bijouterie	Optique, photographie	TOTAL
PRODUITS													
Pain, pâtisserie	7	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0	1
Fruits et légumes	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1
Viandes et produits dérivés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	8	0	0	0	8	1	0	1	1	1	2	0	4
Chocolaterie, confiserie	143	0	0	1	144	0	0	0	2	0	0	0	2
Vins, liqueurs et apéritifs	0	0	0	0	1	4	0	4	0	112	1	0	113
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	0	0	0	3	0	3	0	0	1	0	1
Épicerie, produits alimentaires divers	25	0	1	1	27	15	0	15	1	70	3	0	74
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	168	1	1	2	171	22	0	22	3	182	5	0	190
Tabac et cigarettes	5 072	0	0	18	5 091	2	0	2	0	98	1	0	99
TOTAL ALIMENTAIRE	5 248	1	1	20	5 270	26	0	26	4	282	8	0	293
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	22	0	22	0	0	0	0	0	0	0	0
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	0	0	0	0	0	19	0	19	1	1	0	1	2
TOTAL PRODUITS LIÉS À L'AUTOMOBILE	0	0	22	0	22	19	0	19	1	1	0	1	2
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	25	0	25	1	419	4	3	427
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	7	0	8	9	2	11	0	33	76	26	135
TOTAL PHARMACIE	0	0	7	0	8	34	2	37	1	453	80	29	562
Habillement	11	24	1 705	2	1 742	26 151	255	26 406	246	4	14	4	269
Chaussures	0	0	41	0	41	1 932	5 016	6 948	83	2	8	1	95
Maroquinerie, articles de voyage	3	0	3	0	6	261	194	455	2 108	1	2	1	2 111
Parfumerie et produits d'hygiène	1	0	0	0	1	148	2	150	2	4 860	10	2	4 874
Optique et photographie	5	0	0	0	5	23	0	23	2	1	4	6 260	6 266
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	51	1	51	19	33	3 789	4	3 844
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	20	24	1 749	3	1 796	28 565	5 468	34 034	2 461	4 900	3 827	6 272	17 459
Meubles, literie	6	0	0	0	6	37	0	37	0	0	1	1	2
Équipement du foyer	4	0	1	0	5	97	1	98	0	0	5	2	7
Électroménager	7	0	0	0	8	20	0	20	0	0	1	0	1
Produits bruns	0	0	40	0	40	6	0	6	0	0	1	0	1
Micro-informatique et téléphones	8	82	0	7	97	10	0	10	0	0	6	0	6
Produits d'entretien ménager	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	1	0	0	0	1	162	13	175	0	0	2	0	2
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
Quincaillerie, bricolage, peinture	1	0	37	0	38	14	3	16	0	1	3	1	5
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	5	0	6	85	4	89	1	4	19	7	31
Livres, journaux, papeterie	4 328	169	26	36	4 559	3	0	3	3	0	1	0	4
Vente et réparation de cycles	0	6	1 258	0	1 265	0	0	0	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	122	187	5 945	2	6 257	10	0	10	0	0	2	0	2
Jeux et jouets	8	16	10	1 873	1 906	3	0	3	2	0	1	0	3
Autres produits non alimentaires	85	1	0	14	100	47	0	47	0	0	75	21	96
Charbons et combustibles	0	0	1	0	1	39	1	40	1	1	4	2	8
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	4 571	461	7 325	1 932	14 290	533	22	555	7	7	122	32	168
TOTAL NON ALIMENTAIRE	4 592	485	9 104	1 935	16 116	29 152	5 493	34 645	2 469	5 360	4 029	6 334	18 192
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	9 840	486	9 105	1 955	21 386	29 178	5 493	34 671	2 474	5 642	4 036	6 334	18 485

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 2011

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Pharmacie et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	Autres magasins spécialisés				
		Flours, plantes, graines, engrais...	Charbons et combustibles	Autres commerces de détail spécialisé	Commerce de biens d'occasion	TOTAL
PRODUITS						
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0
Fruits et légumes	0	0	0	4	0	4
Viandes et produits dérivés	0	0	0	7	0	7
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	0	1	0	1
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	0	0	0	11	0	12
Chocolaterie, confiserie	0	0	4	0	0	5
Vins, liqueurs et apéritifs	0	0	18	5	0	23
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	51	3	0	54
Epicerie, produits alimentaires divers	723	77	1	77	0	156
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	723	77	75	86	1	238
Tabac et cigarettes	0	0	0	244	48	292
TOTAL ALIMENTAIRE	724	77	75	341	49	542
Pneumatiques	0	0	1	0	0	1
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	3	1	0	4
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	4	48	726	35	0	809
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	4	48	730	36	0	814
Produits pharmaceutiques	36 819	1	1	5	4	12
Matériels médicaux et orthopédiques	3 112	1	0	3	2	6
TOTAL PHARMACIE	39 931	2	2	8	7	19
Habillement	35	108	2	146	45	301
Chaussures	14	7	0	9	2	18
Maroquinerie, articles de voyage	5	0	0	2	1	3
Parfumerie et produits d'hygiène	2 661	1	0	21	2	24
Optique et photographie	6	1	0	72	1	74
Horlogerie, bijouterie	15	2	0	45	7	55
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2 737	119	2	296	58	475
Meubles, literie	2	124	0	151	124	400
Equipelement du foyer	5	570	1	391	1	963
Electroménager	0	9	1	31	0	41
Produits bruns	0	1	0	10	385	397
Micro-informatique et téléphones	0	0	0	39	1	41
Produits d'entretien ménager	1	8	1	8	0	17
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	15	0	48	2	65
Revêtements sols et murs	0	8	1	13	0	21
Quincaillerie, bricolage, peinture	4	639	44	304	39	1 027
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	36	6 333	1	67	6	6 408
Livres, journaux, papeterie	0	9	0	119	63	191
Vente et réparation de cycles	0	4	0	0	0	4
Sports et loisirs	0	21	0	55	2	78
Jeux et jouets	0	0	0	10	38	48
Autres produits non alimentaires	5	138	2	3 184	1 247	4 570
Charbons et combustibles	13	9	2 807	117	4	2 936
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	69	7 889	2 857	4 546	1 914	17 206
TOTAL NON ALIMENTAIRE	42 741	8 059	3 591	4 885	1 979	18 514
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	2	0	0	2
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	2	0	0	3
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	43 465	8 136	3 668	5 227	2 028	19 058

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 A

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

Année 2012p

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Commerce de détail	Activités artisanales	Commerce et réparation automobile	Commerce de gros et intermédiaires du commerce	Ventes au détail des autres secteurs	TOTAL DES VENTES	Consommations intermédiaires et correction pour biens existants	CONSOMMATION COMMERCIALISABLE
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	4 505	11 777	0	4	348	16 635	1 940	14 695
Fruits et légumes	22 488	6	0	187	23	22 704	380	22 324
Viandes et produits dérivés	34 274	1 322	22	259	464	36 341	1 127	35 214
Poissons, crustacés, coquillages	8 947	5	0	48	0	9 000	429	8 571
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	70 215	13 110	22	498	835	84 680	3 875	80 805
Chocolaterie, confiserie	7 776	522	6	26	19	8 349	398	7 951
Vins, liqueurs et apéritifs	16 982	132	2	280	67	17 463	2 910	14 552
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	11 696	112	2	204	552	12 566	598	11 967
Epicerie, produits alimentaires divers	57 235	220	2	600	1 326	59 384	3 042	56 342
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	93 690	986	12	1 110	1 963	97 761	6 949	90 812
Tabac et cigarettes	14 317	2	1	33	5 101	19 455	0	19 455
TOTAL ALIMENTAIRE	178 221	14 099	35	1 642	7 899	201 896	10 824	191 073
Pneumatiques	36	0	2 470	10	8	2 524	675	1 849
Pièces détachées et équipements automobiles	1 250	0	28 392	266	315	30 223	6 293	23 930
Vente et réparation de motocycles	10	0	1 921	1	0	1 931	106	1 825
Carburants et lubrifiants	43 966	0	2 277	2 271	1 259	49 773	5 333	44 440
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	45 263	0	35 060	2 548	1 581	84 451	12 407	72 044
Produits pharmaceutiques	37 575	0	0	86	1 478	39 139	0	39 139
Matériels médicaux et orthopédiques	3 859	0	0	45	396	4 300	13	4 288
TOTAL PHARMACIE	41 434	0	0	131	1 874	43 440	13	43 427
Habillement	39 340	0	0	373	318	40 032	6 333	33 699
Chaussures	8 926	0	0	73	53	9 053	229	8 823
Maroquinerie, articles de voyage	3 450	0	0	7	135	3 592	171	3 421
Parfumerie et produits de beauté	19 869	0	0	184	896	20 948	370	20 578
Optique et photographie	7 286	0	0	47	113	7 445	230	7 215
Horlogerie, bijouterie	5 330	0	0	44	88	5 461	14	5 447
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	84 201	0	0	727	1 604	86 532	7 348	79 184
Meubles, literie	14 138	0	0	202	213	14 553	708	13 845
Equipelement du foyer	10 803	0	0	104	168	11 075	2 443	8 632
Electroménager	11 434	0	0	152	469	12 055	2 009	10 046
Produits bruns	6 678	0	0	48	186	6 912	1 104	5 809
Micro-informatique et téléphones	9 890	0	5	376	3 995	14 266	2 853	11 413
Produits d'entretien ménager	7 383	0	0	45	26	7 454	2 205	5 249
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 627	0	0	13	112	3 752	899	2 854
Revêtements sols et murs	2 204	0	0	332	82	2 617	1 288	1 329
Quincaillerie, bricolage, peinture	22 231	0	130	2 454	948	25 763	10 280	15 484
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	10 126	0	0	314	336	10 777	513	10 263
Livres, journaux, papeterie	8 489	11	0	72	4 195	12 767	181	12 586
Vente et réparation de cycles	1 401	0	188	0	6	1 596	208	1 388
Sports et loisirs	8 390	0	8	3	254	8 655	1 443	7 213
Jeux et jouets	3 026	0	0	13	22	3 061	30	3 031
Autres produits non alimentaires	6 583	1	0	27	1 918	8 529	4 842	3 687
Charbons et combustibles	4 666	0	30	5 999	132	10 826	1 237	9 589
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	131 070	12	362	10 154	13 061	154 659	32 241	122 418
TOTAL NON ALIMENTAIRE	301 968	13	35 421	13 560	18 120	369 082	52 010	317 072
Voitures particulières d'occasion	17	0	28 069	590	645	29 320	19 054	10 266
Voitures particulières neuves	2	0	34 142	669	680	35 494	11 216	24 277
Caravanes, remorques	0	0	1 260	21	46	1 327	221	1 105
Entretien et réparation automobile	81	0	16 140	91	886	17 198	2 866	14 332
TOTAL AUTOMOBILE	100	0	79 611	1 371	2 257	83 339	33 358	49 981
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	480 289	14 111	115 067	16 573	28 277	654 317	96 191	558 126

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 B

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

Année 2012p

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
PRODUITS													
Pain, pâtisserie	16 282	12 252	12 132	121	3 816	12	1	11	0	0	203	34	169
Fruits et légumes	22 494	4 873	2 935	1 938	16 024	12	2	10	0	0	1 584	225	1 360
Viandes et produits dérivés	35 596	10 222	8 734	1 488	23 200	17	3	14	0	0	2 158	277	1 881
Poissons, crustacés, coquillages	8 952	1 567	1 203	364	6 777	4	0	3	0	0	604	138	467
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	83 325	28 914	25 004	3 910	49 817	44	6	38	0	0	4 550	673	3 876
Chocolaterie, confiserie	8 298	2 690	1 623	1 067	4 284	584	0	181	403	0	741	73	668
Vins, liqueurs et apéritifs	17 114	4 812	3 574	1 238	10 406	341	37	175	129	0	1 554	608	947
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	11 808	1 724	803	921	8 901	171	1	77	93	0	1 011	371	640
Epicerie, produits alimentaires divers	57 456	8 768	2 764	6 003	44 098	1 563	290	362	121	790	3 028	1 751	1 277
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	94 676	17 994	8 765	9 230	67 689	2 658	328	794	746	790	6 334	2 802	3 532
Tabac et cigarettes	14 320	8 159	7 812	347	85	5 837	44	5 740	53	0	238	191	47
TOTAL ALIMENTAIRE	192 320	55 068	41 580	13 487	117 591	8 540	378	6 572	799	791	11 122	3 667	7 455
Pneumatiques	36	0	0	0	0	36	0	1	35	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	1 250	14	3	11	962	268	8	91	168	0	7	5	2
Vente et réparation de motocycles	10	0	0	0	0	8	0	8	0	0	2	2	0
Carburants et lubrifiants	43 966	348	121	227	26 237	17 258	2	866	16 387	3	123	52	71
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	45 263	363	124	238	27 199	17 570	10	966	16 591	3	131	59	73
Produits pharmaceutiques	37 575	0	0	0	56	37 515	0	537	0	36 978	3	3	0
Matériels médicaux et orthopédiques	3 859	0	0	0	2	3 484	0	218	0	3 266	372	88	285
TOTAL PHARMACIE	41 434	1	0	1	59	40 999	0	755	0	40 244	376	91	285
Habillement	39 341	37	9	29	3 293	32 544	2 758	29 759	0	27	3 467	2 776	691
Chaussures	8 926	7	0	7	749	7 463	187	7 265	0	11	707	535	173
Maroquinerie, articles de voyage	3 450	2	1	1	168	3 146	244	2 898	0	4	134	120	14
Parfumerie et produits d'hygiène	19 869	551	273	278	10 080	8 367	667	5 270	0	2 430	870	769	101
Optique et photographie	7 286	4	0	3	376	6 762	0	6 756	0	5	144	142	2
Horlogerie, bijouterie	5 330	4	1	3	373	4 693	524	4 158	0	12	258	248	10
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	84 201	606	284	322	15 039	62 976	4 381	56 106	0	2 489	5 581	4 589	991
Meubles, literie	14 138	5	0	4	501	12 450	262	12 186	0	2	1 183	925	258
Equipement du foyer	10 803	92	18	74	2 762	6 886	984	5 898	0	5	1 064	737	327
Electroménager	11 434	24	5	19	2 093	8 272	83	8 189	0	0	1 044	955	90
Produits bruns	6 678	11	0	11	1 599	4 516	4	4 510	1	0	551	531	20
Micro-informatique et téléphones	9 890	29	5	23	2 231	6 153	23	6 127	3	0	1 478	1 428	50
Produits d'entretien ménager	7 383	167	6	161	5 655	1 258	135	1 123	0	1	303	49	254
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 627	11	0	11	782	2 033	589	1 444	0	0	801	576	224
Revêtements sols et murs	2 204	2	0	2	200	1 918	60	1 859	0	0	83	82	1
Quincaillerie, bricolage, peinture	22 231	28	11	16	1 927	19 526	233	19 282	7	4	751	344	407
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	10 126	18	1	17	1 971	7 459	47	7 380	0	31	678	308	370
Livres, journaux, papeterie	8 500	592	485	107	2 264	5 279	103	5 164	12	0	365	297	68
Vente et réparation de cycles	1 401	1	0	1	66	1 326	0	1 326	0	0	9	5	4
Sports et loisirs	8 390	32	23	8	1 005	6 794	25	6 769	0	0	560	500	60
Jeux et jouets	3 026	7	0	7	672	2 105	104	2 001	0	0	242	221	20
Autres produits non alimentaires	6 584	91	76	15	245	5 416	177	5 207	28	4	832	649	182
Charbons et combustibles	4 666	63	25	38	579	3 694	33	3 489	159	13	329	76	253
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	131 082	1 173	657	515	24 553	95 085	2 860	91 953	210	61	10 272	7 683	2 589
TOTAL NON ALIMENTAIRE	301 980	2 142	1 066	1 076	66 850	216 629	7 251	149 781	16 801	42 797	16 360	12 422	3 938
Voitures particulières d'occasion	17	0	0	0	0	17	0	0	16	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	2	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	81	1	1	0	14	66	0	2	64	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	100	1	1	0	14	85	0	3	82	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	494 401	57 210	42 647	14 564	184 455	225 254	7 629	156 356	17 682	43 588	27 482	16 089	11 393

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 2012p

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Détail alimentaire spécialisé et activités artisanales								Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	TOTAL détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et artisanat
	Boulangeries, pâtisseries	Boucheries, charcuteries	Fruits et légumes	Poissonnerie	Boissons	Tabac	Autres commerces de détail alimentaire	TOTAL ALIMENTAIRE SPECIA-LISE		
PRODUITS										
Pain, pâtisserie	11 935	5	56	0	2	13	121	12 132	121	12 252
Fruits et légumes	3	86	2 278	11	16	1	541	2 935	1 938	4 873
Viandes et produits dérivés	3	8 225	303	2	11	1	190	8 734	1 488	10 222
Poissons, crustacés, coquillages	0	11	69	1 066	1	0	56	1 203	364	1 567
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	11 941	8 326	2 706	1 079	29	14	909	25 004	3 910	28 914
Chocolaterie, confiserie	1 309	2	39	0	61	45	167	1 623	1 067	2 690
Vins, liqueurs et apéritifs	142	46	696	4	2 450	22	214	3 574	1 238	4 812
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	117	31	38	0	397	2	217	803	921	1 724
Epicerie, produits alimentaires divers	371	416	144	41	83	15	1 694	2 764	6 003	8 768
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	1 939	495	917	46	2 991	84	2 292	8 765	9 230	17 994
Tabac et cigarettes	124	0	0	0	28	7 638	21	7 812	347	8 159
TOTAL ALIMENTAIRE	14 004	8 822	3 623	1 125	3 048	7 736	3 222	41 580	13 487	55 068
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	1	0	0	0	1	0	1	3	11	14
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	55	0	0	0	23	26	17	121	227	348
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	56	0	0	0	23	27	18	124	238	363
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PHARMACIE	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Habillement	0	0	0	0	0	4	4	9	29	37
Chaussures	0	0	0	0	0	0	0	0	7	7
Maroquinerie, articles de voyage	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2
Parfumerie et produits d'hygiène	0	0	2	0	49	99	123	273	278	551
Optique et photographie	0	0	0	0	0	0	0	0	3	4
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	0	0	1	3	4
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	1	0	2	0	50	103	127	284	322	606
Meubles, literie	0	0	0	0	0	0	0	0	4	5
Equipement du foyer	2	0	0	0	0	0	15	18	74	92
Electroménager	0	0	0	0	0	5	0	5	19	24
Produits bruns	0	0	0	0	0	0	0	0	11	11
Micro-informatique et téléphones	0	0	0	0	0	5	0	5	23	29
Produits d'entretien ménager	0	5	0	0	0	0	0	6	161	167
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	0	0	0	0	0	0	0	11	11
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Quincaillerie, bricolage, peinture	0	0	0	0	0	0	11	11	16	28
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	0	0	0	0	0	1	17	18
Livres, journaux, papeterie	16	0	0	0	1	467	1	485	107	592
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	0	0	0	0	0	22	0	23	8	32
Jeux et jouets	0	0	0	0	0	0	0	0	7	7
Autres produits non alimentaires	3	0	0	0	1	71	1	76	15	91
Charbons et combustibles	0	0	0	0	24	0	1	25	38	63
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	22	6	1	0	27	571	31	657	515	1 173
TOTAL NON ALIMENTAIRE	79	6	3	0	101	701	176	1 066	1 076	2 142
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	0	1	0	1
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	14 082	8 828	3 626	1 125	3 149	8 437	3 399	42 647	14 564	57 210

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 D

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

Année 2012p

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Grandes surfaces d'alimentation générale				Petites surfaces d'alimentation générale et produits surgelés			
	Hyper-marchés	Super-marchés	Magasins multi-commerces	TOTAL	Commerces de détail de produits surgelés	Commerces d'alimentation générale	Supérettes	TOTAL
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	2 465	1 231	120	3 816	0	25	96	121
Fruits et légumes	8 648	7 123	253	16 024	362	790	785	1 938
Viandes et produits dérivés	12 613	10 107	479	23 200	323	372	793	1 488
Poissons, crustacés, coquillages	4 229	2 520	28	6 777	278	13	73	364
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	27 955	20 982	880	49 817	964	1 200	1 747	3 910
Chocolaterie, confiserie	2 273	2 007	4	4 284	0	405	662	1 067
Vins, liqueurs et apéritifs	5 601	4 604	201	10 406	0	518	720	1 238
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	5 376	3 378	147	8 901	0	379	542	921
Epicerie, produits alimentaires divers	23 534	19 453	1 110	44 098	975	2 256	2 772	6 003
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	36 785	29 442	1 462	67 689	975	3 559	4 696	9 230
Tabac et cigarettes	19	46	20	85	0	282	66	347
TOTAL ALIMENTAIRE	64 760	50 470	2 361	117 591	1 939	5 040	6 508	13 487
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	865	95	2	962	0	3	9	11
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	11 791	14 419	28	26 237	0	30	197	227
TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE	12 656	14 514	29	27 199	0	32	206	238
Produits pharmaceutiques	34	22	0	56	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	0	1	1	2	0	0	0	0
TOTAL PHARMACIE	34	23	1	59	0	0	0	1
Habillement	2 526	568	199	3 293	0	8	21	29
Chaussures	605	142	1	749	0	2	5	7
Maroquinerie, articles de voyage	146	22	1	168	0	0	1	1
Parfumerie et produits d'hygiène	6 553	3 250	278	10 080	0	81	197	278
Optique et photographie	337	38	1	376	0	1	3	3
Horlogerie, bijouterie	344	29	1	373	0	1	3	3
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	10 510	4 049	480	15 039	0	92	230	322
Meubles, literie	398	102	1	501	0	1	3	4
Equipement du foyer	1 622	1 107	33	2 762	0	6	68	74
Electroménager	1 756	334	3	2 093	0	4	15	19
Produits bruns	1 497	101	2	1 599	0	3	8	11
Micro-informatique et téléphones	1 986	224	20	2 231	0	6	17	23
Produits d'entretien ménager	2 804	2 845	5	5 655	0	63	98	161
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	631	140	11	782	0	2	9	11
Revêtements sols et murs	85	115	0	200	0	0	2	2
Quincaillerie, bricolage, peinture	1 445	433	48	1 927	0	3	13	16
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	1 242	726	3	1 971	0	4	13	17
Livres, journaux, papeterie	1 757	480	27	2 264	0	54	52	107
Vente et réparation de cycles	54	12	0	66	0	0	0	1
Sports et loisirs	859	124	22	1 005	0	2	6	8
Jeux et jouets	575	87	11	672	0	1	5	7
Autres produits non alimentaires	144	94	8	245	0	1	14	15
Charbons et combustibles	364	214	1	579	0	24	14	38
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	17 219	7 139	196	24 553	0	176	339	515
TOTAL NON ALIMENTAIRE	40 419	25 724	707	66 850	1	300	775	1 076
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	10	2	1	14	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	10	2	2	14	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	105 189	76 197	3 069	184 455	1 940	5 340	7 284	14 564

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 2012p

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
PRODUITS												
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Fruits et légumes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Viandes et produits dérivés	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2
Chocolaterie, confiserie	403	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	129	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	93	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Epicurerie, produits alimentaires divers	121	3	0	0	3	1	2	2	1	0	3	10
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	746	4	0	0	4	1	3	3	1	0	4	13
Tabac et cigarettes	53	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	3
TOTAL ALIMENTAIRE	799	6	0	0	7	1	3	4	3	1	5	17
Pneumatiques	35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	168	0	1	0	1	0	56	0	0	0	1	56
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	8	0	0	0	0	8
Carburants et lubrifiants	16 387	0	0	0	0	0	3	0	0	0	1	4
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	16 591	0	1	0	1	0	67	0	0	0	1	69
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
TOTAL PHARMACIE	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
Habillement	0	3	0	0	3	167	32	4	2	39	19	263
Chaussures	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	5
Parfumerie et produits d'hygiène	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	3
Optique et photographie	0	226	1	17	244	0	0	0	20	0	1	21
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	1	8
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	0	232	1	17	250	168	33	11	23	47	22	303
Meubles, literie	0	4	0	25	30	33	1 168	15	186	9 984	327	11 712
Equipement du foyer	0	4	0	10	14	111	1 218	12	120	925	2 415	4 800
Electroménager	0	26	2	555	582	9	1 581	4	4 599	1 271	71	7 534
Produits bruns	1	495	19	663	1 177	3	302	1	2 279	325	24	2 935
Micro-informatique et téléphones	3	3 391	393	297	4 082	2	250	1	1 368	252	13	1 887
Produits d'entretien ménager	0	1	0	0	1	6	892	16	2	50	138	1 103
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	1	0	1	2	694	63	33	12	277	101	1 179
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	42	1 140	522	3	90	38	1 836
Quincaillerie, bricolage, peinture	7	2	0	3	5	65	17 385	226	33	278	195	18 183
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie	0	6	0	6	1	567	1	2	42	28	28	641
Livres, journaux, papeterie	12	471	2	24	497	1	2	0	3	1	8	16
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	14	0	0	0	0	14
Sports et loisirs	0	339	1	18	358	0	2	0	20	0	1	23
Jeux et jouets	0	15	0	1	16	0	0	0	1	36	0	37
Autres produits non alimentaires	28	12	0	0	12	2	205	1	15	31	49	303
Charbons et combustibles	159	1	0	0	1	0	36	0	0	0	5	42
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	210	4 768	418	1 597	6 784	968	24 824	832	8 642	13 562	3 414	52 243
TOTAL NON ALIMENTAIRE	16 801	5 000	421	1 615	7 035	1 136	24 924	843	8 665	13 609	3 438	52 615
Voitures particulières d'occasion	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	2	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	64	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	82	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	17 682	5 006	421	1 615	7 042	1 137	24 927	847	8 668	13 610	3 444	52 632

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 2012p

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Culture-loisirs					Habillement-chaussures			Autres équipements de la personne				
	Livres, journaux, papeterie	Enregistrements musicaux et vidéo	Articles de sport	Jeux et jouets	TOTAL	Habillement	Chaussures	TOTAL	Maroquinerie et articles de voyage	Parfumerie et produits de beauté	Horlogerie-bijouterie	Optique, photographie	TOTAL
PRODUITS													
Pain, pâtisserie	9	0	0	0	9	0	0	0	1	0	0	0	1
Fruits et légumes	0	0	0	0	0	2	0	2	0	1	1	0	2
Viandes et produits dérivés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	3
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	10	0	0	0	10	2	0	2	1	2	3	0	6
Chocolaterie, confiserie	170	0	0	1	171	1	0	1	3	0	0	0	3
Vins, liqueurs et apéritifs	0	0	0	0	1	5	0	5	0	135	2	0	137
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	0	0	0	4	0	4	0	0	1	0	2
Epicerie, produits alimentaires divers	30	0	2	1	33	23	0	23	2	86	5	0	93
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	200	1	2	2	205	33	0	33	5	222	8	0	235
Tabac et cigarettes	5 273	0	0	21	5 294	3	0	3	0	106	1	0	107
TOTAL ALIMENTAIRE	5 483	1	2	23	5 510	38	0	38	7	330	12	0	348
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	29	0	29	0	0	0	0	0	0	0	0
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	0	0	0	0	0	23	0	23	1	1	0	1	3
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	0	0	29	0	29	23	0	24	1	1	0	1	3
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	34	1	34	1	478	6	3	488
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	11	0	11	13	3	16	0	39	111	29	180
TOTAL PHARMACIE	0	0	11	0	11	47	4	51	1	517	118	32	668
Habillement	9	19	1 792	2	1 822	26 857	264	27 121	256	3	16	3	279
Chaussures	0	0	42	0	43	1 965	5 142	7 107	86	2	9	1	98
Maroquinerie, articles de voyage	3	0	3	0	6	289	217	507	2 374	1	2	1	2 377
Parfumerie et produits d'hygiène	1	0	1	0	2	185	2	187	3	5 032	13	2	5 050
Optique et photographie	5	0	0	0	6	29	0	30	2	1	5	6 366	6 374
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	51	1	52	20	27	3 999	3	4 049
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	18	19	1 838	3	1 878	29 377	5 626	35 003	2 740	5 066	4 044	6 377	18 227
Meubles, literie	5	0	0	0	6	41	0	41	0	0	2	1	2
Equipement du foyer	4	0	1	0	5	112	1	113	0	0	5	1	7
Electroménager	7	0	0	0	7	24	0	24	0	0	1	0	1
Produits bruns	0	0	38	0	39	6	0	6	0	0	1	0	1
Micro-informatique et téléphones	8	79	0	8	95	12	0	12	0	0	7	0	7
Produits d'entretien ménager	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	0	0	0	1	182	15	197	0	0	2	0	2
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0
Quincaillerie, bricolage, peinture	1	0	44	0	45	16	3	19	0	1	4	1	5
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	6	0	7	101	4	106	1	4	24	6	36
Livres, journaux, papeterie	4 209	159	32	39	4 439	3	0	3	4	0	1	0	5
Vente et réparation de cycles	0	5	1 303	0	1 309	0	0	0	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	99	145	6 061	2	6 307	10	0	10	0	0	2	0	2
Jeux et jouets	7	13	12	1 861	1 893	3	0	3	2	0	1	0	3
Autres produits non alimentaires	79	1	0	14	94	54	0	54	0	0	90	19	109
Charbons et combustibles	0	0	1	0	1	53	1	54	1	1	6	2	11
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	4 420	402	7 502	1 924	14 249	617	25	642	9	7	148	30	193
TOTAL NON ALIMENTAIRE	4 439	422	9 380	1 927	16 168	30 065	5 655	35 720	2 751	5 591	4 309	6 439	19 090
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	9 922	423	9 382	1 950	21 677	30 103	5 655	35 758	2 758	5 921	4 321	6 439	19 439

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 2012p

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Pharmacie et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	Autres magasins spécialisés				TOTAL
		Fleurs, plantes, graines, engrais...	Charbons et combustibles	Autres commerces de détail spécialisé	Commerce de biens d'occasion	
PRODUITS						
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0
Fruits et légumes	0	0	0	6	0	6
Viandes et produits dérivés	0	0	0	9	0	9
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	0	1	0	1
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	0	0	0	16	1	16
Chocolaterie, confiserie	0	0	6	0	0	6
Vins, liqueurs et apéritifs	0	0	23	6	0	29
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	65	4	0	69
Epicerie, produits alimentaires divers	790	99	1	100	1	201
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	790	99	94	110	1	304
Tabac et cigarettes	0	0	0	273	58	332
TOTAL ALIMENTAIRE	791	99	95	399	60	652
Pneumatiques	0	0	1	0	0	1
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	3	2	0	5
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	3	50	749	36	0	836
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	3	50	753	38	0	841
Produits pharmaceutiques	36 978	2	2	6	6	15
Matériels médicaux et orthopédiques	3 266	1	0	3	3	8
TOTAL PHARMACIE	40 244	3	2	9	9	23
Habillement	27	96	2	129	44	270
Chaussures	11	6	0	8	2	16
Maroquinerie, articles de voyage	4	0	0	2	1	3
Parfumerie et produits d'hygiène	2 430	1	0	23	2	26
Optique et photographie	5	1	0	80	1	82
Horlogerie, bijouterie	12	2	0	39	7	48
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2 489	106	2	280	57	445
Meubles, literie	2	120	0	145	130	395
Equipement du foyer	5	568	1	388	2	959
Electroménager	0	9	1	31	1	41
Produits bruns	0	1	0	8	343	352
Micro-informatique et téléphones	0	0	0	42	1	43
Produits d'entretien ménager	1	8	1	8	0	17
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	15	0	47	2	63
Revêtements sols et murs	0	8	0	12	0	21
Quincaillerie, bricolage, peinture	4	638	44	301	43	1 025
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	31	6 508	1	69	7	6 585
Livres, journaux, papeterie	0	10	0	123	71	204
Vente et réparation de cycles	0	3	0	0	0	3
Sports et loisirs	0	18	0	47	2	67
Jeux et jouets	0	0	0	9	40	49
Autres produits non alimentaires	4	137	2	3 148	1 348	4 634
Charbons et combustibles	13	10	3 232	135	5	3 382
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	61	8 054	3 281	4 514	1 993	17 843
TOTAL NON ALIMENTAIRE	42 797	8 213	4 038	4 842	2 059	19 152
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	2	0	0	2
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	2	0	0	3
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	43 588	8 313	4 135	5 241	2 119	19 808

ANNEXE III - La consommation commercialisable des ménages

Tableau III-1

Évolution de la consommation commercialisable en volume (en %)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Valeur 2012 (en milliards d'euros)
Produits											
Pain, pâtisserie	1,1	1,1	1,1	1,0	0,7	1,5	1,7	2,3	4,3	2,4	14,7
Viandes et produits dérivés	1,1	-1,1	0,6	-0,4	-0,1	-2,0	-1,6	0,8	-0,7	-0,4	35,2
Autres produits frais (a)	0,3	3,9	0,8	-0,3	1,4	-1,2	1,4	-0,2	-2,4	1,2	30,9
Boissons, épicerie, produits alimentaires divers (b)	1,2	1,4	1,9	1,5	2,6	0,0	0,2	1,5	2,0	0,5	90,8
Tabac et allumettes	-12,9	-17,8	-0,5	1,4	-2,8	-2,4	1,9	0,1	-0,6	-3,8	19,5
Produits alimentaires (1)	-0,5	-0,7	1,2	0,8	1,2	-0,7	0,3	1,0	0,6	0,1	191,1
<i>dont produits alimentaires hors tabac</i>	<i>1,0</i>	<i>1,3</i>	<i>1,3</i>	<i>0,7</i>	<i>1,6</i>	<i>-0,5</i>	<i>0,2</i>	<i>1,1</i>	<i>0,8</i>	<i>0,6</i>	<i>171,6</i>
Accessoires automobiles, motocycles	4,5	2,2	3,1	1,4	1,9	0,2	-8,2	0,0	-0,2	-2,6	27,6
Carburants et lubrifiants	0,0	-1,6	-2,8	-1,8	0,5	-2,5	-1,8	-0,9	-2,1	-2,2	44,4
Produits pharmaceutiques	5,7	8,3	5,7	5,5	6,9	4,8	4,9	3,9	3,1	4,4	43,4
Habillement-chaussures	3,8	1,4	0,7	1,5	2,2	-1,9	-3,5	0,4	-1,7	-2,8	42,5
Autres équipements de la personne ©	0,8	1,4	1,2	2,1	4,4	-0,4	0,0	3,9	4,6	2,0	36,7
Culture, loisirs	2,0	2,7	2,8	1,0	-0,7	-2,2	-4,8	-0,5	0,9	-3,3	24,2
Équipement du foyer et aménagement de l'habitat	4,0	6,6	6,5	6,7	8,0	0,9	0,2	4,0	2,3	-1,9	63,2
Micro-informatique et téléphones	27,5	24,4	22,1	19,7	22,9	11,8	3,8	6,1	11,5	11,6	11,4
Autres produits non alimentaires	2,9	2,2	3,1	2,4	1,5	3,2	-1,2	-1,1	-0,9	0,1	23,5
Produits non alimentaires hors vente et réparation auto.(2)	4,0	4,0	3,5	3,4	4,5	0,7	-1,2	1,9	1,3	-0,3	317,1
<i>dont produits non alimentaires hors carburant et hors pharmacie</i>	<i>4,3</i>	<i>4,2</i>	<i>4,2</i>	<i>3,9</i>	<i>4,7</i>	<i>0,5</i>	<i>-2,1</i>	<i>1,9</i>	<i>1,5</i>	<i>-0,9</i>	<i>229,2</i>
Vente et réparation automobile (3)	-4,6	2,3	2,6	-1,4	3,3	-5,8	3,6	-1,7	0,6	-8,3	50,0
Consommation commercialisable (1)+(2)+(3)	1,5	2,3	2,6	2,1	3,3	-0,4	-0,2	1,2	1,0	-0,9	558,1
<i>dont consommation commercialisable hors automobile</i>	<i>2,3</i>	<i>2,3</i>	<i>2,6</i>	<i>2,4</i>	<i>3,3</i>	<i>0,2</i>	<i>-0,6</i>	<i>1,5</i>	<i>1,1</i>	<i>-0,2</i>	<i>508,1</i>

Source : Insee -Comptes nationaux

a : fruits et légumes, poissons et crustacés

b : inclut les produits laitiers et les œufs

c : maroquinerie et articles de voyage, parfumerie et produits d'hygiène, optique, bijouterie-horlogerie

Tableau III-2

Évolution détaillée de la consommation commercialisable en volume (en %)

Produits	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Pain, pâtisserie	1,1	1,1	1,1	1,0	0,7	1,5	1,7	2,3	4,3	2,4
Fruits et légumes	-0,6	6,1	1,4	-0,6	1,1	-0,8	1,3	-0,9	-2,3	1,9
Viandes et produits dérivés	1,1	-1,1	0,6	-0,4	-0,1	-2,0	-1,6	0,8	-0,7	-0,4
Poissons et crustacés	2,6	-1,7	-0,6	0,4	2,0	-2,3	1,7	1,6	-2,6	-0,4
Chocolaterie, confiserie	-1,5	2,6	2,5	0,0	3,2	4,6	-1,7	1,0	2,9	1,7
Vins, liqueurs et apéritifs	-2,4	0,7	-0,5	0,9	1,9	-1,8	-0,7	0,0	0,9	-2,1
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	8,5	-0,1	4,2	1,2	1,5	-3,0	2,7	1,9	3,5	-0,1
Épicerie, produits alimentaires divers	1,2	1,8	2,0	1,9	3,0	0,5	0,2	1,8	1,8	1,1
Tabac et allumettes	-12,9	-17,8	-0,5	1,4	-2,8	-2,4	1,9	0,1	-0,6	-3,8
Pneumatiques	5,7	-1,1	5,8	0,9	3,3	-4,0	-1,7	5,5	12,0	-3,5
Pièces détachées et équipements automobiles	4,7	2,3	2,9	0,9	1,5	0,4	-8,2	0,0	-0,7	-2,2
Vente et réparation de motocycles	2,0	4,2	3,0	6,3	4,6	2,0	-12,8	-4,6	-5,5	-6,3
Carburants et lubrifiants	0,0	-1,6	-2,8	-1,8	0,5	-2,5	-1,8	-0,9	-2,1	-2,2
Produits pharmaceutiques	5,8	8,3	5,9	5,8	6,9	4,5	4,8	3,8	3,0	4,1
Matériels orthopédiques	4,4	8,0	3,2	1,7	7,0	7,4	5,5	5,1	4,7	8,0
Habillement	4,1	1,8	0,6	0,9	2,3	-2,3	-3,9	0,2	-2,2	-3,0
Chaussures	2,4	-0,4	1,1	4,1	1,7	0,0	-1,8	1,2	0,1	-2,3
Maroquinerie, articles de voyage	-1,0	3,1	5,8	6,0	8,3	3,2	0,0	8,5	10,6	5,3
Meubles, literie	0,2	4,2	5,3	1,8	5,1	-2,6	-3,7	2,4	1,6	-3,7
Équipement du foyer	2,6	2,9	0,8	4,1	4,0	-1,4	-6,3	2,5	1,0	-0,1
Électroménager	7,9	6,5	5,4	6,6	5,6	3,6	0,3	5,6	4,1	4,5
Produits bruns	10,8	23,3	24,9	28,5	30,1	13,8	20,7	15,1	4,4	-6,3
Micro-informatique et téléphones	27,5	24,4	22,1	19,7	22,9	11,8	3,8	6,1	11,5	11,6
Produits d'entretien ménager	1,0	0,3	3,7	2,0	3,6	-1,1	-0,7	1,5	4,2	-0,2
Textiles d ameublement et linge pour la maison	0,8	2,8	1,2	2,2	5,5	-2,0	-3,7	2,4	-0,9	-8,0
Revêtements sols et murs, rideaux et voilages	2,1	3,8	1,8	1,4	6,8	-7,3	-6,7	-4,1	4,4	-7,6
Quincaillerie, bricolage, peinture	4,4	6,3	4,7	4,4	4,0	-1,7	-2,2	1,1	1,3	-2,1
Fleurs, plantes, graines, engrais...	3,3	4,0	3,3	2,3	1,6	0,8	1,4	0,2	2,4	-0,3
Parfumerie et produits d hygiène	0,6	0,4	0,6	2,1	3,8	0,0	-0,4	4,1	5,1	3,0
Livres, journaux	-1,5	-0,6	-0,7	0,5	0,7	-2,4	-6,4	-3,8	-1,1	-3,8
Optique, photographie	4,8	4,2	1,6	4,2	7,2	3,6	6,7	5,5	6,5	5,0
Vente et réparation de cycles	10,1	7,9	5,1	4,1	4,6	0,4	-4,9	-1,1	7,4	2,0
Sport et loisirs	5,7	7,4	7,1	1,0	0,7	-3,1	-4,0	3,3	0,5	-3,7
Horlogerie, bijouterie	-3,3	0,5	0,8	-3,1	1,1	-9,1	-7,9	-1,9	-3,2	-7,6
Jeux et jouets	4,7	2,0	4,9	1,8	-13,0	0,5	0,6	5,5	7,6	-2,6
Autres produits non alimentaires	3,2	2,5	12,8	16,5	16,7	1,6	-4,5	2,2	2,3	-2,4
Charbons et combustibles	2,2	-0,7	-1,8	-3,7	-5,4	7,3	-2,4	-4,8	-6,6	1,5
Voitures particulières d occasion	0,0	2,5	2,3	2,5	6,2	-9,3	-13,0	-1,8	7,6	-0,8
Voitures particulières neuves	-7,8	3,5	3,4	-4,2	3,3	-5,7	18,1	-3,0	-1,4	-13,6
Caravanes, remorques	4,8	4,2	11,9	6,9	6,3	-6,6	-2,9	-0,7	6,1	-8,7
Entretien et réparation de véhicules automobiles	-2,8	-0,3	0,7	0,0	0,5	-2,9	-7,0	0,9	-0,9	-3,7
Total consommation commercialisable	1,5	2,3	2,6	2,1	3,3	-0,4	-0,2	1,2	1,0	-0,9
Total automobile	-4,6	2,3	2,6	-1,4	3,3	-5,8	3,6	-1,7	0,6	-8,3
Total consommation hors automobile	2,3	2,3	2,6	2,4	3,3	0,2	-0,6	1,5	1,1	-0,2

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
Pain, pâtisserie	2,3	2,4	2,5	2,5	2,6	2,6
Viandes et produits dérivés	6,5	6,3	6,4	6,3	6,2	6,3
Autres produits frais (a)	5,4	5,4	5,5	5,6	5,3	5,5
Boissons, épicerie, produits alimentaires divers (b)	15,4	15,5	16,0	15,8	15,9	16,3
Tabac et allumettes	3,5	3,1	3,3	3,4	3,5	3,5
Produits alimentaires (1)	33,1	32,7	33,6	33,5	33,5	34,2
Accessoires automobiles, motocycles	4,5	5,2	5,1	5,1	5,0	4,9
Carburants et lubrifiants	7,9	8,0	6,7	7,2	7,8	8,0
Produits pharmaceutiques	6,6	7,6	7,9	7,9	7,7	7,8
Habillement-chaussures	9,4	8,3	8,2	8,1	7,8	7,6
Autres équipements de la personne ©	5,8	5,8	6,0	6,2	6,4	6,6
Culture, loisirs	5,2	4,7	4,7	4,6	4,5	4,3
Équipement du foyer et aménagement de l'habitat	11,6	11,9	11,9	11,9	11,6	11,3
Micro-informatique et téléphones	2,1	2,2	2,1	2,0	2,0	2,0
Autres produits non alimentaires	3,4	4,3	3,8	3,9	4,1	4,2
Produits non alimentaires hors vente et réparation auto (2)	56,5	58,0	56,5	56,9	56,9	56,8
Vente et réparation automobile (3)	10,4	9,4	9,9	9,6	9,6	9,0
Consommation commercialisable = (1)+(2)+(3)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Part de la consommation commercialisable dans la consommation effective des ménages (en %) (d)	40,8	38,3	37,3	37,2	37,5	37,2

Source : Insee -Comptes nationaux

a : fruits et légumes, poissons et crustacés

b : inclut les produits laitiers et les œufs

c : maroquinerie et articles de voyage, parfumerie et produits d'hygiène, optique, bijouterie-horlogerie

d : la consommation effective des ménages recouvre l'ensemble des biens et services que les ménages utilisent effectivement ou consomment quel que soit l'acteur qui les finance : ménages, administrations ou associations.

La consommation commercialisable comprend les produits susceptibles d'être vendus aux ménages par le commerce et les activités de réparation automobile. Les dépenses d'eau, de gaz et d'énergie en sont exclues, ainsi que les dépenses de services.

ANNEXE IV - Démographie des entreprises commerciales

Tableau IV-1

Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles commerciales, en milliers, immatriculées au 1^{er} janvier et leur évolution entre début 2009 et début 2012

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2009	2010	2011	2012	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Intermédiaires du commerce de gros	49,1	52,3	54,8	54,5	6,5	4,7	-0,4
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	6,4	6,3	6,2	6,1	-1,4	-2,0	-0,7
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	20,1	20,4	20,6	20,7	1,5	1,0	0,7
CG de biens domestiques	36,9	36,7	36,2	36,1	-0,5	-1,3	-0,5
CG d'équipements de l'info et de la communication	9,3	9,2	9,1	9,1	-1,4	-1,1	0,1
CG d'autres équipements industriels	24,0	24,1	24,4	24,4	0,6	0,9	0,2
Autres commerces de gros spécialisés	18,9	19,5	19,9	20,2	3,2	2,0	1,3
Commerce de gros non spécialisé	13,9	14,9	15,7	16,3	7,5	5,2	3,8
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	178,6	183,5	186,8	187,4	2,7	1,8	0,3
Commerce de détail en magasin non spécialisé	33,0	34,2	35,0	37,3	3,6	2,4	6,6
CD alimentaire en magasin spécialisé	45,8	46,5	47,2	47,4	1,7	1,3	0,6
CD non alimentaire en magasins spécialisés	230,9	234,8	236,3	236,3	1,7	0,6	0,0
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	4,3	4,2	4,0	4,0	-2,7	-4,5	-1,9
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	7,1	8,0	8,3	8,4	12,7	4,2	1,3
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	40,0	39,7	39,3	38,8	-0,9	-1,0	-1,2
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	27,8	27,6	27,3	26,8	-0,5	-1,2	-1,7
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	151,6	155,3	157,4	158,2	2,4	1,3	0,6
Commerce de détail sur éventaires et marchés	86,2	97,7	98,3	96,4	13,4	0,6	-2,0
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	15,3	28,3	36,0	38,4	84,7	27,4	6,8
COMMERCE DE DETAIL	411,1	441,5	452,8	455,8	7,4	2,5	0,7
Commerce de véhicules automobiles	26,8	28,0	28,9	29,9	4,2	3,3	3,5
Entretien et réparation de véhicules automobiles	37,6	40,5	43,2	44,6	7,7	6,6	3,1
Commerce d'équipements automobiles	7,0	7,4	7,8	8,1	5,7	4,5	4,2
Commerce et réparation de motocycles	5,5	5,8	6,0	6,1	4,3	3,5	2,0
COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE	77,0	81,7	85,8	88,6	6,1	5,0	3,3
TOTAL COMMERCE	666,7	706,7	725,4	731,9	6,0	2,6	0,9
ARTISANAT COMMERCIAL	45,2	44,6	44,1	43,5	-1,2	-1,2	-1,3
TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL	711,9	751,3	769,5	775,4	5,5	2,4	0,8
<i>Ensemble de l'économie française</i>	3 107,6	3 319,0	3 511,5	3 596,6	6,8	5,8	2,4

Source : INSEE - Sirene (France entière)

Tableau IV-2
Les différentes formes d'entreprises commerciales au 01.01.2012

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	34 662	120	3 768	12 519	484	2 986	54 539
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	1 370	52	593	2 708	212	1 196	6 131
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 958	145	2 240	11 568	858	3 958	20 727
CG de biens domestiques	2 749	153	3 592	23 647	996	4 916	36 053
CG d'équipements de l'info et de la communication	496	29	878	5 709	359	1 630	9 101
CG d'autres équipements industriels	1 506	126	2 743	13 900	1 071	5 059	24 405
Autres commerces de gros spécialisés	1 861	83	2 212	10 781	903	4 325	20 165
Commerce de gros non spécialisé	1 607	37	2 294	10 548	82	1 705	16 273
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	46 209	745	18 320	91 380	4 965	25 775	187 394
Commerce de détail en magasin non spécialisé <i>dont grandes surfaces alimentaires (supermarchés, hypermarchés)</i>	15 096 28	431 237	2 634 351	13 869 2 114	809 681	4 491 3 287	37 330 6 698
CD alimentaire en magasin spécialisé	21 494	1 533	4 797	18 053	180	1 372	47 429
CD non alimentaire en magasins spécialisés	83 164	5 642	27 366	107 318	2 054	10 743	236 287
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	651	28	327	2 814	25	119	3 964
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	1 838	23	1 338	4 826	35	383	8 443
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	9 375	135	4 873	21 047	640	2 726	38 796
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	10 751	1 166	2 597	10 918	225	1 190	26 847
<i>Autres CD en mag spé</i>	60 549	4 290	18 231	67 713	1 129	6 325	158 237
Commerce de détail sur éventaires et marchés	88 748	39	1 403	5 824	12	348	96 374
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	25 675	32	2 628	8 270	125	1 696	38 426
COMMERCE DE DETAIL	234 177	7 677	38 828	153 334	3 180	18 650	455 846
Commerce de véhicules automobiles	7 933	70	3 789	13 958	698	3 438	29 886
Entretien et réparation de véhicules automobiles	17 530	96	5 847	19 459	209	1 410	44 551
Commerce d'équipements automobiles	1 704	19	950	4 274	192	955	8 094
Commerce et réparation de motocycles	2 139	6	803	2 828	33	278	6 087
COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE	29 306	191	11 389	40 519	1 132	6 081	88 618
TOTAL COMMERCE	309 692	8 613	68 537	285 233	9 277	50 506	731 858
Boulangerie - pâtisserie	19 883	244	3 106	14 897	64	911	39 105
Charcuterie	2 449	17	298	1 510	25	113	4 412
ARTISANAT COMMERCIAL	22 332	261	3 404	16 407	89	1 024	43 517
TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL	332 024	8 874	71 941	301 640	9 366	51 530	775 375

Source : INSEE - Sirene (France entière)

Tableau IV-3
Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles commerciales de 2009 à 2012 en France
entière

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2009	2010	2011	2012	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Intermédiaires du commerce de gros	13 623	14 827	13 150	12 662	8,8	-11,3	-3,7
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	297	306	297	304	3,0	-2,9	2,4
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 881	1 894	1 712	1 796	0,7	-9,6	4,9
CG de biens domestiques	3 178	3 185	2 961	2 870	0,2	-7,0	-3,1
CG d'équipements de l'info et de la communication	668	670	625	631	0,3	-6,7	1,0
CG d'autres équipements industriels	1 581	1 534	1 337	1 395	-3,0	-12,8	4,3
Autres commerces de gros spécialisés	2 068	2 033	1 866	1 851	-1,7	-8,2	-0,8
Commerce de gros non spécialisé	2 957	2 870	2 654	2 198	-2,9	-7,5	-17,2
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	26 253	27 319	24 602	23 707	4,1	-9,9	-3,6
Commerce de détail en magasin non spécialisé	3 999	4 001	3 925	3 790	0,1	-1,9	-3,4
CD alimentaire en magasin spécialisé	4 721	4 907	4 538	4 325	3,9	-7,5	-4,7
CD non alimentaire en magasins spécialisés	26 738	25 822	23 475	22 189	-3,4	-9,1	-5,5
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	162	132	121	122	-18,5	-8,3	0,8
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	2 005	1 569	1 255	1 121	-21,7	-20,0	-10,7
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	4 210	4 005	3 514	3 228	-4,9	-12,3	-8,1
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	2 269	2 172	1 930	1 763	-4,3	-11,1	-8,7
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	18 092	17 944	16 655	15 955	-0,8	-7,2	-4,2
Commerce de détail sur évenitaires et marchés	32 969	29 165	24 621	23 461	-11,5	-15,6	-4,7
Commerce de détail hors magasin, évenitaires ou marchés	23 001	24 749	20 578	19 291	7,6	-16,9	-6,3
COMMERCE DE DETAIL	91 428	88 644	77 137	73 056	-3,0	-13,0	-5,3
Commerce de véhicules automobiles	4 660	5 828	6 179	7 331	25,1	6,0	18,6
Entretien et réparation de véhicules automobiles	5 607	6 861	5 857	6 566	22,4	-14,6	12,1
Commerce d'équipements automobiles	1 097	1 115	1 155	1 154	1,6	3,6	-0,1
Commerce et réparation de motocycles	825	884	758	679	7,2	-14,3	-10,4
COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE	12 189	14 688	13 949	15 730	20,5	-5,0	12,8
TOTAL COMMERCE	129 870	130 651	115 688	112 493	0,6	-11,5	-2,8
ARTISANAT COMMERCIAL	2 075	2 207	2 089	2 083	6,4	-5,3	-0,3
TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL	131 945	132 858	117 777	114 576	0,7	-11,4	-2,7
<i>Ensemble de l'économie française (1)</i>	<i>580 193</i>	<i>622 036</i>	<i>549 788</i>	<i>549 967</i>	<i>7,2</i>	<i>-11,6</i>	<i>0,0</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.

Tableau IV-4
Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles commerciales de 2009 à 2012 sans les auto-entrepreneurs

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2009	2010	2011	2012	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Intermédiaires du commerce de gros	9 537	10 341	9 162	9 132	8,4	-11,4	-0,3
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	227	240	243	256	5,7	1,3	5,3
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 494	1 537	1 444	1 463	2,9	-6,1	1,3
CG de biens domestiques	2 554	2 591	2 484	2 341	1,4	-4,1	-5,8
CG d'équipements de l'info et de la communication	525	530	540	503	1,0	1,9	-6,9
CG d'autres équipements industriels	1 334	1 290	1 151	1 178	-3,3	-10,8	2,3
Autres commerces de gros spécialisés	1 589	1 543	1 437	1 356	-2,9	-6,9	-5,6
Commerce de gros non spécialisé	2 195	2 163	2 107	1 793	-1,5	-2,6	-14,9
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	19 455	20 235	18 568	18 022	4,0	-8,2	-2,9
Commerce de détail en magasin non spécialisé	3 254	3 236	3 259	2 948	-0,6	0,7	-9,5
CD alimentaire en magasin spécialisé	3 503	3 705	3 659	3 417	5,8	-1,2	-6,6
CD non alimentaire en magasins spécialisés	15 970	16 095	15 724	13 907	0,8	-2,3	-11,6
CD de carburants en magasin spécialisé	160	129	120	121	-19,4	-7,0	0,8
CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé	1 125	1 001	846	725	-11,0	-15,5	-14,3
CD d'autres équipements du foyer en mag spé	2 961	2 870	2 708	2 329	-3,1	-5,6	-14,0
CD de biens culturels et de loisirs en mag spé	1 554	1 549	1 515	1 410	-0,3	-2,2	-6,9
Autres commerces de détail en mag spé	10 170	10 546	10 535	9 322	3,7	-0,1	-11,5
Commerce de détail sur éventaies et marchés	9 045	5 261	3 880	2 973	-41,8	-26,2	-23,4
Commerce de détail hors magasin, éventaies ou marchés	3 669	3 756	4 056	3 805	2,4	8,0	-6,2
COMMERCE DE DETAIL	35 441	32 053	30 578	27 050	-9,6	-4,6	-11,5
Commerce de véhicules automobiles	2 785	2 993	3 007	3 034	7,5	0,5	0,9
Entretien et réparation de véhicules automobiles	2 590	2 746	2 668	2 698	6,0	-2,8	1,1
Commerce d'équipements automobiles	594	575	648	583	-3,2	12,7	-10,0
Commerce et réparation de motocycles	425	431	427	317	1,4	-0,9	-25,8
COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE	6 394	6 745	6 750	6 632	5,5	0,1	-1,7
TOTAL COMMERCE	61 290	59 033	55 896	51 704	-3,7	-5,3	-7,5
ARTISANAT COMMERCIAL	1 677	1 733	1 686	1 627	3,3	-2,7	-3,5
TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL	62 967	60 766	57 582	53 331	-3,5	-5,2	-7,4
<i>Ensemble de l'économie française (1)</i>	<i>260 174</i>	<i>262 337</i>	<i>258 067</i>	<i>242 489</i>	<i>0,8</i>	<i>-1,6</i>	<i>-6,0</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 1^{er} janvier 2007, la notion de création d'entreprise a été modifiée.

ANNEXE V - Emploi

Tableau V-1

Effectifs salariés du commerce entre 2002 et 2012 (en milliers)

	Commerce et réparation d'automobiles	Commerce de gros	Commerce de détail	Ensemble du commerce
31/03/2001	382,8	990,0	1504,1	2876,8
30/06/2001	385,5	995,0	1519,5	2900,0
30/09/2001	388,6	996,8	1539,0	2924,5
31/12/2001	390,1	999,7	1546,3	2936,1
31/03/2002	392,8	1001,1	1556,7	2950,6
30/06/2002	393,7	997,4	1557,0	2948,0
30/09/2002	396,1	999,7	1565,8	2961,6
31/12/2002	397,4	998,9	1567,6	2963,9
31/03/2003	396,4	997,7	1570,1	2964,2
30/06/2003	398,1	995,8	1577,0	2971,0
30/09/2003	397,3	995,7	1576,6	2969,6
31/12/2003	397,1	996,5	1587,8	2981,4
31/03/2004	396,7	996,2	1589,6	2982,4
30/06/2004	394,8	993,7	1597,4	2985,8
30/09/2004	392,6	990,9	1597,5	2981,0
31/12/2004	393,2	990,7	1601,9	2985,8
31/03/2005	392,3	992,2	1604,0	2988,5
30/06/2005	392,4	998,6	1602,4	2993,3
30/09/2005	392,3	998,0	1605,6	2995,9
31/12/2005	391,5	997,9	1607,4	2996,7
31/03/2006	391,4	996,2	1611,0	2998,6
30/06/2006	391,6	994,9	1616,9	3003,5
30/09/2006	391,5	994,7	1632,4	3018,6
31/12/2006	391,4	993,9	1629,7	3014,9
31/03/2007	390,9	994,0	1647,0	3031,9
30/06/2007	390,7	996,3	1652,0	3039,0
30/09/2007	391,1	997,4	1664,0	3052,5
31/12/2007	391,0	1001,9	1661,9	3054,8
31/03/2008	390,3	1002,7	1658,2	3051,2
30/06/2008	388,7	1002,6	1659,3	3050,5
30/09/2008	387,3	1002,3	1660,4	3049,9
31/12/2008	383,8	996,5	1655,4	3035,7
31/03/2009	380,7	988,6	1652,4	3021,8
30/06/2009	380,1	979,8	1647,5	3007,4
30/09/2009	378,3	970,8	1649,1	2998,2
31/12/2009	378,7	966,5	1655,8	3001,0
31/03/2010	378,3	964,3	1659,1	3001,7
30/06/2010	378,6	962,6	1661,3	3002,4
30/09/2010	378,3	963,0	1664,0	3005,3
31/12/2010	378,2	962,5	1666,4	3007,2
31/03/2011	378,5	965,9	1672,1	3016,4
30/06/2011	377,6	968,6	1682,1	3028,2
30/09/2011	376,2	968,4	1676,5	3021,2
31/12/2011	376,6	970,3	1682,3	3029,2
31/03/2012	375,6	969,9	1681,7	3027,2
30/06/2012	373,2	969,2	1688,8	3031,3
30/09/2012	371,6	969,1	1687,5	3028,2
31/12/2012	368,4	964,7	1684,9	3018
31/03/2013	366,6	961,4	1683,6	3011,6
30/06/2013	366,1	958,2	1676,7	3000,9

Source : INSEE, estimations d'emploi

Tableau V-2

Actifs occupés du commerce en 2012

SECTEURS D'ACTIVITE	% Hommes	% Femmes	% ouvriers	% employés	% autres (*)	% 15-24 ans	% 25-49 ans	% 50 ans et +
Commerce de détail	40,1	59,9	9,5	46,6	43,9	12,7	64,3	23,0
Commerce et réparation automobile	82,8	17,2	42,1	12,4	45,5	14,1	60,4	25,5
Commerce de gros	67,3	32,7	25,3	16,4	58,3	5,8	66,4	27,8
Artisanat commercial	51,4	48,6	37,0	32,0	31,0	22,7	57,1	20,2
Commerce (hors artisanat)	54,0	46,0	18,6	32,8	48,6	10,7	64,5	24,8
Ensemble de l'économie	52,3	47,7	22,0	28,2	49,8	8,3	63,3	28,4

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

Source : INSEE - enquête emploi en 2012

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

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

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

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

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

Source : Insee - DADS 2011 (1/12)

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

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

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

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

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

Source : Insee - DADS 2011 (1/12)

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

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

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

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

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

Source : Insee - DADS 2011 (1/12)

ANNEXE VI - Comptes des secteurs commerciaux

Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles

en millions d'euros courants

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	125 529	132 846	139 788	149 329	154 548	161 581	161 766	148 365	154 399	166 855
Ventes de marchandises	112 994	120 107	126 375	135 601	140 070	146 502	146 555	133 364	139 003	150 985
- Coût d'achat des marchandises	96 787	102 631	108 259	116 542	120 539	126 382	126 357	115 340	118 832	128 741
= Marge commerciale (au prix de base)	16 267	16 765	17 454	18 249	19 279	20 120	20 197	18 024	20 171	22 244
+ Production vendue de biens et services	12 535	12 739	13 413	13 729	14 478	15 078	15 212	15 001	15 395	15 870
+ Production stockée et immobilisée	85	46	53	69	72	71	71	84	75	56
= Production totale au prix de base	28 887	29 551	30 920	32 047	33 829	35 270	35 481	33 109	35 641	38 170
- Consommations intermédiaires	11 681	12 705	13 076	13 855	14 584	14 961	15 054	14 281	15 464	16 167
= Valeur ajoutée au prix de base	17 206	16 846	17 844	18 192	19 245	20 309	20 427	18 828	20 177	22 003
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	17 206	16 846	17 844	18 192	19 245	20 309	20 427	18 828	20 177	22 003
+ Subventions d'exploitation	161	178	170	160	154	150	151	116	143	127
- Frais de personnel	12 966	13 453	13 940	14 249	14 793	15 188	15 275	14 633	15 128	15 605
- Impôts et taxes sur la production	1 061	1 084	1 182	1 265	1 415	1 477	1 483	1 433	1 326	1 400
= Excédent brut d'exploitation	3 339	2 487	2 892	2 838	3 190	3 794	3 819	2 878	3 867	5 125
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	3 339	2 487	2 892	2 838	3 190	3 794	3 819	2 878	3 867	5 125
+ Autres produits d'exploitation et financiers	1 079	1 029	1 273	1 273	1 254	1 487	1 488	1 312	880	1 102
- Autres charges d'exploitation et financières	1 356	1 302	1 402	1 557	1 840	1 936	1 938	1 232	1 149	1 181
= Profit brut courant avant impôt	3 062	2 214	2 763	2 554	2 604	3 345	3 370	2 958	3 598	5 045

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de gros

en millions d'euros courants

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	602 599	608 149	635 866	668 844	695 447	728 647	769 796	670 371	701 757	764 721
Ventes de marchandises	564 121	569 491	595 719	627 273	651 429	682 591	720 965	630 468	660 101	721 704
- Coût d'achat des marchandises	471 891	470 494	492 044	518 617	536 709	561 447	594 749	512 576	530 780	586 939
= Marge commerciale (au prix de base)	92 230	98 997	103 675	108 657	114 721	121 143	126 216	117 891	129 320	134 765
+ Production vendue de biens et services	38 477	38 658	40 147	41 571	44 018	46 057	48 830	39 904	41 656	43 017
+ Production stockée et immobilisée	41	204	107	208	652	657	685	244	912	619
= Production totale au prix de base	130 749	137 859	143 929	150 436	159 390	167 857	175 731	158 040	171 889	178 401
- Consommations intermédiaires	66 803	69 350	71 584	75 617	78 965	83 247	87 464	83 613	93 428	97 149
= Valeur ajoutée au prix de base	63 946	68 509	72 346	74 819	80 425	84 610	88 267	74 427	78 461	81 253
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	63 946	68 509	72 346	74 819	80 425	84 610	88 267	74 427	78 461	81 253
+ Subventions d'exploitation	414	514	378	353	359	379	405	381	388	286
- Frais de personnel	40 229	41 798	43 547	45 502	47 686	49 471	51 575	50 257	50 837	53 927
- Impôts et taxes sur la production	4 372	4 490	4 822	5 355	6 085	6 293	6 577	6 433	7 373	8 327
= Excédent brut d'exploitation	19 760	22 735	24 355	24 314	27 013	29 225	30 521	18 118	20 639	19 284
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	19 760	22 735	24 355	24 314	27 013	29 225	30 521	18 118	20 639	19 284
+ Autres produits d'exploitation et financiers	8 302	8 890	7 803	8 133	8 620	10 331	10 801	18 887	14 768	14 744
- Autres charges d'exploitation et financières	8 768	8 038	8 219	8 711	9 459	10 478	10 937	9 305	7 467	7 939
= Profit brut courant avant impôt	19 294	23 587	23 938	23 736	26 173	29 079	30 384	27 700	27 940	26 089

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail

en millions d'euros courants

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	346 292	359 311	372 025	384 772	397 484	410 570	423 659	405 144	422 569	437 089
Ventes de marchandises	333 199	347 007	358 441	369 831	381 923	394 471	407 140	387 163	405 301	420 825
- Coût d'achat des marchandises	240 485	249 540	257 588	267 045	275 834	284 443	294 080	275 022	287 834	300 483
= Marge commerciale (au prix de base)	87 486	86 140	93 114	101 312	106 121	110 028	113 060	112 141	117 467	120 342
+ Production vendue de biens et services	13 093	12 304	13 584	14 940	15 561	16 098	16 519	17 980	17 268	16 265
+ Production stockée et immobilisée	109	160	151	221	240	252	258	207	231	248
= Production totale au prix de base	100 688	98 604	106 849	116 473	121 922	126 379	129 837	130 329	134 966	136 854
- Consommations intermédiaires	38 915	40 205	42 342	44 512	45 796	47 210	48 424	53 134	54 471	55 275
= Valeur ajoutée au prix de base	61 773	58 399	64 507	71 961	76 126	79 169	81 413	77 196	80 495	81 579
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	61 773	58 399	64 507	71 961	76 126	79 169	81 413	77 196	80 495	81 579
+ Subventions d'exploitation	246	225	254	267	294	276	286	299	351	245
- Frais de personnel	39 343	41 156	43 284	45 311	47 512	49 280	50 664	48 211	50 402	50 908
- Impôts et taxes sur la production	4 206	4 479	4 717	5 047	5 363	5 582	5 766	5 567	5 455	5 841
= Excédent brut d'exploitation	18 470	12 989	16 760	21 869	23 546	24 583	25 269	23 717	24 990	25 075
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	18 470	12 989	16 760	21 869	23 546	24 583	25 269	23 717	24 990	25 075
+ Autres produits d'exploitation et financiers	3 678	3 946	3 559	3 846	4 307	4 408	4 513	4 936	4 388	4 197
- Autres charges d'exploitation et financières	3 976	3 876	3 869	4 039	4 181	4 679	4 802	4 037	4 073	4 230
= Profit brut courant avant impôt	18 172	13 058	16 449	21 676	23 671	24 312	24 980	24 615	25 306	25 043

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de véhicules automobiles

en millions d'euros courants

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	90 654	96 837	101 824	109 568	112 956	118 498	118 062	106 615	111 895	118 414
Ventes de marchandises	85 407	91 621	96 371	104 085	107 256	112 518	112 104	100 680	105 487	112 065
- Coût d'achat des marchandises	76 580	81 761	86 239	93 172	96 158	101 075	100 703	90 293	94 094	100 145
= Marge commerciale (au prix de base)	9 502	9 717	10 183	10 528	10 908	11 443	11 401	10 387	11 394	11 920
+ Production vendue de biens et services	5 247	5 216	5 453	5 482	5 701	5 980	5 958	5 935	6 408	6 349
+ Production stockée et immobilisée	39	44	45	55	55	56	56	61	41	6
= Production totale au prix de base	14 789	14 978	15 682	16 066	16 663	17 479	17 415	16 383	17 842	18 275
- Consommations intermédiaires	5 535	6 360	6 436	6 927	7 209	7 315	7 288	7 897	8 183	8 471
= Valeur ajoutée au prix de base	9 254	8 618	9 246	9 139	9 455	10 164	10 126	8 486	9 659	9 804
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	9 254	8 618	9 246	9 139	9 455	10 164	10 126	8 486	9 659	9 804
+ Subventions d'exploitation	111	113	111	100	97	96	96	56	79	78
- Frais de personnel	6 737	6 993	7 146	7 312	7 553	7 689	7 661	7 213	7 564	7 676
- Impôts et taxes sur la production	640	641	699	748	838	871	867	805	796	847
= Excédent brut d'exploitation	1 988	1 097	1 512	1 179	1 160	1 701	1 694	524	1 378	1 359
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 988	1 097	1 512	1 179	1 160	1 701	1 694	524	1 378	1 359
+ Autres produits d'exploitation et financiers	787	814	1 040	1 006	978	1 125	1 120	844	549	874
- Autres charges d'exploitation et financières	935	896	991	1 113	1 406	1 440	1 435	810	735	784
= Profit brut courant avant impôt	1 840	1 015	1 561	1 072	731	1 385	1 380	558	1 191	1 449

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

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	46 830	46 359	46 827	47 327	47 019	48 720	60 353	55 106	52 246	66 280
Ventes de marchandises	44 166	44 006	44 330	44 819	44 839	46 447	57 538	53 524	49 727	63 778
- Coût d'achat des marchandises	39 032	38 858	39 393	39 953	39 783	41 195	51 032	48 063	44 180	56 518
= Marge commerciale (au prix de base)	5 134	5 148	4 937	4 867	5 056	5 252	6 506	5 461	5 547	7 260
+ Production vendue de biens et services	2 663	2 353	2 497	2 507	2 180	2 272	2 815	1 582	2 519	2 502
+ Production stockée et immobilisée	68	-68	-217	30	30	31	38	5	43	8
= Production totale au prix de base	7 866	7 433	7 217	7 404	7 266	7 555	9 359	7 049	8 109	9 770
- Consommations intermédiaires	4 994	4 689	4 501	4 581	4 463	4 562	5 651	3 940	5 334	6 493
= Valeur ajoutée au prix de base	2 872	2 744	2 716	2 823	2 803	2 993	3 708	3 109	2 775	3 277
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	2 872	2 744	2 716	2 823	2 803	2 993	3 708	3 109	2 775	3 277
+ Subventions d'exploitation	89	122	95	72	64	52	64	47	42	31
- Frais de personnel	1 476	1 476	1 482	1 510	1 505	1 551	1 921	1 929	1 913	1 988
- Impôts et taxes sur la production	182	184	186	197	207	211	261	263	249	270
= Excédent brut d'exploitation	1 303	1 206	1 143	1 188	1 156	1 283	1 590	965	654	1 050
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 303	1 206	1 143	1 188	1 156	1 283	1 590	965	654	1 050
+ Autres produits d'exploitation et financiers	300	278	331	306	343	374	464	686	431	620
- Autres charges d'exploitation et financières	534	474	603	456	452	572	709	521	377	655
= Profit brut courant avant impôt	1 069	1 010	871	1 038	1 047	1 085	1 344	1 130	709	1 015

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

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	108 708	108 454	110 222	115 088	119 263	123 610	128 852	114 377	119 907	126 904
Ventes de marchandises	105 092	105 499	106 886	111 276	114 756	118 891	123 933	109 970	114 892	123 157
- Coût d'achat des marchandises	87 523	85 963	86 921	90 042	92 574	95 888	99 954	87 057	88 955	98 785
= Marge commerciale (au prix de base)	17 569	19 536	19 965	21 233	22 182	23 003	23 978	22 913	25 937	24 372
+ Production vendue de biens et services	3 615	2 955	3 336	3 812	4 507	4 719	4 919	4 407	5 015	3 748
+ Production stockée et immobilisée	136	59	46	70	77	80	83	-9	57	50
= Production totale au prix de base	21 321	22 551	23 347	25 115	26 766	27 802	28 981	27 311	31 009	28 170
- Consommations intermédiaires	11 768	12 245	12 736	14 023	14 949	15 737	16 404	16 328	18 646	15 953
= Valeur ajoutée au prix de base	9 553	10 306	10 610	11 092	11 817	12 065	12 577	10 982	12 363	12 217
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	9 553	10 306	10 610	11 092	11 817	12 065	12 577	10 982	12 363	12 217
+ Subventions d'exploitation	106	113	103	93	86	124	129	94	109	90
- Frais de personnel	6 026	6 185	6 327	6 580	6 760	6 889	7 181	6 524	6 734	7 470
- Impôts et taxes sur la production	821	1 004	1 117	1 156	1 249	1 257	1 311	1 280	1 255	2 268
= Excédent brut d'exploitation	2 811	3 230	3 269	3 449	3 895	4 043	4 214	3 273	4 483	2 569
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	2 811	3 230	3 269	3 449	3 895	4 043	4 214	3 273	4 483	2 569
+ Autres produits d'exploitation et financiers	1 747	1 472	1 471	1 526	1 535	1 766	1 841	1 849	1 892	1 718
- Autres charges d'exploitation et financières	1 347	1 231	1 142	1 265	1 222	1 422	1 482	1 271	1 343	1 477
= Profit brut courant avant impôt	3 211	3 472	3 597	3 710	4 208	4 387	4 573	3 850	5 032	2 811

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de gros de biens domestiques

en millions d'euros courants

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	105 947	111 722	113 575	124 624	131 535	136 013	137 692	126 799	128 184	137 119
Ventes de marchandises	102 904	108 208	110 108	120 451	126 988	131 339	132 960	122 919	124 412	132 038
- Coût d'achat des marchandises	73 371	77 056	77 537	84 052	88 986	91 890	93 025	84 987	85 892	91 511
= Marge commerciale (au prix de base)	29 533	31 152	32 571	36 399	38 002	39 448	39 935	37 931	38 520	40 527
+ Production vendue de biens et services	3 042	3 515	3 467	4 173	4 547	4 674	4 732	3 880	3 772	5 081
+ Production stockée et immobilisée	101	45	105	110	216	219	222	2	162	182
= Production totale au prix de base	32 676	34 712	36 143	40 682	42 765	44 341	44 888	41 814	42 454	45 790
- Consommations intermédiaires	15 594	16 677	17 066	19 245	19 777	20 624	20 879	22 208	22 699	24 309
= Valeur ajoutée au prix de base	17 082	18 035	19 078	21 437	22 988	23 717	24 010	19 606	19 755	21 481
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	17 082	18 035	19 078	21 437	22 988	23 717	24 010	19 606	19 755	21 481
+ Subventions d'exploitation	121	150	55	57	72	71	72	60	67	45
- Frais de personnel	9 066	9 576	10 119	11 039	11 810	12 098	12 248	12 115	12 200	12 862
- Impôts et taxes sur la production	980	1 045	1 163	1 435	1 776	1 821	1 843	1 800	1 829	1 942
= Excédent brut d'exploitation	7 157	7 564	7 850	9 020	9 475	9 869	9 991	5 750	5 793	6 722
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	7 157	7 564	7 850	9 020	9 475	9 869	9 991	5 750	5 793	6 722
+ Autres produits d'exploitation et financiers	2 225	3 004	2 370	2 493	2 433	2 726	2 760	6 951	5 559	5 812
- Autres charges d'exploitation et financières	2 824	2 942	2 926	3 213	3 500	4 076	4 126	3 201	2 227	2 223
= Profit brut courant avant impôt	6 559	7 625	7 294	8 300	8 408	8 520	8 625	9 500	9 126	10 311

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

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	38 098	38 220	42 483	44 619	47 965	49 758	48 022	40 922	42 351	43 605
Ventes de marchandises	35 102	35 010	38 620	41 387	44 569	46 263	44 649	37 977	39 786	40 061
- Coût d'achat des marchandises	29 189	28 618	32 017	34 719	37 484	38 995	37 635	31 660	33 365	33 577
= Marge commerciale (au prix de base)	5 913	6 392	6 603	6 668	7 085	7 268	7 014	6 317	6 421	6 484
+ Production vendue de biens et services	2 996	3 210	3 864	3 232	3 397	3 495	3 373	2 945	2 564	3 544
+ Production stockée et immobilisée	10	4	0	0	45	45	43	32	81	20
= Production totale au prix de base	8 919	9 606	10 466	9 900	10 527	10 807	10 430	9 294	9 067	10 048
- Consommations intermédiaires	4 271	4 637	5 342	4 930	5 124	5 229	5 047	4 987	4 857	5 561
= Valeur ajoutée au prix de base	4 648	4 969	5 124	4 969	5 403	5 578	5 384	4 307	4 210	4 487
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	4 648	4 969	5 124	4 969	5 403	5 578	5 384	4 307	4 210	4 487
+ Subventions d'exploitation	1	1	2	2	3	3	3	17	15	6
- Frais de personnel	3 375	3 372	3 457	3 506	3 690	3 788	3 656	3 340	3 128	3 478
- Impôts et taxes sur la production	212	212	229	249	281	290	280	254	241	266
= Excédent brut d'exploitation	1 062	1 385	1 440	1 215	1 435	1 504	1 451	730	856	749
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 062	1 385	1 440	1 215	1 435	1 504	1 451	730	856	749
+ Autres produits d'exploitation et financiers	791	1 240	747	825	847	880	849	948	385	338
- Autres charges d'exploitation et financières	577	569	702	649	832	718	693	548	662	553
= Profit brut courant avant impôt	1 277	2 056	1 486	1 392	1 449	1 666	1 608	1 130	578	534

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de gros d'autres équipements industriels

en millions d'euros courants

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	73 553	72 606	76 625	81 339	78 491	84 769	87 029	75 000	76 749	84 186
Ventes de marchandises	70 516	68 943	72 472	76 742	73 777	79 716	81 841	69 742	71 828	78 553
- Coût d'achat des marchandises	55 455	53 063	55 672	59 790	55 752	60 307	61 914	51 101	52 498	57 894
= Marge commerciale (au prix de base)	15 060	15 881	16 800	16 953	18 025	19 410	19 927	18 642	19 330	20 659
+ Production vendue de biens et services	3 037	3 662	4 153	4 596	4 715	5 053	5 188	5 258	4 921	5 633
+ Production stockée et immobilisée	57	38	22	24	128	129	132	172	339	178
= Production totale au prix de base	18 154	19 580	20 974	21 573	22 867	24 592	25 247	24 072	24 589	26 470
- Consommations intermédiaires	7 196	7 665	8 267	8 576	8 715	9 178	9 423	10 531	10 884	11 378
= Valeur ajoutée au prix de base	10 958	11 916	12 707	12 998	14 152	15 413	15 824	13 541	13 706	15 092
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	10 958	11 916	12 707	12 998	14 152	15 413	15 824	13 541	13 706	15 092
+ Subventions d'exploitation	34	43	39	45	48	46	48	61	60	63
- Frais de personnel	8 369	8 887	9 107	9 401	9 770	10 265	10 539	10 025	10 079	10 570
- Impôts et taxes sur la production	530	570	617	670	757	804	825	778	739	779
= Excédent brut d'exploitation	2 093	2 502	3 023	2 971	3 673	4 391	4 508	2 799	2 947	3 806
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	2 093	2 502	3 023	2 971	3 673	4 391	4 508	2 799	2 947	3 806
+ Autres produits d'exploitation et financiers	624	659	709	749	727	1 035	1 063	3 209	2 922	2 904
- Autres charges d'exploitation et financières	920	856	931	919	886	981	1 007	803	701	663
= Profit brut courant avant impôt	1 798	2 304	2 801	2 802	3 515	4 445	4 564	5 205	5 169	6 048

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Autres commerces de gros spécialisés

en millions d'euros courants

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	120 982	119 329	129 522	133 792	143 360	151 296	163 308	127 785	140 257	153 921
Ventes de marchandises	117 628	116 008	126 306	130 246	139 914	147 623	159 344	125 187	136 859	149 364
- Coût d'achat des marchandises	98 931	96 603	105 249	109 525	117 112	123 193	132 974	102 313	110 151	121 765
= Marge commerciale (au prix de base)	18 697	19 404	21 058	20 721	22 802	24 430	26 370	22 874	26 707	27 600
+ Production vendue de biens et services	3 354	3 321	3 216	3 546	3 446	3 673	3 964	2 598	3 398	4 557
+ Production stockée et immobilisée	-25	65	114	322	112	113	122	-22	166	113
= Production totale au prix de base	22 026	22 790	24 388	24 589	26 361	28 216	30 456	25 450	30 271	32 269
- Consommations intermédiaires	9 697	9 867	10 252	10 434	11 270	12 022	12 977	12 250	14 683	18 606
= Valeur ajoutée au prix de base	12 330	12 923	14 135	14 155	15 091	16 193	17 479	13 199	15 588	13 664
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	12 330	12 923	14 135	14 155	15 091	16 193	17 479	13 199	15 588	13 664
+ Subventions d'exploitation	24	33	19	19	20	21	23	31	24	22
- Frais de personnel	8 002	8 195	8 586	8 822	9 252	9 652	10 418	10 081	10 281	10 485
- Impôts et taxes sur la production	793	846	922	1 023	1 104	1 156	1 248	1 157	2 203	1 391
= Excédent brut d'exploitation	3 559	3 916	4 647	4 329	4 754	5 407	5 836	1 992	3 127	1 810
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	3 559	3 916	4 647	4 329	4 754	5 407	5 836	1 992	3 127	1 810
+ Autres produits d'exploitation et financiers	922	1 029	1 088	1 112	1 469	2 094	2 260	3 458	1 600	2 062
- Autres charges d'exploitation et financières	1 310	1 204	1 209	1 302	1 575	1 711	1 846	2 093	1 253	1 409
= Profit brut courant avant impôt	3 171	3 741	4 526	4 139	4 648	5 790	6 250	3 357	3 475	2 463

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail en magasin non spécialisé

en millions d'euros courants

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	162 683	169 792	173 190	175 710	178 806	183 800	190 641	181 909	189 812	198 074
Ventes de marchandises	156 912	164 225	167 063	169 368	172 551	177 373	183 975	174 875	183 344	191 226
- Coût d'achat des marchandises	126 155	131 776	134 444	137 030	139 501	143 428	148 766	139 262	145 766	153 000
= Marge commerciale (au prix de base)	30 294	30 237	32 200	33 049	33 032	33 945	35 209	35 613	37 578	38 226
+ Production vendue de biens et services	5 771	5 566	6 127	6 342	6 255	6 427	6 666	7 034	6 468	6 848
+ Production stockée et immobilisée	11	24	18	39	32	32	34	26	35	42
= Production totale au prix de base	36 075	35 827	38 345	39 430	39 319	40 405	41 908	42 673	44 080	45 116
- Consommations intermédiaires	14 301	14 607	15 089	15 556	15 238	15 472	16 047	17 276	17 490	18 486
= Valeur ajoutée au prix de base	21 775	21 220	23 256	23 873	24 081	24 933	25 861	25 398	26 590	26 630
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	21 775	21 220	23 256	23 873	24 081	24 933	25 861	25 398	26 590	26 630
+ Subventions d'exploitation	63	65	67	71	82	76	78	92	99	71
- Frais de personnel	14 216	14 777	15 268	15 772	16 508	16 808	17 433	17 729	18 249	19 098
- Impôts et taxes sur la production	1 914	2 060	2 056	2 122	2 189	2 288	2 374	2 434	2 441	2 528
= Excédent brut d'exploitation	5 708	4 448	5 999	6 050	5 467	5 913	6 133	5 327	5 999	5 076
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	5 708	4 448	5 999	6 050	5 467	5 913	6 133	5 327	5 999	5 076
+ Autres produits d'exploitation et financiers	1 529	1 508	1 387	1 446	1 805	1 538	1 595	1 591	1 411	1 499
- Autres charges d'exploitation et financières	1 124	1 115	973	1 041	1 015	1 196	1 241	1 016	1 026	1 184
= Profit brut courant avant impôt	6 113	4 841	6 413	6 455	6 257	6 255	6 488	5 902	6 385	5 391

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	16 822	17 141	17 684	17 933	18 357	18 803	19 412	17 732	17 178	17 370
Ventes de marchandises	15 370	15 707	16 130	16 308	16 632	17 036	17 588	15 743	15 047	16 567
- Coût d'achat des marchandises	9 536	9 738	9 990	10 084	10 272	10 552	10 894	9 857	9 102	10 360
= Marge commerciale (au prix de base)	5 364	5 309	5 733	5 979	6 333	6 484	6 694	5 886	5 945	6 207
+ Production vendue de biens et services	1 452	1 434	1 554	1 625	1 726	1 767	1 824	1 990	2 131	803
+ Production stockée et immobilisée	11	11	4	20	24	27	28	-2	20	20
= Production totale au prix de base	6 827	6 754	7 292	7 624	8 082	8 278	8 546	7 874	8 096	7 030
- Consommations intermédiaires	2 001	2 040	2 143	2 247	2 353	2 423	2 501	2 520	2 701	1 790
= Valeur ajoutée au prix de base	4 827	4 714	5 149	5 377	5 730	5 855	6 045	5 355	5 395	5 240
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	4 827	4 714	5 149	5 377	5 730	5 855	6 045	5 355	5 395	5 240
+ Subventions d'exploitation	22	23	30	28	31	33	34	34	35	21
- Frais de personnel	2 130	2 211	2 380	2 470	2 567	2 678	2 764	2 048	2 296	2 417
- Impôts et taxes sur la production	244	247	248	260	274	284	293	262	215	211
= Excédent brut d'exploitation	2 474	2 278	2 550	2 676	2 920	2 927	3 022	3 078	2 920	2 634
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	2 474	2 278	2 550	2 676	2 920	2 927	3 022	3 078	2 920	2 634
+ Autres produits d'exploitation et financiers	117	117	134	162	155	172	177	97	88	62
- Autres charges d'exploitation et financières	228	222	224	246	247	295	305	186	176	190
= Profit brut courant avant impôt	2 364	2 173	2 460	2 592	2 827	2 803	2 894	2 989	2 831	2 506

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

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	9 230	9 571	9 964	11 287	11 904	12 003	13 789	10 834	12 910	14 493
Ventes de marchandises	8 772	9 151	9 552	11 019	11 643	11 740	13 487	10 604	12 680	14 432
- Coût d'achat des marchandises	7 673	7 978	8 357	9 761	10 358	10 444	11 999	9 720	11 483	12 908
= Marge commerciale (au prix de base)	1 259	1 249	1 275	1 240	1 285	1 296	1 488	884	1 197	1 524
+ Production vendue de biens et services	458	420	412	268	261	263	302	230	230	61
+ Production stockée et immobilisée	9	9	9	9	9	9	10	8	-1	0
= Production totale au prix de base	1 726	1 677	1 696	1 517	1 555	1 567	1 800	1 123	1 426	1 586
- Consommations intermédiaires	616	640	668	675	709	720	827	460	510	486
= Valeur ajoutée au prix de base	1 110	1 038	1 028	842	846	847	973	663	916	1 100
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	1 110	1 038	1 028	842	846	847	973	663	916	1 100
+ Subventions d'exploitation	23	12	20	22	25	21	24	19	19	19
- Frais de personnel	400	406	415	428	440	441	507	443	463	420
- Impôts et taxes sur la production	171	168	190	206	238	245	281	65	147	389
= Excédent brut d'exploitation	561	476	443	230	193	182	209	173	325	310
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	561	476	443	230	193	182	209	173	325	310
+ Autres produits d'exploitation et financiers	45	38	43	41	43	51	59	43	31	33
- Autres charges d'exploitation et financières	46	39	37	39	42	46	52	24	45	49
= Profit brut courant avant impôt	560	475	449	232	194	188	216	193	311	294

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

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	6 623	6 788	7 317	7 719	8 057	8 469	8 592	8 205	7 778	7 712
Ventes de marchandises	6 135	6 357	6 840	7 103	7 334	7 708	7 819	7 530	7 201	6 974
- Coût d'achat des marchandises	4 482	4 599	4 957	5 241	5 488	5 765	5 849	5 696	5 413	5 392
= Marge commerciale (au prix de base)	1 324	1 234	1 353	1 630	1 843	1 942	1 970	1 834	1 788	1 581
+ Production vendue de biens et services	487	431	477	616	722	762	773	675	577	739
+ Production stockée et immobilisée	1	2	5	8	6	6	6	8	6	6
= Production totale au prix de base	1 813	1 666	1 834	2 255	2 572	2 710	2 749	2 517	2 371	2 326
- Consommations intermédiaires	885	912	996	1 061	1 128	1 196	1 214	1 164	1 060	1 078
= Valeur ajoutée au prix de base	928	755	839	1 194	1 443	1 514	1 536	1 353	1 311	1 248
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	928	755	839	1 194	1 443	1 514	1 536	1 353	1 311	1 248
+ Subventions d'exploitation	2	2	2	2	3	3	3	4	5	3
- Frais de personnel	805	831	913	959	991	1 050	1 065	940	934	905
- Impôts et taxes sur la production	56	60	69	76	83	88	89	86	74	76
= Excédent brut d'exploitation	69	-134	-141	161	372	379	384	331	308	271
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	69	-134	-141	161	372	379	384	331	308	271
+ Autres produits d'exploitation et financiers	49	65	36	37	46	61	61	70	68	98
- Autres charges d'exploitation et financières	45	60	57	55	63	72	74	45	57	56
= Profit brut courant avant impôt	72	-129	-162	143	355	367	372	355	318	313

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

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	35 627	36 857	39 145	41 239	43 543	46 327	47 348	46 717	47 887	47 045
Ventes de marchandises	34 547	36 092	38 331	39 869	41 937	44 626	45 610	44 242	45 596	44 501
- Coût d'achat des marchandises	22 696	23 351	24 698	25 944	27 412	29 090	29 731	28 142	28 816	27 379
= Marge commerciale (au prix de base)	10 995	9 896	10 515	13 227	14 634	15 536	15 879	16 099	16 780	17 122
+ Production vendue de biens et services	1 081	765	814	1 370	1 606	1 701	1 738	2 475	2 291	2 543
+ Production stockée et immobilisée	30	42	44	32	43	45	46	46	48	74
= Production totale au prix de base	12 106	10 703	11 373	14 629	16 284	17 281	17 662	18 620	19 119	19 739
- Consommations intermédiaires	4 663	4 951	5 308	5 746	6 173	6 650	6 797	8 502	8 644	9 122
= Valeur ajoutée au prix de base	7 443	5 752	6 065	8 883	10 110	10 631	10 866	10 119	10 475	10 617
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	7 443	5 752	6 065	8 883	10 110	10 631	10 866	10 119	10 475	10 617
+ Subventions d'exploitation	17	16	21	22	28	24	25	36	44	24
- Frais de personnel	5 657	5 930	6 284	6 597	6 928	7 300	7 461	7 281	7 590	7 597
- Impôts et taxes sur la production	464	498	579	644	685	735	751	764	747	769
= Excédent brut d'exploitation	1 339	-660	-777	1 664	2 525	2 621	2 678	2 111	2 182	2 276
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 339	-660	-777	1 664	2 525	2 621	2 678	2 111	2 182	2 276
+ Autres produits d'exploitation et financiers	574	519	460	471	531	650	665	933	668	556
- Autres charges d'exploitation et financières	436	455	475	480	587	608	621	612	549	582
= Profit brut courant avant impôt	1 477	-596	-791	1 656	2 469	2 663	2 722	2 432	2 301	2 250

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

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	15 896	16 312	17 173	17 889	18 498	19 165	18 872	17 979	19 460	20 368
Ventes de marchandises	14 247	14 684	15 470	16 091	16 657	17 269	17 006	16 200	17 420	19 437
- Coût d'achat des marchandises	9 414	9 672	10 251	10 759	11 258	11 673	11 495	11 149	12 056	13 617
= Marge commerciale (au prix de base)	4 847	4 804	5 027	5 302	5 434	5 596	5 511	5 051	5 364	5 820
+ Production vendue de biens et services	1 649	1 628	1 703	1 798	1 841	1 895	1 867	1 780	2 041	931
+ Production stockée et immobilisée	4	4	7	10	10	10	10	6	7	-45
= Production totale au prix de base	6 500	6 436	6 737	7 110	7 285	7 502	7 388	6 837	7 411	6 707
- Consommations intermédiaires	2 974	3 050	3 242	3 444	3 615	3 793	3 735	3 747	4 040	2 965
= Valeur ajoutée au prix de base	3 526	3 386	3 495	3 666	3 670	3 709	3 652	3 090	3 371	3 742
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	3 526	3 386	3 495	3 666	3 670	3 709	3 652	3 090	3 371	3 742
+ Subventions d'exploitation	27	13	15	15	18	18	17	13	32	21
- Frais de personnel	2 134	2 198	2 300	2 383	2 450	2 557	2 518	2 282	2 431	2 459
- Impôts et taxes sur la production	195	212	234	253	272	285	281	262	265	276
= Excédent brut d'exploitation	1 224	988	976	1 045	966	884	871	560	707	1 028
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 224	988	976	1 045	966	884	871	560	707	1 028
+ Autres produits d'exploitation et financiers	338	441	359	408	448	566	557	548	783	671
- Autres charges d'exploitation et financières	300	229	271	260	288	335	330	217	309	281
= Profit brut courant avant impôt	1 261	1 200	1 065	1 193	1 126	1 115	1 098	891	1 181	1 417

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Autres commerces de détail en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	78 692	81 412	84 911	90 035	94 647	97 954	100 913	98 824	105 149	109 280
Ventes de marchandises	77 501	80 286	83 493	88 281	92 683	95 870	98 766	96 263	102 879	106 014
- Coût d'achat des marchandises	49 472	51 094	53 046	56 099	58 918	60 693	62 526	58 847	62 980	64 940
= Marge commerciale (au prix de base)	24 911	25 024	27 796	31 212	33 651	35 177	36 240	37 417	39 898	41 074
+ Production vendue de biens et services	1 192	1 125	1 418	1 754	1 965	2 084	2 147	2 560	2 270	3 266
+ Production stockée et immobilisée	12	20	24	50	50	53	54	43	53	60
= Production totale au prix de base	26 115	26 169	29 238	33 016	35 666	37 314	38 441	40 020	42 222	44 400
- Consommations intermédiaires	8 251	8 551	9 035	9 849	10 539	11 019	11 351	13 892	14 578	15 987
= Valeur ajoutée au prix de base	17 864	17 618	20 203	23 167	25 127	26 295	27 090	26 128	27 643	28 413
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	17 864	17 618	20 203	23 167	25 127	26 295	27 090	26 128	27 643	28 413
+ Subventions d'exploitation	84	86	88	93	95	91	94	82	92	76
- Frais de personnel	11 354	12 050	12 843	13 728	14 612	15 348	15 811	15 007	15 570	15 147
- Impôts et taxes sur la production	884	953	1 052	1 174	1 289	1 323	1 363	1 384	1 299	1 322
= Excédent brut d'exploitation	5 710	4 702	6 396	8 358	9 322	9 716	10 009	9 819	10 867	12 020
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	5 710	4 702	6 396	8 358	9 322	9 716	10 009	9 819	10 867	12 020
+ Autres produits d'exploitation et financiers	573	734	628	762	805	902	930	1 200	1 047	976
- Autres charges d'exploitation et financières	1 434	1 433	1 475	1 565	1 591	1 748	1 801	1 685	1 678	1 655
= Profit brut courant avant impôt	4 849	4 003	5 549	7 555	8 535	8 870	9 138	9 334	10 236	11 342

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

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Ministère de l'économie, des finances
et de l'industrie

ARRÊTÉ du - 7 JUIN 2011

portant nomination à la commission des comptes commerciaux de la nation

La ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et le secrétaire d'État auprès de la ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation,

Vu le décret n°63-160 du 8 février 1963 portant création d'une commission des comptes commerciaux de la nation ;

Vu le décret n°77-297 du 25 mars 1977 portant réforme de la commission des comptes commerciaux de la nation ;

Vu les arrêtés des 16 avril 2002, 28 juillet 2003 et 7 septembre 2004 portant nomination à la commission des comptes commerciaux de la nation ;

Vu l'arrêté du 22 novembre 2005 portant nomination à la commission des comptes commerciaux de la nation ;

Vu l'arrêté du 9 juin 2008 portant nomination à la commission des comptes commerciaux de la nation ;

Vu l'arrêté du 24 juin 2010 portant nomination à la commission des comptes commerciaux de la nation,

ARRÊTENT

Article 1er

Sont nommés membres de la commission des comptes commerciaux de la nation pour une durée de trois ans, à compter du 1^{er} janvier 2011 :

En qualité de représentants des organisations professionnelles du commerce :

- M. Bailly (Patrick), vice-président national du conseil national des professions de l'automobile ;
- M. Besset (Philippe), président de la commission économie de la Fédération des syndicats pharmaceutiques de France ;
- M. Boulle (Claude), président exécutif de l'union du grand commerce de centre-ville ;
- Mme Bouthelie (Alexandra), déléguée générale de la fédération des enseignes du commerce associé ;
- M. Brunet (Pierre), membre élu en charge du commerce à la chambre de commerce et d'industrie de la Drôme ;
- M. Cosnefroy (Jacques), délégué général de la fédération de la vente directe ;
- M. Daquai (Philippe), trésorier de la fédération nationale des détaillants en chaussures de France ;
- M. Doucet (Pierre-André), directeur des études à la fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs ;
- Mme Fillaud (Isabelle), chef de département à la confédération générale de l'alimentation de détail ;
- M. Genis (Jean-Marc), président exécutif de la fédération des enseignes de l'habillement ;
- Mme Hupin (Caroline), secrétaire générale de la fédération des magasins de bricolage ;
- M. Lolivier (Marc), délégué général de la fédération des entreprises de vente à distance ;
- Mme Mulle (Sofy), déléguée générale du Conseil du commerce de France ;
- M. Pouzin (Hugues), directeur général de la confédération générale du commerce interentreprises (commerce de gros-commerce international) ;
- Mme Vergnaud (Isabelle), responsable de la documentation à la fédération des entreprises et de la distribution ;
- M. Vogley (Jean-Charles), directeur des affaires économiques et du développement de la fédération française du négoce de l'ameublement et de l'équipement de la maison ;
- Mme Witz (Julie), économiste à la confédération générale des petites et moyennes entreprises ;
- Mme Zimmer (Chantal), déléguée générale de la fédération française de la franchise.

Article 2

En qualité de personnalités spécialement qualifiées par leurs compétences et leurs travaux en matière économique et commerciale :

- Mme Allam (Delila), maître de conférences, Université de Paris I ;
- M. Badot (Olivier), professeur à l'Université de Caen ;
- M. Biacabe (Jean-Luc), directeur de la prospective économique et sectorielle de la chambre de commerce et d'industrie de Paris ;
- M. Bonneau (Jacques), directeur d'études, TMO Régions ;

M. Bresson (Bernard), secrétaire général de l'Association française de recherches et études statistiques et commerciales ;

Mme Chastenet de Géry (Catherine), enseignant-chercheur à Advancia -Négocia ;

M. Choukroun (Michel), Conseil d'entreprises ;

M. Cliquet (Gérard), professeur à l'Université de Rennes I ;

M. Dietsch (Michel), professeur à l'Institut d'Etudes Politiques de Strasbourg, Université Robert Schuman ;

M. Ducrocq (Cédric), directeur de Diamart ;

M. Dupuis (Marc), professeur à l'Ecole supérieure de commerce de Paris ;

M. Gallouj (Camal), professeur à l'Université de Paris 13 ;

M. Gérardon de Vera (Olivier), vice président d'Iri -France ;

M. Ladoux (Gérard), secrétaire général de l'association pour le commerce et les services en ligne ;

M. Merlière (Yvon), directeur général du centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie,

M. Moati (Philippe), professeur à l'Université de Paris-Diderot ;

M. Tixier (Daniel), professeur à l'Ecole supérieure des sciences économiques et commerciales ;

M. Volle (Pierre), professeur en sciences de gestion à l'Université de Paris-Dauphine.

Article 3

Sont nommés :

Vice-président de la commission : M. Merlière (Yvon) ;

Rapporteur général de la commission : le chef de la division commerce de l'INSEE ;

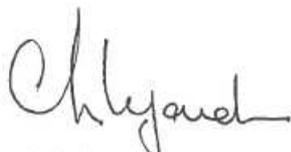
Secrétaire général de la commission : le chef du bureau des activités artisanales et commerciales à la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services

Article 4

Le directeur général de la compétitivité, de l'industrie et des services est chargé de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au Bulletin officiel du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie et du ministère du budget, des comptes publics, de la fonction publique et de la réforme de l'Etat.

Fait à Paris le 7 JUIN 2011

La ministre de l'économie, des finances
et de l'industrie,



Christine LAGARDE

Le secrétaire d'État auprès de la ministre de l'économie,
des finances et de l'industrie, chargé du commerce,
de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises,
du tourisme, des services, des professions libérales
et de la consommation,



Frédéric LEFEBVRE

BIBLIOGRAPHIE

1. LES COMPTES DU COMMERCE (publication annuelle)

Collection « **Comptes nationaux** » :

Le commerce en 2012, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2011, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2010, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2009, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr).
Le commerce en 2008, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr).
Le commerce en 2007, Rapport sur la situation du commerce - Insee - Coll. Comptes nationaux (www.insee.fr).
Le commerce en 2006, Rapport sur la situation du commerce - Insee - Coll. Comptes nationaux (www.insee.fr).
Le commerce en 2005, Rapport sur la situation du commerce - Insee - Coll. Comptes nationaux (www.insee.fr).
Le commerce en 2004, Rapport sur la situation du commerce - Insee - Coll. Comptes nationaux (www.insee.fr).

Collection « **Synthèses** » :

N°80 Le commerce en 2002 (Août 2004)
N°69 Le commerce en 2001 (avril 2003)
N°60 Le commerce en 2000 (mars 2002)
N°53-54 Le commerce en 1999 (août 2001)

Collection « **Insee-résultats (Économie générale)** » :

N° 160-161 Les comptes du commerce en 1996 (janvier 1998)
N° 138-139 Les comptes du commerce en 1995 (janvier 1997)

Collection « **Insee première** » :

N°1457 « le commerce en 2012, le secteur n'échappe pas à la crise » (juillet 2013)
N°1407 « Le commerce en 2011. Les ventes ont continué de se redresser », (juillet 2012)
N°1363 « Le commerce en 2010, retour contrasté à la croissance », (août 2011)
N°1322 « Le commerce en 2009, baisses de l'activité et de l'emploi », (novembre 2010)
N°1244 « Le commerce en 2008, ralentissement de l'activité », (juin 2009)
N°1198 « Le commerce en 2007, une année dynamique », (juin 2008)
N°1138 « Le commerce en 2006, seul le commerce de détail maintient sa croissance », (juin 2007)
N°1079 « Le commerce en 2005, une activité qui ralentit », (mai 2006)
N°1023 « Le commerce en 2004 », (juin 2005)
N°965 « Le commerce en 2003 », (mai 2004)

2. RÉSULTATS D'ENQUÊTES

• L'Enquête Annuelle d'Entreprise (EAE) et l'enquête sectorielle annuelle (ÉSA)

www.insee.fr

- Principales caractéristiques des entreprises en 2008, 2009, 2010 et 2011
- l'Enquête annuelle d'entreprises dans le commerce de gros 2007
- l'Enquête annuelle d'entreprises dans le commerce de détail et le commerce automobile 2006

• Les Enquêtes Thématiques

- Insee Résultats - Enquête sur les réseaux du commerce de détail en 2009
- Insee Résultats - Enquête sur les technologies de l'information et de la communication et le commerce électronique en 2012
- Insee Résultats - Enquête sur les réseaux du commerce de détail en 2006
- Insee Résultats - Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2004

3. INDICES MENSUELS DE CHIFFRES D'AFFAIRES ET RÉSULTATS DES ENQUÊTES DE CONJONCTURE DANS LE COMMERCE

Collection Informations rapides, thème « **Activité dans le commerce et les services** », Insee
Bulletin mensuel de statistique de l'Insee

4. ANALYSES DIVERSES SUR LE COMMERCE

Collection « Insee première » :

- N°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'épicerie, 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 chacune ses habitudes », (mars 1999)
N°634 « Électronique domestique : les nouveaux lieux d'achat », (février 1999)
N°609 « Fidélité aux enseignes, fidélité aux marques : les choix des consommateurs », (septembre 1998)
N°597 « Le commerce du sport : un secteur en forme », (juillet 1998)
N°567 « Marché de l'habillement : les enseignes développent leurs marques », (janvier 1998)
N°485 « Mondialisation industrielle, le rôle des filiales de commerce de gros des groupes étrangers », (Sep1996)
N°465 « Le commerce de gros non alimentaire : ouverture internationale », (juin 1996)

Collection « Références » web:

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 eco - Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2009 (sept 2012)
N°57 eco - Créations et créateurs d'entreprises sous le régime de l'auto-entrepreneur - Enquête auto-entrepreneurs 2010
N°43 eco - Les déchets non dangereux des grands établissements commerciaux en 2006 (juillet 2009)
N°32 eco - Enquête sur les réseaux du commerce de détail en 2006 (sep. 2007)
N°29 eco - Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2004 (mai 2007)
N°131 Les réseaux de commercialisation de l'habillement (août 1997)
N°86 Les points de vente du commerce de détail : enquête établissement de 1992 (mai 1995)

Collection « Documents de travail » de l'Insee :

L'activité des officines pharmaceutiques et les revenus de leurs titulaires - situation en 2006 et évolutions depuis 2001, N°E2009/04.

Rapport du groupe de travail sur le commerce électronique, N°:E2008/09.

Caractérisation d'environnement local des magasins, N°: E2008/08.

